



ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
PSICOLOGÍA

“MIENTRAS MÁS FLACA MÁS BONITA”: LA PRESIÓN SOCIAL COMO
FACTOR INFLUYENTE EN LA IMAGEN CORPORAL IDEAL EN
ADOLESCENTES MUJERES.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Psicólogo con mención Clínica.

Profesora guía
Alexandra Carrasco

Autora
María Daniela Alava Cadena.

2013

DECLARACIÓN DE LA PROFESORA GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Alexandra Carrasco

Psicóloga Clínica

C.I. 010231037-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

María Daniela Alava C.

C.I. 171543854-3

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia quien siempre ha estado ahí apoyándome y empujándome a seguir adelante.

A mis amigos quienes son un respaldo y apoyo en todo sentido.

A mi novio quien está siempre presente dándome ánimos para cada paso que doy, brindándome las fuerzas para no rendirme en momentos de dificultad.

A mi tutora quien me ha guiado durante el proceso de investigación.

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedicado a mi mamá que es mi ángel que desde el cielo me cuida y me protege. Sé que está orgullosa de verme dar este paso.

RESUMEN

El deseo de poseer una belleza ideal es un tema que a lo largo de los tiempos ha venido condicionando a las mujeres, principalmente adolescentes; quienes están en constante búsqueda de su propia identidad, así como de la aceptación de la sociedad. A lo largo de esta investigación, se estudiaron los factores que ejercen presión para querer alcanzar ideales de belleza en las mujeres adolescentes de un Colegio privado de la ciudad de Quito. Los factores estudiados fueron los pares hombres y mujeres, la familia, los medios de comunicación y la necesidad de pertenencia a grupos sociales. Se intentó probar la existencia de una diferencia entre el pensamiento masculino y femenino acerca de la belleza en la mujer. Así también conocer si existe un factor que ejerza mayor presión que los demás, dentro de los estudiados. Por último se pretendió identificar las necesidades que tienen las mujeres para alcanzar ideales de belleza.

Para este estudio, se realizaron dos grupos focales con 6 estudiantes pertenecientes a cada género, respectivamente. Con la información recopilada se creó un cuestionario, el cual se aplicó a 160 estudiantes, hombres y mujeres, de 10mo año de educación básica y 1ero de bachillerato. Se encontró que no existe diferencia significativa entre la cantidad de presión que ejercen cada uno de los factores estudiados, sin embargo el factor pares y la necesidad de pertenencia a grupos se destacan levemente ejerciendo de manera mínima más presión que los otros factores, en las adolescentes. Tampoco se encontró gran diferencia entre el pensamiento femenino y masculino acerca de la belleza en la mujer. Se pudo concluir que cada adolescente percibe las situaciones y estímulos de manera distinta por lo cual no se puede generalizar los datos.

Palabras claves: belleza ideal, factores de presión, mujeres adolescentes.

ABSTRACT

Through time, the desire of being beautiful has become a mayor conditioning issue for women, especially for teenagers who are constantly seeking for their own identity, as well as acceptance from society. This research investigated different kinds of pressure factors that influence female teenagers from a private school in Quito, regarding their ideals of searching for the perfect beauty. The studied factors were: men, women, family, media, and the need to belong to a social group. The study had three main goals, the first one was to prove if there is or isn't a difference between what men think and what women think, regarding female beauty. The second was to determine if there is a pressure factor which influences more than the others. And third, to identify which are women's needs in order to obtain beauty ideals.

Two focal groups were created, one with 6 male students and the other with 6 female students. With the resulting information, a questionnaire was created; it was applied to 160 boys and girls from 9th and 10th grade. There was found no significant difference between the studied factors, although, the factors: *pairs* and *the need to belong to a social group*, demonstrate to have a really low difference. Boys and girls perception about women ideal beauty didn't showed a relevant difference either. Finally, people are dissimilar; each one has different ideas and perceives situations and stimuli in distinct ways, that's why facts can't be generalized.

Key words: ideal beauty, pressure factors, teenage women.

INDICE

1. INTRODUCCION _____	1
2. MARCO TEÓRICO Y DISCUSIÓN TEMÁTICA _____	4
2.1 Introducción _____	4
2.1.1 Definición de belleza _____	4
2.1.2 Ideales de belleza en la historia: _____	6
2.1.3 Teoría general de los sistemas _____	9
2.1.4 Paradigma ecológico _____	11
2.2 Microsistema _____	14
2.2.1 Constructos Personales _____	14
2.2.2 Autoestima _____	15
2.2.3 Autopercepción y autoconcepto _____	19
2.3 Mesosistema _____	23
2.3.1 Sentido de pertenencia y conformidad _____	23
2.3.2 Aprendizaje Social _____	26
2.3.3.1 Pares: _____	28
2.3.3.2 Familia: _____	30
2.4 Exosistema _____	33
2.4.1 Medios de comunicación _____	33
2.5 Macrosistema _____	36
2.5.1 Estereotipos _____	37
3. OBJETIVOS _____	39
3.1 Objetivo General: _____	39
3.2 Objetivos Específicos: _____	39
4. HIPÓTESIS _____	39
5. MÉTODO _____	40
5.1 Tipo de investigación _____	40
5.2 Participantes/Muestreo _____	40

5.3 Recolección de datos	43
5.4 Procedimiento	44
5.5 Análisis de datos	46
6. RESULTADOS	47
6.1 Prueba Piloto	47
6.2 Estadística descriptiva	48
6.2.1 Objetivo 1	48
6.2.2 Objetivo 2	58
6.2.3 Objetivo 3	70
6.3 Estadística inferencial (ANOVA)	81
6.4 Conclusiones Generales	85
6.4.1 Objetivo #1	85
6.4.2 Objetivo #2	87
6.4.3 Objetivo #3	89
6.5 Análisis de hipótesis	91
7. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	93
7.1 Discusión y conclusiones	93
7.2 Cumplimiento de objetivos	99
7.3 Alcances y Limitaciones del estudio	104
7.4 Recomendaciones	106
8. REFERENCIAS	108
9. ANEXOS	113

1. INTRODUCCION

Los seres humanos son parte de grupos y sociedades, donde se desenvuelven a diario en cada momento de la vida. Los grupos sociales imponen reglas y normas a seguir dependiendo de la cultura y creencias que la sociedad tenga. Dentro de cada sociedad existen ideales impuestos que podrían incluso llegar a categorizar a las personas dentro de lo que es correcto e incorrecto de hacer, tener o actuar. Un ejemplo de esto es la belleza, donde a lo largo de los tiempos la mujer ha sido bastante involucrada.

Desde la antigüedad han habido opiniones de una variedad de personas acerca de lo que se puede considerar como belleza y lo que no. En la actualidad existe un bombardeo de información respecto a lo que se puede categorizar como bello y son varias las maneras en que las mujeres reciben esta información.

La presente investigación es relevante ya que identifica de manera clara cuáles son los factores de presión y cuanto influye cada uno de ellos en las adolescentes mujeres. A partir de la recopilación de esta información se puede saber cómo actuar, dando la información correcta y acertada a este grupo etario. A su vez, evitar el esparcimiento de información errónea que puede causar serias confusiones y malos entendidos a las adolescentes, haciéndoles creer cosas que no son verdad acerca de la belleza ideal y de lo que espera la sociedad en general acerca de su aspecto físico.

