

UNIVERSIDAD DEL ACONCAGUA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA



Universidad del Aconcagua



TESIS DE LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

“INSATISFACCIÓN CORPORAL E
INFLUENCIA DE LOS MODELOS
ESTÉTICOS CORPORALES EN
ADOLESCENTES DE LA ZONA ESTE DE
MENDOZA”

Alumna: Fragapane, Valeria Soledad

Director: Lic. Gustavo Graña

Co-directora: Lic. Valentina Oliva

Mendoza, Octubre 2016



HOJA DE EVALUACIÓN

TRIBUNAL

Presidente:

Vocal:

Vocal:

Profesores invitados:

Lic. Gustavo Graña

Lic. Valentina Oliva

NOTA:

RESUMEN

La insatisfacción corporal es una evaluación subjetiva y negativa que produce preocupaciones y temores respecto del cuerpo que impide a las personas sentirse a gusto en su cuerpo. Existen teorías que articulan la insatisfacción corporal con los modelos estéticos corporales, ya que estos constituyen elevados estándares de belleza con los que la gente se compara favoreciendo la insatisfacción corporal, especialmente entre los adolescentes.

En este trabajo se describe la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales en 143 adolescentes de tres escuelas de la zona Este de Mendoza (rural, urbano marginal y urbana privada), comparando dichas variables por escuela y por género. Para ello, se utiliza el Cuestionario sobre la Forma Corporal (BSQ) adaptado a Mendoza por Páramo (2012) y el Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (CIMEC-40) adaptado a Mendoza por Riveros Cabibbo (2011). Además se indaga la existencia de correlación entre BSQ y CIMEC-40 y la correlación entre la insatisfacción corporal y cada una de las subescalas del CIMEC-40.

Los datos obtenidos se analizaron estadísticamente llegando a concluir que no existen diferencias significativas según el contexto sociodemográfico, pero si existen en relación al género. La correlación evaluada fue positiva en todos los casos.

Palabras Claves: Insatisfacción corporal, Modelos estéticos corporales, Adolescencia.

ABSTRACT

Body dissatisfaction, is a subjective and negative evaluation that produces concerns and fears about own body and prevent people to feel comfortable in his body. There are different theories that links body dissatisfaction with esthetic body models, since they make high beauty standards and people compare with them favoring body dissatisfaction, especially between teenagers.

In this work, body dissatisfaction and esthetic body models' influence where described in 143 teenagers of three middle schools from Mendoza's East Zone (rural, urban marginal and urban private), comparing those variables by school and by genre. Body Shape Questionnaire (BSQ) adapted to Mendoza by Páramo (2012) and Questionnaire of Influence of esthetic body models CIMEC-40, adapted to Mendoza by Riveros Cabibbo (2011) where used. Furthermore, existence of correlation between BSQ and CIMEC-40, and between body dissatisfaction and each CIMEC-40 sub-scales were inquired.

Obtained data were statistically analyzed, concluding there is no significant differences by social-demographic context, but there are significant differences between genres. Evaluated correlation was positive in all cases.

Key words: *Body dissatisfaction, Esthetic body models, Teenagers.*

ÍNDICE

“INSATISFACCIÓN CORPORAL E INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES EN ADOLESCENTES DE LA ZONA ESTE DE MENDOZA”

Hoja de evaluación	3
Resumen.....	4
Abstract	5
Índice.....	6
Introducción	9
PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO	11
Primer Capítulo: Insatisfacción Corporal	12
I. Imagen Corporal	14
I. Insatisfacción Corporal	20
II. Etiología de la Insatisfacción Corporal	23
III. Problemas y trastornos asociados a la insatisfacción Corporal	29
IV. Adolescencia e insatisfacción corporal	32
V. Influencia del contexto sociodemográfico en la insatisfacción corporal	38

Segundo Capítulo: Modelos Estéticos Corporales	41
I. El cuerpo.....	42
II. Perspectiva Histórica	44
III. Modelos Estéticos Corporales y Género.....	50
IV. Los medios masivos de comunicación	57
V. Familia y grupo de pares como transmisores de los modelos estéticos corporales.....	65
VI. La adolescencia como modelo social.....	68
SEGUNDA PARTE: MARCO METODOLÓGICO.....	72
Tercer Capítulo: Metodología.....	73
I. Objetivos.....	74
Objetivo General.....	74
Objetivos específicos	74
II. hipótesis de investigación.....	76
III. Método.....	78
Tipo de Estudio	78
Muestra	79
Técnicas de Recolección de Datos	82
III. Procedimiento	85
Cuarto Capítulo: Presentación de Resultados	87
I. Insatisfacción corporal.....	¡Error! Marcador no definido.
II. Influencia de los modelos esteticos corporales	¡Error! Marcador no definido.
III. Análisis Correlacional.....	¡Error! Marcador no definido.

Quinto Capítulo: Discusión de Resultados.....	139
Sexto Capítulo: Conclusiones.....	153
Bibliografía.....	156
ANEXOS	165
A. Nota de pedido de autorización dirigida a los directivos de las escuelas	166
B. Nota de pedido de autorización dirigida a los padres de los adolescentes participantes de la investigación.....	168
C. Encuesta sobre el contexto sociodemográfico cultural	169
D. Cuestionario de Influencia De los Modelos Esteticos Corporales (CIMEC- 40).....	170
E. Cuestionario De la Imagen Corporal (BSQ)	172

INTRODUCCIÓN

De manera más o menos consciente, las personas realizan valoraciones sobre sí. Algunas de ellas están en relación a la representación mental que cada uno tiene de su propio cuerpo, las cuales podrían influir positiva o negativamente sobre diferentes aspectos de la vida ya que se establece un juicio de valor sobre el cuerpo.

Parece ser que en la actualidad el cuerpo es un bien inestimable ya que, además de ser la base material indispensable para la vida, juega un rol central en las relaciones sociales y los juegos de poder. Tener un cuerpo socialmente valorado posibilitaría un abanico de oportunidades, mientras que aquellos que no tienen un cuerpo que cumpla con estos requisitos pueden encontrar mayores dificultades.

Siendo así, la valoración que se haga del cuerpo, adquiere gran relevancia para las personas. No se trataría solo de cómo uno mismo se percibe o cómo se siente con ello sino que, además, a partir de esa valoración, uno se relaciona consigo mismo, con los demás y con el entorno en general.

En la actualidad existiría una tendencia a valorar negativamente el cuerpo que se tiene y a realizar prácticas cada vez menos saludables para moldear el cuerpo con el objeto de alcanzar un modelo estético corporal sostenido socialmente como bello a pesar de estar excesivamente distanciado del cuerpo que tiene la mayor parte de la población.

Esto puede ser nocivo para las personas, especialmente para los adolescentes ya que se encuentran en una etapa de grandes cambios corporales y psicosociales. También se estima que las mujeres serían las que se encuentran más predispuestas a estar insatisfechas con su cuerpo, lo que podría comprenderse si se advierte que la belleza femenina se demanda con gran ímpetu y que aquellas que no cumplen con ciertos parámetros serían juzgadas más

severamente que los hombres en estas condiciones. Aunque existen estudios que sostienen que la presión social en este sentido se encuentra en aumento para los hombres también.

Resulta importante conocer si la tendencia a desarrollar insatisfacción corporal se estaría expandiendo no sólo en lo que respecta al género sino también a través del entramado social ya que lo que se consideraba en otros tiempos como un problema restrictivo de las clases sociales altas establecidas en zonas urbanas, hoy parece afectar a muchas personas de clases sociales inferiores, de zonas urbanas periféricas –marginales e incluso de zonas rurales.

Es por lo planteado que este trabajo se propone como objetivo analizar la relación entre la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales en adolescentes según asistan a escuelas urbanas privadas, urbano marginales y rurales de la zona Este de Mendoza y según el género.

Se utiliza una metodología cuantitativa con alcance descriptivo-correlacional, el diseño instrumentado es no experimental, transversal con cuestionarios. La muestra, de carácter no probabilística intencional, se encuentra conformada por 143 adolescentes de tres escuelas de la zona Este de Mendoza (escuela urbana privada, urbana marginal estatal y rural estatal).

Finalmente, es oportuno señalar que el presente trabajo de tesis se organiza de la siguiente manera:

La *Primera Parte* trata sobre el Marco Teórico dividiéndose en dos capítulos principales. En el primer capítulo se desarrolla el tema de la insatisfacción corporal teniendo en cuenta conceptos, teorías y variables de interés. Mientras que en el segundo capítulo se abordan los conocimientos y consideraciones actuales respecto de los modelos estéticos corporales.

La *Segunda Parte* abarca el Marco Metodológico, con sus tres capítulos. En el primer lugar se describe la metodología utilizada considerando los objetivos, hipótesis, el tipo de estudio, la muestra, los instrumentos de evaluación y los procedimientos empleados para la realización del presente trabajo. Luego, en el capítulo siguiente, se presentan los resultados, resumiendo los datos recolectados y acompañándolos con gráficos para facilitar su comprensión siendo discutidos en el capítulo subsiguiente. Finalmente, en el último capítulo se presentan algunas conclusiones extraídas del estudio realizado.

PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO

PRIMER CAPÍTULO: INSATISFACCIÓN CORPORAL

Antes de abordar el tema de la insatisfacción corporal propiamente dicho resulta indispensable dedicarle un apartado a la imagen corporal ya que es un concepto amplio que posibilita comprender mejor la complejidad del fenómeno que se pretende abordar.

La insatisfacción corporal es la evaluación negativa realizada a partir de la imagen corporal que cada uno construye de sí. Siendo así, no se puede emprender el desarrollo teórico de ésta sin haber entendido correctamente la noción de imagen corporal como construcción multidimensional de componentes perceptuales, cognitivos, afectivos, conductuales y sociales.

I. IMAGEN CORPORAL

El concepto de imagen corporal es muy utilizado en diferentes disciplinas, especialmente en la psicología, por lo cual se ha visto enriquecido y transformado a lo largo del tiempo. En un principio se presentó como un constructo unidimensional pero luego las investigaciones sobre el tema dieron lugar a un concepto de mayor complejidad, de modo tal que en la actualidad abarca diferentes dimensiones.

En los años sesenta, Bruch (1962, citado en Baile Ayensa, Guillén Grima y Garrido Landívar; 2003) dedicado al trabajo con pacientes anoréxicas fue de los primeros en reconocer la importancia de la imagen corporal a partir de la manifestación alterada en sus pacientes. Sin embargo, se puede encontrar antecedentes de ese concepto en trabajos de tipo neurológico, desde principios del siglo XX. Baile Ayensa et al. (2003) señala que Pick en 1922 desarrolla la noción de “imagen espacial del cuerpo”, que sería una representación interna del propio cuerpo formada en base a información sensorial. Contemporáneamente, en 1926, Henry Head, dio a conocer su teoría del “Esquema Corporal” según la cual cada persona construye en el transcurso del tiempo en función de sus movimientos corporales un modelo mental de sí mismo a modo de imagen, que serviría como referencia para estimar las proporciones corporales de uno mismo y controlar los movimientos.

En 1935, se publica el libro “The Image and Appearance of the Human Body” (La imagen y apariencia del cuerpo humano) de Paul Schilder, quien plantea la primera definición de imagen corporal desde una perspectiva psicológica, superando los conceptos meramente neurológicos. Para él, la imagen corporal es “la figura de nuestro propio cuerpo que formamos en nuestra mente, es decir, la forma en la cual nuestro cuerpo se nos representa a nosotros mismos” (Schilder, 1950 citado en Baile Ayensa et al., 2003; p. 3).

En los noventa, Pruzinsky y Cash (1990, citado en Baile Ayensa et al. 2003) realizan un análisis multidimensional de la imagen corporal según el cual se trataría de un entramado compuesto por tres tipos de imágenes corporales interrelacionadas: una perceptual, otra cognitiva y, finalmente una imagen de tipo emocional. La imagen corporal perceptual abarca información sobre el tamaño y la forma del cuerpo en base a los aspectos que se autoperciben de él, en este sentido podría asimilarse a la noción de Esquema Corporal propuesta previamente por Henry Head. La imagen corporal cognitiva hace referencia a los pensamientos, auto-mensajes y creencias sobre su cuerpo que tiene cada persona. Finalmente, la imagen corporal emocional estaría en relación a los sentimientos que se establecen para con el cuerpo, concretamente al grado de satisfacción o insatisfacción que se siente con respecto a la figura que se posee y a las experiencias que proporciona el cuerpo.

Para estos autores la imagen corporal tiene un sustento subjetivo basado en la relación que cada persona establece con su cuerpo en las experiencias de la vida, es decir, que más allá de su correlato con la realidad la imagen corporal estaría determinada por la vivencia subjetiva de cada persona.

Según el análisis de Pruzinsky y Cash, la imagen corporal se encuentra profundamente relacionada con la autoconciencia. Para ellos el modo en que “percibimos y experimentamos nuestros cuerpos se relaciona significativamente a cómo nos percibimos a nosotros mismos” (Baile Ayensa et al.; 2003, p. 6). De la misma forma, consideran que pueden influir en el modo de percibir el mundo y el comportamiento de las personas de manera más o menos consciente. López Castillo (2013) analizando los aportes de estos autores, sugiere que

Las personas que están muy preocupadas y temerosas por su aspecto físico, procesan la información de cualquier situación social en términos de la competencia del atractivo corporal, es decir, la forma de percibir el mundo está influenciada por la forma en que sentimos y pensamos sobre nuestro cuerpo (p. 6).

Otro aspecto que resaltan dichos autores es que la imagen corporal se encuentra ampliamente influenciada por los modelos corporales que se imponen y sostienen socialmente ya que estos matizan la autopercepción del cuerpo. También destacan que no es un concepto estático en tanto que varía a lo largo de la vida acorde a las experiencias propias, influencias sociales y demás, por lo tanto se trata de un concepto dinámico (Baile Ayensa, et al.; 2003).

Thompson, en los noventa, desarrolla el concepto para abarcar los componentes perceptivos, cognitivos, emocionales descritos anteriormente por Pruzinsky y Cash. Además incluye y hace hincapié en un componente conductual según el cual las personas realizarían ciertas conductas en base a la representación que tengan de su propio cuerpo, como por ejemplo evitar situaciones sociales en las que se exponga el cuerpo o usar vestimenta tendiente a disimular diferentes áreas corporales (Baile Ayensa, et al. 2003).

Slade en 1994, por otra parte, propone que la imagen corporal consiste en una representación mental compleja y pone énfasis en la relación de la persona con el medio social, ya que la imagen corporal, según este autor se origina y modifica a través de la interacción de la psiquis individual con factores sociales. La define de la siguiente manera:

La imagen corporal es una representación mental amplia de la figura corporal, su forma y tamaño, la cual está influenciada por factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos que varían con el tiempo.

Slade (1994, citado en López Castillo 2013, p. 7)

Raich desde una perspectiva integradora entiende que:

La imagen corporal se construye histórica y culturalmente, está conformada por la percepción que tenemos de todo el cuerpo y de cada una de sus partes, como del movimiento y límites de éste, la experiencia subjetiva de actitudes, pensamientos, sentimientos y valoraciones que hacemos y sentimos y el modo de comportarnos derivado de las cogniciones y los sentimientos que experimentamos.

Raich (2001, citado en Mancilla Medina, Vázquez Arévalo, Mancilla Díaz y otros, 2012, p. 62.)

En el 2004; Cash (citado en López Castillo, 2013) se refiere a la imagen corporal como “experiencia psicológica multifacética de realización” ya que implica pensamientos evaluativos, creencias, sentimientos y comportamientos relacionados con la propia apariencia física, destacando que la imagen corporal se encuentra relacionada con la apariencia física pero no se agota en ella, sino que, por el contrario, es una representación compleja con importantes implicancias psicosociales.

Posteriormente, Salazar Mora (2008) propone que la imagen corporal es una representación mental acerca del tamaño, figura y de la forma general del cuerpo incluyendo todas y cada una de sus partes; entiende a dicha representación como la forma en que cada persona ve su cuerpo y cómo cree que los demás lo ven. Sin embargo, no se limita al aspecto perceptivo sino que involucra la forma de actuar en función del cuerpo (exhibición, evitación, etc.) y los sentimientos en relación al cuerpo tales como la insatisfacción corporal, las preocupaciones o, en el polo opuesto, la satisfacción corporal.

López Castillo (2013) destaca que la imagen corporal es un concepto complejo que se construye a lo largo de la vida, siendo influenciada principalmente por dos factores: las influencias del pasado que condicionan la forma en la que la persona se percibe y las influencias del presente que tienen que ver con las experiencias cotidianas que median la percepción y los sentimientos en relación al propio cuerpo.

En este sentido, (Perpiñá, Botella y Baños, 2000 citados en López Castillo 2013), piensan que las influencias del pasado son de tres tipos:

El primer tipo es lo que ellos llaman “Mi apariencia física. Mi cuerpo” que estaría en función de la consciencia de ser o tener un cuerpo en tanto individuos, es decir, ser conscientes de que el cuerpo propio es el que delimita a la persona como ser independiente de otros objetos y seres del mundo y al mismo tiempo, ese cuerpo constituye el medio a través del cual la persona se relaciona con el resto del mundo. Gómez Mudarra (2013) estima que la imagen corporal comienza a evolucionar alrededor de los dos años, edad en la que se toma consciencia de uno mismo, y no acabaría nunca, por lo que la imagen corporal se construiría hasta el final de la vida asimilando los cambios que cada etapa vital implica.

El segundo tipo de influencias del pasado tiene que ver con “La sociedad y la familia” ya que desde la primera infancia las personas se encuentran expuestas a los mensajes normalizadores de los medios de comunicación que instan a imitar los modelos estéticos corporales, delimitan que es lo deseable o no para la apariencia corporal imponiendo un peso, musculatura, altura y demás para que las personas sean valoradas como exitosas y bellas. Simultáneamente, la familia y el grupo de pares, de manera más o menos consciente, aportan valores que se inculcan en las personas potenciando el mensaje de los medios. Otro aspecto de las influencias sociales esta en relación a las “bromas” acerca de lo corporal: éstas son frecuentes entre niños y adolescentes pudiendo darse entre adultos también. Las personas que

son objeto de estas bromas y burlas pueden resultar afectadas en el desarrollo de su autoestima y de su imagen corporal, especialmente cuando se dan en la infancia y se prolongan en la pubertad pues en esta etapa las personas están muy atentas a los cambios corporales y son muy susceptibles a las críticas que reciben.

Finalmente, los autores llaman al tercer tipo de influencias del pasado “Mi personalidad, mi forma de ser” para dar cuenta de las diferencias personales que lleva a las personas con aspecto físico similar presenten actitudes, pensamientos, sentimientos y conductas diferentes hacia su cuerpo. Es decir que estas influencias, se encuentran vinculadas a los recursos personales que se poseen para tomar una actitud determinada frente al cuerpo.

Teniendo en consideración estas influencias, es que López Castillo (2013) señala que a lo largo de la vida, a través de la experiencia, las personas aprenden diferentes cosas acerca de su cuerpo, su aspecto, el valor que los demás le dan, lo deseable en función de los modelos estéticos corporales e incluso aprenden una forma determinada de pensar sobre él. Así cada persona crea una estructura de “supuestos básicos”, creencias y valores en relación a qué y cómo es un cuerpo perfecto, lo que implica en lo social e interpersonal y que tan cerca o lejos se encuentra de ese cuerpo.

Estos supuestos básicos guían el comportamiento de las personas especialmente cuando suponen que van a ser valoradas por su estética. Así, dichos supuestos, motivan a las personas a utilizar cierta ropa, exhibir u ocultar el cuerpo y demás acciones tendientes a cambiar el aspecto propio para asemejarse a lo considerado como deseable. En un intento de evitar el malestar se procura modificar el cuerpo, disimular algunas de sus características o evitar la exposición, pero estas conductas refuerzan el sentimiento de inadecuación, estableciendo una pauta a modo de círculo vicioso. Esto conlleva a consecuencias cognitivo-afectivas que repercuten en la autoestima, ya que se limita la valoración personal a la apreciación de apariencia física (López Castillo, 2013).

En esas situaciones se compara la imagen corporal propia con la que cada uno idealiza, si la imagen corporal real se distancia demasiado de la ideal, aparece un “diálogo interno con nuestro cuerpo” cargado de pensamientos y emociones negativas, que derivan un menosprecio de la imagen corporal real, es decir, en insatisfacción corporal.

Retomando el aporte de los diferentes autores, es oportuno señalar que en esta tesis se entiende la imagen corporal como una representación subjetiva del propio cuerpo, incluyendo aspectos perceptivos, cognitivos, emocionales y conductuales. Es un concepto dinámico, que varía a lo largo de la vida a través de la influencia de factores históricos, culturales, sociales, psicológicos y biológicos.

Además, se considera que esta representación es central en la vida de las personas ya que influye en la forma en la que cada uno se relaciona consigo mismo y con su entorno, de modo que una valoración negativa de la imagen corporal puede asociarse a múltiples problemas.

I. INSATISFACCIÓN CORPORAL

La insatisfacción corporal es la evaluación subjetiva y negativa de la figura o partes del propio cuerpo (Presnell, Bearman & Stice, 2004). Surge al comparar el cuerpo propio con el ideal y advertir con disgusto las diferencias entre uno y otro. Este cuerpo ideal está muy ligado a los modelos estéticos corporales que se imponen de diversas maneras, destacando entre ellas, los medios masivos de comunicación. En este sentido se puede comprender que la persona que interioriza un modelo corporal basado en un ideal y luego lo compara con su cuerpo, puede percibir la distancia entre uno y otro y sentir insatisfacción consigo mismo.

La percepción de la imagen corporal puede ser satisfactoria o por lo contrario producir malestar, a dicho malestar se le llama insatisfacción corporal (López Castillo, 2013). Es decir que se puede definir la insatisfacción corporal como el malestar que surge ante la percepción de la imagen corporal. En este sentido, cabe destacar que la percepción entendida como función psicológica subjetiva abarca más que una simple observación ya que se caracteriza por estar atravesada por una gran cantidad de variables como la forma de pensar, la motivación, la educación recibida, la cultura a la que se pertenece e incluso la actitud del otro y al mismo tiempo esta percepción influye en la forma de pensar, actuar, sentir e interactuar con los demás (Gómez Mudarra, 2013).

Es importante diferenciar la insatisfacción corporal de las distorsiones de la imagen corporal. La primera se caracteriza por el factor actitudinal o cognitivo donde se percibe adecuadamente el cuerpo y sus características pero aun así no se siente satisfacción por él, mientras que en la segunda prima el componente perceptivo.

Se entiende como alteración de la imagen corporal la presencia de juicios valorativos sobre el cuerpo que no coinciden con las características reales. Aunque siempre es esperable un cierto margen de error en las apreciaciones sobre el propio cuerpo, la presencia de sesgos sistemáticos (...) ha llevado a generalizar el concepto de alteración de la imagen corporal.

Sepúlveda, Botella y León (2001, p. 7)

Es decir, que la insatisfacción corporal puede ir asociada a alteraciones de la imagen corporal pero estas no son sinónimos ni fenómenos indisociables, ya que se puede presentar alteraciones de la imagen corporal sin sentir insatisfacción corporal y viceversa.

La insatisfacción corporal consiste en preocupaciones y temores respecto de la forma y/o el peso que impiden a las personas sentirse a gusto en su cuerpo. Por lo tanto, la persona que al percibir su imagen corporal de manera realista se siente cómoda con su cuerpo, aunque haya algún aspecto que le guste menos, no se considera que presente insatisfacción corporal (Gómez Mudarra, 2013).

La mayoría de las personas pueden no estar de acuerdo con alguna o varias partes de su cuerpo, incluso a veces intentan algunas estrategias de modificación corporal, pero esto no afecta su vida cotidiana, ni su salud, cuando esto pasa se le ha denominado malestar normativo. La insatisfacción corporal comienza cuando se realizan conductas nocivas para la salud con la finalidad de modificar la imagen corporal, en busca de un ideal que parece cada vez más inalcanzable.

Mancilla Medina (2012, p.62)

Cabe destacar que la insatisfacción corporal puede tener lugar en relación al cuerpo como un todo o a ciertas partes de este y que se expresa mediante pensamientos automáticos negativos hacia el cuerpo y la apariencia física, que conducen a comportamientos de evitación y/o errores cognitivos.

En conclusión, se entiende que la insatisfacción corporal es una evaluación negativa que realiza la persona a partir de la percepción realista de su imagen corporal, dicha evaluación le impide sentirse a gusto consigo mismo. En el apartado siguiente se propone un acercamiento a las distintas teorías que intentan explicar la etiología de la insatisfacción corporal.

II. ETIOLOGÍA DE LA INSATISFACCIÓN CORPORAL

Existen diferentes teorías que intentan explicar el fenómeno de la insatisfacción corporal; entre ellas se encuentra la propuesta realizada por Higgins en 1987. Él la denominó Teoría de la discrepancia entre el yo real y el yo ideal ya que pone énfasis en la comparación que realizan las personas de su cuerpo respecto de los modelos que consideran bellos, valorados y deseables, comparación de la que surge la constante preocupación y malestar característico de la insatisfacción corporal (Gómez Mudarra, 2013). Según esta teoría la insatisfacción corporal deriva de un proceso cognitivo de comparación, autoevaluación y autorechazo, los cuales son susceptibles de educación y de orientación.

Las teorías complementarias a ésta son las de tipo sociocultural según las cuales las personas asumen un modelo estético corporal a modo de canon de belleza preestablecido e irreal. Estos modelos se inculcan cotidianamente por medio de los medios de comunicación y los agentes de socialización, lo que resulta en discrepancias cognitivas entre el físico que se posee y el ideal de belleza deseado. Según estas teorías las influencias socioculturales en occidente son tan fuertes que terminan por extinguir los gustos y preferencias personales, haciendo que estos se adapten los demandados por la sociedad, así se verían cada vez menos personas capaces de sostener creencias y gustos propios y más personas que se ciñen a los cánones de belleza exigidos culturalmente, discriminando y marginando a quienes no se ajustan al modelo (Gómez Mudarra, 2013).

Richards, Thompson y Coovert (1990, citados en Gómez Mudarra, 2013) sostienen que la causa de la insatisfacción corporal se puede encontrar en la percepción subjetiva de

sobrepeso, sea real o no, y consideran que la situación se agravaría si la persona ha sido blanco de burlas por su apariencia física. Estos autores procuran utilizar esta teoría para relacionar la insatisfacción corporal con el deseo de disminuir de peso de la anorexia y la bulimia nerviosa.

Cash (1991, citado en López Castillo, 2013) parte desde una perspectiva cognitiva, y afirma que las personas se sienten tal y como piensan. Es decir que la manera en la que se interpretan los hechos determina los sentimientos que surgen e influye en el modo en el que se actúa. En este sentido propone doce errores cognitivos frecuentes que influyen en la insatisfacción corporal:

1. “La bella o la bestia”: Hace referencia a pensamientos dicotómicos sobre el aspecto físico, en donde no se puede contemplar la posibilidad de términos intermedios es decir, si no se es absolutamente bello se está condenado irremediablemente a la fealdad. Es una alteración cognitiva muy habitual encargada de polarizar el pensamiento entre dos contrarios absolutos.

2. “El ideal irreal”: Se toma como referencia para evaluar el aspecto físico un modelo estético imaginario (Chica alta, escultural, esbelta...) (Hombres fibrosos, altos, musculados...). El resultado es que cuando su apariencia no coincide con ese modelo estético corporal irreal, la persona se autopercibe como fea.

3. “La comparación injusta”: Se procura expresar las comparaciones que realizan las personas con modelos estereotipados que dedican todo su tiempo y dinero a conservar y mejorar su imagen en lugar de realizar una comparación más simple con personas de su vida cotidiana, con características y actividades similares a las propias. Aunque es válido aclarar que, según el autor, tampoco sería prudente realizar comparaciones de este tipo ya que sería más saludable para las personas no compararse con los demás.

4. “La lupa”: Se refiere al error cognitivo que se da cuando una persona focaliza su atención selectivamente en un aspecto de sí que no le resulta agradable exagerando su importancia y ampliando este descontento a otras dimensiones.

5. “La mente ciega”: En este caso la atención selectiva redundante en no focalizar o ignorar los aspectos de la apariencia personal que le resultan agradables.

6. “Mala interpretación de la mente”: Este pensamiento automático tiene lugar cuando las personas se convencen a sí mismas de que no son bellas o atractivas y piensan que el resto de las personas también la ven de esa forma.

7. “La fealdad radiante”: Expresa la situación en la que, a modo de generalización, la persona extiende la insatisfacción que siente con un aspecto de su cuerpo a toda la imagen corporal. Así cuando la persona encuentra un indicio de algo que no le agrada, lo generaliza a toda su persona y busca otras pruebas que apoyen su pensamiento obteniendo una afirmación de ello que retroalimentará la generalización.

8. “El juego de la culpa”: Con esta frase procura dar cuenta del pensamiento automático en el que se asume que cualquier suceso negativo es consecuencia de alguna insatisfacción con el propio aspecto físico. Aunque en la mayoría de ocasiones no cuenta con ningún tipo de relación.

9. “Prediciendo desgracias”: Una mala interpretación de la mente hace suponer que una característica valorada como negativa no tendrá consecuencias muy positivas en el futuro, lo que puede llegar a convertirse en una profecía autocumplida.

10. “La belleza imitadora”: Esta distorsión cognitiva se basa en las limitaciones de la conducta por culpa de la apariencia. Es decir se asume que no se pueden realizar ciertas actividades debido al aspecto físico.

11. “Sentirse feo”: El pensamiento de ser feo se considera una verdad absoluta, se buscan indicadores que lo confirmen y se niegan aquellos que lo contradicen.

12. "Reflejo del malhumor": En este tipo de distorsión cognitiva el pensamiento culpa al aspecto físico de todos los problemas que le suceden a la persona diariamente. Es decir, el malhumor toma como blanco el propio cuerpo y lo hace víctima de críticas inmerecidas.

Estas doce distorsiones son las más habituales, y aunque no son necesariamente patológicas, si se convierten en ideas fijas u obsesiones pueden obstaculizar las conductas de las personas, impedir ciertas actividades, generar un malestar significativo y/o perjudicar las relaciones interpersonales tornándose disfuncionales.

Rosen en 1997 realizó una revisión teórica sobre el tema y concluyó que los factores asociados a la insatisfacción corporal tiene que ver con un autoestima desvalorizada, caracterizaciones de los roles sexuales, miedos sexuales, emociones de ineffectividad, problemas propio de la personalidad e influencias culturales, haciendo énfasis en estas últimas y destacando que ninguno de estos factores por sí solos podrían explicar la insatisfacción corporal (Gómez Mudarra, 2013).

Salaberria, Rodriguez y Cruz (2007) sostienen que en la etiología de la insatisfacción corporal confluyen factores históricos o predisponentes y factores de mantenimiento que dan lugar a la incorporación de actitudes, esquemas, ideales, percepciones, y emociones sobre el propio cuerpo de tipo dañino e insatisfactorio. Los factores predisponentes serían:

a) Modelos familiares y amistades: El modelado de figuras importantes como son los padres excesivamente preocupados por el cuerpo y el atractivo, con continuas verbalizaciones negativas sobre el mismo y prestando una excesiva atención hace que un niño/a aprenda esas actitudes. Por otro lado, ser criticado o sufrir burlas hacia el cuerpo por parte del grupo de pares posiciona a las personas en un estado de vulnerabilidad para el desarrollo de insatisfacción corporal.

b) Sociales y culturales: sostienen que el modelo estético corporal impuesto socioculturalmente se relaciona con la autoestima, el atractivo y la competencia personal autopercebida ya que sostiene que lo bello es bueno, sobrevalora de la delgadez y estigmatiza la gordura

c) Características personales: la baja autoestima, la inseguridad, las dificultades en el logro de la autonomía y los sentimientos de ineficacia pueden hacer que una persona se focalice en los aspectos rechazados de su apariencia física e intente alcanzar el modelo propuesto como perfecto para compensar sus sentimientos.

d) Desarrollo físico y feedback social: los cambios de la pubertad, el desarrollo precoz o tardío, el índice de masa corporal o el peso y las características del cuerpo, así como los comentarios y valoraciones que recibe de los demás pueden ser factores predisponentes a la insatisfacción corporal.

Los autores destacan que generalmente existe un hecho desencadenante que lleva a la persona a tomar conciencia de los aspectos menos valorados de sí. Estos sucesos desencadenantes consisten, por lo general, en la exposición del cuerpo, el examen y la comparación social que resultan en el malestar propio de la insatisfacción corporal. A partir de estos, se le da lugar a los factores de mantenimiento de la insatisfacción corporal entre los que se destacan la realización de conductas de evitación, rituales, comprobaciones que activan pensamientos y autoevaluaciones negativas que resultan ineficaces para manejar las situaciones, las emociones, las preocupaciones y los pensamientos.

Siguiendo a López, Raimann y Gaete (2015) se puede afirmar que los factores que influyen en el surgimiento de insatisfacción corporal son de tipo “individual”, “familiares y pares” y de factores “socioculturales” en general. Los factores individuales que estos autores destacan son la baja autoestima, ansiedad, depresión, perfeccionismo, crisis normativas de la edad o crisis inesperadas, tamaño corporal, apariencia y peso. Los factores familiares y de pares abarcarían las actitudes de estos en relación al peso y la figura y las burlas, críticas y comentarios hacia el cuerpo. Finalmente el factor sociocultural más influyente en la insatisfacción corporal para estos autores es la presión que recae sobre las personas para asemejarse a los modelos estéticos corporales.

En conclusión, se podría pensar que la insatisfacción corporal tiene una etiología compleja, multicausal, en la que intervienen diferentes factores. Si bien sería acertado poner énfasis en los aspectos socioculturales más amplios que llevan a la institución de un modelo

corporal estético muy distante de los cuerpos que predominan en la población no se debe pasar por alto los factores socializantes del círculo más íntimo de las personas ya que estos pueden disminuir o fomentar la influencia de dichos modelos estéticos. Por último, igualmente importante, no se debe simplificar este fenómeno tan complejo y adoptar un estilo atribucional de tipo externalizador ya que los factores individuales también tienen un rol fundamental en el surgimiento y mantenimiento de la insatisfacción corporal, lo que posibilita trabajar con las personas de modo que logren disminuir o eliminar la insatisfacción corporal sentida aún cuando los contextos no cambien.

Esto es muy importante ya que si no se trabaja en la prevención y tratamiento, la insatisfacción corporal puede traer aparejados diferentes problemas y trastornos. Raich (2004) señala que una preocupación exagerada por el cuerpo puede llegar a ser altamente perturbadora e incluso incapacitante para mucha gente.

III. PROBLEMAS Y TRASTORNOS ASOCIADOS A LA INSATISFACCIÓN CORPORAL

Frenzi Rabito Alcón (2015, p. 86) afirma que “si no se tiene una imagen corporal sana, el propio cuerpo puede convertirse en un problema importante para muchos individuos”. De modo que la insatisfacción corporal representa una gran conflictiva para muchas personas e incluso puede causar otros problemas y trastornos.

Según Gómez Mudarra (2013) las personas que presentan una marcada insatisfacción corporal suelen orientar sus vidas alrededor de las preocupaciones e inquietudes que experimentan por lo que realizan ciertas conductas o, por el contrario, evitan otras actividades con el objeto de atenuar los sentimientos de malestar. Estas conductas y actitudes adoptadas en función del mencionado malestar corporal, conducen a un proceso de reforzamiento, sosteniendo e incrementando la preocupación por su apariencia. Así, cuando una persona con un elevado nivel de insatisfacción corporal se encuentre frente a una situación en la que puede anticipar cierta ansiedad o sentimientos de malestar relacionados con su cuerpo procurará evitar dicha situación desagradable, y como al evitarlo impide el surgimiento del malestar temido, esa conducta resulta reforzada de forma que la repetirá una y otra vez, en cada momento en que se manifieste la ocasión, pudiendo desembocar en distintas problemáticas.

La insatisfacción corporal, según Raich (2004), está relacionada con gran cantidad de alteraciones o disgustos que se dan manera conexas. Así ocurre que generalmente la insatisfacción corporal se encuentra asociada a una baja autoestima, lo que hace que la persona se sienta poco adecuada y por ende no se valore.

Mancilla Medina et. al. (2012) refieren que la insatisfacción corporal disminuye significativamente el bienestar psicológico afectando también las habilidades sociales. Se debe contemplar que este malestar causa ansiedad interpersonal porque para quién no puede aceptarse a sí mismo es prácticamente imposible pensar que otros sí puedan aceptarlo tal como es, y por ende se siente incómodo o inadecuado en sus interacciones sociales. Esto se complejiza aún más cuando se trata de relaciones sexuales ya que presentará temores para mostrarse desnudo o ante las más simples insinuaciones de ello, lo que cobra relevancia en la adolescencia (Raich 2004).

Salazar Mora (2008) señala que la insatisfacción corporal dificulta la relación de los adolescentes con sus pares, lo que conlleva a situaciones de estrés, frustración y tristeza.

Straus y Pollack (2009, citados en Sánchez Vázquez y Rossano Bernal 2012, 3) asocian la insatisfacción corporal a la “depresión, marginación, discriminación y diferentes consecuencias sociales y emocionales”. De hecho podría pensarse en un círculo vicioso en el que estos síntomas o trastornos y la insatisfacción corporal se retroalimenten mutuamente.

La insatisfacción corporal puede provocar errores cognitivos, conductas de evitación y rituales con objeto de evitar el malestar relacionado con la insatisfacción corporal. En algunas personas, esto se rigidiza derivando en trastornos de tipo obsesivo-compulsivo con ideas fijas, repetitivas e involuntarias y rituales conductuales para poder controlar los sentimientos que despiertan esas ideas o una fobia social en los casos que temen la exposición en situaciones sociales debido a la posible evaluación de los demás (Gómez Mudarra, 2013).

Otro de los riesgos asociados a la insatisfacción corporal es la realización de dietas por debajo de las necesidades nutricionales tales como ayunos y dieta restrictivas a las que se les suele añadir una actividad física excesiva. Estas conductas, al ser realizadas generalmente en etapas fundamentales del desarrollo y crecimiento, como lo es la preadolescencia, puede tener consecuencias indeseables como el retraso en el crecimiento, pubertad tardía, fatiga, problemas gastrointestinales, deficiencias nutricionales, lesiones óseas e implicancias negativas en el desarrollo psicológico de estos (Mancilla Medina et al., 2012).

En consonancia con ello, es importante destacar que la insatisfacción corporal es considerada como uno de los factores de riesgo predictores de trastornos de la alimentación en la adolescencia (Sánchez Vázquez y Rossano Bernal, 2012), llegando a ser un factor regulador y mantenedor de estos trastornos (Mancilla Medina et al., 2012).

IV. ADOLESCENCIA E INSATISFACCIÓN CORPORAL

La adolescencia es el periodo del ciclo vital que media entre la niñez y la adultez. Comienza con la pubertad entre los nueve y los dieciséis años, con amplias diferencias individuales, y estirándose cada vez más hacia la juventud siendo difícil determinar la edad en la que finaliza. Di Segni Obiols (2004) hace hincapié en la prolongación de esta etapa hacia ambos extremos, de tal manera que se estimula a los niños para que pasen rápida e inclusive prematuramente a la adolescencia y se favorece que los jóvenes y adultos conserven su estilo adolescente a través de la extensión del período de preparación y formación, y por las escasas oportunidades de inserción laboral e independización económica.

En esta etapa maduran los órganos sexuales y el cuerpo cambia de tal forma que, en poco tiempo, los púberes tienen que asimilar el acelerado crecimiento físico, el cambio en la forma y tamaño del cuerpo, que el rostro pierda su aspecto redondeado de la niñez, lo que es más marcado para los varones ya que, además, le crece vello facial y le cambia la voz. A estos cambios, hay que agregarle el hecho de que aparecen las señales de madurez sexual: el vello púbico, el crecimiento de los genitales en los varones y de busto en las mujeres, la espermaquía y menarquía respectivamente.

La respuesta de cada adolescente a los cambios corporales que acontecen en este periodo ha de variar dependiendo de diferentes factores, como por ejemplo, la comprensión que tenga de lo que está sucediendo, las charlas con sus padres y compañeros acerca de la pubertad, las diferencias del desarrollo propio en comparación al de los pares y los valores socioculturales de cada grupo, relativos al significado de la madurez sexual en los adolescentes (Álvarez, 2011).

Es por ello que Moreno y del Barrio (2000) afirman que lo más importante no son los cambios biológicos en sí mismos, sino la forma en que cada púber los vivencia, interpreta e integra en su autoconcepto.

Un aspecto sumamente relevante de la adolescencia en relación al tema de interés, es la sexualidad. Con la madurez de los órganos sexuales y la eclosión hormonal propia de la edad, surge la curiosidad por el sexo que generalmente causa cierta ambivalencia: puede ser asociado al placer, la capacidad reproductiva o al temor por las enfermedades que se pueden transmitir, según los diferentes discursos que circulan o las fuentes que consultan. El acto sexual les causa curiosidad, lo desean y al mismo tiempo le temen, temen su desempeño, su reputación y consecuencias. Sin embargo, la curiosidad por lo sexual se presenta y con ella el interés en el atractivo físico tanto propio como el de los demás (Stone y Church, 1995).

Centran su atención en el cuerpo, pueden pasar largas horas frente al espejo, sintiéndose ambivalentes, lindos, feos, torpes y/o inseguros. Asimilar los cambios de esta etapa puede ser más o menos problemático para cada uno, sobre todo si se tiene en cuenta que estos cambios pueden ser abruptos o no, y que existen grandes diferencias individuales, por lo que al compararse con sus pares pueden sentirse diferentes, incomprendidos y hasta discriminados por alejarse de los modelos estéticos.

El desarrollo del cuerpo les plantea a los y las adolescentes no solo cómo son, sino cómo desearían ser, y el medio en el cual viven les presenta multitud de vías donde es posible elegir (académicas, deportivas, etc.). De igual manera, les expone una forma y un volumen del cuerpo como una vía más para escoger. Tal elección no es del todo cierta, pues influye en gran medida su genética, y, (...) el acceso a la belleza adquirida está restringido a ciertos grupos sociales los cuales pueden pagar por ella (cirugías, dietas, etc.). De ahí, la frustración experimentada por muchos(as) adolescentes ante un esfuerzo por transformarse en figuras delgadas, y las consecuentes decisiones dañinas y hasta suicidas tomadas por algunos(as) jóvenes para alcanzar la imagen corporal de moda.

Toro y Vilardell (1987 citado en Salazar Mora 2008, p. 69)

El adolescente se pregunta quién es y qué hacer con su cuerpo. Es sensible a la crítica e indaga entre sus pares buscando similitudes que lo hagan sentir seguro. Para algunos la adolescencia puede ser vivenciada con aflicción mientras que para otros más cercanos a los modelos estéticos hegemónicos puede ser tomada con orgullo.

Los cambios físicos y psicológicos durante el comienzo de la pubertad promueven el desarrollo de insatisfacción corporal que, en algunos casos, puede mantenerse durante toda la adolescencia y más (Mancilla Medina et. al., 2012). Según Baile et. al. (2003) la insatisfacción corporal se afianza en el comienzo de la adolescencia entre los doce y los dieciséis años, manteniéndose en edades posteriores. Sin embargo, Acosta García y Gómez Peresmitré (2002) encontraron elevada insatisfacción corporal a edades aún más tempranas, entre los diez y once años lo que quizás pueda estar relacionado con las variaciones en el inicio de la pubertad.

Si bien, el cuerpo del adolescente hoy es valorado y admirado, estos cambios pueden resultar ansiógenos. Un cambio muy temido es la redistribución de la grasa corporal. En esta etapa, algunas zonas del cuerpo se ensanchan lo que muchas veces es valorado negativamente por los adolescentes, especialmente por mujeres, porque son conscientes del estigma asociado con el sobrepeso. Los jóvenes confunden el desarrollo esperable del cuerpo en la pubertad con un exceso de peso y desean evitarlo recurriendo a comportamientos de control y pérdida de peso (Mancilla Medina et al., 2012).

Es así que la mayor parte de los adolescentes está más preocupado por su apariencia que por cualquier otro aspecto de sí mismos, y muchos están disconformes con su imagen. Las mujeres tienden a sentirse más insatisfechas con su apariencia que los chicos, y esto se debe, en gran parte, a que culturalmente se le da mayor énfasis a los atributos físicos femeninos (Papalia, Wendkos Olds y Duskin Feldman, 2004).

Esta insatisfacción puede influir en la consolidación del sentido de identidad, es decir, en el sentido de “continuidad progresiva entre aquello que ha llegado a ser durante los largos años de la infancia y lo que promete ser en el futuro; entre lo que él piensa que es y lo que percibe que los demás ven en él y esperan de él” (Erikson, 1971 citado en Zacarés González, Iborra Cuéllar y otros, 2009, p. 316).

En general, los adolescentes exploran detenidamente los cambios corporales experimentados e instrumentan las posibilidad que se les ofrece en su medio para mejorar su apariencia asemejándola a los modelos estéticos corporales determinados socioculturalmente. De modo que la vestimenta, el maquillaje, los peinados, gestos, expresiones faciales y posturas de moda se instrumentan como medio de inclusión entre pares e indicador de pertenencia a los grupos de interés. Así, la imagen corporal se debe elaborar no sólo como tal sino como medio de pertenencia y adaptación a las normas sociales, lo que supone una presión significativa para los adolescentes ya que se encuentran en etapa de integración corporal y social (Salazar Mora, 2008).

En un mundo que a menudo le resulta anónimo, complejo e insensible, el adolescente encuentra en el grupo de pares un reconocimiento que le confirma su cualidad de semejante a quienes conforman el grupo y, al mismo tiempo, diferente a los demás (Téllez Infantes, 2011).

La pertenencia a un grupo otorga una sensación de seguridad, es fuente de afecto, simpatía, entendimiento y orientación moral. Los adolescentes se brindan apoyo los unos a los otros, en tanto semejantes, se sienten fuertes e independientes, no hay nada que no puedan hacer en grupo, abrigan un sentimiento de omnipotencia mientras están juntos. Configuran un espacio en el que se puede ensayar roles, en el que las relaciones son más igualitarias aunque menos estables, es un ambiente óptimo para lograr autonomía e independencia de los padres. En esta etapa el adolescente abandona los viejos modos infantiles para adquirir los roles adultos, sin tener aún la autonomía para ejercerlos, por lo que se delega a los pares la responsabilidad de definir cuáles son las conductas deseables o esperables. Para el adolescente el grupo de pares es el mecanismo que le permite salir del ámbito familiar e ingresar al social de manera protegida, ya que se convierte en un espacio donde puede actuar, reflexionar, intentar conductas, desarrollar destrezas, e ir elaborando su identidad (Álvarez, 2011).

En este período del ciclo vital la aceptación de los pares es primordial, puede convertirse en el tema principal para los adolescentes, lo que genera estrés, frustración y tristeza si no se logra. Se puede afirmar que los adolescentes forjan su identidad e imagen corporal basándose no sólo en sus experiencias y sus rendimientos personales, sino también la aprobación y desaprobación de los demás, principalmente del grupo coetáneo por lo que el veredicto de los pares, determinado por los modelos estéticos de moda, se torna fundamental

para ellos (Salazar Mora, 2008). Es la mirada de los otros y el lugar brindado lo que ayuda al adolescente a constituir su identidad, a saber "quién soy", eje central y conflictivo de la adolescencia (Téllez Infantes, 2011).

Existe una preocupación por verse en el otro, (...), el adolescente es menos libre de lo que parece, ya que en este trayecto de construcción de su propia subjetividad, va adoptando y aferrándose a múltiples modelos, con los cuales logra identificarse masivamente en un primer momento, siempre dependiendo de cada caso en particular, para luego ir formando una subjetividad propia.

Balbi (2013, p. 16)

En este sentido, la influencia de los pares se convierte en un transmisor importante de ideales socioculturales y predictor significativo de la insatisfacción corporal. Tanto las críticas y burlas de pares como de la familia influyen en la aceptación de los adolescentes de su propio cuerpo, pudiendo provocar, mantener o intensificar la insatisfacción corporal (Mancilla Medina et al., 2012).

Es así que los sentimientos que tengan los adolescentes respecto de su cuerpo pueden influir en el desarrollo de su identidad, especialmente en el aspecto social. Puede ocurrir que los adolescentes inmersos en la sociedad de consumo puedan estar satisfechos con su cuerpo ya que la adolescencia les ha proveído el cuerpo modelo valorado socialmente, lo que supone éxito y control sobre sí mismo. O bien, puede ocurrir el caso opuesto, que el adolescente se aleje del modelo estético valorado y surjan sentimientos asociados con el fracaso especialmente si se han realizado perseverantes intentos de alcanzar la figura deseada.

Los adolescentes suelen tener "crisis de identidad" o "crisis de autoestima", es decir, no se valoran a sí mismos como lo que son sino que tienen en mente a ese "tipo ideal" de persona que piensan que nunca van a llegar a ser. En múltiples ocasiones esta infravaloración viene determinada por aspectos físicos de su cuerpo con los que no está conforme generando inseguridad, problemas emocionales y/o conductuales (Téllez Infantes, 2011).

Téllez Infantes (2011) advierte que la adolescencia puede constituir uno de los períodos más críticos del ciclo vital para el desarrollo de la autoestima porque es una etapa crucial para el forjamiento de la identidad. En esta época el adolescente debe lograr el pasaje a la independencia, de modo que es necesario que confíe en sus propios recursos. Se mira al futuro, procurando disfrutar el presente e integrar el pasado, intentando afrontar aquellos aspectos que le resultan conflictivos. En la "crisis de identidad" de la adolescencia se cuestiona todo lo adquirido en el pasado, incluyendo la opinión que tienen de sí mismos. Entonces, puede rebelarse y rechazar cualquier valoración proveniente de terceros, o bien, que no haga más que pedir a los demás aprobación y consejos de todo tipo. Moreno y del Barrio (2000) señalan que no es casual que el autoestima de los adolescentes generalmente esté en sintonía con lo que los demás opinan del él, tanto como persona en general como respecto de su apariencia física.

Esta crisis no deben considerarse como patológica, pues forma parte de un proceso saludable y vital construido sobre los logros de las etapas anteriores, y crea las bases para afrontar los problemas psicosociales de la vida adulta (Papalia, 2004). El adolescente debe pasar inexorablemente por una reorganización crítica de su manera de considerarse, lo que puede afectar su autoestima (Téllez Infantes, 2011).

Es por lo mencionado que en este periodo los adolescentes están más atentos a su imagen corporal y son más vulnerables a la insatisfacción corporal. Los efectos de no sentirse a gusto con su cuerpo pueden marcar su relación consigo mismo, los otros y el entorno en una etapa en la que esto es fundamental para el desarrollo de la autoestima, las relaciones interpersonales y la personalidad.

Además, se debe reconocer la influencia de los contextos socioculturales en el que se desarrolla cada adolescente, ya que forjan su identidad en función de las vivencias que pueden experimentar en su medio. Sin intención de caer en un determinismo social, se debe comprender a cada adolescente en su contexto ya que este marca diferencias en la realidad de cada uno de ellos. En consecuencia, en el siguiente apartado se considerará la relación del contexto socioeconómico y la ubicación geográfica en relación a la insatisfacción corporal de los adolescentes.

V. INFLUENCIA DEL CONTEXTO SOCIODEMOGRÁFICO EN LA INSATISFACCIÓN CORPORAL

Tradicionalmente se consideraba que la insatisfacción corporal era un fenómeno propio de las clases altas y de las ciudades modernas y desarrolladas, manifestándose de manera evidente en la elevada prevalencia de los trastornos de la conducta alimentaria entre las personas con estas características. Sin embargo, con el tiempo se ha detectado insatisfacción corporal y una creciente cantidad de trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes pertenecientes a clases sociales más bajas y de zonas “semi-urbanas” y rurales, aunque en estos contextos es más complejo detectarlos ya que generalmente se está más preocupado por el control de la desnutrición y la obesidad (Tinat, 2008).

La influencia del nivel socioeconómico en la insatisfacción corporal no ha sido suficientemente estudiada, pues tal como lo indica Medina Mancilla et al, (2012) los resultados son inconsistentes. Mientras que algunos estudios reportan que no hay relación entre el nivel socioeconómico y la insatisfacción corporal, otros reportaron que sí la tiene. De esta manera, Austin, Haines y Veugelers (2009) encontraron que individuos con menor poder adquisitivo y que vivían en zonas rurales presentaban mayor insatisfacción corporal. En tanto que Costa, Ramos, Severo y otros (2008) llegaron a la conclusión que las niñas con mayor nivel socioeconómico presentaban mayor insatisfacción corporal y sintomatología de trastornos de la conducta alimentaria. En consonancia con esto, Van den Berg, Mond, Eisenberg y otros (2010) aseveran que existe insatisfacción corporal en todas las clases sociales pero que ésta es significativamente menor en las clases socioeconómicas bajas respecto a las clases altas.

McLaren y Kuh (2004) manifiestan que existe mayor insatisfacción corporal en las clases altas, especialmente entre las mujeres. Sugieren que esto podría relacionarse con las valoraciones que la sociedad actual realiza respecto de la delgadez. Según estas autoras, en las clases altas la delgadez es valorada como un proyecto “digno de tiempo y esfuerzo” que diferencia a las personas de clase alta de aquellas que no pueden destinar sus recursos al cuidado de la apariencia física.

Por otra parte, Casillas-Estrella, Montaña-Castrejón, Reyes-Velazquez y otros (2006) manifiestan que los factores socioculturales influyen sobre la percepción de la imagen corporal. Entre estos factores destacan que a mayor nivel socioeconómico y de conocimientos se presenta una mayor incidencia de insatisfacción corporal. No obstante, Wanga, Byrne, Kenardy y otros (2005) encontraron que los adolescentes de clase social baja, con menor nivel educativo, presentaban mayor insatisfacción corporal que los adolescentes de clases socioeconómicas mayores. Al mismo tiempo, hallaron que los adolescentes pertenecientes a la clase media presentaban menor insatisfacción que los adolescentes de clase alta insertos en ámbitos de mayor formación académica. En consecuencia, Wanga et al (2005) afirma que se sabe muy poco respecto de la relación entre la insatisfacción corporal, el status socioeconómico y el nivel educativo.

En cuanto la ubicación geográfica, Morgan, Vecchiatti y Brooking (2002) afirman que se advierte menor insatisfacción corporal en poblaciones rurales porque éstas se encuentran frente a una menor exposición a ciertos ideales y hábitos propios de esta problemática.

La urbanización conduciría a una mayor exposición al ideal de la delgadez a través de los medios de comunicación, así como a proporcionar cambios de hábitos alimentarios (por ejemplo, "comida rápida") y en la inactividad física (p. 20).

Behar (2010) señala que los modelos estéticos suelen extenderse en las sociedades complejas en sentido descendente, vale decir, de las clases más elevadas a las más bajas, llegando incluso a estimar que a mayor grado de urbanización mayor presencia de trastornos de la conducta alimentaria, lo que da cuenta de mayor insatisfacción corporal. A pesar de esto, la autora agrega que la relevancia de la apariencia y el ideal de delgadez —que antes se

consideraban privativos de las clases altas– han pasado a ocupar un lugar fundamental en todos los niveles socioeconómicos.

Siendo así, es posible que existan similares niveles de insatisfacción corporal en los adolescentes de los diferentes contextos sociodemográficos ya que las causas de este fenómeno son más complejas que la mera exposición al ideal de delgadez a través de los medios de comunicación, tal como señalan Pérez Gil Romo, Vega-García y Romero-Juárez (2007):

La proliferación en los últimos años de diversos tipos de percepciones e imágenes estéticas y numerosas corrientes dietéticas que suponen la creación de una nueva "conciencia alimentaria", (...), ya no sólo en las ciudades urbanas modernas, sino que están comenzando a hacer su aparición en comunidades no tan urbanizadas (p. 62).

El capítulo siguiente procura realizar un acercamiento a los Modelos Estéticos Corporales en un contexto sociocultural en el que el cuerpo es tratado con gran dedicación para ser moldeado según la demanda de estos modelos, lo que en definitiva favorecería el desarrollo y aumento de insatisfacción corporal.

SEGUNDO CAPITULO: MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES.

I. EL CUERPO

Antes de abordar los modelos estéticos corporales como tal es conveniente realizar algunas consideraciones respecto del lugar que ocupa el cuerpo en la sociedad actual.

El cuerpo es más que la estructura física y material del ser humano, el cuerpo es su posesión indisociable, es por intermedio del cuerpo que el ser humano ha de experimentar el sufrimiento (dolor y enfermedades) y las sensaciones agradables como el placer y sensualidad, entre otras. El ser humano posee un cuerpo y es a través de él que experimentara la vida mientras dure (Le Breton, 2002a).

Al mismo tiempo, el cuerpo que el ser humano posee, lo define a sí mismo, pues es la imagen visible de la persona, es su carta su presentación, da información acerca de sus prácticas y relaciones sociales, llegando a ser, para muchos, lo más importante del ser humano.

El cuerpo actualmente se vuelve ya no un envoltorio, sino que se erige como un protagonista de las sociedades modernas, una expresión y emblema de libertad, identidad, belleza, salud, prestigio, perfección, etcétera.

Sossa Rojas (2011, p. 566).

El cuerpo como protagonista de las sociedades actuales es alcanzado por los discursos y demandas sociales que hacen de él un lugar en que se pueden materializar dichas demandas, se reclama un actuar determinado, una vestimenta, una estética. (Carvajal, 2004 citado en Alfonso Parra, 2009). Según Viana Timbiano (2013, p. 49) "El cuerpo deja de ser entendido como algo

dado por la naturaleza y comienza a entenderse como una versión de borrador, que pide trabajo, mejora o modificación”

A través de su apariencia, gestos, posturas y movimientos, el cuerpo media la comunicación con el mundo y los otros. Se expone al juicio propio y ajeno. El cuerpo es objeto de interpretación social, pues se construye, experimenta e interpreta en la sociedad histórica y cultural de cada persona (Marcús, Zicavo, Cyunel y otros, 2011a).

El cuerpo es mirado, juzgado y clasificado según diferentes parámetros socioculturales, algunas características como la altura, el peso u otras cualidades estéticas fácilmente son tomados como indicadores suficientes para captar la atención del otro o para ser clasificado bajo una etiqueta moral o social (Le Breton, 2002b).

La manifestación de lo que cada persona es y/o quiere ser queda figurada primariamente en el cuerpo. Su apariencia da cuenta de la manera en que la cultura media su experiencia, siendo un símbolo que revela la posición de la persona en la sociedad. Por eso, reunir los criterios de una apariencia corporal valorada por el grupo social al que se pertenece o desea pertenecer asume la connotación de realización y desarrollo personal (Viana Timbiano, 2013).

Sin embargo, los criterios estéticos valorados no son los mismos a lo largo de la historia y difieren de una cultura a otra, según los modelos estéticos corporales que se hayan construido en cada tiempo, pues en cada época prevaleció un determinado estereotipo corporal establecido como modelo. Los modelos estéticos corporales se construyen, sostienen e imponen socialmente. A raíz de esto, se propone en el apartado siguiente un breve recorrido histórico de estos criterios teniendo como referencia la sociedad occidental en la que nos encontramos inmersos.

II. PERSPECTIVA HISTÓRICA

En las sociedades primitivas de antaño se consideraban más atractivas las personas robustas que las delgadas, estas tenían gran prestigio y eran de status elevado. Esta contextura daba cuenta de la capacidad del hombre de dotar a su mujer con alimento a pesar de la escasez en la que se vivía, la delgadez era presagio de muerte ante las frecuentes hambrunas (Ford y Beach, 1951 citados en Toro, 1999). Las modificaciones corporales practicadas por los pueblos y las estructuras prehistóricas dan cuenta del valor que se le da a la redondez corporal como símbolo de la fecundidad femenina, su capacidad de dar a luz y amamantar. Dicha redondez no debe entenderse como obesidad, sino más bien de un vientre redondeado, amplias caderas y senos voluminosos asociados a la condición procreadora de la mujer.

Si analizamos las sociedades clásicas, encontramos que se resaltó el cuerpo masculino por encima del femenino. Por un lado, en Grecia convivían dos tipos de masculinidades, en Esparta había un modelo de hombre-guerrero, disciplinado, musculoso y entrenado para la guerra, mientras que en Atenas se sostenía que el hombre debía ser pensante, reflexivo y abstraídos de su corporeidad (Fachini, 2006) de manera que para los griegos, podía ser importante el cuerpo o bien, los aspectos internos siendo bello lo saludable, noble y sabio.

La mujer, por otra parte, era considerada como un suplemento del hombre. Según Aristóteles, lo femenino era equivalente a la carencia, por su naturaleza defectuosa, débil e incompleta (Behar Astudillo y Figueroa Cave, 2004).

Contemporáneamente, los romanos estimaban la delgadez como valor. Sin embargo, los hombres realizaban frecuentes festines y comilonas y a las mujeres se las valoraba por su condición de madre, lo que lleva a deducir que la delgadez no era más que un ideal (Toro, 1999).

La Edad Media puso en evidencia la dicotomía existente en el rol asignado a la mujer, se contraponía el modelo de la mujer virgen al de la cortesana. Así las mujeres podían tener una valoración elevadamente positiva en el sistema místico de redención o bien, ser responsable de la corrupción y del pecado de la humanidad (Behar Astudillo y Figueroa Cave, 2004). Esta es la razón por la cual las “mujeres decentes” aceptaban con sumisión la autoridad de la figura masculina como el padre, el marido o el sacerdote. Debían ser piadosas, calladas, meticulosas, serviciales y cuidar siempre que su aspecto y actitudes no diera lugar a insinuaciones indecorosas.

En cuanto al modelo corporal valorado, el medioevo se caracterizaba por el rechazo a la delgadez porque era sinónimo de hambre, enfermedad y pobreza. Al mismo tiempo el comer en exceso estaba mal visto, ya que era considerado gula y contemplado como pecado capital.

Al final de esta época se instala la sociedad feudal y en ella ya no importa la musculatura ni la fertilidad sino que la persona empieza a ser valorada por su porte, habla y demás. Comienza lo que Toro (1999) denomina “*socialización del cuerpo*” según la cual las funciones corporales se organizan socialmente y el cuerpo en sí pasa a ser un portador de signos y símbolos para el cual la apariencia y su cuidado a través del maquillaje, vestido y calzados, juegan un rol fundamental.

En el siglo XIX, con el devenir de la Sociedad Industrial, se forja una sociedad de consumo, en la que la moda fue un tópico de interés primordial presentando grandes cambios. La vestimenta comenzó a revelar los cuerpos de modo más natural, abandonando las almohadillas, miriñaques y corsés, a pesar de que en las distintas épocas se destacaban más algunas zonas que otras.

Abusar de la comida, signo de abundancia en sociedades anteriores, fue considerado decadente. En este contexto tiene lugar una marcada contradicción, por un lado se incita a

consumir irrestrictamente todo lo posible en todos los ámbitos y por otro se limita el consumo de comida, es el surgimiento de la dieta restrictiva aceptada socialmente como medio para moldear el cuerpo. De forma tal que se abandona un elemento externo (el corsé) para adquirir un control interno (la dieta restrictiva) para cumplir con los requisitos estéticos de la época (Vujosevich, Giménez, Rodríguez Godoy y otros, 2009)

Es en el siglo XX que se instaló definitivamente la preferencia por el cuerpo delgado y alargado que rechaza toda flacidez y redondez. La industria de la moda difundió el uso de fajas y vestidos y faldas ajustadas que se estrechaban al cuerpo marcando la silueta que mientras más recta mejor. “La cultura y los medios de comunicación promovieron la mujer delgada y atlética. El control corporal y la libertad sexual se transformaron en nuevos valores” (Pasqualini y Llorens, 2010, p. 278).

Se popularizó en los años veinte la dieta restrictiva y el ejercicio físico. Después de las guerras mundiales se redujo el tamaño de las prendas y aumentó la porción del cuerpo que era públicamente mostrado. Se comenzó a utilizar trajes de baños y a usar las playas recreativamente, el bronceado aparece como un medio, que se conserva hasta nuestros días, para “embellecer” el cuerpo tanto de hombres como de mujeres.

En esa época el cuerpo se exhibe, surge la nueva cultura juvenil, modelos estéticos adolescentes, de aspecto delgado y desenvuelto hicieron furor (Pasqualini y Llorens, 2010). Por lo que surgen las preocupaciones y comparaciones entre el cuerpo propio y el de los demás.

Estas preocupaciones se fueron acentuando desde entonces por la aparición de los “concursos de belleza” que plasmaban a través del jurado los valores estéticos del momento que afectan primordialmente al género femenino.

Culto a la línea recta; manifestación y exhibición progresivas del cuerpo; frecuentación de playas y piscinas, cambios en el papel de la mujer tendiendo a la “masculinización” psicosocial; difusión de prácticas deportivas y bailes; desarrollo de la industria de la moda; impregnación y homogeneización sociales a cargo de potentes medios de comunicación; hedonismo y ubicación del cuerpo como centro

privilegiado de la autoestima y valoración social; cosificación social del cuerpo femenino y, alrededor de todo ello, consecuencia y causa parcial de algunos fenómenos, el creciente anhelo de delgadez. Así quedan pergeñados los antecedentes inmediatos de la época actual.

Toro (1999, pp. 96-97)

En las décadas de los '70 y '80, el modelo de mujer fue la de ama de casa, madre, responsable, dulce, pero en los '90 esa imagen fue virando junto con los cambios sociales que tenían lugar: acceso a la educación, al mercado de trabajo, y a otros ámbitos por parte de la mujer. Esta nueva imagen forja el modelo estético de mujer como seductora, siempre maquillada, joven, trabajando fuera del hogar, persiguiendo la fórmula la belleza y la delgadez sin importar el costo o el esfuerzo necesario (Vujosevich et al. 2009).

En el siglo XXI enfrentamos la exacerbación del ideal del periodo anterior, en el que el cuerpo debía ser perfectamente delgado. El modelo estético impone la delgadez para la mujer y la fuerza corporal focalizada en un torso musculoso y atlético para los hombres. Raich Escursell, Sánchez Carracedo y Lopez Guimera (2008, 70) afirman que "El modelo corporal femenino (...) es muy delgado y no se corresponde con los promedios del desarrollo anatómico natural de la mujer por lo que es difícilmente alcanzable" lo que podría aplicarse también al género masculino si se tiene en cuenta que el modelo corporal masculino es más musculoso que el del hombre promedio. Sin embargo, el cuerpo delgado y esbelto se ha consolidado como como sinónimo de belleza y éxito social y económico (Salina Rellini, 2011).

La redondez tan deseada en los tiempos en que escaseaba el alimento, hoy es un estigma que perturba a hombres y mujeres. La barriga ya no es señal de respeto sino que se la considera como signo de dejadez. "La pasión por la delgadez es sinónimo de dominio sobre sí, de éxito. (...) El cuerpo delgado se asocia a cualidades de voluntad, autonomía, eficacia, de poder sobre sí" (Pasqualini y Llorens, 2010, p. 278).

El cuerpo siempre ha sido un medio para vivenciar el mundo, las interacciones interpersonales y la relación con uno mismo pero en la Posmodernidad la apariencia corporal abarca un lugar central en las vivencias personales siendo valorada en un extremo que

convierte al cuerpo en objeto de culto y bien de consumo. Se debe trabajar el cuerpo de la misma manera que en otras épocas era necesario cultivar el espíritu (Viana Timbiano, 2013).

El cuerpo hipervalorado se ha transformado en un “objeto de miradas”, es preparado para ser ofrecido a la vista de los demás, es considerado la carta de presentación, por lo que requiere cada vez mayor cuidado. Se hace alarde de las formas, de la agilidad, del bronceado, de la textura de la piel, de la calidad de los cabellos. El cuerpo contemporáneo se luce como un objeto fabricado, formado, esculpido acorde a los ideales estéticos, se crea la necesidad de una dieta y actividad física apropiada, entre otras actividades tendientes a moldear el cuerpo. Aquello que no se puede lograr con gimnasia o aparatos, se procura obtener con cirugía estética para responder al actual requerimiento del estiramiento facial, arreglo de ojeras, labios y narices, aumentar pechos y aspirar grasas, entre muchas otras artimañas de la estética. (Soengas y Zamorano, 2009).

La silueta ya no se configura mediante una buena artesana y el corsé, como en el siglo XIX; ahora se modela con buenos ejercicios y voluntad. Se instala un imperativo: “sea el escultor de su propia silueta”.

Marcús, Zicavo, Cyunel y otros (2011b, p. 4)

Un artificio de la época lleva a entender por “liberación de los cuerpos” lo que no es más que banalización del cuerpo, imposición de preocupaciones y sometimiento a los valores del consumo, a saber: la juventud, la seducción, la delgadez.

Las concepciones de la belleza, los significados de su procedencia, las explicaciones sobre como observarla y como adquirirla (si ello es posible) generan valores sociales y formas de diferenciación. La belleza implica juicios, valoraciones y aseveraciones sobre qué es mejor o peor, qué es bueno y qué es malo, qué es más y qué es menos y por esta vía organizan jerarquías dentro y fuera de los grupos sociales y en donde los medios de comunicación contribuyen en la reproducción de esa determinada idea.

Alfonso Parra (2009, p. 2)

La concepción social de la belleza está profundamente relacionada con la sensualidad y el erotismo de los cuerpos, por lo tanto cuando se habla de belleza no se refiere a la belleza intelectual o espiritual, sino de la apariencia externa de las personas, de lo que entra directamente por la vista e impacta la conciencia. Y es esta belleza la que se ha transformado en el soporte del mercado, el modelo a alcanzar de hombres y mujeres que anhelan la ilusión utópica que se presenta en los medios masivos de comunicación asociados a los parámetros de belleza de nuestros tiempos (Viana Timbiano, 2013).

III. MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES Y GÉNERO

Es importante tener en cuenta las diferencias entre feminidad y masculinidad ya que son centrales para la comprensión de los modelos estéticos culturales que se construyen en torno a hombres y mujeres indicándoles cuales son las demandas sociales para cada uno. Sin olvidar que dichas diferencias de género se consolidan en modelos estereotipados que surgen de una visión sesgada de las características, comportamientos, actitudes e intereses tanto de hombres como de mujeres.

Existe un proceso cultural arbitrario que asigna roles, características y atributos a cada sexo y empuja a las personas a buscar reconocimiento en tanto mujer-femenina u hombre-masculino. El anhelado reconocimiento proviene de un otro que se guía por los modelos hegemónicos de masculinidad y feminidad haciendo que en el cuerpo queden inscriptas las demandas sociales, transformándolo en un campo de luchas, configuraciones y reconfiguraciones (Alfonso Parra, 2009).

El sexo y el cuerpo no son puros ni neutrales, sino que —al igual que la raza, la clase social o la naturaleza— constituyen el resultado de un complejo proceso de construcción sociocultural que responde a diferentes intereses y poderes.

Sherman (2011, citado en Viana Timbiano 2013, p. 45)

Tradicionalmente el imaginario colectivo le ha asignado roles y funciones a las personas según su género. Lo masculino demandaba al hombre dar cuenta de su fuerza y dinamismo, ser proveedor del hogar, una vida sexual heterosexual activa y dominar sus emociones. Al hombre

se le cedió el lugar de lo público, sin obligaciones para con el hogar que excedieran el sustento económico. Mientras que a la mujer se le reservó el ámbito privado, la vida hogareña y el cuidado de los hijos. A la mujer se la caracterizó con la delicadeza asociada a la función reproductiva, nutricia y educativa, por eso fue que durante siglos, la mujer corpulenta fue sinónimo de «vientre fértil», pechos y nalgas eran símbolos maternales. “Madre y esposa tenían un lugar de reconocimiento social, aunque estuvieran jurídicamente desvalorizadas y sometidas a la voluntad del hombre” (Pasqualini y Llorens, 2010, 277).

Este imaginario sostenido durante mucho tiempo condicionó grandes desigualdades entre ambos géneros. Se valoraba la virginidad y el recato en las mujeres y la virilidad en los hombres entendida como la capacidad para tener múltiples experiencias sexuales sin compromiso afectivo.

Sin embargo, con la llegada de la revolución industrial y la aparición de las píldoras anticonceptivas, las pautas sociales y los valores se modificaron. La mujer comenzó a ampliar su rol social, pasó de ser madre a desempeñarse en lo laboral y profesional, poblando así universidades y todo tipo de empleo. La mujer se convirtió en protagonista de la reestructuración de los roles de género y como tal es objeto de un nuevo modelo femenino que le posibilita mostrar abiertamente su autonomía: puede ser asertiva, gozar de libertad sexual, ser autocomplaciente y ambiciosa, pero al mismo tiempo la entrapa en una experiencia conflictiva ya que todavía responde a una perspectiva conservadora que le demanda sostener rasgos de rol femenino tradicional (Behar Astudillo y Figueroa Cave, 2004).

El antiguo rol materno y de ama de casa debe combinarse con la vida laboral, resultando en una responsabilidad y esfuerzo mayor que en otras épocas. Sin embargo, según Toro (1999) lo más relevante, se encuentra en la perspectiva subjetiva según la cual es necesario triunfar en lo laboral y en lo personal, lo que supuestamente se vería reflejado en lo físico, pues el cuerpo femenino sigue siendo el elemento básico de atractivo y aceptación tanto en lo social como en lo laboral. Así el modelo estético femenino sostiene que la mujer ha de destacar y combinar armoniosamente su capacidad profesional, sexual, maternal, conyugal, doméstica, interpersonal y estética.