El objetivo de la investigación es identificar los factores que ejercen mayor presión en las adolescentes para cumplir con ideales de belleza. Entre los factores de presión estudiados se encuentran: Los pares, tanto hombres como mujeres, los medios de comunicación, la familia y la necesidad de pertenencia a grupos sociales. Estos factores fueron escogidos ya que son temas con los que las adolescentes se relacionan de manera directa y son de suma importancia para ellas ya que están presentes en su vida diaria.

Este estudio pretendió descubrir cuales piensan los adolescentes que son las necesidades de las mujeres para alcanzar ideales de imagen corporal. Así también se enfocó en identificar entre los factores de presión estudiados, el que influye en mayor grado. Por otro lado, a lo largo de la investigación se realizó una comparación entre lo que piensan los hombres y las mujeres acerca de la belleza ideal femenina, obteniendo diferentes perspectivas acerca del tema y rompiendo o reforzando algunos tabúes que se han creado a lo largo de los tiempos sobre lo que creen los hombres acerca de la belleza en la mujer.

El trabajo de titulación que se presenta a continuación fue desarrollado dentro de un Colegio privado de la ciudad de Quito, que mantiene un estrato socio-económico medio alto. Por cuestiones de confidencialidad no se indica el nombre de la institución en ningún momento, mucho menos de los participantes en el estudio. Los miembros de la muestra fueron adolescentes hombres y mujeres de 10mo año de educación básica y 1ero de bachillerato.

Se manejó una metodología cuantitativa donde se usaron diferentes funciones estadísticas para poder cumplir con los objetivos y encontrar los resultados necesarios para responder a la pregunta de investigación planteada. Se empezó realizando dos grupos focales, los cuales brindaron datos reales y objetivos para poder continuar con los siguientes pasos de la investigación. Posteriormente se aplicó un cuestionario creado por la investigadora, desde la información recopilada en los grupos focales, a todos los estudiantes miembros de la muestra. Luego se sistematizó la información con el apoyo de programas digitales, los cuales permitieron un mejor manejo de la información. Finalmente, se obtuvieron los resultados porcentuales, los cuales se compararon con la teoría y permitieron llegar a conclusiones y cumplir los objetivos.

Dentro de los resultados más destacados de esta investigación se encontró que los hombres y las mujeres tienen ideas que no difieren de manera significativa acerca de la belleza ideal, por lo tanto hombres y mujeres pueden

tener muchas veces ideas erróneas acerca de la belleza lo cual puede afectar los constructos que se tienen sobre lo que es bello.

Así también se pudo concluir en esta investigación que no existe claramente un factor de presión que afecte más que otro de manera significativa, todos los factores estudiados ejercen presión a las adolescentes de diferente manera y en distintos momentos. Una conclusión importante es que todas las personas son diferentes por lo tanto perciben las situaciones y estímulos del ambiente de manera distinta, es por esa razón que no se pudo llegar a generalizar y plantear un factor de presión como el que más afecta y hace daño a las mujeres.

En un inicio el trabajo aborda temas y datos teóricos acerca del estudio, como también una serie de investigaciones relacionadas con el tema, realizadas a nivel de Ecuador y otros países, por diferentes autores; esta información brinda bases y datos reales acerca de la belleza ideal. Posteriormente se presentan los objetivos y las hipótesis que guían la investigación, para pasar al apartado de método, donde se señala de manera detallada la manera en que se va a manejar la investigación de campo. Luego se habla acerca de la investigación per sé. Es decir que se da toda la información de cómo se hizo el estudio de campo y los resultados que se obtienen, mostrando datos de manera clara para el lector, se utiliza gráficos y tablas que ayudarán a la mejor visualización de datos. Finalmente se encuentran el análisis de los resultados y las conclusiones finales a las que se llega después de realizar toda la investigación.

2. MARCO TEÓRICO Y DISCUSIÓN TEMÁTICA

2.1 Introducción

La belleza es verdad, la verdad es belleza: eso es cuanto sabemos – y debemos saber – sobre la tierra. – John Keats - .

2.1.1 Definición de belleza

Belleza es una palabra que contiene gran cantidad de sinónimos, entre ellos bonito, maravilloso, agradable, etc. Es decir, algo que da gusto al ser humano y por lo tanto aumenta su deseo de degustarlo y en el mejor de los casos obtenerlo. La belleza siempre ha ido de la mano de lo bueno, de esa manera señalando que algo que se hace con bondad es bello o que una verdadera representación de belleza es buena. Esto se puede ver principalmente en el arte donde a lo largo de los tiempos se ha representado lo bello, entre esto a la mujer. Es importante tomar en cuenta las representaciones de la mujer bella en el arte ya que los pintores y artistas en general, son quienes han plasmado la evidencia tangible de cómo la belleza ha ido variando dependiendo de la época y la cultura (Eco, 2007, pp. 9-14).

Analizando al concepto de belleza desde una perspectiva naturalista, para los filósofos presocráticos la simetría quiere decir verdad y por lo tanto belleza. Desde la antigüedad se ha podido ver que la simetría no es nada más que un constructo presentado en la mente humana, la cual puede significar “mesurado, proporcionado, adecuado etc.” (López, 2007, p. 2). Esta simetría o realidad de belleza no es creada automáticamente por el hombre, sino que es dada por la percepción y evolución del mismo, buscando de esta manera siempre mantenerse de acuerdo a lo que dicta las leyes culturales. Esta verdad es una combinación entre lo innato, el sistema nervioso y el aprendizaje, ya que estos factores unidos permiten que los seres humanos creen una percepción sobre el mundo y sobre la realidad de las cosas (López, 2007, pp. 1-2). Para los primeros discípulos de Pitágoras la simetría (es decir, la belleza) consistía en lo

lineal y lo cuadrado, mientras lo opuesto representaría la falta de armonía (Eco, 2007, p. 72). Incluso posteriormente en el arte se puede ver que Leonardo Da Vinci toma los conceptos de simetría y belleza realizando una pintura en 1530 del esquema de las proporciones del cuerpo humano (Eco, 2007, p. 81).

No obstante, la belleza va más allá de una simple creencia o ideología cultural, mucho menos parte de un pensamiento naturalista implantado por la filosofía en la antigüedad. Según investigaciones actuales la simetría no es únicamente una creencia ni un constructo, sino que es una manera en la que los seres humanos se sienten atraídos y buscan a una pareja con la finalidad de reproducirse y tener hijos simétricos. Se cree que las fluctuaciones asimétricas se presentan al momento que la simetría sufre cambios y deja de existir una “perfección”, por lo tanto en ese instante se da la aparición de problemas en los hijos. De esa manera se explica que las personas siempre se sienten más atraídas por lo que se consideraría como simétrico para ellas (Punset, 2010, pp. 157-164).

De igual forma se puede ver que los seres humanos se sienten atraídos hacia ciertas personas por la conservación de la especie. Es decir, que se trata de un tema biológico, donde, hablando en un lenguaje coloquial, el ser humano por “mejorar la etnia a la que pertenecen” se siente atraído hacia personas con ciertas características de fortaleza, y aspecto físico saludable en mayor cantidad que en personas que muestran debilidad y vulnerabilidad (Punset, 2010, p. 158).

Por estas razones, es importante aclarar que la belleza no es únicamente un concepto que se idealiza en la actualidad sino que es parte de la naturaleza humana entendido desde la biología humana, esto quiere decir que no sería solo una construcción cultural sino que puede ser considerado también como un tema innato y biológico en el ser humano. De esa manera se puede explicar una gran variedad de rituales de belleza en gran cantidad de culturas y sociedades a nivel mundial (De La Serna, 2004, p. 1).