Pasqualini y Llorens (2010) afirman que la concepción de género se ha ido modificando desde entonces, y los roles habrían pasado a ser más complementarios al menos para aquellos grupos sociales en los que, tanto hombres como mujeres, pueden acceder a la educación e integrarse al mundo laboral y social que lucha por disminuir las desigualdades de género. Sin embargo, en aquellos estratos sociales en los que aún hoy persiste una imagen de mujer más tradicional, aferrada al ámbito privado, se procura sostener una apariencia que dé cuenta de una mujer capaz de ser madre y seductora, por lo que la preocupación por la belleza y algo del modelo posmoderno de mujer también las alcanza e interpela haciendo que utilicen los recursos que tienen al alcance para asemejarse al modelo de mujer valorado socialmente (Marcús et al. 2011).

Es de esta manera que las mujeres se apropian de los modelos estéticos hegemónicos con una mirada masculina, es decir, desde la expectativa que los hombres tienen de esa mujer capaz de combinarlo todo. Tanto frente al espejo como frente a otros, las mujeres se ven a sí mismas siendo miradas, se perciben como observadas con ojos de hombre, piensan en lo que a ellos les gusta en una mujer, construyen su imagen a partir de las expectativas y requerimientos masculinos. A pesar de que puede ser de forma más o menos consciente, esto consigue determinar la percepción de las mujeres sobre sí y el imaginario de cómo deberían ser (Alemán, 2015).

Los modelos sociales presentan al cuerpo femenino como un cuerpo para ser mirado y admirado, por lo tanto, es susceptible de ser criticado si no se ajusta a lo que se espera. Aun cuando se ha visto que los hombres se ocupan cada vez más por su estética (Sanchez Vazquez y Rossano Bernal, 2012), las mujeres son juzgadas por, y se encuentran más interesadas en la apariencia física que los hombres.

La mujer es juzgada despiadadamente sobre su apariencia, su seducción, su juventud y no encuentra salvación más allá. Ella vale, lo que vale su cuerpo en el comercio de la seducción.

Le Bretón (2011, citado en Pérez-Bravo 2012, p.68)

Según Alfonso Parra (2009, 3) “La feminidad se vincula de forma directa a la belleza, delicadeza, cuidado corporal, pequeñez, ternura, suavidad, sensualidad, armonía y delgadez”. La mujer es responsable de su belleza, debe maquillarse, permanecer joven y delgada pues no

es un lujo, sino un deber. Según Toro (1999) la mujer tiene la obligación de avergonzarse de su cuerpo y, por lo tanto, modificarlo, moldearlo, eliminar o disimular lo que supuestamente le sobra. Lo que induce a crear en las mujeres la necesidad de consumir productos de belleza y cuidado corporal, lo que al mismo tiempo, hace que los medios masivos de comunicación exploten la imagen femenina como un objeto para vender todo tipo de productos que permitan alcanzar la belleza ideal y los beneficios que la sociedad le atribuye.

El cuerpo de la mujer siempre suave y joven no debe revelar el paso del tiempo, debe ser perennemente joven y esbelto, lo que no da lugar a las arrugas ni a la flacidez propias del devenir del cuerpo. La angustia que provoca advertir las manifestaciones del tiempo en el cuerpo, es el tópico central del hostigamiento publicitario que acosa a la mujer, induciéndola al consumo indiscriminado de productos que ayudan a “combatir” este “gran problema” ya que la vejez está deslegitimada. La mujer debe luchar contra las marcas de la edad y mujeres con rostros perfectos las animan desde anuncios publicitarios que aseguran efectos milagrosos de cremas “anti-age” (Dietrich, Daniela, 2007). En el otro extremo, el grupo etario de las adolescentes, que cuentan con la “bendición” de no tener que enfrentar las marcas de la vejez, tampoco pueden distenderse y disfrutar libremente de su cuerpo, pues tampoco está bien visto presentar acné, aunque sea propio de la edad, éste también debe ser abolido, al menos eso se asevera en las publicidades y, de lo contrario, se convierte en motivo de burlas entre pares.

El tema se complica cuando “juventud” no refiere sólo a un estado, una condición social, o una etapa de la vida, sino además significa un producto. La juventud aparece entonces como valor simbólico asociado con rasgos apreciados – sobre todo por la estética dominante -, lo que permite comercializar sus atributos (o sus signos exteriores), multiplicando la variedad de mercancías –bienes y servicios- que impactan directa o indirectamente sobre los discursos sociales que la aluden y la identifican.

Margulis (1996, citado en Vujosevich et al. 2009, p. 10)

Por otra parte, el modelo estético corporal que se impone se caracteriza por la delgadez acompañada por miedo y estigma hacia la obesidad, describiendo a las personas obesas o con sobrepeso con connotaciones negativas como la falta de voluntad y de carácter, poco atractivas y responsables de su sobrepeso (Hernández, Alves, Arroyo y otros, 2012). La estigmatización de

la obesidad es más prevalente y severa para las mujeres que para los hombres, haciendo del peso una normativa de descontento para la mayoría de las mujeres (Behar Astudillo y Figueroa Cave, 2004). Como consecuencia, el gimnasio y la actividad física se vuelven herramientas básicas y cotidianas para todos los que buscan “estar en forma”, tanto mujeres como hombres. Según Cortázar Rodríguez (2007) se trataría de:

La transformación del cuerpo en una máquina donde la identidad es trabajada a través de los músculos, vistos como un producto controlable, la grasa es vista como un parásito, la alimentación es una disciplina y el gimnasio representa el lugar donde el cuerpo es castigado para lograr su perfección (p. 2).

Respecto de los modelos estéticos corporales masculinos, cabe destacar que actualmente se exponen en los medios, en la publicidad televisiva, en las revistas y en las pasarelas de moda, imponiéndose en los varones de distintas edades y haciendo que la exposición pública de los modelos estéticos corporales y la concepción de belleza que implica dejen de ser exclusivamente femeninos.

La equidad de género tan buscada en diversos ámbitos se concreta, según Viana Timbiano (2013), en lo publicitario en cuanto se convierte al cuerpo masculino en un objeto de consumo. Los publicistas aprovecharían que no existe ningún grupo social equivalente al feminismo que se oponga a la exposición sexualizada del cuerpo masculino, de forma que pueden mostrar modelos masculinos con el torso más o menos desnudo resaltando ciertos parámetros que serían deseables para los varones. Siendo así, los hombres que se presentan en las publicidades, se caracterizan por una especie de obsesión por el cuidado personal, son jóvenes, guapos, musculosos y atrayentes, alardean de su poder y éxito tanto en lo económico como en lo sexual, aparecen conquistando o siendo seducidos por una o varias mujeres que, por supuesto, responden al modelo estético corporal idealizado para ellas, provocando en la población masculina el deseo de ser como esos modelos.

Alfonso Parra (2009) afirma que según el modelo estético corporal imperante es necesario que el cuerpo del hombre de cuenta de su masculinidad teniendo como referencia la fortaleza, rudeza, arrogancia, valentía, protección y ahora también con la estética; una estética

que resalte la fuerza y su capacidad para atraer mujeres, luchar y trabajar. Fachini (2006) asegura que los hombres buscan formar músculos grandes y bien demarcados porque sostienen que las mujeres tienen como ideal de hombre bello al hombre musculoso.

Como la masa muscular implica el valor positivo de la potencia física los hombres, a diferencia de las mujeres, desean aumentar de peso y no disminuirlo (Álvarez, 2011).

Otra diferencia para con las mujeres, es que los varones no se someten a dietas restrictivas con tanta frecuencia como las mujeres, sin embargo reciben mayor presión social para realizar ejercicio físico intenso. Mientras que las chicas decoran su cuerpo pasivamente con cosméticos, vestimentas y joyas, los hombres deben dedicarse al moldeamiento activo de su cuerpo (Toro, 1999; Viana Timbiano, 2013).

Cabe destacar que el modelo estético que se propone para los varones de hoy hubiera cuestionado su “hombría” (orientación sexual heterosexual) si aún persistieran los modelos de hombre que predominaban hace algunas décadas, pues hoy se empuja a varones tanto heterosexuales como homosexuales a prácticas que eran exclusivamente reservadas para las mujeres, como por ejemplo el uso de depilaciones, cremas, cosméticos y ropa de marca que sutilmente ajustada logra destacar la forma corporal ideal, que para los varones es el cuerpo musculoso logrado en los gimnasios con entrenamiento físico constante (Trujano, Nava, Gracia y otros, 2010).

Comienza así la creación de nuevos modelos masculinos en publicidad que se caracterizan, principalmente, por la «feminización» en sus actitudes estéticas y/o formas y por la prioridad del culto al cuerpo (tanto físico como estético). El hombre publicitario se ha feminizado en tanto en cuanto la publicidad lo utiliza asimismo como agente de mediación de los valores consumistas y en tanto en cuanto el abuso de su imagen ha dado lugar a que se hable también de hombre objeto.

Rey (1994, citado en Viana Timbiano, 2013, p. 64)

En la producción y reproducción de los modelos hegemónicos y subalternos de masculinidad y feminidad, los medios de comunicación desempeñan un rol primordial porque

circunscriben esos conceptos a ciertos parámetros deseados, sancionando de manera explícita o implícita a todas aquellas mujeres cuyas formas y apariencias no son jóvenes, esbeltas, sensuales, sexuales y delgadas, y de hombres que no son fuertes, atléticos, corpulentos, bellos, agresivos, lo que repercute en gran medida en las concepciones que hombres y mujeres tienen de sí mismos y del otro (Alfonso Parra, 2009).

IV. LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

A la hora de hablar de los modelos estéticos corporales resulta necesario un apartado para reconocer el rol primordial que poseen los medios masivos de comunicación, desde los más convencionales como la televisión, radio, diarios y anuncios publicitarios en la calle hasta celulares, computadoras portátiles, cámaras digitales, iPods, todo con acceso a internet, especialmente si hemos de contextualizarlo en la sociedad hiperconectada de hoy, en la que la gran mayoría cuenta con la presencia de aparatos electrónicos en la vida cotidiana.

Los medios de comunicación son las herramientas más eficaces de comunicación masiva, a través de ellos la sociedad se informa y se comunica. Al mismo tiempo cumplen la importante función de transmitir ideologías a tal punto de ser considerados como posibles instrumentos de manipulación de la opinión pública, de la mano de una política de consumo y mercado. (Balbi 2013)

Como aparatos de hegemonía, los medios apuntan a crear consenso a partir de la difusión de los valores dominantes. En este sentido el discurso mediático tiene el poder de nominar, de construir representaciones sociales acerca del mundo.

Marcús et al. (2011b, p. 3).

Siguiendo a Sossa Rojas (2011) se puede afirmar que el instrumento más útil de los medios para construir representaciones sociales es la publicidad como dispositivo de normativización y significación que transmite un discurso para alcanzar a un público específico,

pero llega a toda la población instaurando y recordando cuál es la norma, la moda, el modelo a imitar.

Los medios masivos de comunicación están constituidos por individuos y organizaciones financieras que buscan maximizar ganancias. En realidad, los mensajes mediáticos tienen propósitos múltiples pero brindan infinidad de oportunidades a las empresas para vender sus productos a los espectadores y potenciales compradores.

El problema radica en las estrategias que se utilizan para vender estos productos, Viana Timbiano (2013) señala que en las publicidades existe un lenguaje explícito en relación a los beneficios ofrecidos por el producto que se anuncia y al mismo tiempo, se instrumenta un lenguaje implícito, una estética no verbal que es un eje fundamental para que la publicidad alcance su objetivo e impacte en sus destinatarios. Este mensaje implícito es el encargado de asociar el uso del producto a la conquista de la belleza, resaltan que ser lindos, entendido como delgadez o musculatura, juventud, etc., es más importante que cualquier otra característica (Levine y Smolak 2000). Indican cuales son las características que implican ser bello sin tener en cuenta que la belleza sólo existe en la medida en que es percibida y experimentada por las personas ya que es un efecto de la relación que cada sujeto establece con un objeto específico, por ende determinar “lo bello” como propiedad universal u objetiva sería muy complejo, poco certero y hasta engañoso (Viana Timbiano, 2013).

Cuerpos Juveniles, escenarios naturales, elegancia del gran mundo, belleza femenina y diseño gráfico, parecen ser las claves de la generación de belleza en publicidad, claves que parecen ser perennes si se examina la producción publicitaria del último siglo, (...); en cualquier caso, ayer y hoy la publicidad nos ha enseñado sutilmente las reglas aceptables del diseño, el color, el gusto y la belleza.

Goodrum (1990, citado en Viana timbiano, 2013, p.79)

Siendo así, se realizan exhortaciones más o menos implícitas que se presentan como reglas para una vida feliz, aunque sus resultados no deriven en dicha felicidad. Por el contrario resultan en la institución de modelos estéticos corporales que inducen al consumo y a la

imposición de ciertas expectativas y esquemas de comportamientos que responden a intereses de mercado.

Las publicidades están protagonizadas por actores y actrices que se encuadran en los criterios de belleza constituyentes de modelos estéticos corporales, presentan atributos físicos y características que no representan a la población a la que se dirigen, los cuerpos de las personas “comunes” no aparecen en escena, son insulsos para los efectos que se desean lograr (Balbi 2013).

Placer, gusto estético, ensoñación, estas son las propuestas de la publicidad. Los juicios diferirán sobre el valor de las mismas, pero en el fondo ahí tenemos toda una modalidad antropológica, la definición del tipo de hombre y de mujer que conviene.

Viana Timbiano (2013, p. 89).

De hecho en las novelas y películas quienes tienen cuerpos “normales” suelen interpretar papeles secundarios y sufrientes, mientras más se alejen de los modelos estéticos más lejos estarán de ser queridos, ganar la batalla o distanciarse de las burlas transmitiendo, de manera implícita, el mensaje de que la dicha, el amor o la gloria está reservada para los bellos protagonistas de sonrisa perfecta y cuerpo escultural.

Los cuerpos de actores y actrices se consolidan como modelos incuestionablemente bellos, determinando los parámetros según los que serán clasificados los cuerpos de cada persona, definiendo quienes están dentro y quienes están fuera del sistema por no responder al modelo. Por lo tanto, los cuerpos “comunes” se transforman en un enemigo al que hay que darle pelea por todo medio posible y disponible en el mercado.

Tal como afirma Viana Timbiano (2013), existe una cultura de consumo basada en la estimulación constante de la idea de la necesidad de mejorar el cuerpo o cambiar alguno de sus aspectos. El refuerzo de la idea se concreta a través de publicidades de productos cosméticos, de tratamientos de belleza, de marcas y modas indumentarias, de imágenes ideales y de la industria dietética. Estas publicidades son protagonizadas por modelos estereotípicos que además de llamar la atención y predisponer a una mejor recepción del mensaje, consolidan los

valores estéticos de la sociedad. Según la autora, se glorifica el consumo y se validan las prácticas tendientes a transformar el cuerpo mediante un discurso de autonomía, diversidad y posibilidad de libertad, felicidad e inteligencia. Sin embargo, puede presentar una felicidad engañosa que resulta ser frustrante y dificulta el desarrollo de la autonomía, independencia y juicio críticos de los observadores.

Una vez que se logró que el público internalice a modo de mandato, que es necesario, mejor y deseable, ser de una manera determinada; una vez, que ya se introdujo el modelo estético corporal que se desea imponer, es cuestión de presentarlo como “fácil y al alcance de la mano”. Se crea un modelo estético corporal estereotipado que habilita un orden estético a imitar y un estilo de vida para mantenerlo, mejorarlo y perpetuarlo. De esta manera, la belleza equiparada a la perfección y el éxito, se establece como el camino indiscutido; belleza es bondad y verdad. En este contexto los modelos estereotipados no tienen más que invitar al público sin sutileza alguna a animarse a iniciar el camino a la perfección física: “se delgada, rubia, sonriente, con tu piel lisa como la mía, que serás finalmente, rica, exitosa y joven” (Murolo, 2009)

El cuerpo ya no es abordado principalmente como valor de uso ni como valor de cambio (es decir, como fuerza de trabajo), sino como valor de exhibición, y en tanto tal, se le extrae una nueva plusvalía.

Costa (2008, citado en Bulus Rossini, 2013, p. 3)

La publicidad crea la ilusión de que los modelos estéticos que proponen pueden alcanzarse si se está dispuesto a dedicarle tiempo, energía y dinero sin importar la edad que se tenga, como si el cuerpo fuera moldeable, refuerzan el ideal de que un cuerpo delgado, joven y sin arrugas es sinónimo de felicidad (Marcús et al., 2011b). Incluso existe una publicidad más osada que se atreve a declarar que no es necesario el esfuerzo, ya que sus productos “mágicos” actúan mientras la persona hace otra cosa como bañarse o dormir, haciendo de un quehacer desagradable que podría desalentar a algunos un placer al que sería absurdo negarse (Toro, 1999).

Por otra parte, encontramos los “programas de chimentos” en los que se habla de los famosos mediáticos, se introducen en su vida privada y en cuestiones que tienen que ver con su

delgadez, gordura u otras características físicas. En estos programas y en noticias en la web se pueden encontrar imágenes de famosas que han aumentado de peso luego de un embarazo, por ejemplo, siendo descritas como la “peor época de su vida” o que otra haya bajado de manera brusca de peso y ser descrito como un gran logro personal.

La industria no ha de desaprovechar esta oportunidad para convertir a esas exitosas modelos en la cara de sus marcas, intentando vender los productos como responsables de la pérdida mágica, veloz y sin esfuerzo de kilos, manchas de la piel, estrías, arrugas, etc.

Las revistas (y ahora las imágenes en la web), muestran modelos perfectos luciendo los efectos espectaculares de los productos que desean vender y aun cuando la población es consciente de los alcances del Photoshop, muchos insisten en su deseo de querer ser “tan perfecto” como la persona de la imagen (Rosado Torres 2013).

Viana Timbiano (2013) sostiene que este fenómeno podría deberse a que las publicidades logran una conexión de tipo emocional con las fantasías y deseos de las personas nutriendo un mundo imaginario de placer y goce ilimitado que escapa del plano de lo racional o lo argumentativo. Lograrían una conexión los modelos estéticos que conforman el imaginario colectivo, imaginario que alcanza a cada persona de manera más o menos consciente, de modo que despiertan en sus destinatarios el deseo de alcanzar el modelo estético corporal valorado y sostenido por la sociedad en ese momento histórico y en ese grupo cultural.

Se presenta una infinita variedad de innovadoras mercancías, que en definitiva, son mercancías para pertenecer. El destinatario de estas publicidades al aceptar el consumo de estos productos puede convertir a su cuerpo en un rehén de estos. Las intervenciones quirúrgicas, planes de adelgazamiento mágico que omiten cuestiones de salud, cremas antiarrugas, piercings y tatuajes variados, accesorios, cortes y colores de pelo, y fundamentalmente indumentaria con fecha de vencimiento. Todos resultan ser artilugios que se proponen como un método para ganar en una perpetua carrera contra la exclusión y el tiempo ya que nunca se puede dar por alcanzado o terminado el “estar a la moda”. La moda es efímera, fugaz y cambiante por definición, y quien no juegue este juego, queda fuera de la sociedad de consumo, es decir, queda de lado pues quien no alcanza ciertos estándares de consumo o no utiliza ciertos productos tampoco puede acceder a ciertos círculos sociales, laborales,

relacionales en general; quedando aislado y discriminado. Los demás no sentirán culpa o responsabilidad por aislarlo, pues es él o ella quien se niega a emprender el camino a la belleza que en definitiva es el camino al reconocimiento e inclusión social (Murolo, 2009).

Asimismo en el estudio psicosocial realizado por Verbrugge (2007, citado en Viana Timbiano, 2013) se destaca que entre otros efectos negativos asociados a las publicidades están las aflicciones provocadas por la falta de solvencia económica para acceder al producto que se impone desde los medios masivos de comunicación y la desilusión de muchas personas que gastan su dinero, conseguido con mayor o menor esfuerzo, en los productos mencionados y luego no encuentra los resultados mágicos que se esperaban.

Al discurso del mercado y la estética que se divulga a través de los medios masivos de comunicación se le debe agregar el discurso médico que se mezcla en la vorágine publicitaria tratando de motivar a las personas para parecer jóvenes y saludables, promoviendo una larga vida a base de actuar, comer, dormir, moverse tanto tiempo y de tal o cual forma, todo con tal de prolongar la cantidad y calidad de vida y de encajar el estilo corporal que se promueve, dando un fundamento más a las prácticas de las personas para alcanzar un modelo estético corporal, aun cuando dichas prácticas llevadas al extremo pierdan su cualidad de saludables (Bulus Rossini, 2013).

La relevancia de la ciencia de la nutrición ha ido creciendo a un ritmo tan rápido que el día de hoy, las y los médicas/os y nutriólogas/os, prescriben, entre otras actividades, recomendaciones dietéticas y patrones de conducta. Sobre este punto algunos/as autores/as señalan que los discursos nutricionales se van convirtiendo progresivamente en "fábricas" de moral cuyo objetivo principal es instaurar la normalidad dietética y, en definitiva, la normalidad social.

Pérez Gil Romo y Romero Juárez (2008, p. 18)

Asimismo, es importante resaltar el impacto del uso masivo de internet ya que este no sólo permite un acceso instantáneo a cantidad infinita de información, una nueva forma de difundir publicidades, sino que además establece nuevas formas de relación interpersonal.

Es válido aclarar que:

Internet, por sí solo, es un espacio desprovisto de características físicas, de atributos comunicativos y de sentido ontológico; son los usuarios, a través de la experiencia con el medio, los que construyen el entramado de relaciones, y le dan valor de sentido y forma a Internet y a las comunidades virtuales.

Alemán (2015, pp. 18-19)

El uso más frecuente que se le da a internet, está relacionado con las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, entre otras), los usuarios se comunican primordialmente con un lenguaje visual y escrito, que les permite crear espacios virtuales de intereses mutuos, en los que se construyen, aceptan, consumen y repiten modelos de belleza desde de la comodidad de un teclado (Alemán, 2015).

Las imágenes son el insumo principal de estas redes, en ellas el cuerpo hace su aparición como una representación virtual que implica múltiples procesos para el sujeto. Comienza con la toma de la foto, habiendo escogido la vestimenta, postura, escenario y todo tipo de detalles, luego se sube la imagen a la web y, finalmente, se espera a que los “contactos”, “amigos” o “seguidores” den su aprobación. Desde el momento en que se piensa en sacar una foto, no se piensa simplemente en almacenar un recuerdo sino que va más allá: se piensa en la aprobación que tendrá al ser subida a las redes sociales. Es por eso que todo en la imagen está ligado a los modelos estéticos valorados en las redes, es en ellas que ha de ser valorada. Lo mismo ocurre con el cuerpo, debe ser exhibido en las redes sociales y valorado como bello por la comunidad virtual, una vez que esto ocurre, se procura mantener la aprobación subiendo cada vez más fotos y esperando más aprobación, generando dependencia. Es así que quienes tienen mayor aprobación suelen mantener actualizados permanentemente sus perfiles virtuales (Alemán, 2015).

No sólo se ha popularizado la fotografía sino también el proceso “post-producción” en el que se adecua la foto más a lo que se desea ser, que a lo que en realidad se es. Se hacen

algunos retoques antes de subir la imagen para disimular algunos aspectos que podrían disminuir la aceptación de los demás o bien, para resaltar o agregar aspectos que la hagan más valorable repitiendo los mismos parámetros que al mercado le resultan funcionales.

La sociedad de la Pantalla o la sociedad del shock: Existe un evidente predominio de la imagen, pero no la del ojo humano, sino de la imagen de la máquina, quien mejora y espectaculariza la realidad (...) Es decir, se desrealiza lo real y se realiza lo irreal.

Viana Timbiano (2013, p. 36)

Es interesante abordar la práctica del autorretrato que hoy se ha difundido como “Selfie”. En ella no intervienen terceros, es la mirada que la persona tiene sobre sí la que queda en evidencia, sin olvidar que es una foto concebida para ser compartida en las redes sociales.

El autor tiende a mostrarse bajo la apariencia de una máscara, como forma y superficie; máscaras que sirven para comunicar, producir signos, llamadas de atención, y también para seducir y fascinar. Se trata, en primera instancia, de darse a ver, de ser percibido por una mirada ajena, anónima, de entrar en el juego de la percepción y el deseo entre Yo y otro, ya sea individual o múltiple.

Cang Sosa (2015, p. 395)

Sin embargo, no sólo se trata de darse a ver sino también de verse a sí mismo. Las redes sociales crean un lugar de interacción basados en las imágenes e incitan a las personas a someterse al escrutinio público, pero aún más importante, al escrutinio propio, que es cada vez más crítico (Finol, 2014).

V. FAMILIA Y GRUPO DE PARES COMO TRANSMISORES DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES.

Los medios de comunicación no son los únicos que transmiten modelos estéticos ideales, sino que la familia y el grupo de pares entre otros actores sociales como docentes, médicos y demás sostienen dichos modelos a través de prácticas y discursos cotidianos sin hacer una reflexión crítica al respecto. A veces en el afán de prevenir los riesgos que trae consigo la obesidad y el sedentarismo, se promueven prácticas que exacerbaban la preocupación por la delgadez (López, Raimann y Gaete, 2015). El hacer “dieta”, ejercicios y desear estar más delgado, más joven, más bello, es un fenómeno compartido ampliamente y se encuentra naturalizado en los discursos de las personas en diferentes ámbitos de la vida.

Basándose en la Teoría Cognitiva Social de Albert Bandura, Stice (1998, citado en Quiles, Quiles, Pamies Aubalat y otros 2013) propone que a modo de refuerzo social, los comentarios y acciones de padres y pares ayudan a sostener un modelo estético basado en la delgadez. Del mismo modo influirían las críticas asociadas al peso y los estímulos que alientan una dieta restrictiva. Este autor utiliza el concepto de Modelado para dar cuenta del fenómeno en el cual las personas copian los comportamientos que otros realizan, como pueden ser las restricciones alimentarias, la preocupación por el peso o la forma del cuerpo, entre otras. De esta manera, parece ser que el refuerzo social y el modelado tienen gran influencia en las personas.

A diario se sostienen conversaciones ritualizadas sobre la apariencia física, especialmente entre las mujeres. Dichas conversaciones incluyen temas como el deseo de alcanzar ciertos modelos ideales, comparaciones con los hábitos de otros, crítica de la apariencia física propia o de terceros u estrategias para cambiar diferentes aspectos estéticos

que les desagrada. Algunos ejemplos de este tipo de charlas son: “¡Estoy tan gorda!”, “¡Qué flaca que estás! ¿Cómo hiciste?”, “Debería ir al gimnasio”. Este tipo de conversaciones denominadas “*Fat Talk*” se han difundido a tal punto que la gente que se siente bien con su estética corporal participa de la conversación criticándose para responder a la presión ejercida por las expectativas del grupo (López, Raimann y Gaete, 2015).

Pike y Rodin (1991 citados en Ruiz Martínez, Vázquez Arévalo, Mancilla Díaz y otros, 2010) afirman que “la influencia del estereotipo de delgadez proviene principalmente de las personas cercanas”, y que, dicha influencia, sería más marcada si procede de personas admiradas entre los familiares y amigos.

Rodríguez Ruiz, Díaz, Ortega-Roldán y otros (2013) encontraron que

Existe relación entre la influencia de la familia y la asimilación del ideal de delgadez, concluyendo que los padres y los iguales contribuyen a la búsqueda de ideales de belleza imposibles, a través de comentarios y críticas hacia el cuerpo (“fat talk”), especialmente en el caso de las chicas” (p. 21)

Ruiz Martínez et al. (2010) manifiestan haber encontrado material empírico que prueba que los comentarios y críticas a cerca de la apariencia o el peso ayudan a generar preconceptos a cerca de los modelos estéticos corporales y a concebirlos como apropiados y deseables aun cuando resulten ser ideales inalcanzables. Asimismo señalan que los estereotipos de belleza se divulgan desde muy temprana edad a todos los miembros de la familia, especialmente en las niñas, pudiendo repercutir en la preadolescencia como una excesiva preocupación por el peso y la apariencia. En este sentido, dichos autores afirman que las madres podrían tener mayor influencia porque a “mayor grado de interiorización de los mensajes publicitarios sobre la delgadez tienen mayor probabilidad de que sus hijas sufran patologías alimentarias” (p. 314). Levine (1994, citado en Quiles et al, 2013) también concluye que las madres dietantes y preocupadas por el peso y la forma de su cuerpo tienen hijas más propensas a desarrollar practicas poco saludables destinadas a mejorar su estética que otros adolescentes. Sin embargo, el autor resalta que las influencias más marcadas estarían dadas por los pares, que a través de su conducta, dietas, comentarios y charlas, respaldan y fomentan todo tipo de prácticas capaces de acercarlos a los modelos estéticos ideales.

Las burlas son otro instrumento por el cual se hace que las personas presten atención a los modelos estéticos culturales e intenten igualarlos, pues hacen que las personas vuelvan la mirada hacia los aspectos propios que las alejan de estos modelos, se comparen e imiten las conductas de pares, familiares o famosos para modificar su estética hasta alcanzar los parámetros valorados. Cabe destacar que estas burlas más frecuentes entre los adolescentes.

VI. LA ADOLESCENCIA COMO MODELO SOCIAL

Cada generación tiene sus formas propias de significar el mundo, establece sus códigos, su lenguaje, sus formas de relacionarse y sus modos de habitar el mundo (Margulis, citado en Vujosevich, 2009). Siendo así, cabe mencionar que la adolescencia en la actualidad dista mucho de las concepciones más clásicas de la misma.

Según Obiols y Di Segni Obiols (2001), antes de la Segunda Guerra Mundial la adolescencia era un breve periodo incómodo, de paso, al que se le lo describía como un tiempo de crisis al que no se deseaba llegar y que, una vez en él, se debía superar rápidamente.

Aberastury y Knobel (1971, p. 10) acuñan la expresión "*Síndrome normal de la adolescencia*" para describir una concepción clásica de ésta, en la que se atribuye al adolescente cierto desequilibrio y una "extrema inestabilidad" ya que debía elaborar cuatro duelos: duelo por el cuerpo infantil que se pierde, duelo por padres infantiles ya que se advierte que no son perfectos, duelo por la bisexualidad infantil y duelo por el rol y la identidad infantil porque debe asumir que ya no es un niño que depende de sus padres sino un "casi-adulto" con responsabilidades a asumir y una identidad adulta que forjar. Según estos autores en dicha etapa se ponían en cuestión todo valor y enseñanza que provenía del mundo adulto por lo que se decía que la adolescencia era un periodo de rebeldía y oposición a las normas sociales.

Es decir que en la Modernidad, la adolescencia era una etapa en la que no se deseaba demorar, se aspiraba a ser adulto. Los adolescentes eran rebeldes e incomprensidos. En cambio, en la Posmodernidad la adolescencia es un estilo de vida al que se aspira, quien la alcanza ya no desea abandonarla, pues es glorificada por los medios de comunicación e imitada

por los adultos que desean homogeneizarse con ellos el mayor tiempo posible. Aparece un modelo social adolescente que define una estética donde la imagen juvenil es lo hermoso y se promueve que perdure a pesar del paso del tiempo. Los adultos posmodernos casi nunca aparentan o desean aparentar la edad que realmente tienen, porque adhieren a una cultura que sobrevalora la juventud y libertad adolescente, intentan lo imposible para ser o parecer jóvenes y en el mercado encuentran todo lo necesario para adoptar estilos que buscan sostener la ilusión de homogeneidad con estos. Entonces la adultez deja de existir como modelo, y a su vez, ser y parecer mayor sería, vergonzoso y, de alguna manera, muestra de fracaso personal (Obiols y di Segni de Obiols, 2001).

En este contexto los adolescentes que enfrentan como tarea la construcción y consolidación de su identidad personal, buscan constantemente un referente que encarne un modelo a seguir (Stone y Church, 1995), son receptivos a los discursos y modelos que circulan en los diferentes ámbitos, principalmente entre pares y en los medios masivos de comunicación, hecho que los transforma en individuos más permeables a la interpelación y apropiación de los discursos acerca de los modelos estéticos corporales que se intentan imponer (Besada y Farbo, 2013). Los modelos que hoy encuentran en los medios (y muchas veces en sus hogares también), como ya se mencionó, son adolescentes que encarnan los valores y modelos del consumismo, o bien, “adultos adolescentizados” (Di Segni Obiols, 2004).

De acuerdo con este planteo, no sólo se toma como modelo al cuerpo adolescente, sino también su forma de vida. Los padres ya no asumirían la responsabilidad de ser modelo y educadores, encargados de transmitir las enseñanzas que la vida les ha dejado a través de la experiencia, muy lejos de eso, asumen una actitud expectante de lo que pueden aprender de sus hijos, intuyendo una especie de “sabiduría” que tendrían los adolescentes por el simple hecho de ser adolescente, como si ellos tuvieran el secreto de la eterna juventud (Obiols y di Segni de Obiols, 2001).

Los adolescentes expresan en las encuestas no tener modelos para seguir, sí, en todo caso, personajes de los medios y del deporte a los que admiran, (...). Paradoja: cuando lo joven es tomado por la sociedad como modelo de deseo, los jóvenes tienen dificultades en hallar modelos. En efecto, podemos afirmar que en este nuevo tiempo, los adolescentes enfrentan un

período histórico crecientemente conflictivo para integrarse creativa y constructivamente a la sociedad, lugar que se les exige, pero que no se les facilita. En donde, ante la ausencia de externalidades valorativas relevantes, se estimula a la «juventud» como valor en sí mismo.

Pasqualini Y Llorens (2010, p. 105).

Los adolescentes de hoy son el modelo a imitar. No sienten que tengan que adolecer tantas cosas como históricamente se les atribuía, sino que por el contrario, respondiendo al lugar ideal que se les otorga y a la edad que transitan, muestran una imagen de omnipotencia envidiada por los adultos. En definitiva, crecen en una subcultura creada para ellos por adultos que no quisieron dejar de ser adolescentes, que los ubica en el lugar de “dioses y diosas” (Di Segni Obiols, 2004).

Entonces, el mercado ha de sacar provecho a esta situación. Los adolescentes inmersos en la sociedad de consumo ya no serán considerados sujetos a educar para que alcancen la adultez sino que son tomados como consumidores a conquistar. El mercado estético genera cada vez más productos para ellos, los venden como un estilo de vida con el cual se pueden identificar, el acceder a ciertos productos implica tener a una experiencia compartida con quienes participan de un determinado consumo, generando un sentido de pertenencia que plantea inclusión para quienes consumen y exclusión para quienes no lo hacen (Besada y Farbo, 2013).

En este sentido es necesario destacar que el modelo adolescente que se idealiza responde a un imaginario que no siempre coincide con la realidad fáctica de los adolescentes de todos los estratos sociales. El modelo que se propone es un adolescente que sostiene ciertos valores estéticos y formas de vida: la ausencia de responsabilidades y preocupaciones, diversión permanente, desarrollo de los caracteres sexuales en su máxima y armoniosa expresión, con medios económicos para estar siempre a la moda y acceder a artículos de belleza que permiten combatir los “defectos del cuerpo” y, por supuesto, el reconocimiento de padres y pares. Dicho modelo deja afuera a los adolescentes que por sus características físicas, socioculturales o sucesos vitales no pueden encuadrar con este ideal. En esto la familia y las expectativas que tengan para con los adolescentes tienen gran incidencia, variando significativamente de un grupo a otro según el lugar donde está inserto ese adolescente en particular, su clase social y su

cultura. Pasqualini Y Llorens (2010), miembros de la Organización Panamericana de la Salud, señalan que las características culturales, educativas y económicas de las familias influyen en la forma de entender la realidad de los adolescentes y en la forma de organizar y actuar en su vida, generando distintas posibilidades para ellos.

SEGUNDA PARTE:
MARCO METODOLÓGICO

TERCER CAPÍTULO: METODOLOGÍA

I. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la relación entre la insatisfacción corporal y los modelos estéticos corporales en adolescentes según asistan a escuelas urbanas privadas, urbano marginales y rurales de la zona Este de Mendoza y según el género.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar la insatisfacción corporal de adolescentes que asisten a escuelas secundarias urbanas privadas, urbanas marginales y rurales en la zona Este de Mendoza.
- Evaluar la influencia de los modelos estéticos corporales en adolescentes de escuelas secundarias urbanas privadas, urbanas marginales y rurales en la zona Este de Mendoza.
- Comparar la insatisfacción corporal de los alumnos de la muestra según tipo de escuela y género.

- Comparar los puntajes obtenidos en el cuestionario de influencia de los modelos estéticos corporales por los adolescentes de la muestra según tipo de escuela y género.
- Comparar los puntajes obtenidos en cada factor del cuestionario de los modelos estéticos corporales por los adolescentes de la muestra según tipo de escuela y género
- Determinar la relación entre la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos Estéticos Corporales.
- Determinar la relación entre la insatisfacción corporal y los factores del cuestionario de influencia de los modelos estéticos corporales.

II. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

- **Hipótesis 1: Insatisfacción corporal-escuelas**

H₁: La insatisfacción corporal de la escuela rural es significativamente más elevada que la insatisfacción corporal de las otras escuelas de la muestra.

H₀: No existen diferencias significativas entre la insatisfacción corporal de cada escuela.

- **Hipótesis 2: Insatisfacción Corporal-Género.**

H₁: La insatisfacción corporal de las mujeres que participaron del estudio es significativamente más elevada que la de insatisfacción corporal de los hombres que participaron en el mismo.

H₀: No existen diferencias significativas entre la insatisfacción corporal que presentan los hombres y las mujeres participantes del estudio.

- **Hipótesis 3: Influencia de los Modelos Estéticos Corporales-Escuelas**

H₁: La influencia de los modelos estéticos corporales en los adolescentes de la escuela urbana privada es significativamente más elevada que la influencia de los modelos estéticos corporales en los adolescentes de las otras escuelas de la muestra.

H_0 : No existen diferencias significativas entre la influencia de los modelos estéticos corporales en los adolescentes cada escuela.

- **Hipótesis 4: Cuestionario de la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (en adelante: CIMEC-40) -Género.**

H_1 : La Influencia de los Modelos estéticos Corporales en las mujeres que participaron del estudio es significativamente más elevada que en los hombres que participaron en el mismo.

H_0 : No existen diferencias significativas entre la Influencia de los Modelos estéticos Corporales que presentan los hombres y las mujeres participantes del estudio.

- **Hipótesis 5: relación entre Insatisfacción corporal medida con BSQ e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (puntajes totales CIMEC-40)**

H_1 : La insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales presentan correlación positiva.

H_0 : No existe correlación entre la Insatisfacción corporal y la influencia de modelos estéticos corporales.

III. MÉTODO

TIPO DE ESTUDIO

Se utiliza una metodología cuantitativa, ya que se usa la recolección de datos y el análisis estadístico para el estudio de la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales en una muestra de adolescentes de la zona Este mendocina.

Siguiendo a Hernández Sampieri; Fernández Collado, y Baptista Lucio, (2014) se puede afirmar que la metodología cuantitativa debe instrumentar los planteos a investigar de manera específica y delimitada desde el inicio del estudio y fundamentar la recolección de los datos en la medición mediante procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Posteriormente se analizan los datos estadísticamente y se contrastan los resultados con las hipótesis del trabajo.

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo porque se procura decir cómo es y cómo se manifiesta un determinado fenómeno y correlacional ya que se medirán dos variables y se verificará la existencia de correlaciones entre ellas. Hernández Sampieri, et al. (2014) señalan que para evaluar el grado de asociación entre estas variables, primero se mide cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones, dichas correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba.

Por otra parte, el diseño instrumentado es no experimental transversal con cuestionarios y una entrevista sociodemográfica. Es no experimental ya que las variables que intervienen en la misma no son susceptibles de una manipulación deliberada por parte del investigador, es decir, se trataría de un diseño donde no se tiene control directo sobre dichas

variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. “Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural” (Hernández Sampieri, et al., 2014, p. 153).

Por otra parte, el carácter transversal responde a que el objetivo es describir una muestra determinada en un momento dado y analizaría la incidencia de las variables y su interrelación en un tiempo único. (Hernández Sampieri, et al., 2014).

MUESTRA

La muestra utilizada es de carácter *No Probabilística Intencional*, siendo por lo tanto una muestra dirigida que supone un procedimiento de selección informal y arbitrario en función de los objetivos previamente establecidos (León y Montero, 2003). La selección de los sujetos no depende del criterio de probabilidad sino que son seleccionados por poseer características de interés para la investigación, a saber, cursar en primer o segundo año de escuelas urbanas, ya sean privadas o estatales marginales, o bien, escuelas rurales de la zona Este de Mendoza.

Cabe destacar que, al tratarse de una muestra no probabilística, las conclusiones deberán circunscribirse a la muestra estudiada y no podrán generalizarse a toda la población.

La muestra quedó conformada por 143 estudiantes de tres escuelas. El 36,36 % de la misma fue conformada por cincuenta y dos estudiantes del Colegio San Pio X Ps-043, una escuela urbana privada ubicada en la zona céntrica del departamento de San Martín. El 30,07% de la muestra lo componen cincuenta y tres alumnos de la Escuela Nº 4-209 Blanca Nérida Gutiérrez, (urbana marginal) ubicada en el distrito de Buen Orden. Finalmente, 33,57 % restante, se encuentra formado por 48 estudiantes de la Escuela Nº 4-237, Sin Nombre, una escuela rural, ubicada en Santa Rosa.

Cabe destacar que la participación en la investigación es de carácter voluntaria por lo que algunos alumnos optaron por no participar y fueron respetados, otros no obtuvieron el consentimiento de los padres por lo que tampoco se les administró las técnicas.

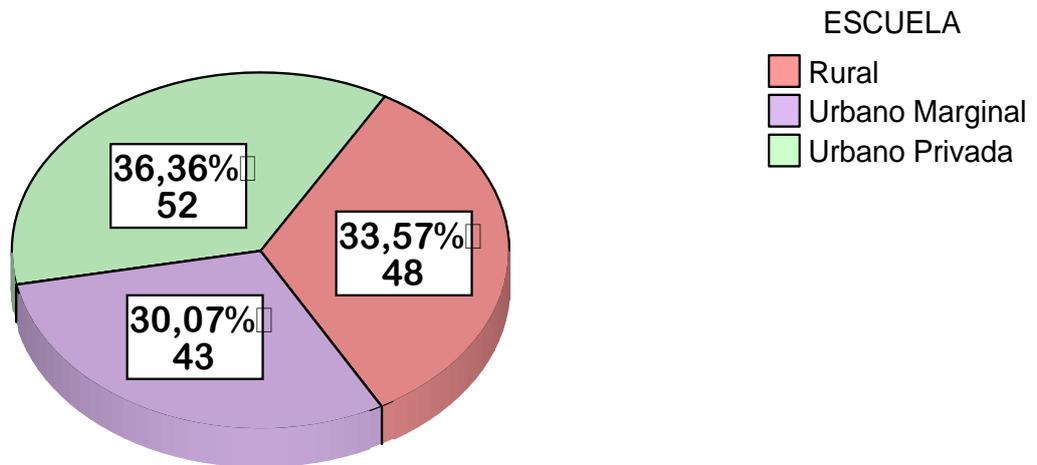


Figura 1: Gráfico sectorial correspondiente a muestra de adolescentes distribuida según escuela de pertenencia

Teniendo en cuenta los objetivos del trabajo, es oportuno presentar la distribución de la muestra según el género de la misma. Siendo así, se señala que participaron un total de 64 mujeres y 79, lo que representa un 44,76% y un 55,24% respectivamente.

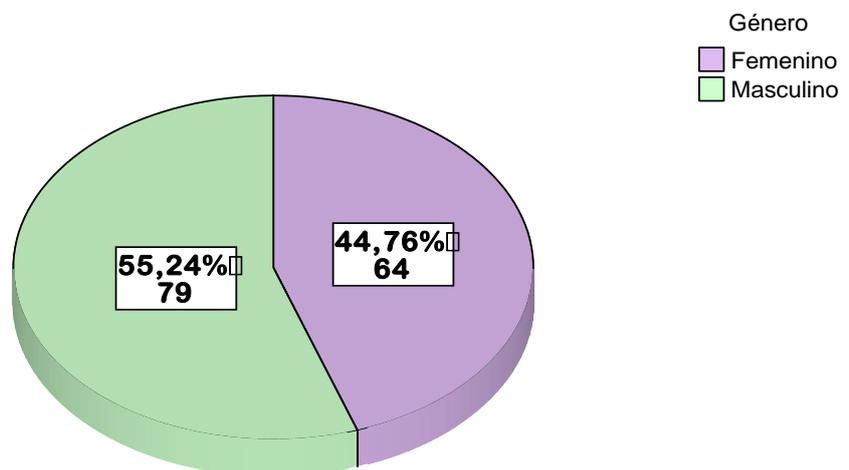


Figura 2: Gráfico sectorial correspondiente a muestra de adolescentes distribuida según género

Finalmente se presentan la distribución de la muestra por género y por escuela. Como puede apreciarse en la Figura 3, la cantidad de hombres participantes fue mayor en todas las escuelas. En la escuela Rural participaron 25 hombres y 23 mujeres, en la urbano marginal 18 mujeres y 25 varones, mientras que en la escuela urbano privada participaron 23 mujeres y 29 hombres.

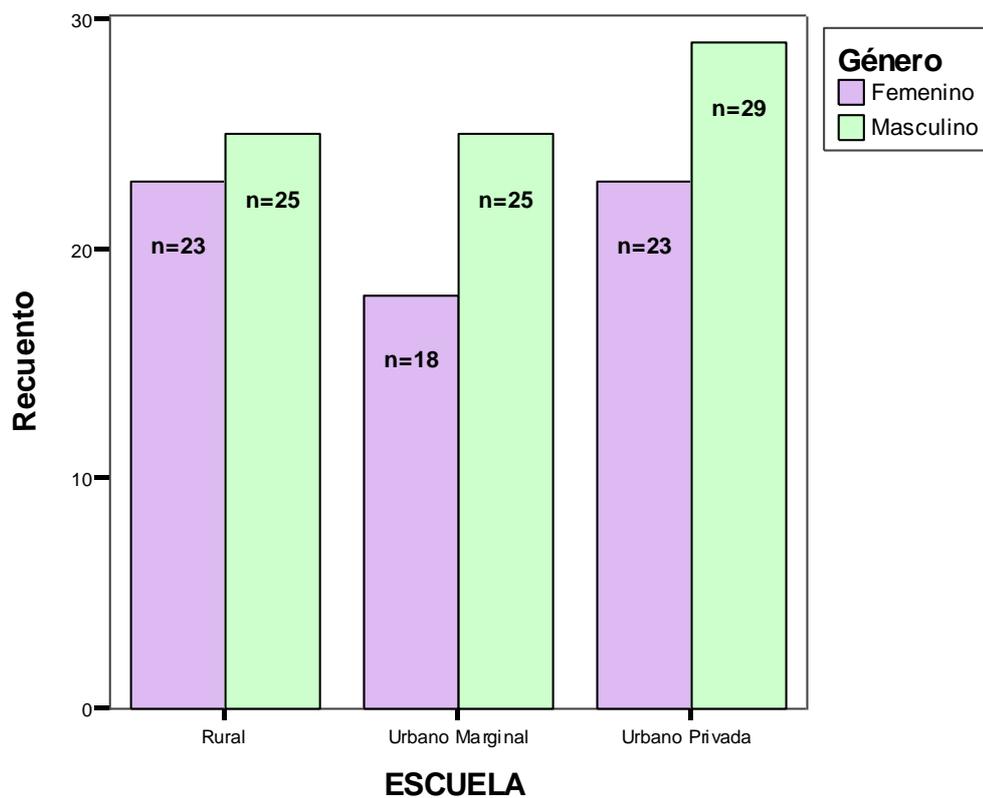


Figura 3: Gráfico de barras correspondiente a la distribución de la Muestra de Adolescentes según Género y Escuela

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

BODY SHAPE QUESTIONNAIRE (COOPER, TAYLOR, COOPER Y FAIRBUN 1987)
CUESTIONARIO SOBRE LA FORMA CORPORAL (BSQ) ADAPTADO A LA POBLACIÓN
MENDOCINA POR LA DRA. PÁRAMO (2012).

Se utiliza este cuestionario por ser una prueba específica para la evaluación de insatisfacción corporal, es breve (34 ítems), es fácil de aplicar y está adaptado a la población mendocina.

La fiabilidad de este cuestionario ha quedado asegurada con los altos índices de consistencia interna que se obtuvieron en el estudio de adaptación (alfa de Cronbach entre 0,95 y 0,97) realizado por Páramo (2012).

El cuestionario es autoadministrable, consta de 34 ítems, debiendo cada sujeto responder mediante una escala tipo Likert de cuatro puntos (1 = Nunca, 2 = A veces, 3 = A menudo, 4 = Siempre) con lo que mejor represente su realidad en el último mes. De este modo el rango de la prueba es de 34-136 puntos. Sus puntuaciones se clasifican en cuatro categorías:

- Ausencia de insatisfacción corporal (< 81);
- Leve insatisfacción corporal (81-104),
- Moderada insatisfacción corporal (105-121) y
- Extrema insatisfacción corporal (122-136).

CUESTIONARIO DE INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES -CIMEC 40- (JOSEP TORO, S/F), ADAPTADO A LA POBLACIÓN MENDOCINA POR RIVEROS CABIBBO (2011)

Este instrumento es un cuestionario autoadministrable que fue diseñado para intentar medir la influencia de los agentes y situaciones que transmiten el modelo estético actual.

Consta de 40 ítems, divididos en 4 factores. Cada factor evalúa una dimensión particular:

- **“Influencia de la Publicidad”** está compuesto por 15 ítems (6, 8, 9, 10, 14, 15, 19, 21, 23, 26, 28, 32, 33, 36, 38) que miden la influencia que ejercen los mensajes publicitarios relacionados con productos adelgazantes a través de distintos medios de comunicación
- **“Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso”** está constituido por 11 ítems (5, 7, 11, 13, 16, 17, 20, 22, 25, 29, 31) que evalúan las conductas de restricción alimentaria así como también la ansiedad que presentan las personas al enfrentarse a situaciones que cuestionan el propio cuerpo o que propician el deseo de asemejarse a los modelos estéticos corporales basados en el ideal de delgadez.
- **“Influencia de los Modelos Estéticos”** compuesto por 6 ítems (1, 3, 4, 12, 37, 39) que logran la evaluación del interés que despiertan los cuerpos de los actores y de los modelos publicitarios.
- **“Influencia de las Relaciones Sociales”** incluye 8 ítems (2, 18, 24, 27, 30, 35, 40) que evalúan la presión social subjetiva experimentada ante personas o situaciones asociadas al ideal de delgadez.

Los ítems se responden por medio de una escala de Likert en donde las opciones de respuesta son:

- Sí, siempre (5),
- Casi siempre (4),
- A veces (3),
- Muy pocas veces (2)
- Nunca (1).

III. PROCEDIMIENTO

Se contactó personalmente a los directivos de las tres instituciones educativas y se le informó a cada uno acerca del estudio y de los instrumentos a utilizar. Se solicitó la autorización para trabajar con los alumnos de primer y segundo año mediante nota escrita.

Posteriormente se elaboró una nota cuyo destinatario eran los padres de los alumnos que participarían de la muestra, solicitando el consentimiento informado para que los alumnos pudieran formar parte de la presente investigación.

En un tercer momento, se realizó la aplicación de los instrumentos lo cual se llevó a cabo en los establecimientos educativos donde se contó con dos o tres cursos según la cantidad de alumnos de cada escuela. Este procedimiento se realizó en un solo encuentro, tomando entre cuarenta y sesenta minutos en cada curso. Se explicó cómo debía completarse el cuestionario y se aclararon las dudas que surgieron durante la administración del mismo, fundamentalmente lo referido a conceptos específicos y dificultades de comprensión lectora. Los adolescentes completaron los cuestionarios en forma anónima, individual y voluntaria, por lo que algunos adolescentes optaron por no participar.

También es importante destacar que los cuestionarios causaron ansiedad a muchos adolescentes, por lo que se dispuso de quince minutos tras la administración de las técnicas para responder preguntas y realizar una breve reflexión grupal a cerca de la relación de los adolescentes con su cuerpo en general y la necesidad de valorarlo a pesar de la distancia que estos tengan de los modelos estéticos corporales que se imponen y sostienen socialmente,

como así también de la importancia de solicitar ayuda profesional antes de realizar conductas destinadas a modificarlo.

Finalmente, los datos obtenidos se analizaron con el Statistical Package for the Social Science (SPSS), trabajando con los puntajes directos totales respecto de los tests y realizando las pruebas de hipótesis correspondientes para alcanzar cada objetivo del presente trabajo.

CUARTO CAPÍTULO: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se exponen los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, para ello se realiza un análisis descriptivo, comparativo y correlacional de acuerdo a los objetivos e hipótesis anteriormente planteados. Se tendrá en consideración las posibles diferencias existentes inter-escuela e inter-género para cada tópico investigado y el análisis de la existencia de correlación entre los test BSQ y CIMEC-40.

INSATISFACCIÓN CORPORAL SEGÚN TIPO DE ESCUELA

A continuación se exponen los datos obtenidos en relación a la insatisfacción corporal medida con el test BSQ en cada escuela.

En la Tabla 1, se presentan los datos analizados según estadística descriptiva para cada escuela. En la misma consta que los puntajes mínimos obtenidos son similares, siendo 34 puntos para los estudiantes de la escuela rural y urbano-marginal y 35 puntos para la escuela urbana privada. El puntaje máximo alcanzado coincide en las escuelas urbano-marginal y urbano privada con un valor de 119 puntos, no así en la escuela rural que alcanza un puntaje mayor: 127. Sin embargo, la media obtenida es similar en todas las escuelas, siendo de 57,48 con una desviación típica de 24,44 para los adolescentes de la escuela rural; de 53,35 con una desviación de 22,066 en la escuela urbano marginal y de 52,90 con una desviación de 21,616 para los jóvenes de la escuela urbana privada.

Tabla 1: Estadística Descriptiva de Insatisfacción Corporal medida con BSQ por Escuela

ESCUELA			Estadístico	Error típ.
Rural	BSQ	Media	57,48	3,528
		Desv. típ.	24,444	
		Mínimo	34	
		Máximo	127	
Urbano Marginal	BSQ	Media	53,35	3,365
		Desv. típ.	22,066	
		Mínimo	34	
		Máximo	119	
Urbano Privada	BSQ	Media	52,90	2,998
		Desv. típ.	21,616	
		Mínimo	35	
		Máximo	119	

En la figura 4 se observan los resultados obtenidos por los adolescentes de la escuela rural. En ella se advierte que el 23% de los sujetos no presentan insatisfacción corporal, ya que obtuvieron un puntaje menor a 40. Los demás presentan algún tipo de preocupación por el cuerpo y peso. Podría pensarse que el 57% de ellos presentan un malestar normativo o leves preocupaciones que no impiden sentirse a gusto con su cuerpo ya que el 43% se encuentran entre los 40 y 60 puntos y el 14% entre 60 y 80.

Además se encontró que un 10% presenta una insatisfacción corporal leve ya que queda comprendido entre los 81 y los 104 puntos. El 4% de los adolescentes evaluados en la escuela rural presentan una insatisfacción corporal moderada obteniendo puntajes entre 105 y 120. Finalmente, un 4% presenta un nivel extremo de insatisfacción corporal obteniendo los puntajes máximos posibles en esta escala, a saber, más de 121 puntos.

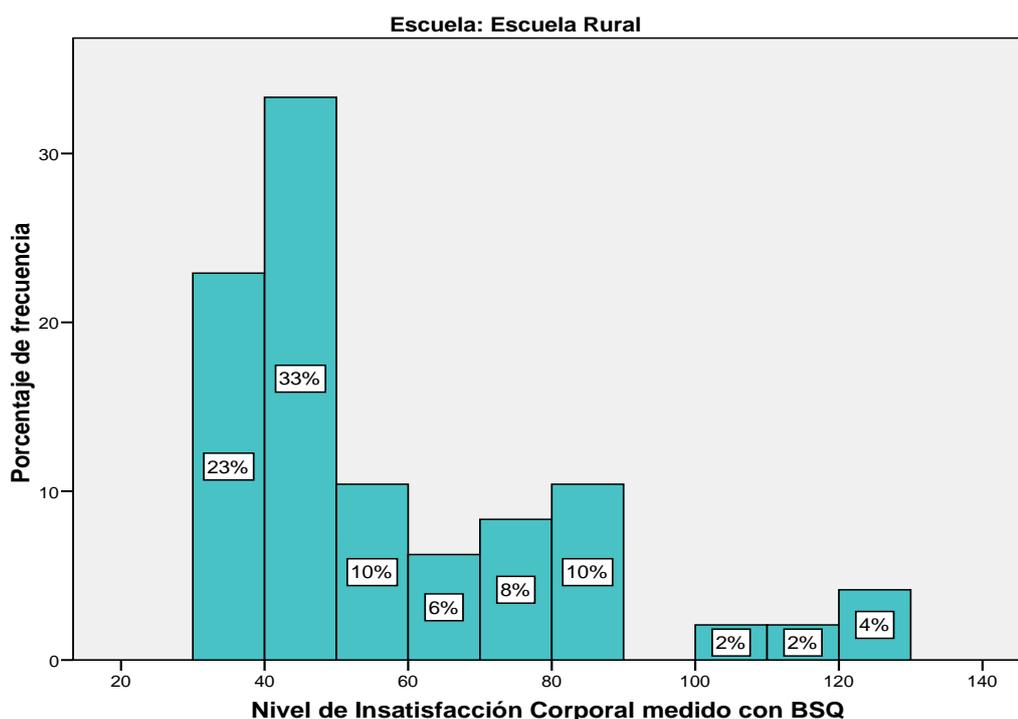


Figura 4: Histograma correspondiente a Insatisfacción Corporal de los adolescentes de la Escuela Rural

En la escuela urbana marginal se encontró que un 28% de los jóvenes no presenta insatisfacción corporal ya que obtuvieron un puntaje menor a 40. Así mismo, se puede afirmar el 60% de estos presenta malestar normativo respecto de su cuerpo y su peso ya que los valores obtenidos quedaron comprendidos en un 46% entre 40 y 60 puntos y un 14% entre 60 y 80 lo que da cuenta de que sus preocupaciones no son suficientemente fuerte como para impedir que se sientan a gusto con su cuerpo.

Se advirtió que el 2% obtuvo puntajes entre 80 y 100 presentando una leve insatisfacción corporal; mientras que el 10% presenta un nivel intermedio de insatisfacción corporal con puntajes entre 100 y 120 en el test BSQ (Ver Figura 5).

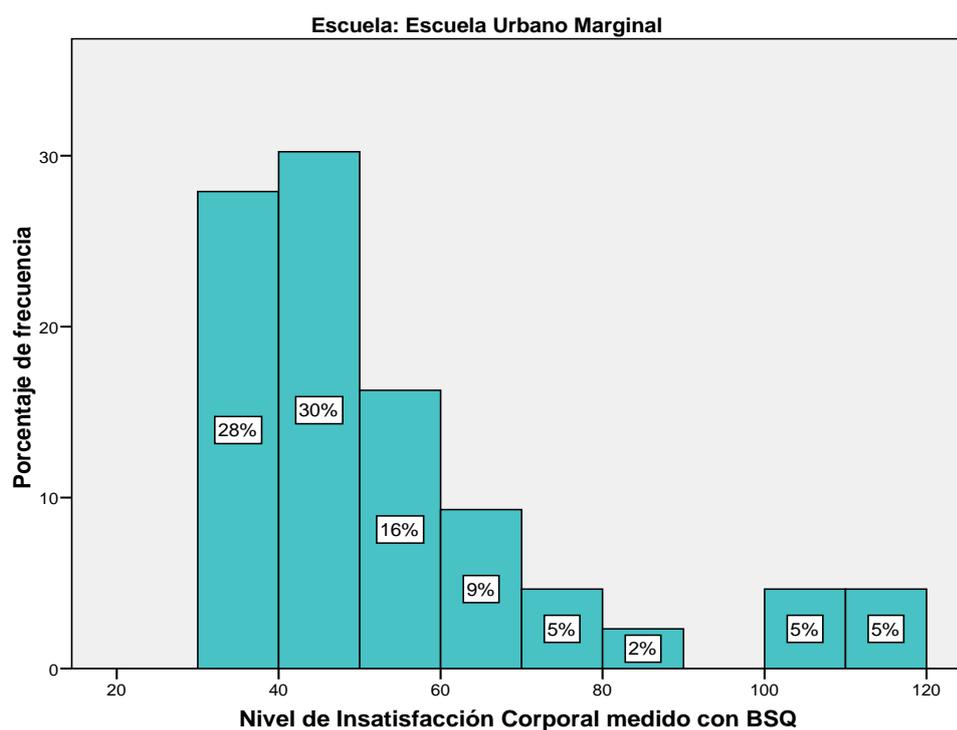


Figura 5: Histograma correspondiente a la Insatisfacción Corporal de los adolescentes de la Escuela Urbano Marginal

En la figura 6 se sintetizan los resultados obtenidos en la evaluación de la insatisfacción corporal de los alumnos de la escuela urbana privada. Se puede advertir que el 31% de los sujetos queda por debajo de los 40 puntos por lo que no presentarían insatisfacción corporal.

El 58% tiene leves preocupaciones por la imagen corporal que pueden configurar un malestar entendido como normativo. Estos sujetos se distribuyen en cuatro intervalos, quedando un 29% de la muestra en el intervalos de 40 a 50 y el 17% en el siguiente entre los 50 y los 60 puntos, un 6% entre 70 y 80 y un 6% entre 80 y 90.

También se encontró que el 4% presentan una leve insatisfacción corporal, y el 8% restante posee una insatisfacción corporal moderada o intermedia, específicamente el 4% se localiza entre los valores 100 y 110; el 4% entre 110 y 120.

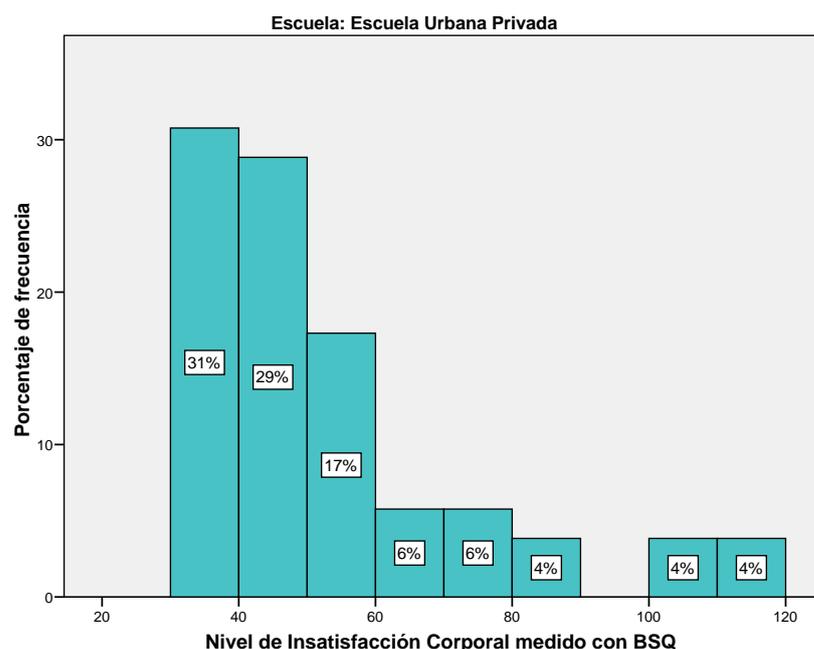


Figura 6: Histograma correspondiente a Insatisfacción Corporal de los adolescentes de la Escuela Urbano Privada

Habiendo descripto como se presenta la insatisfacción corporal en cada escuela, a continuación se realiza la comparación entre las tres muestras. Dicha comparación se realiza mediante la prueba de medias ANOVA con el programa estadístico SPSS (Ver Tabla 2).

Tabla 2: Comparación de Medias ANOVA para Insatisfacción Corporal por Escuela

ANOVA					
BSQ	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	614,713	2	307,357	,595	,553
Intra-grupos	72362,266	140	516,873		
Total	72976,979	142			

La prueba ANOVA reveló, que si bien los valores obtenidos en la medición de la insatisfacción corporal de los sujetos de las tres escuelas pueden variar, no existen diferencias significativas. De manera que en lo que respecta a la primera hipótesis planteada en este trabajo se acepta la hipótesis nula, es decir, se establece que la insatisfacción corporal es similar para los adolescentes de los diferentes contextos sociodemográficos.

INSATISFACCIÓN CORPORAL POR GÉNERO

En el presente apartado se presentan los valores obtenidos en la evaluación de la insatisfacción corporal según el género de los adolescentes.

En la tabla 3 se puede observar un resumen de los datos estadísticos descriptivos tanto de las mujeres como de los hombres que participaron del estudio.

Es oportuno destacar que el valor mínimo obtenido fue el mismo para ambos grupos (34) mientras que el valor máximo fue de 127 para el género femenino y 122 para el masculino. La media para las mujeres fue de 61,13 con una desviación estándar de 24,718, mientras que entre los varones la media fue de 49,56 con una desviación típica de 19,686.

Tabla 3: Estadística Descriptiva de Insatisfacción Corporal medida con BSQ por Género

Género			Estadístico	Error típico
Femenino	Nivel de	Media	61,13	3,139
	Insatisfacción	Desv. típ.	24,718	
	Corporal medido	Mínimo	34	
	con BSQ	Máximo	127	
Masculino	Nivel de	Media	49,56	2,187
	Insatisfacción	Desv. típ.	19,686	
	Corporal medido	Mínimo	34	
	con BSQ	Máximo	122	

A continuación, en la figura 7, se muestran los valores correspondientes a la insatisfacción corporal de las mujeres evaluadas. Entre ellas el 16% obtuvo puntajes por debajo de 40, lo que señala ausencia de insatisfacción corporal. De igual manera, un 63% se encuentra por debajo de los 81 puntos señalando que poseen leves preocupaciones por su imagen corporal, estas podrían responder a un malestar normativo; cabe señalar que este 63% se distribuye de la siguiente manera: El 26% entre los valores 40 y 50; un 19% entre los 50 y 60; el 13% se encuentra entre los valores 60 y 70 y un 5% entre 70 y 80.

Por otro lado, se encontró que el 8% de las mujeres evaluadas presentan insatisfacción corporal leve y el 11% insatisfacción corporal moderada o intermedia. Finalmente el 2% de las mujeres obtuvieron puntajes mayores a 120, es decir que tienen un nivel extremo de insatisfacción corporal.

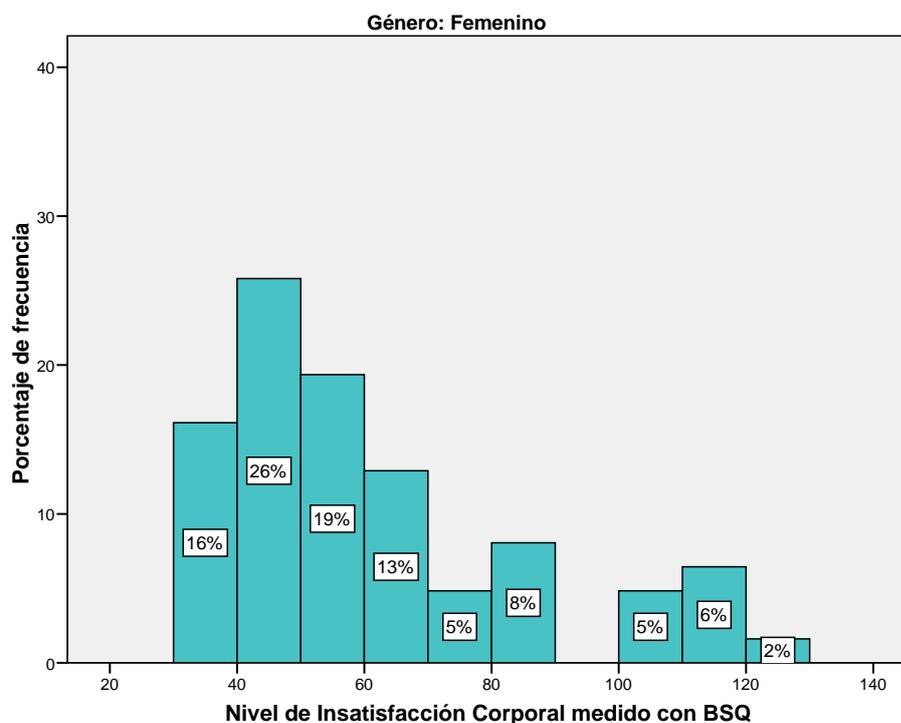


Figura 7: Histograma correspondiente a la Insatisfacción Corporal en el Género Femenino

En la gráfica siguiente (Figura 8) se exponen los datos obtenidos en la evaluación de la insatisfacción corporal de los hombres que participaron del estudio. Como se puede observar, el 36% obtuvo puntajes menores a 40, es decir que no presentan insatisfacción corporal.

El 55% de los hombres presenta algunas preocupaciones por la imagen corporal que pueden interpretarse como malestar normativo ya que quedan comprendidos entre los valores 40 y 80. Específicamente, el 35% se encuentra entre los 40 y 50 puntos, el 11% entre los 50 y 60, el 2% entre 60 y 70 y el 7% entre 70 y 80.

En tanto que el 4% de los varones evaluados presenta una leve insatisfacción corporal ya que se encuentran en el continuo que va de los 80 a los 104 puntos. De la misma manera, un 3% quedó comprendido entre los valores 105 y 120 dando cuenta de una insatisfacción corporal

moderada o intermedia; El 1% restante sobrepaso los 121 puntos indicando una extrema insatisfacción corporal.

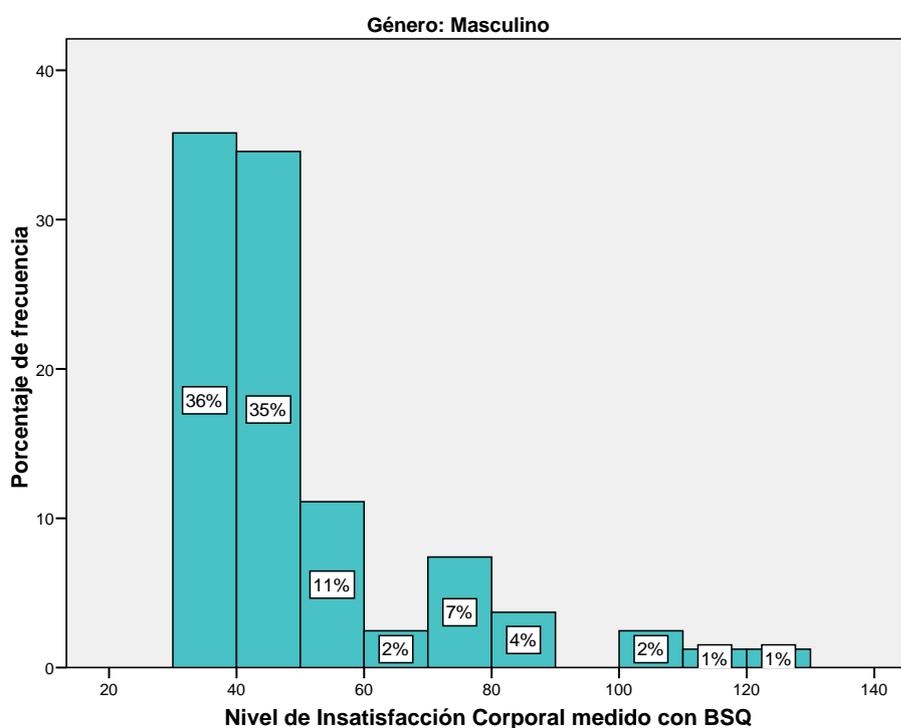


Figura 8: Histograma correspondiente a la Insatisfacción Corporal en el Género Masculino

Tomando en consideración los resultados obtenidos por los adolescentes de cada género, se realizó una comparación de medias en pos de indagar la existencia de diferencias significativas. El cálculo con el programa estadístico SPSS dio lugar al rechazo de la hipótesis nula, de manera que se acepta que la insatisfacción corporal en mujeres es significativamente mayor que la misma en hombres (Ver Tabla 4).

Tabla 4: Comparación de Medias para Insatisfacción Corporal por Género

BSQ	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	T	Gl	Sig. bilateral	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.
	15,23	,000	3,98	141	,000	14,461	3,627	7,291	21,632

INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES POR ESCUELA

La segunda variable medida fue la influencia de los modelos estéticos corporales, para ello se utilizó el cuestionario CIMEC-40. A continuación se exponen los datos obtenidos agrupados por escuela.

En la tabla 5 se encuentran los datos estadísticos descriptivos de la influencia de los modelos estéticos corporales agrupados por escuela.

Entre otros datos, es de interés destacar que el puntaje mínimo obtenido en el CIMEC-40 por los alumnos de la escuela rural fue de 40 y el máximo de 145. La media para éstos se estimó en 77,79 con una desviación estándar de 29,591.

Por otro lado para los adolescentes de la escuela urbana marginal el puntaje mínimo obtenido fue 42 mientras que el máximo alcanzó los 157 puntos. El valor de la media de este grupo fue de 73,21 con un error típico de 4,365 y una desviación estándar de 28,62.

Finalmente, los adolescentes de la escuela urbana privada obtuvieron un puntaje mínimo es de 44 y el máximo de 158. La media para ellos fue calculada en 76,5 con un error típico de 3,914 y una desviación estándar de 28,228.