2.1.2 Ideales de belleza en la historia:

A lo largo de la historia se puede observar de manera tangible como la belleza ha cambiado en cuanto a la simetría. El cuerpo bello ya no es igual que el de la antigüedad debido a que lo medido y lo adecuado ya no es lo mismo culturalmente. La cultura ha cambiado, el concepto de simetría ha cambiado mostrando de esa manera grandes divergencias entre lo bello en tiempos prehistóricos con lo bello en la actualidad. Un ejemplo muy claro en el cambio de lo que es la percepción de belleza podría ser la representación de la Venus realizada por varios artistas a lo largo de los tiempos. Por ejemplo la Venus de Willendorf (Figura 1) en el milenio XXX a.c., la cual se encuentra en Viena, representa lo que era la belleza durante esas épocas, una mujer realmente grande, voluptuosa y gorda representando principalmente la maternidad.

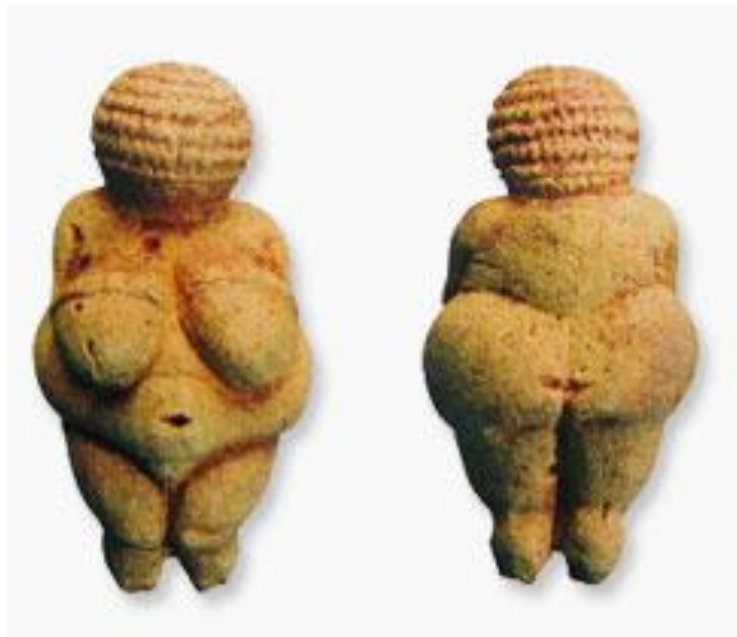


Figura 1. Venus de Wilendorf XXX a.c. Tomado de Eco, 2007, p. 15

Posteriormente en el siglo II a.c. La Venus de Milo de París (Figura 2), posee una figura definida, dejando atrás la extrema voluptuosidad y mostrando una figura mucho más acorde de lo que representa la belleza en la actualidad.



Figura 2. Venus de Milo, siglo II a.c.
Tomado de Eco, 2007, p.15.

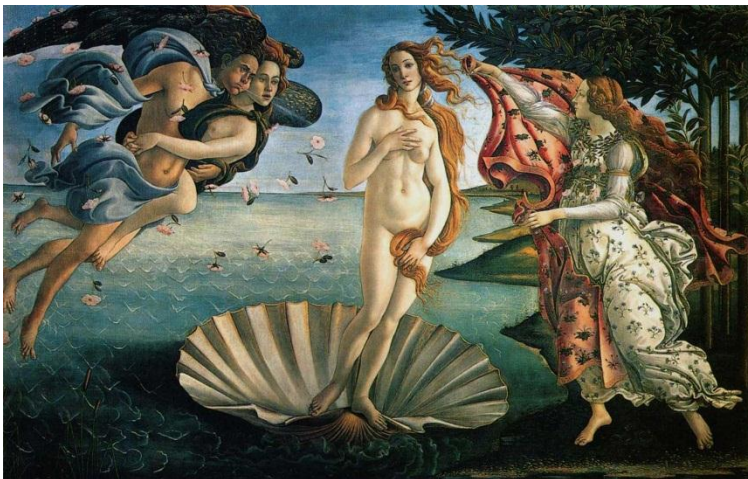
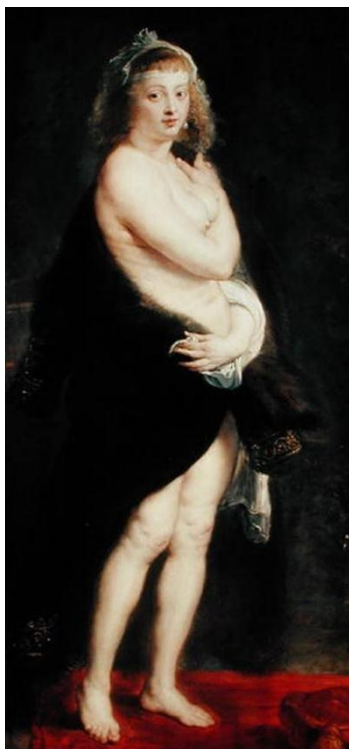


Figura 3. Venus de Botticelli, año 1482. Tomado de Eco, 2007, p.15.

De igual manera se puede ver en la representación de la Venus de Botticelli de Florencia (Figura 3) en el año 1482 (Eco, 2007, p. 16).



Posteriormente al llegar al Renacimiento se pretendió que la mujer ideal vuelva a tener rasgos de gordura ya que esto representaba el poder, el dinero y el éxito. En estas épocas, una mujer delgada era una imagen de pobreza y enfermedad (Moscoso, 2011, p. 49), es por eso que se puede observar la representación de Rubens con su pintura Afrodita – 1630 en Viena- (Figura 4). Donde se ve claramente una mujer gorda, voluptuosa y llena de celulitis. (Eco, 2007, p. 17).

Figura 4. Afrodita, año 1630. Tomado de Eco, 2007, p. 15.

Al llegar la industrialización se retomó el pensamiento de que lo delgado es belleza por lo tanto se podía observar en el siglo XIX a las mujeres en Inglaterra llegar incluso a inutilizar sus cuerpos con el uso del corsé por pasar a representar la burguesía (Moscoso, 2011, p. 50). De esta manera hasta nuestros días la belleza es implantada por medio del cuerpo flaco mostrando curvas como la perfección.



Figura 5. Marylin Monroe. Tomado de Marylin Monroe Quotes, <http://www.pinuppassion.com/Marilyn-Monroe-Quotes.html>

Un ejemplo de esto puede ser caracterizado por Marilyn Monroe (1950) quien fue un personaje fuertemente representativo de la belleza ideal en las mujeres, implantado hasta la actualidad (Eco, 2007, p.19).

La belleza es un tema que ha estado en constante cambio a lo largo del tiempo. Ha variado según la cultura e ideología que se ha desarrollado en diferentes periodos. Sin embargo, es importante tener en claro que la belleza no es únicamente un paradigma actual sino que inclusive desde tiempos prehistóricos ha sido importante, definiendo radicalmente a las culturas.

A partir de esta breve reseña sobre la historia se puede observar que la belleza no es creada por el ser humano individualmente, sino que la cultura y la sociedad son quienes han implantado a lo largo de los años ideales a seguir, principalmente para las mujeres. Esto conlleva a la idea de que los individuos no definen sus pensamientos y comportamientos por si solos, sino que está presente el ambiente que los rodea. De esta manera se puede indicar que el ser humano forma parte de diferentes sistemas, y no puede ser comprendido independientemente de éstos.