Tabla 5: Datos estadísticos descriptivos de la Influencia de los modelos estéticos agrupados por Escuela

Escuela			Estadístico	Error típ.
Escuela Rural	CIMECtotal	Media	77,79	4,271
		Desv. típ.	29,591	
		Mínimo	40	
		Máximo	145	
Escuela Urbano Marginal	CIMECtotal	Media	73,21	4,365
		Desv. típ.	28,621	
		Mínimo	42	
		Máximo	157	
Escuela Urbana Privada	CIMECtotal	Media	76,50	3,914
		Desv. típ.	28,228	
		Mínimo	44	
		Máximo	158	

A continuación, en la figura 9, se puede observar la distribución de los valores obtenidos por los adolescentes de la escuela rural en el CIMEC-40. De manera que se puede inferir que el 33% de ellos no se está influenciado por los modelos estéticos corporales debido a que sus puntajes totales son menores de 60, y que el 25% se encuentra levemente influenciado con puntuaciones bajas (entre 60 y 80).

Por otra parte, un 17% de los sujetos quedó comprendido entre los 80 y 100 y un 12% entre los 100 y 120 por lo que se puede pensar que estos reciben una influencia de los modelos estéticos corporales moderada. Mientras que el 8% reciben una elevada influencia de dichos modelos ya que sus puntuaciones alcanzaron valores entre 120 y 140. En último lugar se advierte que existe un 4% de la muestra es muy vulnerable a la influencia de los modelos estéticos corporales ya que alcanzó puntajes mayores a 140.

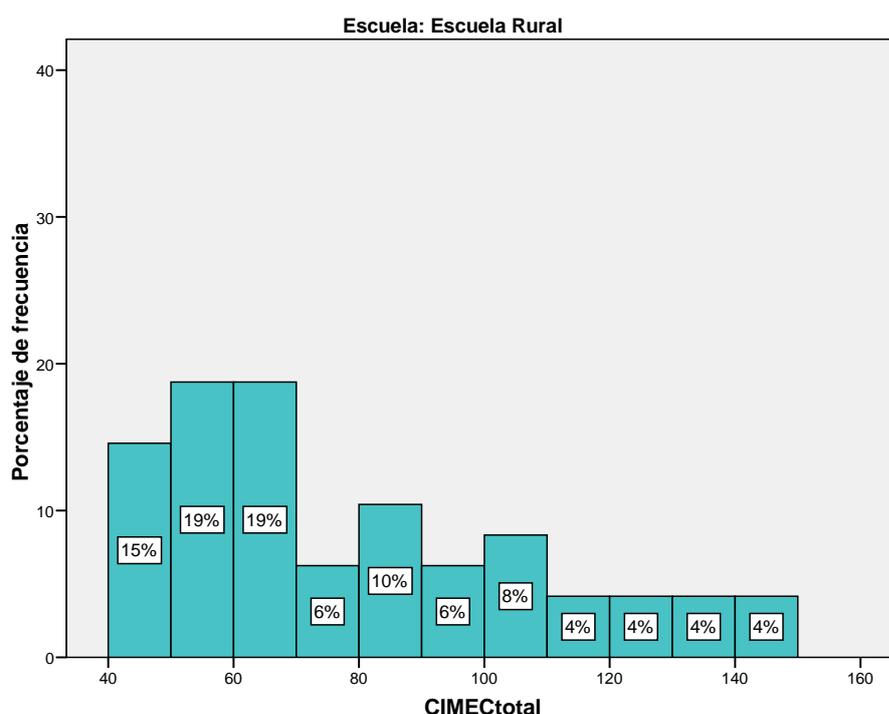


Figura 9: Histograma correspondiente a la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales en la Escuela Rural

En la siguiente gráfica (Figura 10) se muestra la distribución de los puntajes totales del CIMEC obtenida por los adolescentes de la escuela urbana marginal. En ella se puede advertir que el 47% de estos adolescentes no se encuentran influenciados por los modelos estéticos corporales, ya que obtuvieron puntuaciones mínimas, a saber: menores de 60. El 28% alcanza puntuaciones entre 60 y 80 dando cuenta de que se sienten levemente influenciados por estos modelos estéticos corporales.

El 9% de los alumnos de esta escuela se ubicó entre 80 y 100 puntos y el 7% entre 100 y 120 lo que permite estimar que se encuentran ante una influencia moderada de los modelos sostenidos socialmente. Un 5% alcanzó puntuaciones entre 120 y 140 lo que permite inferir que están frente a una elevada influenciada de los mismos, asimismo el 5% restante se encuentra aún más vulnerables ante la imposición social de modelos estéticos ya que sus puntajes oscilan entre 140 y 160.

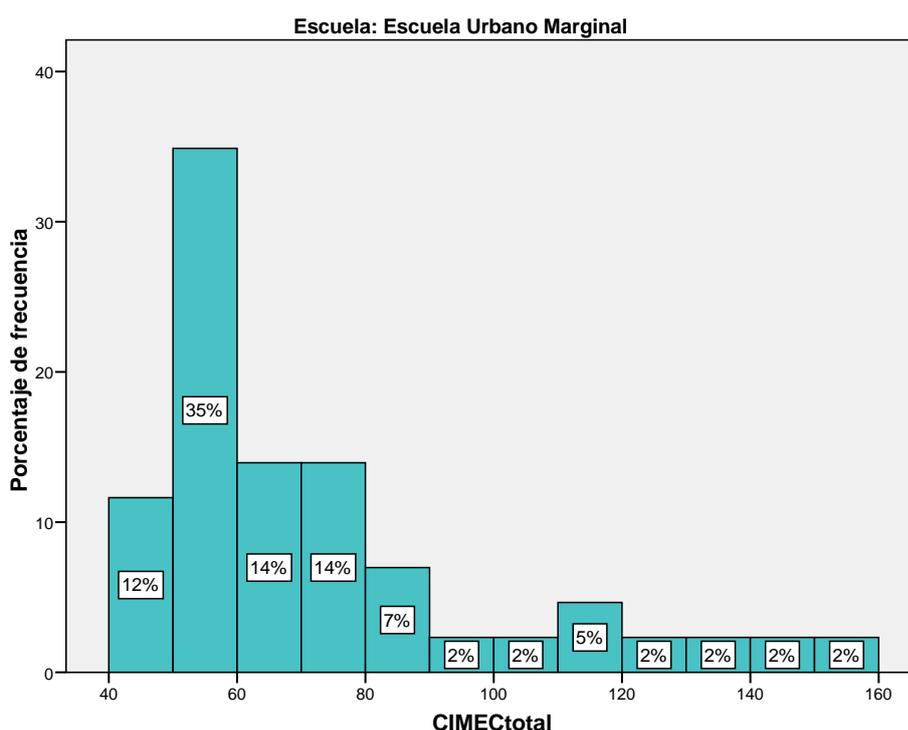


Figura 10: Histograma Correspondiente a la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales en la Escuela Urbana Marginal

En último lugar, el histograma siguiente (Figura 10) muestra que el 31% de los estudiantes evaluados en la escuela urbana privada no está influenciado por los modelos estéticos corporales y que el 42% de los mismos enfrenta una influencia muy leve ya que los primeros obtuvieron puntuaciones totales por debajo de 60 y los segundos entre 60 y 80.

Además se puede observar que el 12% de estos adolescentes quedo comprendido entre 80 y 100 puntos y el 4% entre 100 y 120 lo que admite ser entendido como una exposición moderada a la influencia de los modelos estéticos corporales, mientras que un 4% se encuentran a una elevada influencia de estos ya que sus puntuaciones oscilan entre 120 y 140. También se debe considerar que en este grupo se encontró un 8% de sujetos comprendidos entre los 140 y 160 puntos lo que da lugar a inferir una muy elevada influencia de los modelos estéticos corporales que se les imponen socialmente.

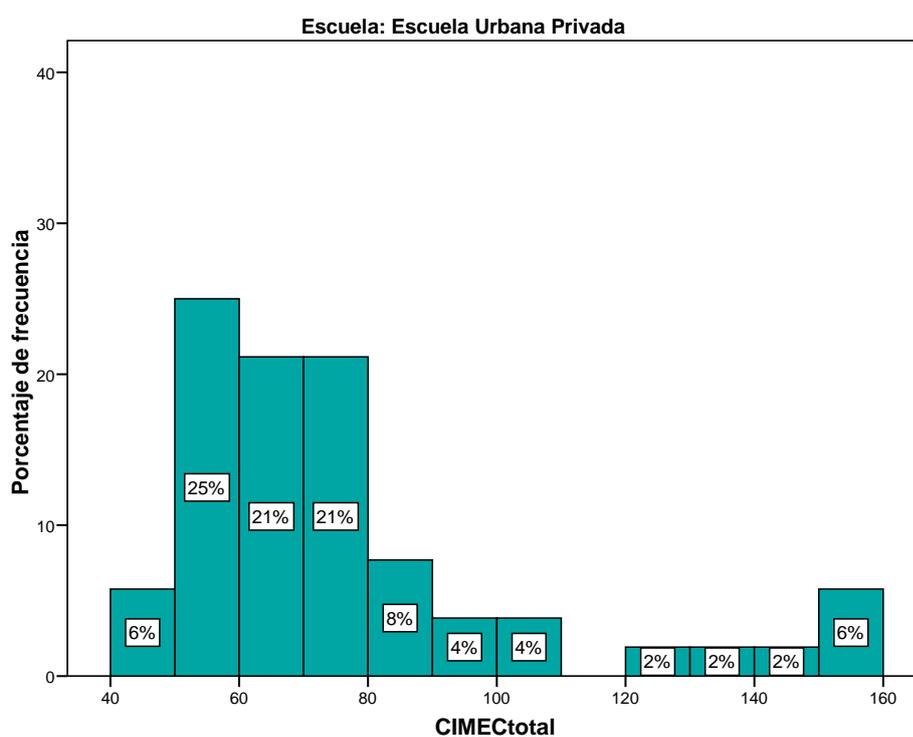


Figura 10: Histograma correspondiente a la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales en la Escuela Urbana Privada

Una vez realizada la descripción de la influencia de los modelos estéticos corporales en cada escuela, se procede a indagar la existencia de diferencias significativas entre las mismas.

La tabla 6 expone la prueba ANOVA realizada con el programa SPSS para comparar las tres muestras, en ella se puede advertir que las diferentes puntuaciones obtenidas no son suficientes para establecer la existencia de diferencias significativas, por lo tanto se acepta la hipótesis nula y se concluye que la influencia de los modelos estéticos corporales es similar para los adolescentes de los diferentes contextos sociodemográficos.

Tabla 6: Comparación de Medias ANOVA para CIMEC-40 por Escuela

ANOVA

CIMEC					
	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	501,520	2	250,760	,302	,740
Intra-grupos	116196,033	140	829,972		
Total	116697,552	142			

INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES SEGÚN GÉNERO

En este apartado se exponen los valores obtenidos a través de la toma del CIMEC-40 diferenciando el género de los participantes del estudio.

En la tabla que se presenta a continuación (Tabla 7) se puede observar un resumen de los datos estadísticos descriptivos de la influencia que los modelos estéticos corporales ejercen sobre los adolescentes agrupados por género. En ella se puede advertir que el puntaje mínimo obtenido por las mujeres en el CIMEC-40 fue de 40 y que el puntaje máximo fue de 158; mientras que la media para ellas se calculó en 83,24 con un error típico de 3,915 y una desviación estándar de 158. Por otro parte, el puntaje mínimo obtenido por el género masculino en el CIMEC-40 fue de 42 mientras que el máximo fue de 157. El promedio de las puntuaciones totales resultó en una media de 70,36 con un error típico de 2,857 y una desviación estándar de 25,717. Puede observarse estos datos y otros de interés estadístico.

Tabla 7: Datos estadísticos descriptivos de la Influencia de los modelos estéticos corporales medido con CIMEC-40 agrupados por género.

Género		Estadístico	Error típ.
Femenino	Media	83,56	4,028
	Desv. típ.	32,221	
	Mínimo	40	
	Máximo	158	
Masculino	Media	69,77	2,689
	Desv. típ.	23,904	
	Mínimo	41	
	Máximo	145	

En la Figura 11 se muestra la distribución de los puntajes obtenidos por las mujeres evaluadas en esta variable. En la misma se observa que el 28% no es influenciado por modelos estéticos corporales ya que obtuvo puntajes mínimos, es decir, por debajo de 60. El 29% está levemente influenciado con valores comprendidos entre 60 y 80.

También se puede advertir que en el intervalo que va de los 80 a los 100 puntos se encuentran el 18% de las mujeres, y un 8% de ellas en el que abarca de los 100 a los 120 puntos; esto permite suponer que el 26% de las mujeres se encuentra moderadamente influenciado por los mencionados modelos.

Por otro lado, un 8% se concentran entre los 120 y 140 puntos señalando que son altamente influenciables. El 8% restante se localizó entre los 140 y 160 puntos lo que puede interpretarse como personas expuestas a una influencia muy elevada de los modelos estéticos corporales.

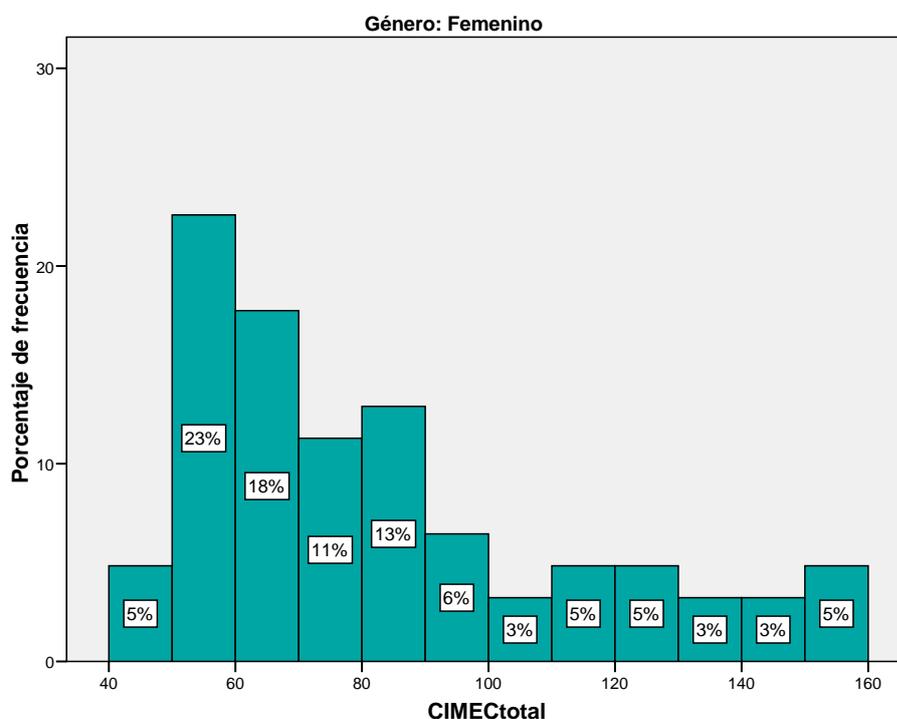


Figura 11: Histograma correspondiente a la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales en Mujeres

En la Figura 12 se detalla la distribución de los varones evaluados de acuerdo a los puntajes totales logrados en el CIMEC-40. Se advierte que el 43% de los varones presentó puntuaciones mínimas, por debajo de 60 evidenciando que no se encuentran influenciados por los modelos estéticos corporales. De la misma forma, el 35% obtuvo puntuaciones bajas (entre 60 y 80) lo que sugiere que son levemente influenciados por los modelos en cuestión.

El 14% de los varones quedó localizado en los intervalos correspondientes a la moderada influencia de los modelos estéticos, encontrándose un 7% entre los 80 y 100 puntos y el otro 7% entre los 100 y 120. El 3% alcanzó puntuaciones entre 120 y 140 lo que da cuenta de su vulnerabilidad ante la elevada influencia de los modelos que se imponen culturalmente, el 3% restante que obtuvo puntuaciones aún mayores (entre 140 y 160) sugiriendo que se encuentran expuestos a una influencia aún mayor.

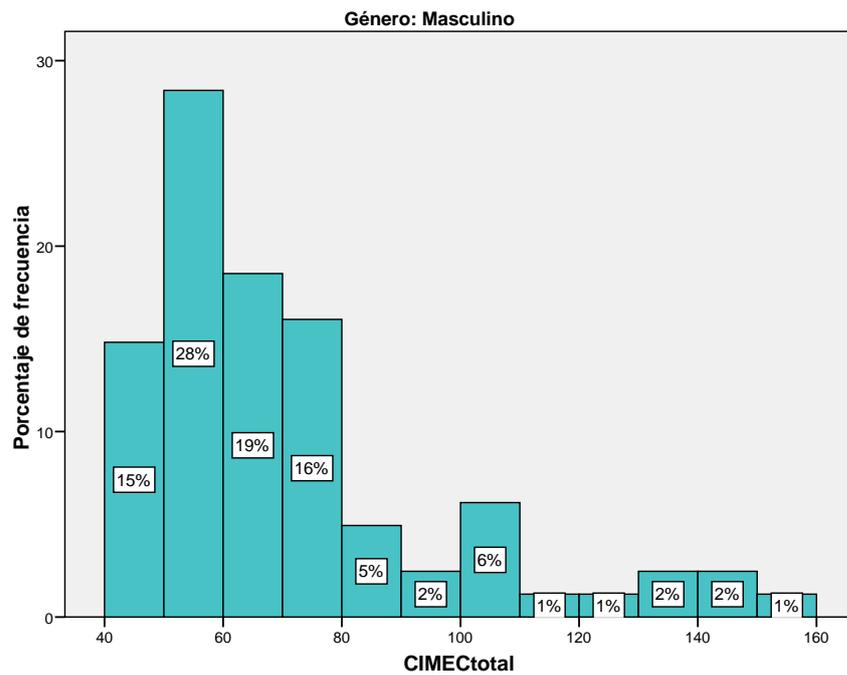


Figura 12: Histograma correspondiente a la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales en Varones

A partir de los datos expuestos para ambos géneros, se expone en la Tabla 8 la comparación estadística realizada con el objeto de determinar la existencia de diferencias significativas. En la misma se puede observar como el índice de significación bilateral es menor de 0,05 lo que da cuenta de la existencia de diferencias significativas. Por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se afirma que la Influencia de los modelos estéticos corporales en las mujeres que participaron del estudio es significativamente más elevada que en los hombres que participaron en el mismo.

Tabla 8: Comparación de medias para influencia de modelos estéticos corporales según género

CIMEC	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	T	gl	Sig. bilateral	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.
	8,661	,004	2,936	141	,004	13,790	4,697	4,505	23,076

A fin de enriquecer el análisis planteado en la presente investigación y alcanzar los objetivos de la misma, se analizan los datos obtenidos para cada factor evaluado por el CIMEC, a saber: influencia de la publicidad, malestar por la imagen corporal y conductas para reducción de peso, influencia de los modelos estéticos corporales e influencia de las relaciones sociales.

INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD (FACTOR I DE CIMEC-40) SEGÚN TIPO DE ESCUELA

El primer factor del CIMEC-40 se denomina “Influencia de la Publicidad” y consiste en quince preguntas destinadas a medir la influencia que ejercen los mensajes publicitarios relacionados con productos adelgazantes a través de distintos medios de comunicación (Alvarez, 2011).

En la Tabla 9 se puede apreciar que, en lo que respecta a este factor, las puntuaciones obtenidas en las tres escuelas son similares.

Los adolescentes de la escuela rural obtuvieron un puntaje mínimo de 15 y máximo de 59, la media fue de 24,42 con una desviación estándar de 10,337. Mientras que los estudiantes de la escuela urbana marginal tuvo un puntaje mínimo de 15 y máximo de 57; la media fue de 25,47 con una desviación estándar de 10,598. Del mismo modo, en la escuela urbana privada se encontró un puntaje mínimo de 15, un puntaje máximo de 54, una media de 22,29 con una

Tabla 9: Estadística descriptiva del Factor I CIMEC-40 Influencia de la publicidad

desviación estándar de 10,672.

Escuela			Estadístico	Error típ.
Escuela Rural	CIMECtotal	Media	24,42	1,49
		Desv. típ.	10,37	
		Mínimo	15	
		Máximo	59	
Escuela Urbano Marginal	CIMECtotal	Media	22,21	1,61
		Desv. típ.	10,59	
		Mínimo	15	
		Máximo	57	
Escuela Urbana Privada	CIMECtotal	Media	22,29	1,48
		Desv. típ.	10,67	

	Mínimo	15
	Máximo	54

La tabla 10 muestra la prueba ANOVA realizada para comparar la influencia de la publicidad en los estudiantes de las tres zonas, en ella se puede advertir que no existen diferencias significativas. Es decir que la influencia de la publicidad se da de forma similar en los adolescentes de los diferentes de contextos sociodemográficos.

Tabla 10: Prueba ANOVA para Factor I CIMEC-40 Influencia de la publicidad por Escuela

	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	149,481	2	74,741	,673	,512
Intra-grupos	15547,456	140	111,053		
Total	15696,937	142			

INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD (FACTOR I DE CIMEC-40) POR GÉNERO

La influencia de la publicidad también fue analizada según el género de los participantes (ver Tabla 11). Ellas obtuvieron un puntaje mínimo de 15, máximo de 54, con una media de 25,26 y una desviación estándar 10,586. Mientras que para los varones el puntaje mínimo fue de 15 y el máximo de 59; la media se estimó en 21,23 con una desviación estándar de 10,514.

Tabla 11: Estadística descriptiva de la Influencia de la Publicidad por Género

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Mínimo	Máximo
Femenino	62	25,26	10,586	1,344	15	54
Masculino	81	21,23	10,181	1,131	15	59

En la Figura 13 se puede apreciar la distribución de las mujeres según los puntajes obtenidos para el primer factor del CIMEC I. Es oportuno señalar que 15 es el puntaje mínimo que indica que no existe influencia de la publicidad de los productos adelgazantes y 60 el otro extremo de continuo que indica una extrema influencia de estos mensajes publicitarios.

Así se puede observar que 21% de ellas no resulta influenciado por estas publicidades, 26% obtuvo puntajes bajos, por lo que se podría suponer que la influencia de la publicidad en ellas es mínima. Un 39% de las mujeres se distribuyen entre valores moderados y el 15% restante se encuentra ante una elevada influencia de los mensajes publicitarios relacionados con productos para la pérdida de peso.

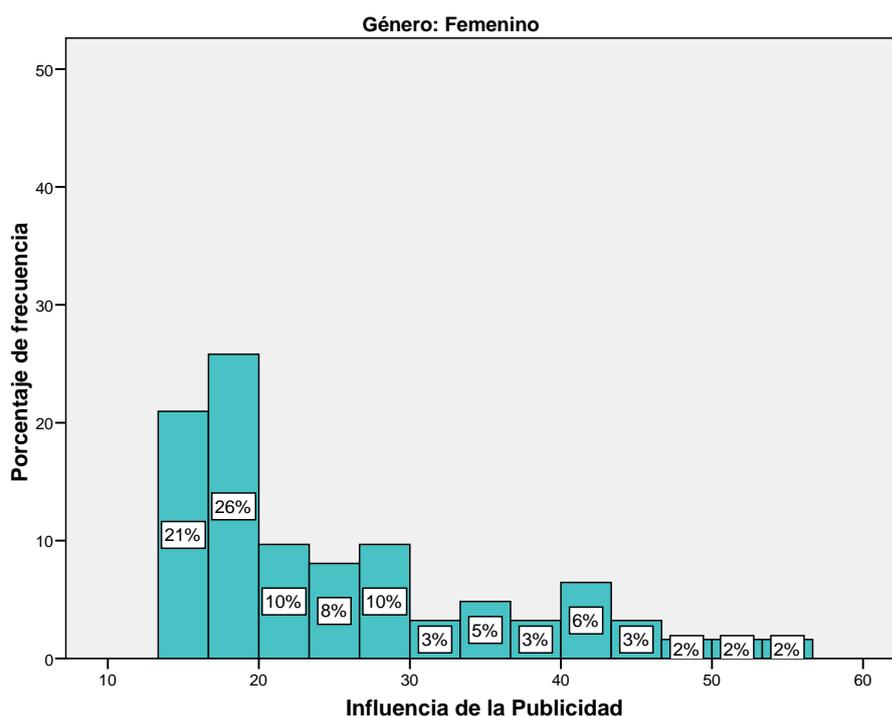


Figura 13: Histograma correspondiente a la Influencia de la Publicidad (Factor I de CIMEC-40) en Mujeres

Por otro lado, la Figura 14 muestra cómo se da esta distribución para los hombres de la muestra. El 46% de los varones no resulta influenciado por los mensajes publicitarios de productos adelgazantes ya que obtuvo el puntaje mínimo, 25% se encuentra expuesto a una muy leve influencia de estos ya que sus puntuaciones son bajas.

El 23% obtuvo puntuaciones intermedias y sólo el 4% alcanzó puntuaciones elevadas dando cuenta de una elevada influencia de la publicidad de productos adelgazantes o relacionados con el peso.

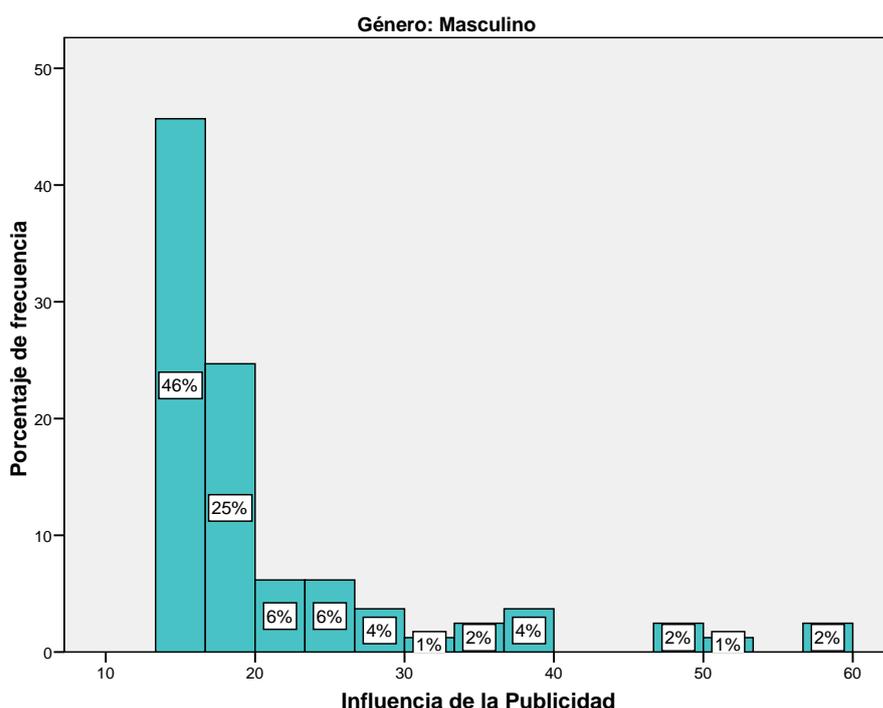


Figura 14: Histograma correspondiente a la Influencia de la Publicidad (Factor I de CIMEC-40) en Varones

Tras haber presentado los datos de la influencia de la publicidad para ambos géneros se expone la comparación de medias realizada en pos de determinar la existencia de diferencias significativas (ver Tabla 12). Se encontró que las mujeres presentan significativamente más influencia de la publicidad.

Tabla 12: Comparación de Medias para Influencia de la Publicidad por Género

Influencia de la Publicidad	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	T	Gl	Sig. bilateral	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.
	1,989	,161	2,302	141	,023	4,023	1,748	,568	7,479

MALESTAR CORPORAL Y CONDUCTAS PARA REDUCCIÓN DE PESO (FACTOR II DE CIMEC-40) SEGÚN TIPO DE ESCUELAS

El segundo factor del CIMEC-40 está compuesto por once preguntas que evalúan las conductas de restricción alimentaria así como también la ansiedad que presentan las personas al enfrentarse a situaciones que cuestionan el propio cuerpo o que propician el deseo de asemejarse a los modelos estéticos corporales basados en el ideal de delgadez (Alvarez, 2011).

La tabla 13 expone los datos estadísticos descriptivos de los datos organizados por escuela.

En la escuela rural se encontró un puntaje mínimo de 11 y máximo de 49, allí se encontró la media más elevada para este factor, siendo de 24,04 con una desviación estándar de 11,27. De la misma manera, en la escuela urbana marginal se obtuvo un puntaje mínimo de 11 y máximo de 50, la media se calculó en 21,37 con una desviación estándar de 9,49. Finalmente En la escuela urbana privada se encontraron valores similares, siendo el 11 el puntaje mínimo, 50 el máximo, 21,35 la media con una desviación típica de 10,748.

Tabla 13: Estadística descriptiva del Factor II CIMEC-40 Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Mínimo	Máximo
Escuela Rural	48	24,04	11,377	1,642	11	49
Escuela Urbano Marginal	43	21,37	9,492	1,448	11	50
Escuela Urbana Privada	52	21,35	10,748	1,491	11	50

A continuación, se presenta la Tabla 14 que contiene la prueba de medias ANOVA realizada para establecer la existencia de diferencias significativas respecto del malestar

corporal y las conductas de reducción de peso de los adolescentes de las tres escuelas. La misma muestra que el la significancia es de 0,363 lo que señala que no existen diferencias significativas en este factor entre los adolescentes de las diferentes escuelas; es decir que el malestar corporal y las conductas de reducción de peso se dan de manera análoga sin importar el contexto sociodemográfico.

Tabla 14: Prueba ANOVA para Factor II CIMEC-40 Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso por Escuela

	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	229,694	2	114,847	1,020	,363
Intra-grupos	15759,732	140	112,570		
Total	15989,427	142			

MALESTAR CORPORAL Y CONDUCTAS PARA REDUCCIÓN DE PESO (FACTOR II DE CIMEC-40) POR GÉNERO

Siguiendo los objetivos del presente trabajo se analizaron los datos de este factor según el género de los participantes, en la tabla 15 puede observarse la estadística descriptiva de este análisis.

En lo que respecta al malestar corporal y conductas de reducción de peso las mujeres obtuvieron un puntaje mínimo de 11 y un máximo de 50, la media se estimó en 25,29 con desviación estándar de 11,727. En cambio los varones obtuvieron un puntaje mínimo de 11 y máximo de 48 con una media de 19,94 y una desviación estándar de 9,079.

Tabla 15: Estadística descriptiva del Factor II CIMEC-40 Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Mínimo	Máximo
Femenino	62	25,29	11,727	1,489	11	50
Masculino	81	19,94	9,079	1,009	11	48

Resulta interesante expresar de manera gráfica los valores obtenidos por cada género para este factor. Así en la Figura 15, se encuentra que 44% de las mujeres obtuvieron puntuaciones bajas lo que implica que tienen poco o ningún deseo de adelgazar para asemejarse a los modelos estéticos corporales. Mientras que el 26% se ubica entre las puntuaciones 20 y 30 lo que habla de la existencia de algunas conductas aisladas destinadas a la reducción de peso o deseo de realizarlas. El 16% obtuvo puntuaciones intermedias que van de los 30 a los 40 puntos dando cuenta de que este deseo es mayor en ellas y probablemente tiendan a realizar este tipo de conductas para moldear el cuerpo. Finalmente un 15% obtuvo puntuaciones altas por lo que su deseo de disminuir de peso es muy fuerte y posiblemente presenten conductas constantes con ese fin.

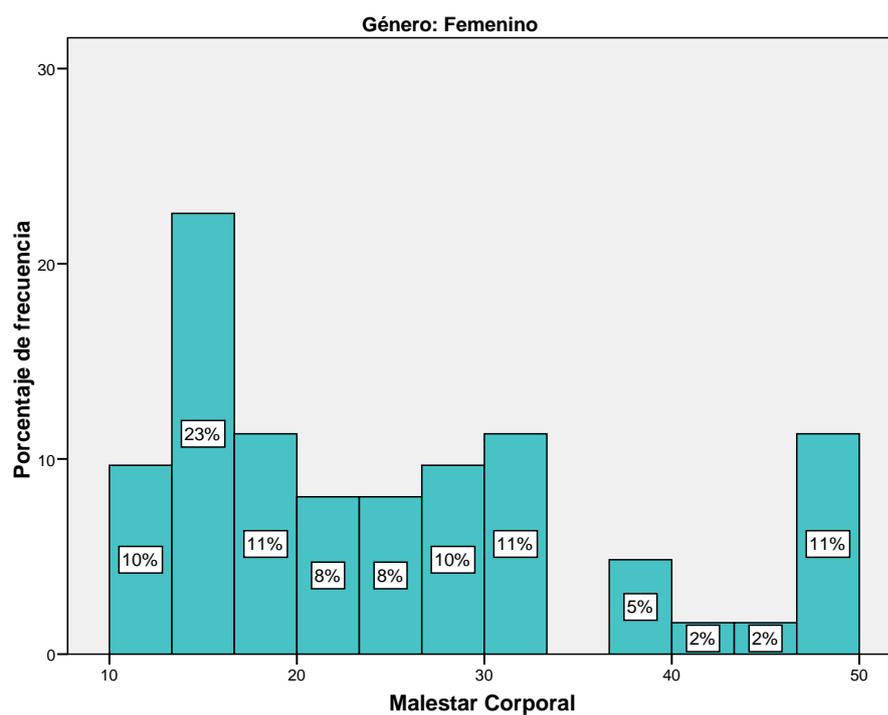


Figura 15: Histograma correspondiente al Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso (Factor II de CIMEC-40) en Mujeres

Por otra parte la Figura 16 muestra el mismo análisis a partir de los datos de los varones. En ella se puede inferir que 69% de los varones no realiza conductas para adelgazar ni desea hacerlas, pues sus puntuaciones menores de 20. El 16% de los varones se encuentra en el intervalo siguiente, entre 20 y 30 puntos, lo que da cuenta de la posibilidad de que realicen algunas conductas aisladas destinadas a la reducción de peso o que tengan el deseo de realizarlas. En el intervalo siguiente se encuentra a un 7% de ellos, lo que da a pensar que estos realizan conductas para asemejarse a los modelos estéticos corporales de delgadez o bien, desearían realizarlas porque su cuerpo les causa malestar. Finalmente, el 7% restante obtuvo puntuaciones elevadas (entre 40 y 50) lo que señala que su deseo de disminuir de peso es muy fuerte y posiblemente presenten conductas constantes con ese fin.

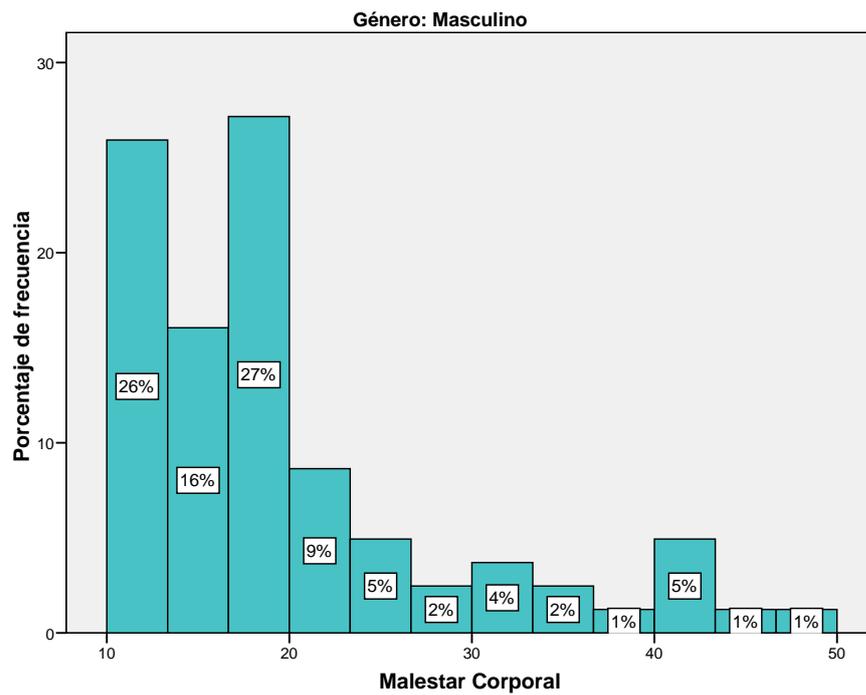


Figura 16: Histograma correspondiente al Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso (Factor II de CIMEC-40) en Varones

Al comparar estadísticamente los datos de ambos géneros se llega a la conclusión que el malestar corporal y las conductas para reducir el peso son significativamente mayores en las mujeres que en los varones (Ver Tabla 16).

Tabla 16: Comparación de Medias para Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso según el género.

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	T	Gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
	Inf.	Superior	Inferior	Superior	Inferior	Superior	Inferior	Superior	Inferior
Malestar Corporal y Conductas para la Reducción de peso	7,587	,007	3,077	141	,003	5,352	1,740	1,913	8,791
			2,975	111,862	,004	5,352	1,799	1,788	8,916

INFLUENCIA DE MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES (FACTOR III DE CIMEC-40) SEGÚN TIPO DE ESCUELA

Este factor del CIMEC-40 consiste en la evaluación del interés que despiertan los cuerpos de los actores y de los modelos publicitarios mediante 6 preguntas (Alvarez, 2011).

En la Tabla 17 se describen los datos estadísticas de cada escuela, de manera que para la escuela rural el puntaje mínimo fue de 6 y el máximo 25, la media se calculó en 12,48 con una desviación típica de 4,873. El puntaje mínimo de la escuela urbana marginal fue de 6 mientras que el máximo alcanzó los 27 puntos, la media fue 12,19 con una desviación estándar de 5,015. Del mismo modo se destaca, que la escuela urbana privada también obtuvo valores similares para este factor, así su puntaje mínimo fue de 6 y el máximo de 26, la media fue un poco más elevada que en las escuelas públicas siendo de 13,17 con una desviación estándar de 4,793.

Tabla 17: Estadística descriptiva de la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales por Escuela.

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Mínimo	Máximo
Escuela Rural	48	12,48	4,873	,703	6	25
Escuela Urbano Marginal	43	12,19	5,015	,765	6	27
Escuela Urbana Privada	52	13,17	4,793	,665	6	26

La prueba de medias ANOVA dejó en evidencia que las diferencias para la influencia de los modelos estéticos corporales entre los adolescentes de las distintas escuelas, no son significativas (ver en la Tabla 18).

Tabla 18: Prueba ANOVA para Factor II CIMEC-40 para la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales por Escuela.

	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	24,878	2	12,439	,521	,595
Intra-grupos	3343,933	140	23,885		
Total	3368,811	142			

INFLUENCIA DE MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES (FACTOR III DE CIMEC-40) POR GÉNERO

En cuanto al análisis según el género se puede ver en la tabla 19 los datos estadísticos descriptivos, de manera que se advierte que ambos grupos obtuvieron un puntaje mínimo de 6 pero que las mujeres alcanzaron un puntaje máximo de 27 mientras que los hombres solo de 25. La media para ellas fue de 13,26 con una desviación típica de 5,495 mientras que para ellos fue de 12,17 con una desviación típica de 4,309.

Tabla 19: Estadística descriptiva de la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales por Género

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
Femenino	62	13,26	5,495	,698	11,86	14,65	6	27
Masculino	81	12,17	4,309	,479	11,22	13,13	6	25

El siguiente histograma (Figura 17) muestra la distribución de las mujeres según los puntajes obtenidos en el tercer factor del CIMEC-40. Se advierte que el 25% de ellas obtuvo un puntaje bajo (menos de 10) lo que da cuenta de que los cuerpos de los actores, deportistas y famosos no le llaman la atención. El 39% presentó puntuaciones entre 10 y 15 lo que da cuenta de una leve influencia de los modelos estéticos corporales. Por otra parte, el 19% obtuvo puntuaciones intermedias (entre 15 y 20) señalando que para ellas la influencia de estos modelos es moderada. Un 14% obtuvo puntuaciones elevadas (entre 20 y 25) evidenciando que la influencia de los modelos corporales es alta; finalmente se observa que el 3% alcanzó las

puntuaciones máximas, a saber: más de 25 lo que da cuenta de una influencia aún mayor de dichos modelos.

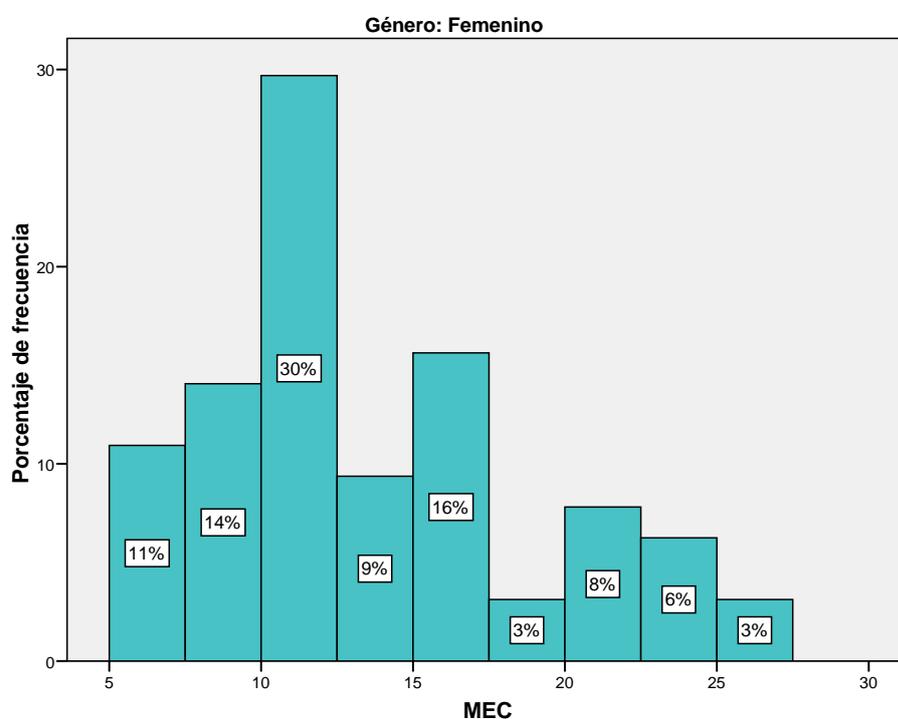


Figura 17: Histograma correspondiente a la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (Factor III de CIMEC-40) en Mujeres

La figura 18 muestra el histograma correspondiente a las puntuaciones obtenidas por las varones en el tercer factor del CIMEC-40; en ella se puede advertir que al 36% de los hombres evaluados no les llama la atención los cuerpos de los famosos, actores, deportistas u otros que se procuran imponer como modelo estético. Por otro lado, se observa que el 37% obtuvo puntajes entre 10 y 15 lo que da cuenta de que los modelos corporales ejercen una leve influencia sobre ellos, además el 20% obtuvo puntuaciones intermedias (entre 15 y 20) dejando en evidencia que la influencia para estos es moderada. El 4% obtuvo puntuaciones elevadas dando cuenta de una alta influencia de los modelos estéticos corporales y el 5% puntuaciones extremas (más de 25) indicando que dicha influencia es muy alta para ellos.

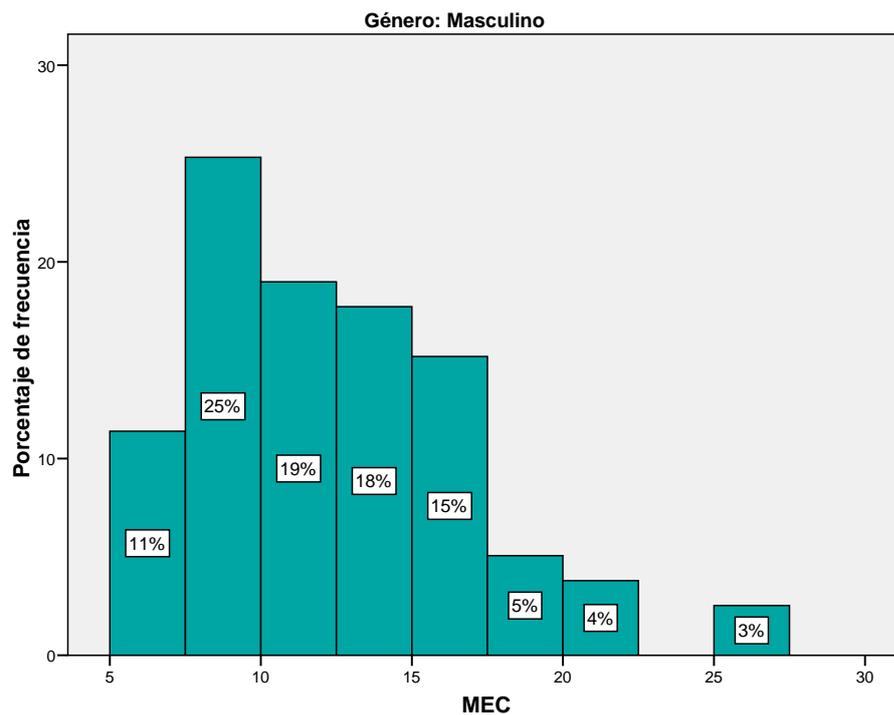


Figura 18: Histograma correspondiente a la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (Factor III de CIMEC-40) en Hombres

La prueba de medias para verificar la existencia de diferencias de género en lo relativo al interés que despiertan los cuerpos de los actores y de los modelos publicitarios estableció que las posibles diferencias no son suficientes como para adquirir relevancia estadística (ver Tabla 20), de modo que se puede concluir que tanto hombres como mujeres se encuentran influenciados de igual manera por los modelos estéticos corporales que se exhiben en los medios masivos de comunicación.

Tabla 20: Comparación de Medias para la Influencia de los Modelos Estéticos Corporales según el género.

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	T	Gl	Sig. Bilateral	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
Modelos Estéticos Corporales	Inf.	Sup	Inf.	Sup.	Inf.	Sup.	Inf.	Sup	Inf.
Se han asumido varianzas iguales	3,543	,062	1,324	141	,188	1,085	,820	-,535	2,706

INFLUENCIA DE LAS RELACIONES SOCIALES (FACTOR IV DE CIMEC-40) SEGÚN TIPO DE ESCUELA

Este es el último factor del CIMEC-40, está constituido por ocho preguntas que apuntan a cuantificar la presión social subjetiva experimentada ante personas o situaciones asociadas al ideal de delgadez (Alvarez, 2011). Por ejemplo, indaga acerca de conductas que ponen en marcha, personas allegadas, con un objetivo o intención particular: adelgazar o bajar de peso; como así también la percepción o apreciación que tienen las personas del mismo grupo etario, con respecto a su propio cuerpo y el de los demás (Riveros Cabibbo, 2011).

La Tabla 21 muestra brevemente los datos estadísticos obtenidos en cada escuela para este factor. Se puede advertir que en la escuela rural se encontró un puntaje mínimo de 8 y un puntaje máximo menor que las otras escuelas, siendo de 29; el valor de la media se estableció en 16,85 con una desviación estándar de 6,291. La escuela urbana marginal obtuvo el mismo puntaje mínimo pero no el mismo máximo, siendo este de 35; la media fue de 17,3 con una desviación típica de 7,46. Finalmente la escuela urbana privada obtuvo un puntaje mínimo de 9 y un máximo de 35 con una media ubicada en 19,69 y una desviación estándar de 6,176.

Tabla 21: Estadística descriptiva de la Influencia de las Relaciones Sociales por Escuela

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Mínimo	Máximo
Escuela Rural	48	16,85	6,291	,908	8	29
Escuela Urbano Marginal	43	17,30	7,460	1,138	8	35
Escuela Urbana Privada	52	19,69	6,176	,856	9	35

Partiendo de estos datos, se realizó la prueba ANOVA para comparar las medias, lo que arrojó como resultado que las diferencias entre las escuelas no son significativas en lo que

respecta a este factor. Es decir, que se concluye que la influencia de las relaciones sociales se da de manera similar en los diferentes contextos sociodemográficos (ver tabla 22).

**Tabla 22: Prueba ANOVA para Factor IV CIMEC-40
"Influencia de las Relaciones Sociales" por Escuela.**

	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	232,811	2	116,406	2,653	,074
Intra-grupos	6142,126	140	43,872		
Total	6374,937	142			

INFLUENCIA DE LAS RELACIONES SOCIALES (FACTOR IV DE CIMEC-40) POR GÉNERO

En lo que respecta al género, se expone en la tabla 23 los datos estadísticos más relevantes. Entre ellos se destaca que los puntajes mínimos y máximos para los dos grupos fueron equivalentes, 8 y 35 en ambos casos; sin embargo la media de las mujeres fue superior estableciéndose en 19,39 con una desviación típica de 6,545 mientras que para los hombres fue de 16,98 con una desviación típica de 6,669.

Tabla 23: Estadística descriptiva de la Influencia de las Relaciones Sociales por Género

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Femenino	62	19,39	6,545	,831	17,73	21,05	8	35
Masculino	81	16,98	6,669	,741	15,50	18,45	8	35

En las siguientes figuras (19 y 20) se complementan los datos expuestos con una representación gráfica de las puntuaciones obtenidas por mujeres y varones en el factor encargado de evaluar la influencia de las relaciones sociales.

En la primera gráfica (Figura 19) se puede apreciar que el 5% de las mujeres obtuvo la puntuación mínima lo que implica que no están influenciadas por las relaciones sociales en lo relacionado a los modelos estéticos corporales. De manera muy similar el 19% obtuvo puntuaciones bajas (entre 10 y 15) lo que hace pensar que las influencias sociales en este sentido también son muy pequeñas.

Por otra parte, se puede notar que en las puntuaciones medias se concentra la mayor parte de las mujeres, el 31% con puntuaciones comprendidas entre 15 y 20 y el 28% entre 20 y 25. Esto indica que el 59% de las mujeres evaluadas se relacionan con personas que a través de sus actitudes, conductas o apreciaciones personales transmite el ideal de delgadez,

sosteniéndolo como modelo y ejerciendo una presión que se percibe como moderada por estas mujeres.

Además es posible localizar al 9% de las mujeres entre las puntuaciones 25 y 30; lo que en el continuo que va de menor a mayor influencia es significativo. Es viable suponer que estas mujeres sienten una elevada presión social para asemejarse a los modelos estéticos corporales que se procuran imponer.

En último lugar se encuentran las mujeres localizadas en las puntuaciones que van de los 30 a los 35, están representadas el 8% de las mujeres de muestra. Los valores alcanzados conducen a inferir que es posible que se relacionen constantemente con personas muy preocupadas por la imagen corporal tanto propia como la de los demás, generando en ellas una muy elevada percepción de presión social para alcanzar el ideal de delgadez.

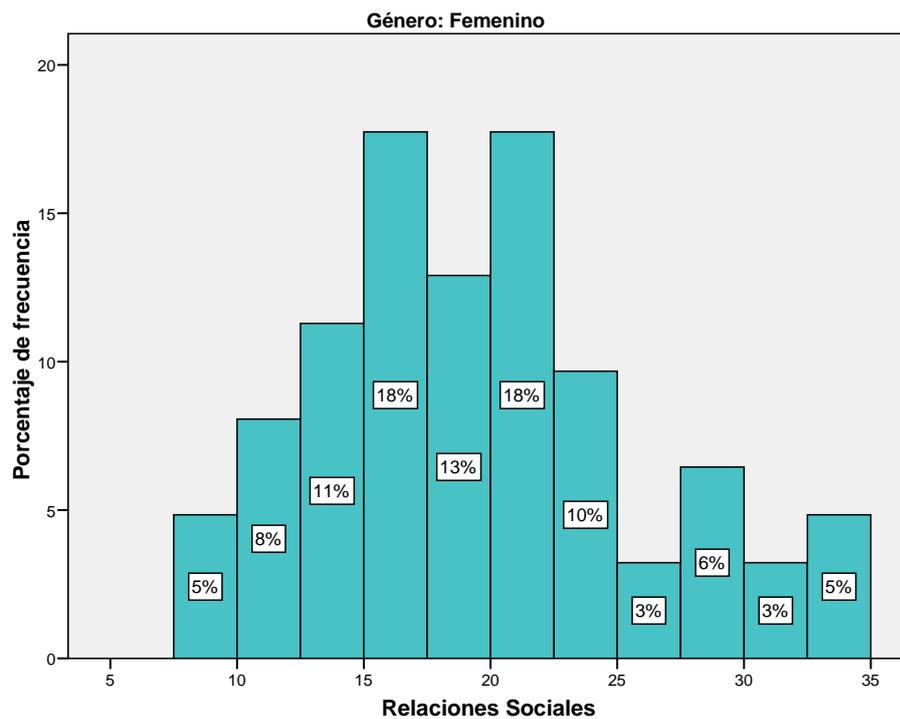


Figura 19: Histograma correspondiente a la Influencia de las Relaciones Sociales (Factor IV de CIMEC-40) en Mujeres.

En el caso de los varones se puede notar que el porcentaje que obtuvo puntuaciones mínimas es mayor que el de mujeres, siendo para estos del 15%. Además, el 30% del género

masculino quedó comprendido entre los valores que van del 10 al 15 dando cuenta de que no se perciben como presionados para alcanzar un cuerpo delgado acorde a los modelos estéticos.

El 43% se localizó entre las puntuaciones medias, entre 15 y 25, siendo que el 20% quedó en la primera mitad de este intervalo y el 23% en la segunda mitad. Por lo que se puede pensar que estos se relacionan de manera frecuente con personas que intentan parecerse a los modelos estéticos y/o que valoran a las personas según la medida en que se asemejen a dichos modelos, lo que resulta en la percepción subjetiva de una presión social moderada o intermedia en este sentido.

Posteriormente, se localizó un 9% entre los valores 25 y 30, puntuaciones que señalan la percepción subjetiva de elevada presión social para parecerse a los modelos que la sociedad valora como atractivos. El 4% restante alcanzó puntuaciones aún mayores, entre 30 y 35; lo que implica que para estos la influencia de las relaciones sociales es muy elevada.

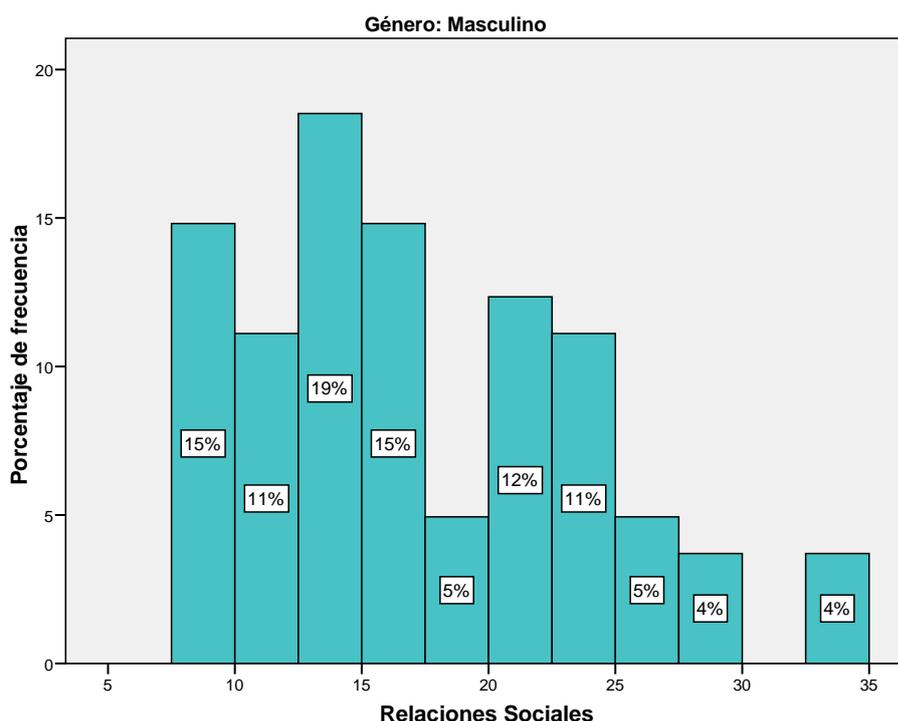


Figura 20: Histograma correspondiente a la Influencia de la Relaciones Sociales (Factor IV de CIMEC-40) en Hombres

Teniendo en cuenta los datos presentados en relación al género se realizó una prueba de medias que señaló que las mujeres perciben significativamente más influencia de las relaciones sociales para asemejarse a los modelos estéticos corporales que los hombres (Ver tabla 24).

Tabla 24: Comparación de Medias para la Influencia de las Relaciones Sociales según el género.

Relaciones Sociales	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	T	Gl	Sig. bilateral	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
	Inferior	Sup.	Inferior	Sup.	Inferior	Sup.	Inferior	Sup.	Inferior
	,190	,664	2,160	141	,032	2,412	1,116	,205	4,619

CORRELACIÓN ENTRE INSATISFACCIÓN CORPORAL MEDIDA CON BSQ E INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES (PUNTAJES TOTALES CIMEC-40)

Se calculó la correlación entre estas variables a través del índice de Pearson. Tal como puede observarse en la Tabla 25; se encontró que existe un alto grado de correlación estadística positiva, a saber: 0,870 (cercano a 1).

En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa sosteniendo la existencia de fuerte correlación positiva entre la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales.

Tabla 25: Correlación entre Insatisfacción Corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales.

		BSQ	CIMEC
BSQ	Correlación de Pearson	1	,870(**)
	Sig. (bilateral)		,000
	N	143	143
CIMEC	Correlación de Pearson	,870(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	143	143

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

El diagrama de dispersión (figura 21) muestra la representación gráfica de esta correlación. Se puede apreciar con nitidez la fuerte relación positiva de las variables. Cada punto representa a un sujeto con su puntaje total en ambos cuestionarios, se advierte que a medida que aumenta los valores obtenidos para la insatisfacción corporal (medida con el BSQ) también aumentan los puntajes totales obtenidos en el cuestionario CIMEC-40.

Además, en el mismo gráfico, se puede observar el índice de determinación que indica la proporción en que ambas variables varían conjuntamente, este índice es de 0,756 lo que señala que la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales varían conjuntamente en un 75,6%.

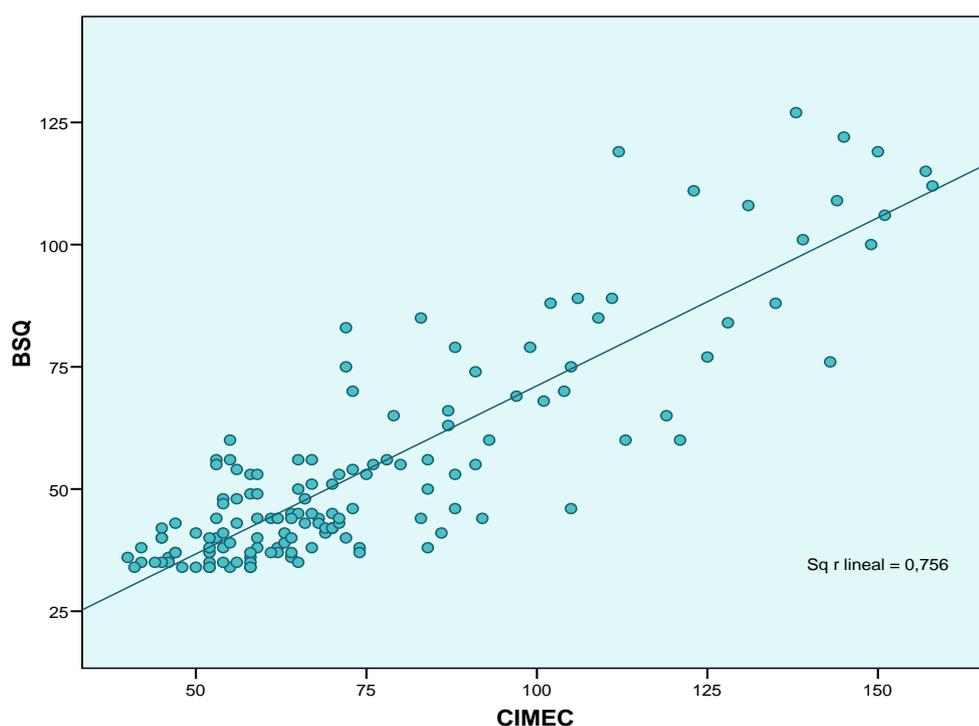


Figura 21: Diagrama de dispersión correspondiente a la Correlación entre Insatisfacción Corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales

Analizando la correlación de estas variables por escuela se encontró que en la escuela urbana privada es aún más fuerte que en las escuelas públicas que participaron del estudio. Siendo que para la escuela rural la correlación se estableció en 0,850, para la escuela urbana marginal en 0,847 y para la escuela urbana privada en 0,917. Por lo que es válido señalar que en la escuela urbana privada la relación entre la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales es aún más fuerte que en las demás (ver tabla 26).

Tabla 26: Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales por Escuela

			CIMEC total	Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ
Escuela Rural	CIMECtotal	Correlación de Pearson	1	,850(**)
		Sig. (bilateral)		,000
	Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	N	48	48
		Correlación de Pearson	,850(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	48	48	
Escuela Urbano Marginal	CIMECtotal	Correlación de Pearson	1	,847(**)
		Sig. (bilateral)		,000
	Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	N	43	43
		Correlación de Pearson	,847(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	43	43	
Escuela Urbana Privada	CIMECtotal	Correlación de Pearson	1	,917(**)
		Sig. (bilateral)		,000
	Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	N	52	52
		Correlación de Pearson	,917(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000		
	N	52	52	

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la Figura 21 se muestran los diagramas de dispersión de los adolescentes de cada escuela según las puntuaciones obtenidas en las dos variables analizadas. En ella se advierte que en la escuela rural el índice de determinación es de 0,723 lo que señala que las puntuaciones obtenidas en el BSQ y en el CIMEC-40 varían de manera conjunta en un 72,3% en

la zona rural mientras que en la escuela urbana marginal el índice de determinación es 0,717 por lo que varían conjuntamente en un 71,7%. Finalmente, cabe destacar que en la escuela urbana privada este índice alcanzó el valor de 0,847 lo que señala que la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales varían conjuntamente en un 84,7%.

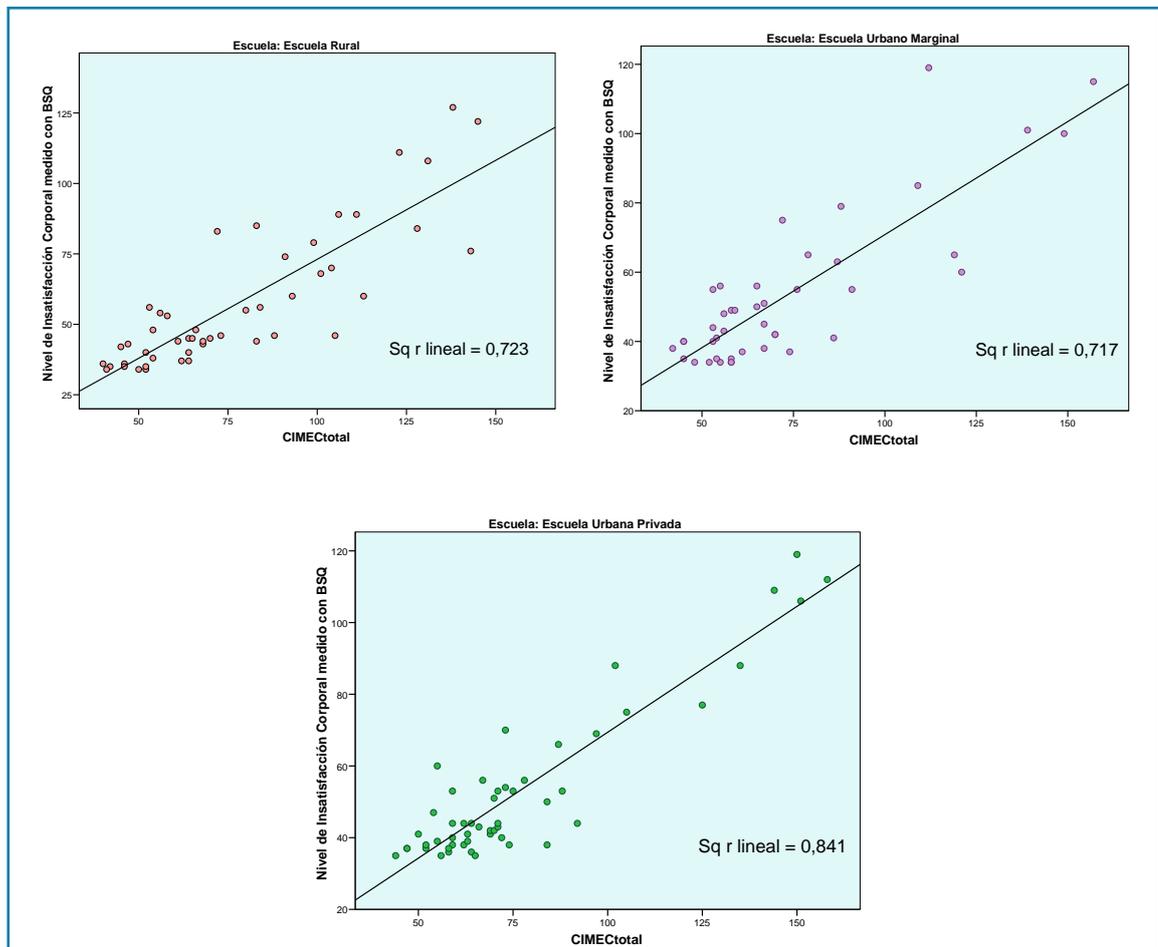


Figura 21: Diagrama de Dispersión correspondiente a la Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales por Escuela

En cuanto al género, se puede observar en la tabla 27 que las correlaciones entre la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales es igualmente fuerte y positiva en hombres y mujeres.

Tabla 27: Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales por Género

Género			CIMEC total	Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ
Femenino	CIMECtotal	Correlación de Pearson	1	,859(**)
		Sig. (bilateral)		,000
	Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	N	62	62
		Correlación de Pearson	,859(**)	1
Masculino	CIMECtotal	Sig. (bilateral)	,000	
		N	62	62
	Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Correlación de Pearson	,867(**)	1
		Sig. (bilateral)	,000	
CIMECtotal	N	81	81	
	Correlación de Pearson	1	,867(**)	
Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Sig. (bilateral)	,000		
	N	81	81	

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la figura 22 se presentan los diagramas de dispersión para la correlación de la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales agrupados según el género; de manera que el primer gráfico muestra la dispersión de las mujeres según estas variables y en el segundo la dispersión de los varones.

En dichas gráficas se puede advertir que el índice de determinación para las mujeres es de 0,738 y para los varones 0,751 lo que indica que la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales varían conjuntamente en un 73,8% para las mujeres y en un 75,1% para los varones.

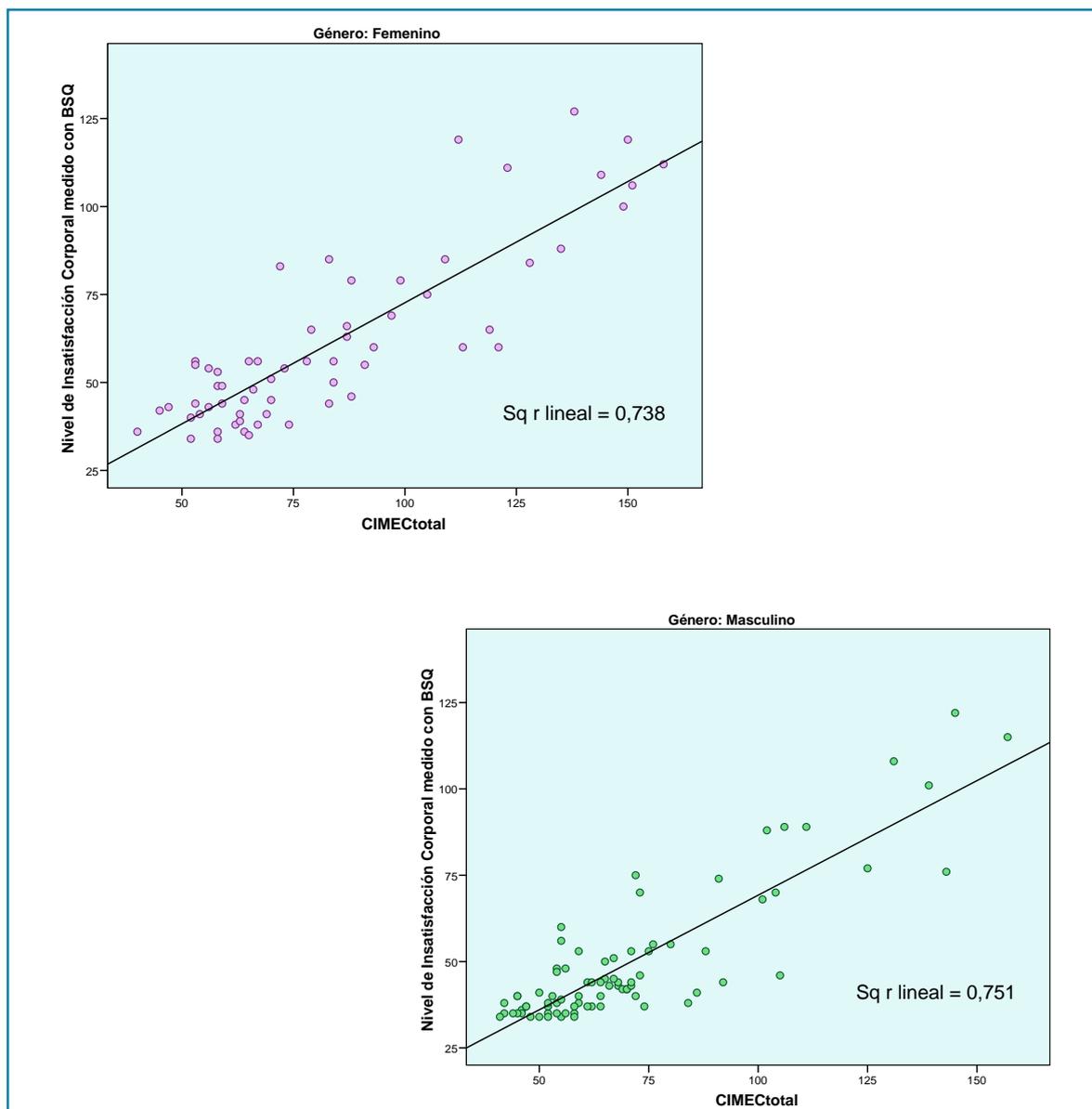


Figura 22: Diagrama de Dispersión correspondiente a la Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales por Género

A continuación se expone el análisis realizado para determinar la existencia de correlación entre la insatisfacción corporal medida con el BSQ y cada uno de los factores medidos por el cuestionario CIMEC-40.

CORRELACIÓN ENTRE INSATISFACCIÓN CORPORAL Y FACTOR I DEL CIMEC-40.

Se encontró que existe una fuerte correlación positiva entre insatisfacción corporal y la influencia de la publicidad, con un valor de 0,808 (ver tabla 28).

Tabla 28: Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de la Publicidad

		Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Influencia de la Publicidad
Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Correlación de Pearson	1	,808(**)
	Sig. (bilateral)		,000
	N	143	143
Influencia de la Publicidad	Correlación de Pearson	,808(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	143	143

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la figura 23 se presenta la dispersión de los sujetos según los valores obtenidos en ambas variables, en ella se puede apreciar la fuerte correlación positiva que existe entre ellas y el índice de determinación ($Sq r \text{ lineal} = 0,652$) que muestra como la insatisfacción corporal y la influencia de la publicidad varían de manera conjunta en un 65,2%.

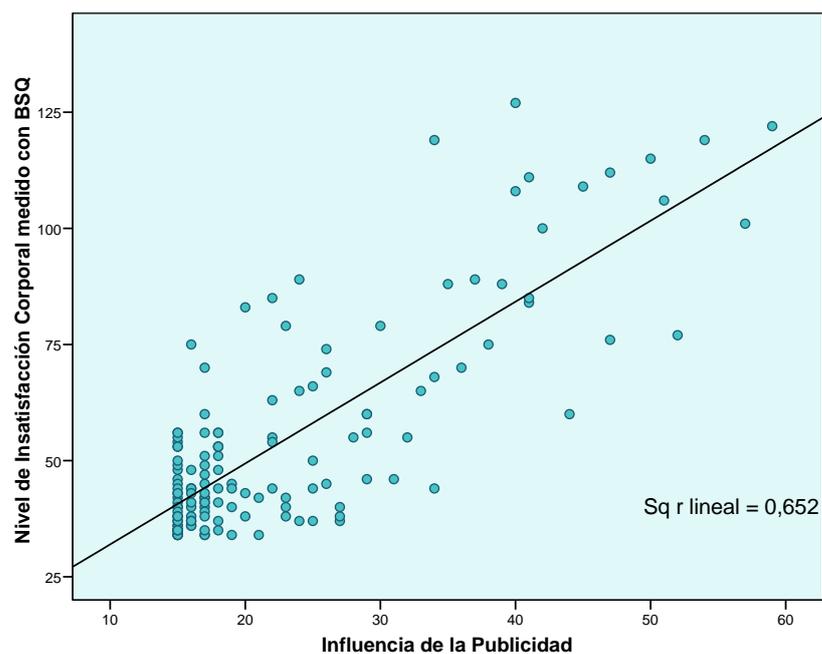


Figura 23: Diagrama de Dispersión correspondiente a la Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de la Publicidad (Factor I del CIMEC-40)

Si se compara la intensidad de la correlación obtenida en cada escuela puede observarse que ésta tiene menor fuerza en la escuela rural y en la escuela urbana marginal con un valor de 0,753 y 0,768 respectivamente y una mayor intensidad en la escuela urbana privada con un valor de 0,882 (Ver Tabla 29).

Tabla 29: Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de la Publicidad (Factor I de CIMEC-40) por Escuela

	Escuela Rural	Escuela Urbana Marginal	Escuela Urbana Privada
Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de la Publicidad (Factor I del CIMEC-40)	0,753	0,768	0,882

CORRELACIÓN ENTRE INSATISFACCIÓN CORPORAL Y FACTOR II DEL CIMEC-40.