2.1.3 Teoría general de los sistemas

Para Bertalanffy, exponente principal de la teoría de los sistemas, los seres humanos se constituyen basándose principalmente en dos hechos, la herencia y el ambiente (Bertalanffy, 1967, p. 38). A lo largo de la historia se ha debatido el hecho de saber si el ser humano nace o se hace, es decir, se define por la herencia o por el ambiente. Sin embargo es importante tomar en cuenta que ninguna de las dos afirmaciones es correcta, ambas son una y se complementan, por lo tanto es imposible separarlas. El ambiente por un lado vendría a ser una serie de estímulos que interactúan constantemente con el individuo para de esta manera causar comportamientos y actitudes determinadas. Por otro lado la herencia sería la carga genética que permite a los individuos percibir de cierta manera los estímulos que se presentan en el ambiente, pero también participa en el comportamiento (Espinoza, 2001, pp. 17-29).

Las personas están en constante interacción con el ambiente, brindando y recibiendo información del mismo. El ambiente, en general, está dividido en varios elementos, los cuales forman sistemas y entre ellos un sistema más global, es decir una unidad de la cual el ser humano se nutre y al mismo tiempo nutre. De esta manera se da paso a la teoría general de los sistemas, a la cual se la puede definir como “una ciencia general de la totalidad” (Bertalanffy, 1967, p. 39).

Ludwig Von Bertalanffy, intentaba por medio de esta metateoría buscar reglas aplicables a cualquier tipo de sistema y realidad que se presentara (Bertalanffy, 1967, p. 39). Bertalanffy señala que la Teoría General de los sistemas, o más conocida como teoría sistémica, es “una representación de un conjunto de elementos en constante interacción” (Bertalanffy, 1967, p. 38). De esta manera se puede ver como los individuos son siempre parte de un sistema por el cual son influenciados en varios aspectos y al cual influencia también en gran nivel. Mientras tanto, Hall y Fagen (1956) definen a los sistemas como “un conjunto de objetos, así como de relaciones entre los objetos y entre sus atributos” (Guang, s.f., p.157).

La perspectiva sistémica evita y no acepta que haya una separación entre individuo y medio en el que se desenvuelve (Caride y Trillo, s.f., p. 4). Por lo tanto, la sociedad es considerada como un factor muy importante y un sistema irrevocable dentro del desarrollo del individuo. En cambio el comportamiento del ser humano está definido por varios factores los cuales señalan una vez más que los sujetos no pueden ser separados por sus partes sino que conforman un sistema, por ejemplo están los reforzamientos, condicionamientos, instintos, experiencia, etc. Todos estos permiten a las personas desenvolverse, actuar y tener diferentes actitudes respecto a un acontecimiento. Al mismo tiempo todos los individuos en conjunto conforman un sistema más amplio uniéndose de esta manera la fuerza cultural y social, creando de igual forma comportamientos y actitudes en los individuos (Bertalanffy, 1967, p. 204).

Es importante tener en cuenta el hecho que a pesar de que los individuos constituyen un sistema grande como la sociedad y la cultura también pueden ser divididos, dando paso a la posibilidad de ser estudiados de una manera específica en los sistemas en los que estos se desenvuelven, por ejemplo el sistema familiar, laboral, escolar, etc. Por medio de esta división se permite enfocar en los fenómenos sociales con los cuales el individuo interactúa a diario y cómo estos se relacionan al todo o al sistema global y amplio (Bertalanffy, 1967, p. 205).

Por medio de la Teoría General de los Sistemas se puede explicar de una manera clara que los individuos no construyen sus ideas o pensamientos por si solos sino que el medio que los rodea influye en gran cantidad, creando de esta manera estereotipos o paradigmas. Por ejemplo en el tema de ideales de belleza, la cultura, sociedad, familia, amigos, medio etc. emiten mensajes acerca de lo que se espera de las mujeres en cuanto a la belleza. Los individuos receptan esta información y comienzan a actuar y pensar basándose en lo que se espera. Así se crea una relación bidireccional ya que los individuos forman a la sociedad y son formados por ella al mismo tiempo.

Al hablar de este tema de bidireccionalidad, se puede en cambio topar el tema del paradigma ecológico, el cual es una teoría dentro de la teoría sistémica. El paradigma ecológico es muy interesante de abarcarlo en este estudio, ya que habla de una manera profunda acerca de la relación del individuo con los diferentes aspectos que se encuentran en el medio que lo rodea.

2.1.4 Paradigma ecológico

Urie Bronfenbrenner es el creador del paradigma ecológico, donde se afirma que el ser humano es un ser en constante cambio, por lo tanto puede ser modificado por el ambiente y es capaz de modificarlo también. Bronfenbrenner, en su teoría, explica que el paradigma ecológico se compone por cuatro esferas, donde cada una está inserta en la otra, por lo tanto cada una influye en

la otra de cierta manera, realizando cambios a nivel individual y grupal. (Amar, Abello y Acosta, 2003, p. 111). Cada esfera es un subsistema que interactúa con el resto de subsistemas, dando lugar a la creación de un gran sistema más complejo y total en la vida del individuo (Valdés, 2007, pp. 17-18). (Figura 6).

La primera esfera es llamada el microsistema que es donde las personas se desenvuelven de manera primaria, son todos los roles y actividades que los individuos realizan en un contexto, dándoles papeles a desempeñar. Como segunda esfera está el mesosistema, en el cual dos o más microsistemas interactúan en la vida del individuo por ejemplo el colegio, clases, familia, pares, parejas etc. Posteriormente se puede hablar del exosistema el cual no tiene relación directa con el individuo sin embargo interactúa e influye en el comportamiento, un ejemplo de éste sería el gobierno, medios de comunicación, sistemas de salud, etc. Como esfera final dentro de este paradigma se encuentra el macrosistema el cual está constituido por la cultura, ideología y creencias que los seres humanos desarrollan a lo largo de la vida mediante experiencia, convivencia y aprendizaje con el resto de personas dentro de su sistema (Amar, Abello y Acosta, 2003, p. 111) .

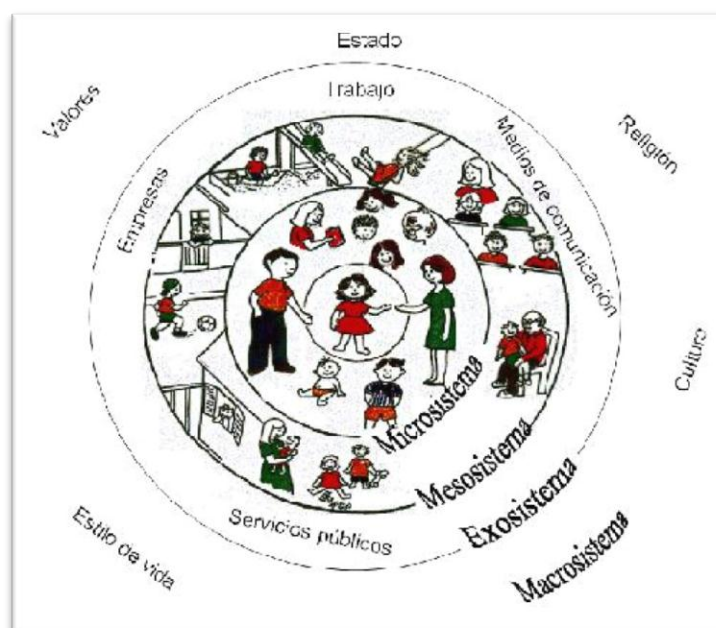


Figura 6. Gráfico del paradigma ecológico propuesto por Bronfenbrenner. Tomado de Choque, Ecosistema educativo. Gerencia Social, <http://blog.pucp.edu.pe/item/37068/ecosistema-educativo>.