En lo que respecta a la relación entre la insatisfacción corporal medida con el BSQ y el segundo factor del CIMEC-40: Malestar corporal y conductas de reducción de peso, se encontró una correlación significativamente fuerte y de sentido positivo (0,885). Es decir que mientras más envidian a la gente delgada, menosprecian su cuerpo, y mientras más hablan de esto entre pares, los adolescentes alcanzan mayores puntajes en la escala destinada a medir la insatisfacción corporal (BSQ) -(Ver Tabla 30).

Tabla 30: Correlación entre Insatisfacción corporal y Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso (Factor II de CIMEC-40)

		Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Malestar Corporal
Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 143	,885(**) 143
Malestar Corporal	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,885(**) 143	1 143

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la figura 24 se puede apreciar la mencionada correlación entre la insatisfacción corporal medida con el BSQ y el malestar corporal y conductas de reducción de peso evaluadas con el CIMEC-40. Además, se advierte que el índice de determinación es de 0,784 lo que indica que estas variables varían de manera conjunta en un 78,4%.

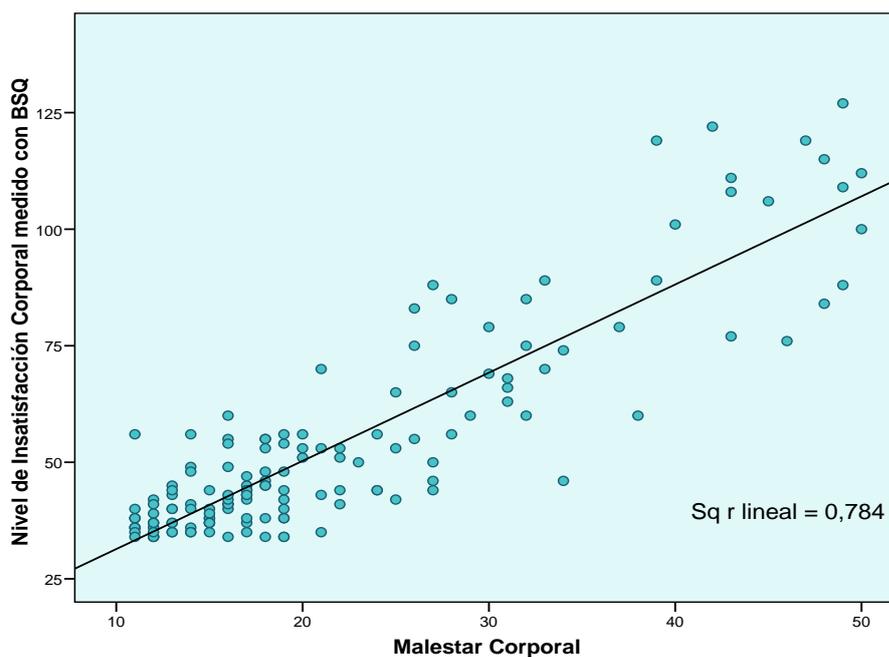


Figura 24: Diagrama de Dispersión correspondiente a la Correlación entre Insatisfacción corporal y Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso (Factor II del CIMEC-40)

Al comparar la intensidad de esta correlación entre escuelas se advierte que en la escuela rural la correlación es menos intensa que en las otras con un valor de 0,849. Mientras que en la escuela urbana marginal es de 0,904 y en la urbana privada es de 0,913 (ver tabla 31).

Tabla 31: Correlación entre Insatisfacción corporal y Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso (Factor II de CIMEC-40) por Escuela

	Escuela Rural	Escuela Urbana Marginal	Escuela Urbana Privada
Correlación entre Insatisfacción corporal y Malestar Corporal y Conductas de Reducción de Peso (Factor II del CIMEC-40)	0,849	0,904	0,913

CORRELACIÓN ENTRE INSATISFACCIÓN CORPORAL Y FACTOR III DEL CIMEC-40

La siguiente tabla (Tabla 32) muestra la leve correlación positiva obtenida a través del análisis correlacional realizado entre la insatisfacción corporal medida con BSQ y el tercer factor del CIMEC-40 que, como se señaló antes, evalúa el interés que despiertan los cuerpos de los actores y de los modelos publicitarios en los sujetos.

Tabla 32: Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (Factor III del CIMEC-40)

		Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Modelos Estéticos Corporales
Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Correlación de Pearson	1	,597(**)
	Sig. (bilateral)		,000
	N	143	143
Modelos Estéticos Corporales	Correlación de Pearson	,597(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	143	143

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la figura 25 se presenta el diagrama de dispersión correspondiente a esta correlación en ella se advierte la correlación entre estas variables y el índice de determinación ($Sq r$ lineal=0,356) que señala como la insatisfacción corporal y la escala del CIMEC-40 que mide específicamente la influencia de los modelos estéticos corporales varían de conjuntamente en un 35,6%.

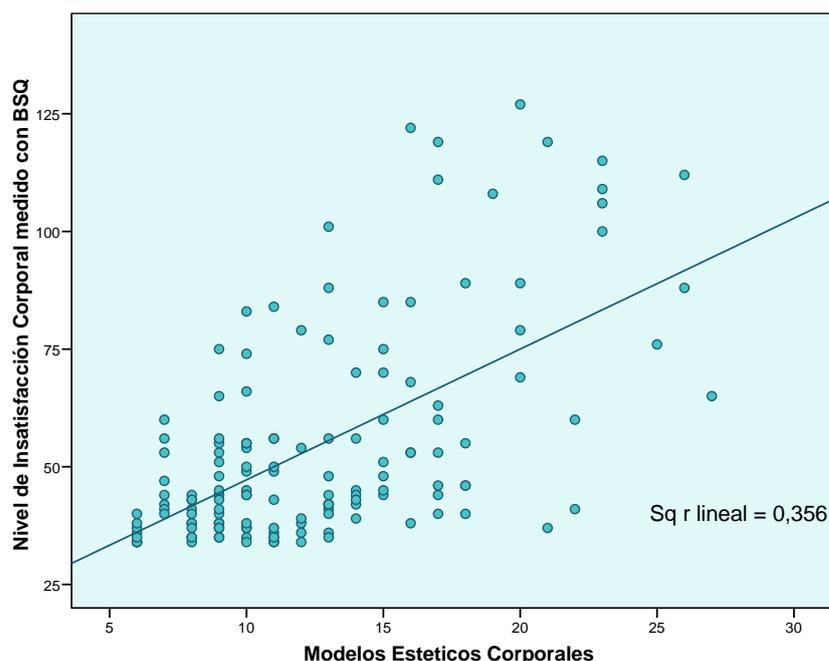


Figura 25: Diagrama de Dispersión correspondiente a la Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (Factor III del CIMEC-40)

En la siguiente tabla (Tabla 33) se compara la intensidad de la correlación entre estas variables por escuela. En ella se advierte que en la escuela urbana marginal la intensidad de la correlación es menor que en otras escuelas, obteniendo un valor de 0,491. Mientras que en la escuela rural es de 0,614 y en la escuela urbana privada alcanza mayor fuerza con un valor de 0,697.

Tabla 33: Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (Factor III del CIMEC-40) por Escuela

	Escuela Rural	Escuela Urbana Marginal	Escuela Urbana Privada
Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (Factor III del CIMEC-40)	0,614	0,491	0,697

CORRELACIÓN ENTRE INSATISFACCIÓN CORPORAL Y FACTOR IV DEL CIMEC-40.

Finalmente se encontró que existe correlación positiva (0,615) entre la insatisfacción corporal y la influencia de las relaciones sociales. Es decir que la actitud que tienen las personas del entorno de los adolescentes hacia su propio cuerpo y el de los demás, como las preocupaciones por el peso y las conductas para adelgazar de estas tienen relación con la insatisfacción corporal de los adolescentes. Por lo tanto se afirma la existencia de correlación entre estas variables; de manera que se puede concluir que a mayor insatisfacción corporal mayor puntajes se obtiene en este factor del CIMEC-40 (ver Tabla 34).

Tabla 34: Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de las Relaciones Sociales (Factor IV de CIMEC-40)

		Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Relaciones Sociales
Nivel de Insatisfacción Corporal medido con BSQ	Correlación de Pearson	1	,615(**)
	Sig. (bilateral) N	143	,000 143
Relaciones Sociales	Correlación de Pearson	,615(**)	1
	Sig. (bilateral) N	,000 143	143

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

En la figura 26 se aprecia la distribución de los adolescentes según los valores obtenidos en estas variables y el índice de determinación ($Sq r \text{ lineal} = 0,379$) que da cuenta de la manera en que estas varían conjuntamente.

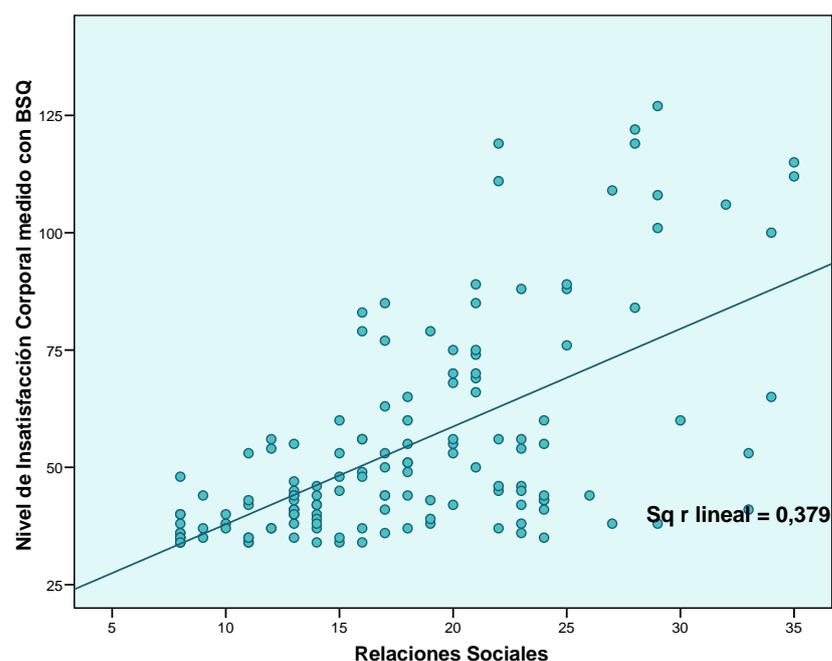


Figura 26: Diagrama de Dispersión correspondiente a la Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de las Relaciones Sociales (Factor IV del CIMEC-40)

En la siguiente tabla (Tabla 35) se puede observar la comparación realizada entre la intensidad de la correlación entre la insatisfacción corporal y la influencia de las relaciones sociales por escuelas. En la misma se advierte que la escuela urbana privada presenta una correlación menos intensa que las demás con un valor de 0,537, mientras que la misma correlación en la escuela urbana marginal tiene un valor 0,643 y en la escuela rural 0,752 lo que señala que en esta ultima la correlación entre insatisfacción corporal y la influencia de las relaciones sociales es más intensa que en las demás.

Tabla 34: Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de las Relaciones Sociales (Factor IV de CIMEC-40) por Escuela

	Escuela Rural	Escuela Urbana Marginal	Escuela Urbana Privada
Correlación entre Insatisfacción corporal e Influencia de las Relaciones Sociales (Factor IV del CIMEC-40)	0,752	0,643	0,537

QUINTO CAPÍTULO: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo se examinan los resultados obtenidos en esta investigación a la luz del marco teórico propuesto, evaluando sus posibles implicancias en función de los objetivos de este estudio. Asimismo se consignan las semejanzas y diferencias halladas en relación a investigaciones anteriores.

Insatisfacción corporal por escuela

En primera instancia se buscó establecer la existencia de diferencias significativas en la insatisfacción corporal de los adolescentes que asisten a las escuelas de diferentes contextos sociodemográficos. Sin embargo, se encontró que en las tres instituciones los resultados fueron similares, descartando la hipótesis que sostenía la existencia de tales diferencias.

Estos resultados difieren de los hallados por Ríos Moreno y Torres Leal (2015) quienes, tras haber realizado una exhaustiva revisión bibliográfica, aseguran que los adolescentes de zonas rurales y con menos recursos económicos presentan mayor insatisfacción corporal. De la misma forma, difieren con resultados encontrados por Austin, Haines y Veugelers (2009) quienes determinaron, a partir de sus estudio con 5200 adolescentes canadienses, que existe mayor insatisfacción corporal en las zonas rurales, ya sea porque la presión social por tener un cuerpo delgado sea mayor para ellos, o bien, porque son más propensos a tener sobrepeso u obesidad que los adolescentes de las zonas urbanas que generalmente están insertos en más actividades que actúan como factores protectores.

Asimismo, los resultados encontrados tampoco concuerdan con los hallados por Vela Lozano y Chiles Rodríguez (2015) quienes encontraron que los sujetos con menor acceso a los cuidados corporales, especialmente debido a su bajo nivel socioeconómico, presentaron mayor insatisfacción corporal.

Costa, Ramos, Severo y otros (2008) encontraron que las adolescentes mujeres de mayor nivel socioeconómico en zonas céntricas urbanas presentaban mayor insatisfacción corporal y trastornos de la conducta alimentaria que el resto de las adolescentes y que por el contrario lo varones de menor nivel socioeconómico y de zonas menos urbanizadas presentan mayor insatisfacción corporal y sintomatología de trastornos de la conducta alimentaria (TCA).

Es oportuno mencionar que si bien la sintomatología de los TCA excede a los objetivos de esta tesis, el test BSQ cuenta con una pregunta que indaga, por ejemplo, acerca del “vómito para sentirse más delgado” (característico de la bulimia); a la que dos mujeres y un varón de la escuela privada y tres mujeres y tres varones de la escuela rural respondieron “siempre” por lo que se podría pensar que en la zona rural habrían más síntomas de este tipo tanto en hombres como en mujeres, aunque es válido reconocer que los síntomas de los TCA no se restringen a éste.

En contraste con las investigaciones mencionadas, los resultados de este trabajo coinciden con los encontrados por Gauvrón (2013) quién indagó a cerca de la insatisfacción corporal en una zona urbana y una rural del Gran Mendoza. Este investigador atribuye la ausencia de diferencias significativas al proceso de globalización que lleva a que los sectores más alejados de los centros urbanos o de clase social baja, como la que se encontraría en la escuela rural, tengan acceso a internet y a otros medios de comunicación con la consecuente exposición a los modelos estéticos y al ideal de delgadez.

En este trabajo se comparte la hipótesis de este autor siempre y cuando se considere que el surgimiento de la insatisfacción corporal es aún más complejo que la mera exposición al ideal de delgadez transmitido por los medios masivos de comunicación ya que, como se mencionó antes, la etiología de la insatisfacción corporal es compleja y multicausal.

Insatisfacción corporal por género

Considerando los resultados expuestos en el capítulo anterior se puede advertir que las mujeres se encuentran más insatisfechas con sus cuerpos que los hombres evaluados. El 21% de las mujeres presentó algún grado de insatisfacción corporal, mientras que esto ocurrió solo para el 8% de los varones.

Estos datos concuerdan por los obtenidos por Gauvrón (2013) en el que destaca que de los 17 casos de insatisfacción corporal encontrados, 16 eran de género femenino y uno sólo masculino. Él lo atribuye a que en la adolescencia hay un aumento de masa corporal que las mujeres evalúan negativamente y los hombres de forma positiva ya que las primeras lo interpretan como un alejamiento del ideal de delgadez y los segundos como un acercamiento al ideal musculoso propuesto para los varones. Asimismo, para este investigador, los resultados

podrían deberse a que la imagen corporal es más relevante para las mujeres que para los varones ya que los estereotipos de belleza occidentales son menos flexibles para ellas.

Alvarez (2011) también concluyó que las mujeres están más insatisfechas con sus cuerpos que los varones. Esta autora piensa que sus resultados se deben a que las mujeres sufren mayor presión social para tener cierta imagen corporal.

Gabbarini (2012) encontró resultados similares siendo aun mayor la distancia entre la insatisfacción corporal femenina y masculina, ya que todos los casos de hallados fueron en mujeres. Ella plantea la incógnita en torno a la ausencia de preocupación por la imagen corporal hallada en su trabajo, ya que no le fue posible determinar fehacientemente si los varones no presentaban insatisfacción corporal o, si bien, el instrumento (BSQ) no es suficientemente sensible a esta variable en hombres. En el presente trabajo surge el mismo cuestionamiento y se considera que sería interesante incluir algunos ítems en relación a los modelos estéticos corporales que se sostienen para los hombres, como puede ser respecto de la fuerza física, la musculatura u otros atributos típicos que actualmente el test no considera y que permitiría dilucidar si las diferencias inter-género son tan marcadas o si responden a un defecto del instrumento.

Asimismo, cabe destacar que se encontraron puntuaciones moderadas y extremas para los varones, situación que no había pasado en las otras investigaciones consultadas. Dichas investigaciones se llevaron a cabo en el Gran Mendoza entre los años 2011 y 2013 (Alvarez, 2011; Gabbarini, 2012 y Guavrón, 2013), por lo que daría lugar a pensar que estos resultados podrían mostrar un aumento de la insatisfacción corporal en hombres a través del tiempo o, bien, alguna influencia del contexto sociodemográfico por lo que se sugiere realizar más investigaciones al respecto.

Influencia de los modelos estéticos corporales por escuela

Se evaluó la posibilidad de que el contexto sociodemográfico pudiera causar diferencias en los resultados totales obtenidos en el CIMEC-40. A través de una aproximación de sentido se esperaba que los adolescentes de la escuela rural estuvieran menos influenciados por los modelos estéticos corporales ya que para ellos el acceso a internet es más limitado que para los adolescentes de las escuelas ubicadas en las zonas urbanas. Además se pensaba que los adolescentes de la zona rural no estarían tan abocados a prácticas deportivas, estéticas u otras

destinadas a moldear el cuerpo y por lo tanto la preocupación por los modelos estéticos y el deseo por imitarlos serían menores, tanto para ellos como para el grupo de pares y familiares. Asimismo se esperaba que los adolescentes de la escuela urbana privada insertos en este tipo de prácticas, con acceso más libre al mercado de la moda y a los medios masivos de comunicación y, sobre todo, más expuestos a través de las redes sociales digitales estuvieran más influenciados por los modelos estéticos que el resto de los adolescentes. Es decir, que en cierta forma, se intuía que la influencia de estos modelos aumentaría con el grado de urbanización y el nivel socioeconómico de manera que fuera menor en la escuela rural, intermedia en la escuela urbana marginal y elevada en la escuela urbana privada.

Sin embargo, se encontró que no existen diferencias significativas en la influencia de los modelos estéticos corporales entre los adolescentes de las escuelas de los diferentes contextos sociodemográficos. Esto podría deberse a la complejidad del fenómeno, ya que los modelos estéticos corporales se sostienen e imponen por diferentes vías. El mensaje normativo acerca de lo que se supone bello les impacta a todos por igual, los modelos estéticos se transmiten, ya sea a través de otros medios de comunicación o por la conducta, actitudes y/o el discurso de familiares o de pares.

Influencia de los modelos estéticos corporales por género

Se encontró que las mujeres presentan mayor influencia de los modelos estéticos corporales, sus puntuaciones totales en el CIMEC-40 son significativamente más elevadas que las obtenidas por los varones. Estos resultados coinciden con los encontrados por Alvarez (2011) en una muestra del Gran Mendoza. Según esta autora, las diferencias podrían atribuirse a la existencia de un imaginario compartido por las mujeres según el cual la delgadez y la belleza le brindan a la mujer más oportunidades de éxito laboral y social. Este planteo está en consonancia con lo propuesto por Toro (1999) según en el cual para las mujeres el éxito laboral y personal se vería reflejado en lo físico, de manera que asemejarse a los modelos estéticos es una cuestión de aceptación social.

Los resultados hallados por Espósito (2015) en escuelas de Buenos Aires también son consistentes. Encontró que la influencia del modelo estético corporal es mayor entre las mujeres. Él plantea que se deben entender estos resultados como una exigencia mayor hacia el género femenino para alcanzar los estándares estéticos de moda. Ciertamente la belleza para la mujer es vivenciada en un “deber” (Alfonso Parra, 2009); una especie de obligación que las

empuja a moldear su cuerpo a través de cuanto producto se encuentre en el mercado y cuanto práctica le permita ser delgada y bella.

Es oportuno señalar que si bien los varones obtuvieron puntajes significativamente menores en el CIMEC-40 que las mujeres, un 20% de ellos presentó puntuaciones moderadas-alta-extremas. Lo que deja en evidencia que estos también pueden encontrarse en situación de vulnerabilidad frente a los modelos estéticos que se proponen para ellos. La belleza y el cuidado corporal ya no son exclusivamente femeninos, al hombre también se le impone un modelo fuerte, musculoso y sexualizado distante del cuerpo promedio de los adolescentes.

Influencia de la publicidad (factor I de CIMEC-40) por escuelas

Este factor mide la influencia que ejercen los mensajes publicitarios relacionados con productos adelgazantes a través de distintos medios de comunicación. Es importante conocer cómo se da esta influencia en los adolescentes porque las publicidades logran una conexión de tipo emocional con las fantasías y deseos nutriendo un mundo imaginario de goce ilimitado. Logran una conexión con los modelos estéticos que conforman el imaginario colectivo, imaginario que alcanza a cada persona de manera más o menos consciente, de modo que despiertan en sus destinatarios el deseo de alcanzar el modelo estético corporal valorado y sostenido por la sociedad en ese momento histórico y en ese grupo cultural (Viana Timbiano, 2013)

Al analizar las diferencias por escuela se encontró que no existen diferencias significativas, por lo que se asume que el contexto sociodemográfico no influye de manera significativa en la influencia de la publicidad de productos adelgazantes. Esto podría estar en relación al hecho de que estos mensajes publicitarios se encuentran en todo tipo de medios de comunicación, desde la radio y la televisión hasta en la web, por lo que en la sociedad globalizada de hoy todos se encuentran inmersos en el discurso publicitario, puede variar el canal por el que el mensaje llega, pero a fin de cuentas todos están expuestos al discurso normalizante que impone la delgadez y el cuidado estético como valor primordial.

Es oportuno señalar que en el rastreo bibliográfico no se encontraron investigaciones que consideraran el contexto sociodemográfico como variable relevante en el análisis de la influencia de la publicidad.

Influencia de la publicidad (factor I de CIMEC-40) por género

En cuanto a la agrupación por género se encontró que las mujeres están significativamente más influenciadas por la publicidad de productos adelgazantes que los varones.

Estos hallazgos concuerdan con los obtenidos por Riveros Cabbibo (2011) quien sostiene que las mujeres son más receptivas de las publicidades de productos estéticos y adelgazantes y conversan más acerca de estas publicidades, del peso y estrategias para moldear el cuerpo con el grupo de pares y familiares que los varones. La misma autora señala que estos resultados se deben a que la mayor parte de las publicidades de este tema están dirigidas a mujeres.

Habría que agregar a esta teorización, que no es casual que sean estas las principales destinatarias porque actualmente se ha naturalizado que la mujer debe cuidar su forma y estética, lo que en realidad responde al interés del mercado que busca imponerle una eterna gama de productos de belleza, moda y control de peso valiéndose de la publicidad como medio para crear la necesidad de éstos; es en el intento de vender sus productos que terminan imponiendo tanto modelos estéticos corporales como los medios por los que supuestamente estos podrían ser alcanzados.

Malestar corporal y conductas para reducción de peso (factor II de CIMEC-40) por escuelas

En el análisis de este factor se determinó que no existen diferencias significativas entre las diferentes escuelas, es decir que la forma en que perciben, sienten y actúan los adolescentes con respecto a su propio cuerpo es similar en los diferentes contextos sociodemográficos.

Estos hallazgos permiten notar que los adolescentes de las diferentes zonas no difieren en el deseo ni en las conductas destinadas a asemejarse a los modelos estéticos corporales

basados en el ideal de delgadez y/o que se angustian de igual manera ante las situaciones en las que creen que serán evaluados por su estética.

Es oportuno señalar que si bien en el rastreo bibliográfico no se encontraron investigaciones que midan específicamente este factor considerando como variable influyente el contexto sociodemográfico, los resultados son congruentes con los obtenidos para insatisfacción corporal mediante el uso del test BSQ.

Malestar corporal y conductas para reducción de peso (factor II de CIMEC-40) por género

Se encontró que las mujeres presentan significativamente más malestar corporal y conductas para disminuir de peso que los hombres; lo que apoya los resultados encontrados por Espósito (2015) y Riveros Cabbibo (2011).

Esto podría relacionarse la sugerencia de Alemán (2015) según el cual los modelos sociales presentan al cuerpo femenino como un cuerpo para ser mirado y admirado por lo tanto, es susceptible de ser criticado si no se ajusta a lo que se espera. De manera que cuando se juzga a la mujer por su estética, se está evaluando mucho más que un aspecto de su persona, es como si lo estético fuera todo, como si su persona fuera reducible simplemente a su habilidad para ajustarse a los modelos estéticos corporales de manera que las mujeres se muestran más afectadas anímicamente que los varones frente a situaciones en las que se cuestione o ponga en evidencia su imagen corporal.

Además Riveros Cabbibo (2011, p. 145) encontró que “en ambos sexos se muestra una preocupación por la percepción que los otros tienen de uno mismo” lo que concuerda con las altas puntuaciones obtenidas por algunos varones en este factor. Al respecto Sanchez Vazquez et al (2012) refieren que los hombres se ocupan y preocupan cada vez más por su imagen corporal. Si además de esto, se tiene en cuenta que los varones por lo general no desean bajar sino subir de peso para tener más musculatura, se podría suponer que el malestar corporal para estos es aún mayor de lo que capta el tercer factor del CIMEC-40 por estar orientado a las conductas de reducción de peso; de cualquier manera esto requiere mayor investigación.

Influencia de modelos estéticos corporales (factor III de CIMEC-40) por escuelas

Para esta subescala del CIMEC-40 se encontró que no hay diferencias significativas entre los puntajes obtenidos por los adolescentes de las tres escuelas. Lo que señala que el contexto sociodemográfico no influye en el interés que puedan despertar los cuerpos de los actores y los modelos publicitarios.

Influencia de modelos estéticos corporales (factor III de CIMEC-40) por género

En lo que respecta a la influencia del género en los valores obtenidos para esta subescala no se encontraron diferencias significativas, es decir que tanto a los hombres como a las mujeres evaluadas les llama la atención de igual manera los cuerpos de los actores, deportistas, famosos y demás que se muestran en los diferentes medios de comunicación.

Riveros Cabbibo (2011) encontró resultados similares haciendo la salvedad de que, si bien los cuerpos de los famosos les llama la atención de igual manera a ambos géneros, al momento de observar la apariencia de la gente común, las mujeres afirmaron que sí se fijan en la estética de las personas en general, mientras que en el caso de los varones evaluados la mayoría refirió no hacerlo lo que, según la investigadora, podría responder a la tendencia a dar una respuesta socialmente aceptada.

Entonces, se podría pensar que los cuerpos de actores, actrices y demás famosos son capaces de llamar la atención de hombres y mujeres, despertando el interés de ser como ellos y consolidándose como modelos incuestionablemente bellos; lo que conduce a que sean éstos los que determinen los parámetros según los que serán clasificados los cuerpos de cada persona, definiendo quienes están dentro y quienes están fuera del sistema por no responder al modelo.

Influencia de las relaciones sociales (factor IV de CIMEC-40) por escuelas

La influencia de las relaciones sociales, tanto de pares como de familiares es un transmisor importante de ideales socioculturales, de hecho se podría afirmar que la influencia de los modelos estéticos corporales que imponen la delgadez proviene fundamentalmente de las personas cercanas (Ruiz Martínez et al., 2010). Esta subescala del CIMEC-40 mide la influencia de las relaciones sociales en ese sentido.

A pesar de haber obtenido puntajes distintos en cada escuela (siendo que para la escuela rural fueron más bajos, y más elevados para la escuela urbana privada) no fueron suficientes para determinar la significancia estadística a través de la prueba de medias. Es decir, que la presión social subjetiva experimentada ante personas o situaciones asociadas al ideal de delgadez es similar en los diferentes contextos sociodemográficos. Lo que puede relacionarse con el hecho de que el hacer “dieta”, ejercicios y desear estar más delgado es un fenómeno compartido ampliamente y se encuentra naturalizado en los discursos de las personas más allá del contextos sociodemográfico en el que se encuentran inmersos.

Influencia de las relaciones sociales (factor IV de CIMEC-40) por género

En cuanto al análisis de esta variable según el género se encontró que las mujeres perciben significativamente más influencia de las relaciones sociales para asemejarse a los modelos estéticos corporales que los hombres, lo que confirma los hallazgos de Espósito (2015) en Buenos Aires y Riveros Cabbibo (2011) en el Gran Mendoza.

Es oportuno señalar, que aún cuando Riveros Cabbibo (2011) encontró que las mujeres están más expuestas a la influencia de las relaciones sociales que los hombres, modera sus conclusiones al advertir que los varones también obtienen puntuaciones elevadas llegando a concluir que existe una creencia generalizada en los adolescentes respecto del cuidado y las valoraciones del cuerpo que tienen los pares y familiares, predominando las dietas, ejercicios para bajar de peso y mayor aceptación y valoración de las personas delgadas.

Correlación entre insatisfacción corporal medida con BSQ e influencia de los modelos estéticos corporales (puntajes totales CIMEC-40)

Según la teoría de Higgins (1987 citado en Gómez Mudarra, 2013) la insatisfacción corporal surge ante la discrepancia entre el yo real y el yo ideal basado en los modelos que las personas consideran bellos, valorados y deseables. Esta teoría es avalada por otras de tipo sociocultural que afirman que la sociedad sostiene modelos irreales e intenta imponerlos a los sujetos sin considerar las diferencias y preferencias personales.

Estas teorías son congruentes con la fuerte correlación positiva hallada entre la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales en los adolescentes de la zona Este de Mendoza. Pues se encontró que el índice de correlación de Pearson para

estas variables es de 0,870 y el índice de determinación de 0,756; es decir que varían conjuntamente en un 75,6% lo que es muy elevado y avalaría las teorías mencionadas.

Estos datos respaldan los encontrados en investigaciones realizadas en diferentes lugares: Castiglia Franco y Romero Saletti (2015) en Perú, Cruz Bojórquez, Ávila Escalante, Velázquez López y otros (2013) en México y Alvarez (2011) en el Gran Mendoza.

Al comparar los índices de correlación de Pearson para las puntuaciones totales de BSQ y CIMEC-40 por escuela se advirtió que en la escuela urbana privada esta se da con mayor intensidad que en las escuelas públicas que participaron del estudio. Siendo que para la escuela rural la correlación se estableció en 0,850, para la escuela urbana marginal en 0,847 y para la escuela urbana privada en 0,917. Asimismo los índices de determinación señalan que ambas escalas varían juntas en un 72,3% para la primer escuela, en un 71,7% y un 84,7% respectivamente para las escuelas urbanas marginal y privada por lo que es válido señalar que en la escuela urbana privada la relación entre la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales es aún más fuerte que en las demás.

En el rastreo bibliográfico no se encontraron estudios que hagan este tipo de análisis a partir del contexto sociodemográfico por lo que se sugiere continuar investigando para poder dilucidar alguna posible explicación a estos resultados.

En cuanto a la correlación de estas variables según el género se encontró que la correlación es igualmente fuerte y positiva para ambos. Sin embargo, esto difiere de lo encontrado por Espósito (2015) que calculó dicha correlación como más fuerte para las mujeres que para los hombres, al igual que Gonçalves y Parra Martínez (2014) en Brasil.

Correlación entre insatisfacción corporal y la influencia de la publicidad (Factor I del CIMEC-40)

El índice de correlación de Pearson para la insatisfacción corporal y la influencia de la publicidad fue de 0,808 señalando una fuerte correlación positiva entre estas variables, es decir que a mayor insatisfacción corporal, mayor influencia de la publicidad. De hecho el índice de determinación señaló que estas varían juntas en un 65,2%. Cabe destacar que la correlación encontrada entre estas variables es mayor que la determinada por Cruz Bojórquez et al (2013) ya que estos la establecieron en 0,65 y que la estimada por Castiglia et al (2015) en 0,70.

El índice de correlación de Pearson de estas variables fue calculado para cada escuela de la muestra obteniendo para la escuela rural un valor de 0,753, para la escuela urbano marginal de 0,768 y, finalmente, para la escuela urbana privada de 0,882. Por lo tanto se puede afirmar que la correlación entre la insatisfacción corporal y la influencia de la publicidad es más fuerte en la última escuela mencionada.

Probablemente a la fuerte correlación positiva entre ambas variables esté relacionada con el hecho a que a través de la publicidad se imponen los modelos estéticos corporales a imitar y los medios para alcanzarlos, la publicidad muestra como natural el deseo de adelgazar o moldear el cuerpo y los beneficios que esto supuestamente trae aparejado, aumentando el deseo de asemejarse a dichos modelos y por ende a comparar la imagen corporal propia con la de estos focalizando en las discrepancias lo que conduce al malestar propio de la insatisfacción corporal y las conductas para modificar el cuerpo y/o evitar dicho sentimiento.

También puede ocurrir que la fuerte correlación positiva de estas variables esté relacionada con que las personas que se sienten insatisfechas con su cuerpo se sientan atraídas por las publicidades de productos adelgazantes.

Correlación entre insatisfacción corporal y el malestar corporal y las conductas de reducción de peso (Factor II del CIMEC-40)

Tal como se indicó en la presentación de resultados el índice de correlación de Pearson para la insatisfacción corporal medida con BSQ y el malestar corporal y las conductas de reducción de peso medidos con el CIMEC-40 fue 0,885; es decir que la correlación es fuerte y positiva. El índice de determinación dejó en evidencia que estas varían conjuntamente en un 78,4%. Castiglia et al. (2015) también hallaron un índice de correlación muy similar con un valor de 0,84.

Del mismo modo se calculó el índice de Pearson para estas variables en cada escuela obteniendo que en la escuela rural la correlación es de 0,849, mientras que para la escuela urbana marginal es de 0,904 y para la urbana privada de 0,913. Es decir que la correlación es fuerte y positiva para las tres escuelas, sin embargo, aumenta su intensidad con el grado de urbanización, siendo más fuerte en la escuela urbana privada.

Correlación entre insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales (Factor III del CIMEC-40)

La correlación establecida entre la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales propiamente dicha fue leve y positiva con un valor de 0,597 y el índice de determinación dejó en evidencia que estas varían conjuntamente en un 35,6%. Al estimar la correlación de estas variables por escuela se encontró que la intensidad es leve en la escuela urbana marginal con un valor de 0,491 y fuerte en la escuela rural y urbana privada, con un valor de 0,614 y 0,697 respectivamente. Los resultados encontrados son similares a los hallados por Cruz Bojórquez et al (2013) para un grupo de mujeres mexicanas, para ellas el índice de correlación de Pearson para estas variables fue de 0,61.

Aparentemente el hecho de que los cuerpos de los famosos provoquen interés está levemente relacionado con el surgimiento de la insatisfacción corporal. Es posible que aun cuando la insatisfacción corporal esté conectada con la influencia de estos modelos, sus causas son mucho más complejas que el simple interés en estas figuras, de manera que estas despiertan el interés de muchos por distintas razones sin necesidad de causar insatisfacción corporal per se.

Correlación entre insatisfacción corporal y la influencia de las relaciones sociales (Factor IV del CIMEC-40)

La correlación de Pearson para la insatisfacción corporal y la influencia de las relaciones sociales para la muestra total se calculó en 0,615 con un índice de determinación de 0,379; es decir que la correlación es fuerte y positiva y que éstas varían de manera conjunta en un 37,9%. Además el índice de Pearson para estas variables por escuela dio como resultado que en la escuela urbana privada la correlación es leve con un valor de 0,537 mientras que en las escuelas públicas es fuerte, siendo de 0,643 en la escuela urbana marginal y 0,752 en la escuela rural, es decir que la correlación disminuye con el grado de urbanización. Estos valores de correlación son más elevados que los encontrados por Cruz Bojórquez et al (2013) quien determinó la correlación de estas variables como leve con un valor de 0,48.

Entonces es viable afirmar que los juicios de pares y familiares hacia el cuerpo propio y ajeno como las conductas de éstos para moldear el cuerpo se relacionan fuertemente con el surgimiento de la insatisfacción corporal de los adolescentes. Al parecer, estos datos concuerdan con las reflexiones de Stice (1998, citado en Quiles et al., 2013) quien propone que a modo de refuerzo social y modelado los comentarios y acciones de padres y pares ayudan a

sostener un modelo estético basado en la delgadez promoviendo, de manera más o menos consciente, la insatisfacción corporal.

SEXTO CAPÍTULO: CONCLUSIONES

La preocupación por la imagen corporal está presente en la mayor parte de los adolescentes que fueron evaluados en la zona Este de Mendoza, llegando a constituirse en insatisfacción corporal para muchos de ellos. Al parecer no habría diferencias significativas en cuanto al contexto sociodemográfico al que pertenecen: en todas las escuelas se encontró una similar proporción de adolescentes con insatisfacción corporal, desde leve hasta extrema. Asimismo, al analizar la influencia de los modelos estéticos corporales y cada una de las sub escalas del CIMEC-40, se llegó a la misma conclusión: no existen diferencias significativas según el contexto sociodemográfico.