A partir de esta idea presentada por el paradigma ecológico, se puede afirmar una vez más que las personas son autodefinidas por la sociedad y al mismo tiempo la definen. Sin embargo, el individuo tiene la capacidad de ser un sujeto activo, creando su propia realidad y tomando responsabilidad y control sobre las situaciones. Es decir, que a pesar que los individuos son miembros de un sistema o de una esfera, no pierden el poder de decisión ni autonomía. Aunque formen parte de un grupo, todavía está presente la individualidad que define al ser humano como independiente y parte esencial de una sociedad (Montero, 2004, p. 78).

Así, se puede aclarar que las personas al momento de desarrollarse y pasar principalmente por la etapa de la niñez y adolescencia dependen crucialmente de la convivencia con sus pares, familia, escuela, y cultura en general para poder crear sus pensamientos e ideas acerca de la vida. De esta manera, es claro que las personas son influenciadas por el medio en donde se desenvuelven y a la vez lo influyen. Uno de los temas donde se centra la influencia, es en los ideales a seguir, entre ellos los de belleza. Por lo tanto los adolescentes quieren cumplir los ideales para sentirse parte del grupo donde se desenvuelven y desarrollar el sentido de pertenencia hacia los mismos.

Existe una gran variedad de estudios realizados primordialmente a nivel internacional relacionados con la belleza en las mujeres. Sin embargo desde hace algunos años ha surgido el interés a nivel nacional de estudiar acerca de la belleza. Es por eso que a lo largo de este estudio se presentará una variedad de investigaciones importantes. Entre las más significativas se encuentran los estudios de Wolf (2002) y Bordo (1993), donde señalan que mientras más responsabilidades y libertades se les ha dado a la mujer socialmente, más se les ha encasillado en estereotipos, principalmente a nivel físico. Por otro lado también se hablará de temas más recientes realizados en Ecuador, como es el estudio de Casanova y Moscoso, los cuales se explicarán posteriormente.

Debido a que se busca una mayor organización y facilidad de entendimiento al lector, se organizará la información según las esferas del paradigma ecológico. Es decir, la sección 2.2 indicará la información que tiene que ver con el microsistema respecto a los ideales de belleza, la sección 2.3 con información referente al mesosistema, sección 2.4 exosistema y sección 2.5 sobre el macrosistema.

2.2 Microsistema

El microsistema consiste en la esfera más pequeña del paradigma ecológico donde se encuentra principalmente el ser humano de manera individual. Son los roles que asume la persona en la sociedad y como la persona crea relaciones con otros.

2.2.1 Constructos Personales

En 1955, George Kelly expuso la teoría de los constructos. Por medio de esta teoría, él trató de indicar que los seres humanos basan sus acciones y comportamientos del presente en sus experiencias pasadas (Kelly, 2001, pp. 31-51).

El ser humano crea en su mente sistemas de organización y patrones, lo cual le lleva a tener un cierto tipo de actitud ante los acontecimientos en el día a día. Es decir, que dependiendo de lo que haya ocurrido previamente en la vida de las personas, éstas actuarán en un momento dado. Por esta razón se puede señalar que los constructos personales son únicos en cada individuo ya que aunque ocurra el mismo evento, las personas actuarán de diferente manera basándose en su experiencia previa (Schultz y Schultz, 2002, p. 348-353).

Un ejemplo claro de un constructo personal que posee todo ser humano es la percepción e idea que se tiene acerca de sí mismo. Esta autopercepción hace

que se creen sentimientos y pensamientos sobre uno, dando lugar a la autoestima.

2.2.2 Autoestima

“No se puede tener autoestima, si no contamos con los demás. Son un referente para valorarnos positiva o negativamente... El ser humano está abierto y orientado hacia el otro. Es un ser social, político (Aristóteles). La comunicación es una condición esencial para ser persona” (Ferrerías, 2007, p. 58).

Las personas no están solas en el mundo y por lo tanto no dependen de sí mismas para crear sus ideas y pensamientos. El medio donde se desenvuelven influye en como los sujetos se perciben a sí mismos, dando pautas de que es lo bueno y que es lo malo. Por ejemplo en el paradigma ecológico, el macrosistema da ideas básicas de cómo se debe presentar una persona y el mesosistema de manera más directa enseña y muestra a los individuos lo correcto para ser y comportarse. Por lo tanto si una persona cumple con lo que el mesosistema y el macrosistema indican se sentirán bien con sí mismos, y si pasa lo contrario se sentirán mal, creando una mala autopercepción y por lo tanto una baja autoestima.

La autoestima como factor dependiente del atractivo físico es algo común en las sociedades, ya que los medios de comunicación y los paradigmas sociales así lo han dispuesto. Por lo tanto, mientras más belleza haya, mayor autoestima van a tener los miembros de la sociedad; y mientras más delgadez, mayor es la belleza percibida (Behar, 2010, p. 320). En cambio, una persona fea puede sentirse inferior, de esta manera se crean actitudes de aislamiento o timidez, o en caso contrario pueden surgir actitudes compensatorias como avaricia y soberbia (Ramos y Díaz, s.f., p. 3).

Sin embargo, también se puede ver en otros casos donde la autoestima no depende de la belleza sino de la confianza y el respeto hacia sí mismo. Es por eso que muchas veces se presentan personas que no son atractivas físicamente sin embargo se sienten bien con ellas mismas y con lo que son. Según Nathaniel Branden (s.f.) citado en Echeverry (2011, p. 2), existen seis pilares fundamentales para poder crear una buena autoestima en los niños y de esa manera que ellos la refuercen a lo largo de la adolescencia y la adultez. Estos son, vivir conscientemente, ser responsable con los propios actos y decisiones, autoafirmarse, entendiéndolo como “la capacidad de respetar nuestros derechos sin violar los de otro” (Echeverry, 2011, p. 3), aceptación a uno mismo, tener objetivos, metas y propósitos; y, finalmente ser íntegros con los valores y moral (Echeverry, 2011, p. 3).

Una de las teorías psicológicas más importantes que sustentan el mantenimiento y creación de una buena autoestima es la teoría de Maslow. Abraham Maslow es uno de los precursores de la teoría humanista donde se habla que el ser humano se guía por medio de una pirámide de necesidades, dirigiendo sus comportamientos. Las necesidades descritas por Maslow son innatas, sin embargo pueden ser alcanzadas según el momento de desarrollo, experiencia y recursos del individuo, por lo tanto no pueden ser generalizadas y varían de persona a persona. Son cinco las componentes de la pirámide de Maslow las cuales son necesidades fisiológicas, de seguridad, pertenencia y amor, estima y autorrealización (Schultz y Schultz, 2002, p. 302-306; Ferreras, 2007, p. 59). (Figura 7).



Figura 7. Pirámide de necesidades de Abraham Maslow. Tomado de Savuar Fuar.

<http://www.savuarfuar.com/2008/excusate-usando-la-piramide-de-maslow/>

La necesidad de estima constituye el cuarto peldaño dentro de la pirámide creada por Maslow, donde se indica que ésta está constituida por dos componentes, la estima hacia uno mismo y la estima expresada por otros. Una buena autoestima ayuda al individuo a sentir valor y fuerza mientras que una autoestima deficiente puede crear sentimientos de inseguridad, desconfianza y desvaloración hacia uno mismo (Schultz y Schultz, 2002, p. 306).

Según Maslow una persona con una buena autoestima posee mayor cantidad de satisfacción con sí mismo, por lo tanto lo convierte en una persona competente y puede autorrealizarse de una mejor manera que una persona con una baja autoestima (Schultz y Schultz, 2002, p. 318).

“Lo que hace rica a la persona, lo que la valora, no es el dinero, sino alcanzar, dentro de sus posibilidades, la cima de sus aspiraciones e ideales acordes con la naturaleza humana que además es sensible a todo lo que le rodea, llenando el corazón de solidaridad y de amor” (Ferreras, 2007, p. 59).

En un estudio realizado por medio de observación en 1983, por Ellis y Taylor con una muestra de estudiantes universitarios que en ese momento buscaban

trabajo, se observó que las personas con mayor nivel de autoestima consiguieron más ofertas de trabajo y obtuvieron mejores resultados en las calificaciones de las entrevistas que aquellos que no tenían un nivel de autoestima elevada (Schultz y Schultz, 2002, p. 318).

En el año 2004, la Fundación Dove realizó un estudio a nivel mundial, donde se pretendía evaluar por medio de encuestas a mujeres a nivel mundial la manera en que los estereotipos de belleza afectan en la autoestima y el desarrollo de las mujeres. Se encontró que para las mujeres, el atractivo físico está muy ligado a la autoestima mientras que la mayoría de mensajes referentes al tema los emitían los medios de comunicación. Para combatir con esta alarmante situación, la marca Dove lanzó una campaña en contra de los estereotipos de belleza mostrados por los medios de comunicación, los cuales afectan el autoestima de las mujeres alrededor del mundo especialmente a las niñas. A partir de esta situación, Dove se ha enfocado en promocionar sus productos con mujeres pertenecientes a distintas etnias, clase social y contextura, mostrando de esta manera lo que es la “belleza real”. A su vez se realizó un comercial mostrando una gran cantidad de mujeres perfectas con el mensaje “Habla con tu hija antes que la industria lo haga” (Aguado, 2011, p.1-3). De esta manera se buscó concientizar no solo a los medios sino también a los padres ya que ellos tienen una gran responsabilidad respecto a la información que reciben sus hijos y como la manejan, tomando en cuenta que los medios pueden resultar un arma bastante peligrosa con respecto a los cánones de belleza en la sociedad.

Otro estudio que resulta destacable es el de Baile y Ruiz, donde se contó con la participación de 69 adolescentes, la idea principal de esta investigación consistió en tener dos muestras, una control y una experimental para comparar los niveles de autoestima. Los miembros de la muestra experimental vieron revistas juveniles durante cierto periodo de tiempo para evaluar cómo esas imágenes e información afectaba su autoestima; mientras la muestra control no tendría acceso a esa información. Para poder evaluar el nivel de autoestima se

usó la escala de Rosenberg. En cuanto a las conclusiones no se pudo determinar claramente que ver las revistas afectara la autoestima de las adolescentes pero si se evidenciaban grandes niveles de insatisfacción corporal (Baile y Ruiz, s.f., p. 1,5).

2.2.3 Autopercepción y autoconcepto

La autopercepción o autoimagen vienen a ser la manera en que las personas se ven a sí mismas, no solo en el aspecto físico sino también en cuanto a su personalidad. Por lo general las personas responden a dos situaciones, cómo es ahora y cómo le gustaría ser, es decir el ideal que quisiera alcanzar. Estas dos ideas se comparan, obteniendo de esta manera el sentimiento de bienestar o insatisfacción respecto a sí mismo y por lo tanto mejorando o empeorando la autoestima (Ferrerías, 2007, p. 57).

El autoconcepto es una unión de ideas, creencias, autoevaluaciones y habilidades respecto a uno mismo. Esto quiere decir que las personas aceptan ideas que estén de acuerdo a su manera de pensar y no sean amenazantes hacia su autoconcepto. Por lo general esto sucede cuando hay más personas que piensan de manera similar y de esa manera aparece la influencia y presión que ejercen los grupos hacia los individuos (Baron y Byrne, 2005, p. 169).

En la investigación realizada por Morales, Montero y Carbajal en el 2004, se pretende valorar la percepción de imagen corporal que tienen algunos adultos jóvenes Españoles con el uso de modelos anatómicos y a su vez compararlos con índices reales de masa corporal que ellos poseen. Esta investigación se da con la finalidad de encontrar alteraciones en cómo los miembros de la muestra se perciben respecto a lo que realmente son. Las conclusiones a las que llegaron fueron que los hombres se auto perciben de manera más correcta que las mujeres. A su vez, las mujeres con menos IMC (índice de masa corporal) se perciben más gordas y las mujeres con mayor IMC se perciben más flacas de lo que son (Montero, Morales y Carbajal, 2004, pp. 107-116).

En otra investigación realizada en México por Pérez-Gil y Romero (2010), se pretendió ver la percepción de las mujeres respecto a su imagen corporal. Este estudio se realizó por medio de encuestas y también la toma de medidas corporales. Se pudo detectar un anhelo por la delgadez de parte del 50% de la muestra. Mientras que en términos generales se percibió una discordancia entre la percepción acerca de sus cuerpos con el índice de masa corporal que poseen (Pérez-Gil y Romero, 2010, pp. 111-118).

Existe una gran cantidad de adolescentes que poseen insatisfacción con su cuerpo, este vendría a ser un factor que puede desencadenar la aparición de trastornos alimenticios. En un estudio realizado en el 2007 por Martínez y Veigas, se intentó buscar la relación de la insatisfacción corporal con la actividad física y los índices de masa corporal en adolescentes. Se tomó una muestra de 110 hombres y mujeres adolescentes y se aplicó las baterías BSQ y PAQ – C/A, para evaluar la satisfacción corporal y la práctica de actividad física respectivamente. La conclusión a la que se llegó mediante este estudio fue que existe mucha asociación entre la actividad física con la satisfacción corporal, especialmente en mujeres. Es decir, que las adolescentes realizan más práctica física para sentirse mejor con su apariencia y su autoimagen. Por otro lado, a pesar de no evidenciarse IMC altos, los hombres no se sienten seguros y poseen un autoconcepto errado acerca de sí mismos, afectando de esta manera su imagen (Martínez y Veigas, 2007, pp. 253-260).

En Costa Rica, en el año 2007, García y Garita realizaron un estudio donde se comparó los índices de masa corporal con el autoconcepto físico y los factores sociales para evaluar la satisfacción con la imagen corporal. La investigación fue realizada con 99 mujeres, de 15 a 21 años de edad. Se utilizó la escala de Stunkard para determinar la imagen corporal, la escala de Marsh y Southerlan para medir el auto concepto físico y un cuestionario elaborado para evaluar los factores sociales que determinan la satisfacción corporal. La conclusión a la que se llegó fue que las adolescentes revelan que mientras menos peso

tengan, más satisfechas con su imagen corporal se encuentran (García y Garita, 2007, pp. 9-18).

Las personas se han enfocado en la búsqueda constante de un peso ideal y por lo tanto una imagen corporal adecuada. Muchas veces se ha mantenido la motivación de llegar a la delgadez que puede transformarse en delgadez extrema y por lo tanto desarrollo de patologías como los trastornos de la conducta alimentaria, entre otros. (Behar, 2010, p.320). Esta búsqueda de lo ideal, es decir la delgadez, hace que las personas se sientan satisfechas con su apariencia, por ende se incrementa su autoestima y su autopercepción crezca.