Entonces, se deben negar aquellas creencias que suponen que este es un problema propio de algunos sectores poblacionales. Tanto aquellas que suponen que la insatisfacción corporal es mayor en los adolescentes de las zonas rurales, como las que sostienen que es propia de las zonas urbanas y, especialmente, de clases altas.

Vivir a considerables distancias de los centros urbanos no quita que las personas estén sumergidas en las mismas fantasías de éxito, belleza y felicidad asociadas a ciertos criterios estéticos, lo que lleva a discursos, actitudes y prácticas que sostienen y difunden los modelos corporales en cuestión.

En la sociedad globalizada de hoy es lógico pensar que los modelos estéticos corporales alcanzan a todo el entramado social. Los medios masivos de comunicación llegan a las zonas más recónditas, aún cuando el acceso a internet sigue siendo limitado para los adolescentes de la zona rural, la televisión y los otros medios de comunicación, están instaurados. Al parecer, puede variar el canal por el que se transmite el mensaje, pero éste se difunde por doquier: hay que ser delgado y cuidar la estética.

En cuanto al género, se encontró que las mujeres presentan significativamente más insatisfacción corporal y mayor influencia de los modelos estéticos corporales que los hombres. Históricamente se ha naturalizado la concepción de que las mujeres deben cuidar rigurosamente su imagen, por lo que se les demanda una estética con criterios más rígidos y

exigentes. El mercado de la belleza, la moda y el control de peso somete a las mujeres a infinitos cuidados estéticos por los que son evaluadas, aceptadas o rechazadas, como si estos dieran cuenta de su personalidad o su habilidad en diferentes ámbitos.

Por otro lado, a los varones de hoy también se les demanda que moldeen activamente su cuerpo, lo que explica que se haya encontrado insatisfacción corporal e influencia de los modelos estéticos corporales entre estos. De hecho, es difícil determinar si la diferencia entre hombres y mujeres, en estas variables, es tan grande como aparenta ya que las técnicas psicométricas que se encontraron adaptadas a la población mendocina no consideran las diferencias de género que existen en los modelos estéticos corporales. Éstas se orientan a los criterios estéticos femeninos como por ejemplo: la delgadez, sin considerar que los hombres buscan mostrar su fuerza y virilidad aumentando y moldeando la masa muscular a través del ejercicio intensivo. Por ende es necesario generar instrumentos capaces de medir estas variables en los hombres mendocinos que permitan comprender mejor los alcances de esta problemática en ellos.

Los análisis correlacionales dan respaldo a los planteos teóricos presentado en esta tesis y deja en evidencia la necesidad de generar estrategias de prevención de la insatisfacción corporal que consideren la influencia de los modelos estéticos corporales, de la publicidad y las relaciones sociales así como también la ansiedad ante situaciones de exposición y las conductas destinadas a la reducción de peso. Es indispensable crear espacios para reflexionar respecto de los modelos corporales que se promueven, la relevancia que adquieren para cada uno de los adolescentes y la forma en la que se establecen las relaciones con su cuerpo y el de los demás.

En tiempos en los que el cuerpo y su apariencia se vuelven protagonistas de las relaciones sociales y de poder, es imprescindible acompañar a los adolescentes de todos los contextos socioculturales, tanto hombres como mujeres, en la adopción de una postura crítica capaz de problematizar los modelos que se intentan imponer y relativizar las presiones sociales que sufren en este sentido.

Especialmente los psicólogos, en tanto agentes de salud, deben intervenir en la cotidianeidad de los adolescentes donde fluyen y se sostienen los modelos estéticos corporales que predisponen a la insatisfacción corporal. Es necesario ayudar a los adolescentes a poner en marcha actitudes y conductas saludables tendientes a la satisfacción con uno mismo

constituyendo un factor protector ante múltiples trastornos y problemas asociados a la insatisfacción corporal.

BIBLIOGRAFÍA

- Aberastury, A. y Knobel, M. (1971). *La adolescencia normal, un enfoque psicoanalítico*. Buenos Aires: Paidós.
- Acosta García, M. V. y Gómez Peresmitré, G. (2002). Insatisfacción corporal y seguimiento de dieta. Una comparación transcultural entre adolescentes de España y México. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud*, 3, 1, 9-21. Recuperado de http://www.aepc.es/ijchp/articulos_pdf/ijchp-57.pdf
- Alemán, J. O. (2015). La belleza virtual, análisis sobre las dinámicas de interacción entre cuerpo e internet, en el grupo de facebook «sexygirlscolumbiaoficial». *Polemikós*, 1, 10, 15-39. Recuperado de <http://190.242.99.229/index.php/polemikos/article/view/534/506>
- Alfonso Parra, S. M. (2009). Tu cuerpo, mi cuerpo, nuestros cuerpos. Masculinidades y feminidades en construcción. *Actas del XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires* (1-10). Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires. Recuperado de <http://www.academica.org/000-062/2140>
- Alvarez, Y. R. (2011). *Influencia de los modelos estéticos corporales en adolescentes mendocinos: insatisfacción corporal (tesina de licenciatura)*. Universidad Del Aconcagua. Mendoza, Argentina.
- Austin, B.; Haines, J.; y Veugelers, P. (2009). Body satisfaction and body weight: gender differences and sociodemographic determinants. *BMC Public Health*, 9. DOI: 10.1186/1471-2458-9-313

- Balbi, M. B. (2013). *Influencia de modelos ideales de belleza y delgadez, propuestos por los medios de comunicación, en adolescentes mujeres*. (Tesis de Licenciatura en Psicología). Facultad de Psicología y Psicopedagogía, Universidad del Salvador, El Salvador. Recuperado de http://www.usal.edu.ar/archivos/di/balbi_ma_belen.pdf
- Baile Ayensa, J. I.; Guillén Grima, F. & Garrido Landívar, E. (febrero-marzo, 2002). Insatisfacción corporal en adolescentes medida con el Body Shape Questionnaire (BSQ): efecto del anonimato, el sexo y la edad internacional. *Journal Of Clinical And Health Psychology*, 2, 3, 439-450. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33720304>
- Behar Astudillo, R. y Figueroa Cave, G. (2004). *Anorexia Nerviosa y Bulimia*. Chile: Mediterráneo Ltda.
- Besada, R. y Farbo, M. E. (2013). Los “cuerpos modelo” y sus efectos en el ámbito de la salud. *Actas de la X Jornadas de Sociología* (1-15). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de <http://cdsa.aacademica.org/000-038/711>
- Bulus Rossini, V. (2013). El culto al cuerpo y los nuevos ascetismos corporales. *Actas del 10º Congreso Argentino de Educación Física y Ciencias* (1-10). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata, La Plata. Recuperado de <http://www.aacademica.org/000-049/238>
- Cang Sosa, M. (enero, 2015). Introducción al fenómeno del selfie: valoración y perspectivas de análisis. *Fotocinema: revista científica de cine y fotografía*, 10, 383-405. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5116118>
- Castiglia Franco, M. B. y Romero Saletti, S. (2015). *Adaptación del Cuestionario de Influencias del Modelo Estético Corporal en adolescentes limeñas* (Tesis de Licenciatura). Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de http://m.tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6535/CASTIGLIA_FRANC_O_MARIA_ADOLESCENTES_LIMENAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cortazar Rodriguez, F. J. (2007). Como lo vio en la tele: la cultura popular mediática sobre el cuerpo. *Actas del XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*. Asociación Latinoamericana de Sociología. Guadalajara, México. Recuperado de <http://www.aacademica.org/000-066/1860>
- Costa, C.; Ramos, E.; Severo, M.; Barros, H. y Lopes, C. (2008). Determinants of Eating Disorders Symptomatology in Portuguese Adolescents. *Arch Pediatric Adolescents Med*, 162(12):1126-1132. doi:10.1001/archpedi.162.12.1126

- Cruz Bojórquez, R. M., Ávila Escalante, M. L., Velázquez López, H. J. y Estrella Castillo, D. F. (2013). Evaluación de factores de riesgo de TCA en estudiantes de nutrición. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 4, 37-44. Recuperado de <http://scielo.unam.mx/pdf/rmta/v4n1/v4n1a5.pdf>
- Dietrich, D. (2007). Construcción simbólica del "Ser Mujer" en las imágenes publicitarias. *Actas de las XI Jornadas Inter-escuelas/Departamentos de Historia*. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán, Tucumán. Recuperado de <http://cdsa.academica.org/000-108/349>
- Eslanoa Etxaniz, I. (2005). Imagen corporal y modelos estéticos corporales en la adolescencia y la juventud. *Análisis Y Modificación De La Conducta*, 31, 135, 5-22. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11162/21922>
- Espósito, D. H. (2015) Influencia del modelo estético corporal prevalente e insatisfacción con la imagen corporal en estudiantes de escuela secundaria básica. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 6, 91-96. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rmta.2015.08.001>
- Fachini, M. (Mar-Abril, 2006). La imagen corporal en la adolescencia ¿es un tema de varones? *Archivos Argentinos De Pediatría*, 104,2. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0325-00752006000200014
- Finol, J. E. (2014). Nuevos escenarios en la Corposfera: Fotografía, selfies y neo-narcisismo. *Letra, imagen, sonido: Ciudad mediatizada*, IV, 11, 111-126. Recuperado de <http://semioticafernandez.com.ar/wp-content/uploads/2015/08/selfie-finol.pdf>
- Frenzi Rabito Alcón, M. (2015). *Insatisfacción Corporal: Dismorfia Muscular, Trastornos De La Conducta Alimentaria Y Disforia De Género*. (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Madrid. España. Recuperada de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/669593/rabito_alcon_maria_frenzi.pdf?sequence=1
- Gonçalves, J. O. y Parra Martínez, J. (2014). Imagem Corporal de Adolescentes. *Investigação Qualitativa em Ciências Sociais*, 3, 348-353. Recuperado de <http://proceedings.ciaiq.org/index.php/CIAIQ/article/view/497/492>
- Gracia Arnaiz, M. (2002). Los trastornos alimentarios como trastornos culturales: la construcción social de la anorexia nerviosa. En: *Somos Lo Que Comemos*. Barcelona: Pirámide.

- Gauvrón, C. M. (2013). *Insatisfacción Corporal En Adolescentes Medida Con El Body Shape Questionnaire (Bsq): Efecto Del Género Y La Edad En Escuelas De Contexto Urbano Y Rural* (Tesina De Licenciatura). Facultad De Psicología, Universidad Del Aconcagua. Mendoza, Argentina.
- Gómez Mudarra, P. M. (2013). *Insatisfacción con la imagen corporal y malestar emocional: un estudio de mediación múltiple* (Tesis de maestría). Facultad de Educación, Universidad Complutense De Madrid. Madrid, España. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/22650/1/TESINA.pdf>
- Hernández, N.; Alves, D.; Arroyo, M. y Basabe, N. (2012). Del miedo a la obesidad a la obsesión por la delgadez; actitudes y dieta. *Nutrición Hospitalaria* 27, 4,1148-1155. DOI:10.3305/nh.2012.27.4.5829
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª Edición). Buenos Aires: Mc. Graw Hill Education.
- Le Breton, D. (2002). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión
- Le Breton, D. (2002). *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión
- Levine, M. & Smolak, L. (2000). Los medios de comunicación y los disturbios de la alimentación: consecuencias en la prevención primaria. En w. Vandereycken & g. Noordenbos (comp.), *La Prevención De Los Trastornos Alimentarios*. España, Granica.
- López, C., Raimann, X. & Gaete, M. V. (2015). Prevención de los Trastornos de Conducta Alimentaria en la Era de la Obesidad: Rol Del Clínico. *Revista Médica Clínica Condes*; 26, 1, 24-33. Recuperado de http://apps.elsevier.es/watermark/ctl_servlet?_f=10&pident_articulo=90393598&pident_usuario=0&pcontactid=&pident_revista=202&ty=91&accion=L&origen=zonadelectura&web=www.elsevier.es&lan=es&fichero=202v26n01a90393598pdf001.pdf
- López Castillo, P. (2013). *Trastornos de la conducta alimentaria y la imagen corporal: Un estudio de series de casos* (Tesis Doctoral). Facultad de ciencias Humanas y Sociales. Universidad Jaime I, España. Recuperado de <http://docplayer.es/7235356-Trastornos-de-la-conducta-alimentaria-y-la-imagen-corporal-un-estudio-de-series-de-casos.html>
- Mancilla-Díaz, J.; Lameiras-Fernández, M.; Vázquez-Arévalo, R.; Alvarez- Rayón, G.; Franco-Paredes, K.; López-Aguilar, X. y Ocampo Téllez-Girón, M. (2010). Influencias socioculturales y conductas alimentarias no saludables en hombres y mujeres de España y México. *Revista Mexicana de*

Trastornos Alimentarios, 1, 36-47. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmta/v1n1/v1n1a5.pdf>

Mancilla Medina, A.; Vázquez Arévalo, R.; Mancilla Díaz, J. M.; Amaya Hernández, A. y Álvarez Rayón, G. (2012). Insatisfacción corporal en niños y preadolescentes: Una revisión sistemática. *Insatisfacción corporal en niños y preadolescentes: Una revisión sistemática*, 3, 1, 62-79. Recuperado de <http://journals.iztacala.unam.mx/index.php/amta/article/viewFile/212/231>

Marcús, J.; Zicavo, E.; Cyunel, V.; Felice, M.; Schiavoni, B. y Urroz, M. (2011). Modelos actuales de belleza: la experiencia del cuerpo en las mujeres de diferentes generaciones. *Actas de las VI Jornadas de Jóvenes Investigadores* (pp. 1-14). Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de <http://www.aacademica.org/000-093/229>

Marcús, J.; Zicavo, E.; Cyunel, V.; Felice, M.; Schiavoni, B. y Urroz, M. (2011). Representaciones y modelos corporales vigentes entre las mujeres de clase media de la Ciudad de Buenos Aires. *Actas de las IX Jornadas de Sociología* (pp. 1-12) Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de <http://cdsa.aacademica.org/000-034/125>

Mclaren, L. & Kuh, D. (2004). Women's body dissatisfaction, social class, and social mobility. *Social Science & Medicine*, 58, 1575-1584. doi:10.1016/S0277-9536(03)00209-0

Moreno, A. y Del Barrio, C. (2000). *La experiencia adolescente*. Buenos Aires: AIQUE.

Morgan, C. M.; Vecchiatti, I. R. y Brooking, A. (2002). Etiología dos transtornos alimentares: aspectos biológicos, psicológicos e sócio-culturais. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 24, 3, 18-23. <http://dx.doi.org/10.1590/S1516-44462002000700005>

Murolo, L. (2009). *Sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema, impuestos por los medios de comunicación y sostenidos por la sociedad* (Tesis de Grado). Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/764/666>

Obiols, G. A. y Di Segni de Obiols, S. (2001). Ser adolescente en la posmodernidad. En G.A. Obiols y S. Di Segni de Obiols, *Adolescencia, posmodernidad y escuela secundaria. La crisis de la enseñanza media* (pp 39-70). Buenos Aires: Kapeluz.

Ortega Becerra, M. A. (2010). *Relación entre la Insatisfacción Corporal con la Imagen Corporal, Autoestima, Autoconcepto Físico y la Composición Corporal en el alumnado de primer ciclo de*

- educación secundaria de la Ciudad de Jaén*. (Tesis doctoral). Universidad de Granada, Granada, Andalucía, España. Recuperado de <http://hera.ugr.es/tesisugr/18947761.pdf>
- Papalia, D.E; Olds, S.W; Feldman, R.D. (2004). Desarrollo físico y cognoscitivo en la adolescencia. En D.E. Papalia; S.W. Olds; R.D. Feldman, *Desarrollo Humano* (pp.425-465). México: Mc Graw Hill.
- Páramo, M. A. (2012) *Normas para la presentación de citas y referencias bibliográficas según el estilo de la American Psychological Association (APA): Tercera edición traducida de la sexta en inglés*. Documento de cátedra de Taller de Tesina. Facultad de Psicología, Universidad del Aconcagua. Mendoza.
- Pasqualini, D. Y Llorens, A. (2010). Salud Y Bienestar De Adolescentes Y Jóvenes: Una Mirada Integral. Facultad de Medicina, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <http://publicaciones.ops.org.ar/publicaciones/otras%20pub/SaludBienestarAdolescente.pdf>
- Pérez Bravo, A. (septiembre-diciembre, 2012). El cuerpo-objeto y la belleza-sujeto: construcción sociocultural frente al mercado conyugal y profesional. *Omnia*, 18, 3, 66-80. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73725513008>
- Pérez Gil Romo, S. E. y Romero Juárez, G. (julio-dic 2008). Imagen corporal en mujeres rurales de la Sierra Juárez y la costa de Oaxaca: una aproximación nutrio-antropo-lógica. *Estudios Sociales*, 16, 32. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v16n32/v16n32a3.pdf>
- Pérez Gil-Romo, S. E.; Vega-García, L. A. y Romero-Juárez, G. (2007). Prácticas alimentarias de mujeres rurales: ¿una nueva percepción del cuerpo? *Salud Pública México*, 49:52-62. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v49n1/a08v49n1.pdf>
- Presnell, K.; Bearman, S. K. & Stice, E. (Diciembre, 2004). Risk Factors for Body Dissatisfaction in Adolescent Boys and Girls: A Prospective Study. *International Journal of Eating Disorders* (Versión online), 36, 4, 389–401. DOI: 10.1002/eat.20045
- Quiles, Y.; Quiles, M. J.; Pamies Aubalat, L.; Botella Ausina, J. & Treasure, J. (2013). Peer and family influence in eating disorders: A meta-analysis. *European Psychiatry* 28, 199–206. doi:10.1016/j.eurpsy.2012.03.005
- Raich, M. R (2004). Una perspectiva desde la psicología de la salud de la imagen corporal. *Avances En Psicología Latinoamericana*, 22; 15-27. Recuperado de <Http://Www.Redalyc.Org/Articulo.Oa?Id=79902204>

- Raich Escursell, M. R.; Sánchez Carracedo, D.; Y Lopez Guimera, G. (2008). *Alimentación, modelos estéticos femeninos y medios de comunicación* [Versión Electrónica]. Recuperado de https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=C1ynhB-f2qYC&oi=fnd&pg=PA9&dq=modelos+esteticos+y+delgadez+siglo+xxi&ots=bAK5BhKNvd&sig=bDyIHCWEEH_QJULZL6AtaadC4bE#v=onepage&q&f=false
- Ríos Moreno y Torres Leal (2015). *Revisión sistemática de los determinantes socioculturales asociados a los trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes latinoamericanos entre 2004 y 2014* (Tesis de grado). Facultad de Medicina, Universidad de Ciencias Aplicadas Y Ambientales. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://repository.udca.edu.co:8080/jspui/bitstream/11158/445/1/REVISI%C3%93N%20SISTEM%C3%81TICA.pdf>
- Riveros Cabibbo, A. L. (2011). *Adaptación del Cuestionario Influencia de los Modelos Estéticos Corporales en población adolescente mendocina* (Tesina de Licenciatura). Facultad De Psicología, Universidad Del Aconcagua. Mendoza, Argentina.
- Rodríguez-Ruiz, S.; Díaz, S.; Ortega-Roldán, B.; Mata, J. L.; Delgado, R y Fernández-Santaella, M.C. (2013). La insatisfacción corporal y la presión de la familia y del grupo de iguales como factores de riesgo para el desarrollo de los trastornos de la conducta alimentaria. *Anuario De Psicología Clínica Y De La Salud*, 9, 21-23. Recuperado de <http://www.researchgate.net/publication/273889343>
- Rosado Torres, S. (2013). *Influencia de los medios de comunicación y de los grupos sociales en la percepción de la imagen corporal en pacientes con anorexia nerviosa*. (Tesis de grado). Escola Superior D'Infermeria del Mar, Barcelona, España. Recuperado de https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/20956/Rosado_2013.pdf?sequence=1
- Ruiz Martínez, A. O.; Vázquez Arévalo, R.; Mancilla Díaz, J. M. y Trujillo Chi Vacuán, E. M. (julio-diciembre 2010). Factores socioculturales de hijas y padres en los trastornos del comportamiento alimentario. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 15, 2, 311-324. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/292/29215980005.pdf>
- Salaberria, K.; Rodriguez, S. y Cruz, S. (febrero, 2007) Percepción de la imagen corporal. *Departamento de Personalidad, Evaluación y tratamientos psicológicos*, 8, 171-183. Recuperado de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/08/08171183.pdf>.
- Salazar Mora, Z. (2008). Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez. *Reflexiones*, 87 (2), 67-80. Costa Rica. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/729/72912555004.pdf>

- Salinas Ressini, D. F. (2011). Los medios de comunicación, los ideales de belleza y las manifestaciones de la anorexia. *Punto Cero*, 16, 23. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762011000200004&script=sci_arttext&tlng=pt
- Sánchez Vázquez, I. y Rossano Bernal, B. (2012). *Insatisfacción Corporal en Hombres y Mujeres de Población Rural* (Tesis de grado). Facultad de Ciencias de la Conducta. Universidad Autónoma del Estado de México. México. Recuperado de https://www.academia.edu/3640121/Tesis_insatisfaccion_corporal
- Sepúlveda, A. R.; Botella, J. y León, J. A. (2001) La alteración de la imagen corporal en los trastornos de la alimentación: un meta-análisis. *Psicothema* 13, 1, 7-16. Recuperado de <http://www.unioviado.net/reunido/index.php/PST/article/view/7840>
- Soengas, S. E, y Zamorano, S. (2009). El cuerpo en la posmodernidad. *Actas del I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología y XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de <http://www.aacademica.org/000-020/717.pdf>
- Sossa Rojas, A. (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 10, 28, 559-581. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Alexis_Sossa/publication/241687471_Analisis_desde_Michel_Foucault_referentes_al_cuerpo_la_belleza_fisica_y_el_consumo/links/0c96052f2e7a81d20c000000.pdf
- Stone, L. J. Y Church, J. (1995). *Niñez Y Adolescencia*. Buenos Aires: Lumia-Horme S. A.
- Telléz Infantes, A. (2011). *La identidad cultural en la adolescencia*. Universidad Miguel Hernández de Elche. Alicante, España. Recuperado de http://www.dip-alicante.es/hipokrates/hipokrates_l/pdf/ESP/414e.pdf
- Tinat, K. (sep-dic., 2008). ¿Existen la "anorexia" y la "bulimia" en el medio rural? Nuevas representaciones y prácticas alimentarias y corporales entre los jóvenes de Patamban, Michoacán. *Estudios Sociológicos*, 26, 78, 647-667. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/40421177>
- Toro, J. (1999). El cuerpo como delito. *Barcelona: Ariel, S. A.*
- Trujano, P.; Nava, C.; Gracia, M.; Limón, G.; Alatraste, A. L. Y Merino, M. T. (Julio, 2010). Trastorno de la imagen corporal: un estudio con preadolescentes y reflexiones desde la perspectiva

- de género. *Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia* (Versión online) 26, 2, 279-287. Recuperado de <http://revistas.um.es/analesps>
- Van den Berg, P. A.; Mond, J.; Eisenberg, M.; Ackard, D. & Neumark-Sztainer, D. (mayo 2010). The link between body dissatisfaction and self-esteem in adolescents: Similarities across gender, age, weight status, race/ethnicity, and socioeconomic status [Versión Online]. *J Adolesc Health*, 47, 3, 290–296. DOI: [10.1016/j.jadohealth.2010.02.004](https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.02.004)
- Vela Lozano, G. S; Chiles Rodríguez, P. J. (2015). *Relación entre la insatisfacción de la imagen corporal y autoestima en adolescentes femeninas de entre 14 y 20 años de edad, del colegio 24 de mayo de la ciudad de Quito, durante los meses de junio a julio del 2015* (Tesis de grado). Facultad De Medicina, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10241>
- Viana Timbiano, E. A. (2013). *Éxito social en los estereotipos de belleza masculina en el catálogo "Hombre Yanbal"* (Tesis de Licenciatura) Facultad De Comunicación Social, Universidad Central Del Ecuador. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1295/1/T-UCE-0009-72.pdf>
- Vujosevich, J. A.; Giménez, L.; Rodríguez Godoy, C.; Cohen, B.; Ronchetti G.; Tuero, L. Y Rodríguez Celin, V. (2009). *Anorexia y bulimia: el estado del arte*. Actas del xxvii congreso de la asociación latinoamericana de sociología-viii jornadas de sociología de la Universidad De Buenos Aires. Buenos Aires. Recuperado de <http://www.aacademica.org/000-062/1525>
- Wanga, Z.; Byrne, N. M.; Kenardy, J. A. & Hills, A. P. (2005). Influences of Ethnicity and Socioeconomic Status on the Body Dissatisfaction and Eating Behaviour of Australian Children and Adolescents. *Eating Behaviors*, 6, 1, 23–33. doi:[10.1016/j.eatbeh.2004.05.001](https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2004.05.001)
- Zacarés González, J. J.; Iborra Cuéllar, A.; Tomás Miguel, J. M. y Serra Desfilis, E. (diciembre, 2009). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: Una comparación de la identidad global frente a la identidad en dominios específicos. *Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia*, 25, 2, 316-329. Recuperado de <http://revistas.um.es/analesps/article/viewFile/87931/84641>

ANEXOS

A. NOTA DE PEDIDO DE AUTORIZACIÓN DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS
DE LAS ESCUELAS

Mendoza, Julio 2016

Sr. Director/a

Escuela.....

Como alumna tesista de la Licenciatura en Psicología de la Universidad del Aconcagua, Legajo N° 210454, me dirijo a Usted con el fin de solicitar autorización para realizar en la Institución la aplicación del cuestionario BSQ y CIMEC, con el propósito de recabar datos para la investigación de tesis de grado.

Dicho estudio, titulado “INSATISFACCIÓN CORPORAL E INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES EN ADOLESCENTES DE LA ZONA ESTE DE MENDOZA”, tiene como objetivo evaluar insatisfacción corporal e influencia de los modelos estéticos corporales en adolescentes de la zona Este de Mendoza, como una herramienta útil para la detección precoz de estos factores de riesgo que pueden conducir al desarrollo de un trastorno de la conducta alimentaria.

La aplicación del cuestionario, se realizará en un solo encuentro, a alumnos de primer y segundo año. La duración de la aplicación será de aproximadamente 30 a 40 minutos por curso.

Los datos obtenidos se utilizarán únicamente con fines de investigación científica, para la tesis de licenciatura de quien suscribe. Es por esto, que queda absolutamente garantizada la confidencialidad y anonimato de los mismos, sin figurar en el escrito los datos personales de los encuestados.

Esta investigación cuenta con la autorización de la Facultad de Psicología de la Universidad del Aconcagua y de mi director de tesis, el Lic. Gustavo Graña.

Desde ya muy agradecida, esperando una respuesta favorable, le saluda atentamente.

Fragapane Valeria Soledad

Lic. Gustavo Graña

Alumna Tesista

Director de Tesis

Legajo: 240454

B. NOTA DE PEDIDO DE AUTORIZACIÓN DIRIGIDA A LOS
PADRES DE LOS ADOLESCENTES PARTICIPANTES DE LA INVESTIGACIÓN

Señores Padres:

Su hijo/a será invitado/a a participar voluntariamente en una investigación, dicho estudio, tiene como objetivo describir cómo se presenta la insatisfacción corporal y la influencia de los modelos estéticos corporales, en diferentes grupos de adolescentes. Los cuestionarios son **anónimos** y **confidenciales**.

Muchas gracias.

Sí, estoy de acuerdo a que mi hijo/a participe en la investigación ()

No estoy de acuerdo a que mi hijo/a participe en la investigación ()

Firma

C. ENCUESTA SOBRE EL CONTEXTO SOCIODEMOGRÁFICO CULTURAL

ENCUESTA SOBRE EL CONTEXTO SOCIODEMOGRÁFICO CULTURAL

Ahora, por favor, escribe algunos datos personales:

- * Género: Masculino Femenino
- * Edad:
- * Curso que estudias:
- * Escuela:
- * Nacionalidad:
- * Departamento:
- * Zona donde vive:
 - Rural (finca, campo o similar)
 - Urbana (barrio, ciudad u otro similar)

D. CUESTIONARIO DE INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES (CIMEC-40)

CUESTIONARIO DE INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES (CIMEC-40)

(Toro, J., S/F. Adaptación M.A. Páramo, 2010)

Este cuestionario contiene una serie de preguntas a las cuales se deben contestar marcando con una cruz (X) la respuesta que consideres más adecuada. No hay respuestas "buenas" ni "malas".

	Si, Siempre	Casi siempre	A veces	Muy pocas veces	Nunca
1. Cuando estás viendo una película ¿mirás a las actrices/actores fijándote especialmente en si están gordos/as o flacos/as?					
2. ¿Tenés algún amigo/a o compañero/a que haya seguido o esté siguiendo alguna dieta adelgazante?					
3. Cuando comes con otras personas, ¿te fijás en la cantidad de comida que ingiere cada una de ellas?					
4. ¿Envidias el cuerpo de las bailarinas de ballet o el de las chicas que practican gimnasia rítmica? En el caso de los hombres ¿al cuerpo de los chicos que practican básquet o natación?					
5. ¿Te angustia ver pantalones, vestidos u otras prendas de vestir, que te han quedado chicas?					
6. ¿Llaman tu atención las publicidades de televisión que anuncian productos adelgazantes?					
7. Entre tus compañeros/as y amigos/as, ¿suelen hablar del peso o del aspecto de ciertas partes del cuerpo?					
8. ¿Llaman tu atención las vidrieras de las farmacias que anuncian productos adelgazantes?					
9. ¿Sentís ganas de consumir bebidas bajas en calorías cuando oyes o ves una publicidad dedicada a ellas?					
10. ¿Hablas con las personas de tu familia acerca de actividades o productos adelgazantes?					
11. ¿Te angustia (por verte gordo/a) el contemplar tu cuerpo en un espejo o en una vidriera?					
12. Cuando vas por la calle, ¿te fijás en las personas que pasan para ver si están gordas o flacas?					
13. ¿Has hecho régimen para adelgazar alguna vez en tu vida?					
14. ¿Comentan tus amigos/as y compañeros/as las publicidades y productos destinados a adelgazar?					
15. ¿Llaman tu atención las publicidades de productos adelgazantes que aparecen en las revistas?					
16. ¿Envidias la delgadez de los chicos/as que aparecen en los desfiles de modas o en las publicidades de prendas de vestir?					
17. ¿Te angustia que te digan que estás "rellenita/o", "gordita/o", o cosas parecidas, aunque sea un comentario positivo?					
18. ¿Crees que tus amigos/as y compañeros/as están preocupados por el excesivo volumen de sus caderas y/o muslos?					
19. ¿Te atraen las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.?					

	Si, Siempre	Casi siempre	A veces	Muy pocas veces	Nunca
20. ¿Te preocupa el excesivo tamaño de tu pecho y/o abdomen?					
21. ¿Te angustian las publicidades que invitan a adelgazar?					
22. ¿Has hecho algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar durante alguna temporada?					
23. ¿Te atraen los libros, artículos de revistas, publicidades, etc., que hablan de calorías?					
24. ¿Está haciendo o ha hecho algo para adelgazar alguna de las personas de tu familia que viven con vos?					
25. ¿Te angustia la llegada del verano por tener que ir más suelto/a de ropa o tener que usar malla?					
26. ¿Te interesan los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de la obesidad?					
27. ¿Tenés algún amigo/a o compañero/a angustiada o muy preocupada por su peso o por la forma de su cuerpo?					
28. ¿Sentís ganas de seguir una dieta adelgazante cuando vez u oyes una publicidad dedicada a esos productos?					
29. ¿Te preocupa el excesivo tamaño de tus caderas y/o muslos?					
30. ¿Tenés algún amigo/a o compañero/a que practique algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar?					
31. ¿Envidias la fuerza de voluntad de las personas capaces de seguir una dieta o régimen adelgazante?					
32. ¿Hablas con tus amigos/as y compañeros/as acerca de productos o actividades adelgazantes?					
33. ¿Sentís ganas de usar una crema adelgazante cuando oyes o ves publicidades dedicados a esos productos?					
34. ¿Crees que los chicos/as y jóvenes delgados son más aceptados por los demás que los/las que no lo son?					
35. ¿Crees que tus amigos/as y compañeros/as están preocupados por el excesivo tamaño de sus pechos y/o abdomen?					
36. ¿Recordás frases, imágenes o melodías que acompañen a las publicidades de productos adelgazantes?					
37. ¿Te atraen las fotografías y publicidades de chicos/as con jeans, traje de baño o ropa interior?					
38. ¿Llaman tu atención las publicidades de productos laxantes?					
39. ¿Te resultan más simpáticas y atractivas las personas flacas que las que no lo son?					
40. Si te invitan a un restaurante o participas de una reunión familiar o de amigos, ¿te preocupa la cantidad de comida que puedes verte obligada a comer?					

E. CUESTIONARIO DE LA IMAGEN CORPORAL (BSQ)

CUESTIONARIO DE LA IMAGEN CORPORAL (BSQ)

Nos gustaría saber cómo te has sentido sobre tu aspecto en el último mes. Por favor, lee cada pregunta y señala con una cruz la opción de la derecha que consideres que corresponde a la respuesta más adecuada. Contestá a todas las preguntas. No hay respuestas correctas o incorrectas.

	Siempre	Algunas veces	A menudo	Nunca
1. ¿Te preocupas por cómo se ve tu cuerpo, tu figura?				
2. ¿Te has preocupado tanto por tu figura que has pensado que tendrías que ponerte a dieta?				
3. ¿Has pensado que tenés las piernas, caderas, cola o cintura demasiado grandes en relación con el resto del cuerpo?				
4. ¿Has tenido miedo a engordar?				
5. ¿Te ha preocupado que algunas zonas de tu cuerpo no sean suficientemente firmes (sean flácidas)?				
6. ¿Sentirte lleno/a (después de una comida), te ha hecho sentirte gordo/a?				
7. ¿Te has sentido tan mal con tu figura que has llegado a llorar?				
8. ¿Has evitado correr o trotar para que algunas zonas de tu cuerpo no se muevan?				
9. ¿Estar con chicos/as delgados/as te ha hecho fijarte en tu figura?				
10. ¿Te ha preocupado que tus piernas o cintura se ensanchen cuando te sentás?				
11. El solo hecho de comer poca comida, ¿te ha hecho sentir gordo/a?				
12. ¿Te has fijado en la figura o cuerpo de otros chicos/as y has comparado la tuya con la de ellos negativamente?				
13. Pensar en tu figura, ¿te ha desconcentrado (cuando mirás la televisión, lees o conversás)?				
14. Estar desnudo/a, por ejemplo cuando te duchas, ¿te ha hecho sentir gordo/a?				
15. ¿Has evitado llevar ropa ajustada, que marque tu figura?				
16. ¿Has imaginado modificar o cambiar alguna zona de tu cuerpo? (panza, cola)				
17. Comer caramelos, tortas u otros alimentos con muchas calorías, ¿te ha hecho sentir gordo/a?				
18. ¿Has evitado ir a actos sociales o reuniones (por ejemplo, a una fiesta) porque te has sentido mal con tu figura?				
19. ¿Te has sentido excesivamente gordo/a?				
20. ¿Te has sentido acomplejado/a por tu cuerpo?				
21. Preocuparte por tu figura, ¿te ha inducido a ponerte a dieta?				
22. ¿Te has sentido más a gusto con tu figura cuando tu estómago estaba vacío (por ejemplo, por la mañana)?				
23. ¿Has pensado que la figura que tenés es debida a tu falta de autocontrol a la hora de comer?				
24. ¿Te ha preocupado que otra gente vea los famosos "rollitos" alrededor de tu cintura y estómago?				
25. ¿Has pensado que no es justo que otros chicos/as sean más flacos/as que vos?				
26. ¿Has vomitado para sentirte más flaco/a?				

	Siempre	Algunas veces	A menudo	Nunca
27. Estando con otras personas, ¿te ha preocupado ocupar demasiado espacio (por ejemplo sentándote en un sofá o en el micro)?				
28. ¿Te ha preocupado que zonas de tu cuerpo tengan aspecto de piel de naranja (celulitis)?				
29. Verte reflejado/a en un espejo o en una vidriera, ¿te ha hecho sentirte mal por tu figura?				
30. ¿Te has pellizcado zonas de tu cuerpo para ver cuánta grasa tenés?				
31. ¿Has evitado situaciones en las cuales la gente pudiera ver tu cuerpo (por ejemplo, en clubes, piletas o duchas)?				
32. ¿Has tomado laxantes para sentirte más flaco/a?				
33. ¿Te has fijado más en tu figura cuando estás en compañía de otras personas?				
34. ¿La preocupación por tu figura te ha hecho pensar que deberías hacer ejercicio?				