En el estudio realizado en Veracruz por Montero y Ortiz en el 2009, se intentó buscar la relación entre satisfacción corporal y autoestima. Se utilizó una muestra de 298 adolescentes, entre hombres y mujeres. A estos chicos se les aplicó las escalas EAT (Eating Attitudes Test) BSQ (Body Shape Questionary) y Cuestionario de Autoestima. Las conclusiones a las que se llegó a partir del estudio fue que las mujeres son quienes principalmente presentan riesgos de padecer un trastorno de alimentación, así también este grupo presenta más cantidad de adolescentes con baja autoestima. Mientras tanto ambos géneros encuentran gran cantidad de insatisfacción con su imagen corporal (Moreno y Ortiz, 2009, pp.181- 187).

Las autopercepciones entre hombres y mujeres resultan ser bastante distintas ya que se ha comprobado que las mujeres suelen preocuparse más por su apariencia. Las mujeres tienden a tener más insatisfacción referente a sus cuerpos y su apariencia física en general, incluso la edad es vista de manera más negativa en mujeres; principalmente dentro de la cultura occidental (Baron y Byrne, 2005, pp. 207-208).

Para los autores Baron y Byrne, existe diferencia de percepción entre géneros por el hecho que desde pequeñas las mujeres han sido “usadas” para cumplir

ideales en cuanto a su apariencia dentro de la sociedad. Cash (1995), señala que las mujeres indican haber recibido una mayor cantidad de comentarios acerca de su apariencia, especialmente su peso de parte de sus pares y compañeros en la infancia (Baron y Byrne, 2005, pp. 207,208).

Las diferencias entre hombres y mujeres se basan no solamente en el aspecto físico, sino también en el psicológico, refiriéndose al desarrollo cognitivo y maduración psíquica. En cuanto a la parte física, las mujeres suelen desarrollarse dos años antes que los hombres, debido a que el periodo de pubertad empieza antes, en cambio los hombres son caracterizados por tener más fuerza a nivel cardiovascular y en sus extremidades, así también poseen menos niveles de grasa corporal (McDonald, 1984, en Basow, 1992, p.29).

En la investigación realizada por Valverde, Rivera y Moreno se comparó la autopercepción y satisfacción corporal entre mujeres y hombres adolescentes de España. Se aplicó el cuestionario de HBSC (Health Behavior in School-aged Children), para evaluar diferentes aspectos del estilo de vida de los adolescentes de la muestra. La conclusión a la que se llegó fue que a pesar de que las mujeres tienen menos tendencia a la obesidad y cumplen con índices de masa corporal adecuados, se sienten más insatisfechas con su apariencia que los hombres. Esto es lo que las impulsa principalmente a realizar dietas y por lo tanto correr riesgos de adquirir trastornos de la conducta alimentaria (Valverde, Rivera y Moreno, 2010, pp.77-81).

Como se ha podido observar a lo largo de este capítulo, el microsistema es alterado y modificado según los otros sistemas dentro del paradigma ecológico. Es imposible separarlo por completo sin embargo se puede ver que los ideales de belleza causan ideas, percepciones y pensamientos a los individuos sobre sí mismos. Muchas veces, incluso pueden causar bajas en la autoestima y equivocaciones respecto a la autoimagen que los individuos poseen. Siempre dejándose llevar por los ideales impuestos desde el exterior.

2.3 Mesosistema

Mesosistema es el nombre de la segunda esfera que conforma el paradigma ecológico. Esta esfera es donde se encuentran las relaciones sociales que los seres humanos entablan, es decir las relaciones familiares, escolaridad, pares, etc. que forman parte de la vida cotidiana del individuo. Existen varios aspectos en las relaciones sociales las cuales hacen que éstas cobren sentido, como por ejemplo el sentirse seguro dentro de un grupo o el hecho de recibir el apoyo o el rechazo familiar.

2.3.1 Sentido de pertenencia y conformidad

El hecho de pertenecer a un grupo social es muy importante para el ser humano ya que de esa manera se siente aceptado por otros y por lo tanto siente que puede convivir y ser parte importante de sus grupos sociales. Sin embargo para ser aceptado, muchas veces debe adaptarse o mejor dicho conformarse con lo que impone la sociedad y lo que ésta dice que está correcto. En el caso de los ideales de belleza hay un pensamiento bastante marcado, donde lo delgado se percibe como bonito y lo grueso o gordo como feo. Es aquí donde se crea una gran presión principalmente en las mujeres ya que buscan cumplir con los ideales de belleza para poder ser aceptadas dentro de los grupos donde se desenvuelven (Baron y Byrne, 2005, p. 361).

Los factores sociales, como es el sentido de pertenencia, que ejercen presión pueden llevar a los individuos dentro de una mentalidad de conformidad. Ésta viene a ser un tipo de influencia y presión social común en la cual las personas cambian y adaptan su manera de pensar y actuar de acuerdo a lo que está dentro de lo esperado por la sociedad y está inscrito como parte de las normas sociales. Dentro de la conformidad se encuentra la cohesión, refiriéndose ésta al nivel de atracción que tienen las personas a seguir tendencias de ciertos grupos sociales que podrían ser caracterizados como los que tienen el poder, la belleza o la popularidad. Al momento que un grupo en la sociedad es de

agrado de las demás personas, estas últimas pretenden parecerse y de esta manera pasan a conformarse para ser aceptadas por los demás (Baron y Byrne, 2005, p. 363).

Mientras más grande es el grupo que marca la tendencia más están obligados los individuos a seguirlos debido a que hay una mayor presión de conformidad. Es complicado resistirse a este tipo de presión social ya que los individuos tienen dos grandes necesidades, el deseo de ser aceptados por los demás y el deseo de entender el entorno social (Baron y Byrne, 2005, p. 364).

Una teoría que habla específicamente del sentido de pertenencia y cómo los seres humanos lo toman como una necesidad, es la teoría de Maslow ya mencionada anteriormente. La necesidad de pertenencia y amor expuesta en la pirámide de Maslow, puede evidenciar en este caso, que las personas siempre están en busca del agrado de otros. Ésta se forma principalmente al momento que se dan relaciones sociales dentro de los grupos y se basan en la satisfacción que siente el individuo al ser aceptado y amado de la manera que se presenta ante los demás (Schultz y Schultz, 2002, pp. 302- 306).

Un estudio realizado en Argentina por Murawski, Elizathe y Rutzstein, con la finalidad de comparar la conformidad de la imagen, los hábitos y las conductas respecto a la alimentación entre hombres y mujeres adolescentes de diferentes instituciones educativas, encontró que las mujeres presentan un puntaje significativamente mayor de insatisfacción corporal, preocupación por el peso e incluso actividades compensatorias con la finalidad de no engordar. Este estudio fue realizado por medio de la aplicación de test como el EDI-2 (Eating Disorder Inventory) y el FS (Figure Scale) el cual consiste en una evaluación de índices de masa corporal (Murawski, Elizathe y Rutzstein, s.f., pp. 65-69).

En la sociedad de occidente se ve que la belleza constituye el camino para llegar a un status idealizado donde hay aceptación y pertenencia hacia los grupos sociales. De esta manera se crea un régimen de belleza, éste se refiere

a las personas bellas que serían también sinónimos de triunfo, juventud, delgadez y salud. Por lo contrario el hecho de tener un peso o una talla grande va a reflejar ideales de vagancia, despreocupación e incluso incapacidad (Moscoso, 2011, p. 35).

En una investigación realizada en Chile por Rosa Behar (2010) con la finalidad de investigar la construcción cultural del cuerpo, se pretendió encontrar los factores que influyen en esta construcción. Esta investigación cualitativa se da a partir de una investigación bibliográfica nacional e internacional. Las conclusiones a las que se llega a partir de esta investigación es que el modelo de belleza que se presenta en el occidente es principalmente la delgadez, ya que da apariencia de éxito, inteligencia e incluso estrato socio económico alto. Por lo tanto la presión social, al ser internalizada puede causar la aparición de trastornos de la conducta alimentaria principalmente en adolescentes y jóvenes adultas (Behar, 2010, p. 319).

Según Hesse – Biber (2007, p. 108), en la actualidad, gracias a la evolución socio cultural, las mujeres han pasado de ser amas de casa a introducirse en el mundo laboral externo, obteniendo, incluso cargos más relevantes que los de los hombres, esto hace que en cierta forma adquieran más importancia y más independencia dentro de la sociedad en el ámbito público y no sólo privado. A su vez la independencia pretende ver en la mujer un buen auto- control y un gran sentido de auto-mejora, lo que conlleva al deseo de conseguir ideales impuestos, entre ellos, cuerpos delgados y “perfectos”. De esta manera se evidencia una mejora en el estatus social y económico en las mujeres, pasando de ser un miembro poco tomado en cuenta, en muchas ocasiones, a uno con mayor poder.

En un estudio realizado por Hamermesh y Biddle en el 2002, se halló que por lo general las personas que son poco atractivas ganan del 5 al 10% menos que una persona que es considerada como bella. De acuerdo al estudio, esto se da principalmente porque las personas atractivas pueden tener más fácilmente

cargos donde se deban mostrar físicamente, por lo tanto pueden cumplir con un trabajo de una manera activa y por lo general estos cargos son mejores pagados (Hamermesh y Biddle, 2002, p. 49).

Se puede evidenciar que la belleza genera un gran sentido de pertenencia, ya que hay una facilidad de aceptación e inclusión no solo a niveles de sociedad sino también en el aspecto laboral. Según el último estudio presentado, una mujer bella tendrá más oportunidades de salir adelante y generar buenos ingresos. Por lo tanto se incrementará su sentido de pertenencia, lo cual la hará sentirse valiosa más allá del aspecto físico, sino también en cuanto a su inteligencia y productividad.

Otra forma interesante donde las mujeres demuestran que son valiosas es por medio de su poder de atracción hacia los hombres, al momento de cumplir con ideales de belleza va a conquistar a una mayor cantidad de hombres. Por el contrario, una mujer considerada como fea puede ser imaginada en dificultad de atraer a hombres y por lo tanto puede perder en cierto grado su valor como mujer. A partir de esto se puede hablar de la creación de la autoestima como tema importante dentro de los ideales de belleza (Hesse – Biber, 2007, p. 18).

2.3.2 Aprendizaje Social

Bandura acuña el término de aprendizaje social, señalando que las personas aprenden de acuerdo a la interacción con otros o con la observación hacia otros y de esta manera se establecen actitudes, pensamientos y comportamientos. Una de las maneras de aprendizaje social más importantes es el condicionamiento clásico, el cual por medio de estímulos asociados la persona aprende y crea hábitos. Así también se encuentra el condicionamiento instrumental o más conocido como operante, en donde por medio de reforzadores positivos o negativos se adquieren conductas que más adelante pueden ser repetidas. El aprendizaje observacional, a su vez, indica que las personas aprenden según lo que han observado en las personas que le rodean

o los medios que están a su disposición y sirven como modelos. El aprendizaje observacional también puede ser reforzado o extinto como los anteriores por medio del premio o el castigo según sea el caso. Finalmente la comparación social, donde las personas tienden a compararse con otros para determinar si sus puntos de vista son correctos o no. Por lo tanto el aprendizaje social señala como se dan ciertas actitudes, comportamientos y situaciones dentro de los sistemas donde el individuo debe desenvolverse a diario y por qué se presentan de esa manera (Baron y Byrne, 2005, pp. 125-128).

Tanto hombres como mujeres obtienen estímulos de aprendizaje, estos vienen de diferentes fuentes y son percibidos de diferentes maneras. Esto es lo que hace que cada género aprenda a desempeñar un rol diferente dentro de la sociedad y tengan percepciones diferentes acerca de la misma (Basow, 1992, pp.121, 122).

Las personas aprenden principalmente del medio que los rodea, dándoles así pautas para seguir y comportamientos esperados. Estos son llamados agentes socializadores, los cuales son constituidos por una variedad de personas con las que el individuo está en constante relación, entre ellos la familia, los amigos y amigas, la pareja etc. Es por medio de estos agentes socializadores que las personas aprenden y crean sus ideas y pensamientos (Basow, 1992, pp.121, 122).

A continuación se dará a conocer cómo los agentes socializadores pueden ejercer presión social en las adolescentes respecto a los ideales de belleza impuestos. Como ya se ha mencionado anteriormente la adolescencia es una etapa crucial en el ciclo vital, ya que es considerada como una etapa de grandes cambios y búsqueda de identidad (Valverde, Rivera y Moreno, 2010, pp.77). Por lo tanto es muy común que los adolescentes puedan ser bastante influenciados y presionados por las personas que los rodean y están directamente en contacto con ellos.

2.3.3 Presión de parte de los Agentes Socializadores

2.3.3.1 Pares:

Los pares se convierten en agentes socializadores principalmente al inicio de la escolaridad. De hecho los compañeros etarios son quienes pueden causar mayor cantidad de presión en las personas, especialmente durante la etapa de la adolescencia ya que son quienes ayudan en cierta forma a determinar y encontrar una identidad en los individuos. Por lo general en esta etapa se busca la aprobación no solo de las personas del mismo sexo sino también de las del opuesto. De esa manera la familia pasa a ser fuente secundaria de información, los jóvenes empiezan a pasar mayor cantidad de tiempo con sus amigos lo que hace que se identifiquen y estructuren algunas características de su personalidad (Figueras, 2008, p. 125).

Connor y asociados (1978) en Basow (1992, pp. 137-138), realizaron una investigación con la finalidad de buscar que factores son los que buscan cada género para ser aceptados. Esta investigación fue realizada por medio de encuestas y señalaron que lo que se espera de las actitudes de las mujeres, principalmente de 9 a 14 años, es que tengan menos agresividad y más pasividad; siendo esto totalmente opuesto para los hombres (Basow, 1992, pp. 137, 138).

La aceptación del grupo de amigas es muy importante para las adolescentes ya que se presenta una gran preocupación por evitar las críticas. Para los adolescentes la imagen y la belleza que poseen son el camino para integrarse de manera eficaz.

Estudios indican que tanto los pares como las revistas influyen y presionan en gran cantidad a las mujeres para ser atractivas físicamente. Lo que las revistas enseñan, el grupo de amigas lo refuerza creando así ideales de belleza (Thompson et. al. 1999, en Figueras, 2008, pp. 126).

En un estudio realizado en Ecuador por Erynn Casanova en el 2008, se evidencia la manera en que las adolescentes Ecuatorianas definen a la belleza y a lo ideal dentro del grupo donde se desenvuelven, dependiendo del estrato socio económico al que pertenecen y de su origen latinoamericano. En este estudio se trabajó con 81 estudiantes de clase baja y clase media- alta. Se utilizó la escala de autoestima de Rosenberg, la escala de satisfacción corporal Franzoi- Shields, y un cuestionario realizado por la autora, además de una variedad de entrevistas individuales y en grupo. Las principales conclusiones a las que se llegaron fueron que en el Ecuador las adolescentes tienen flexibilidad al definir una mujer bella dentro de su círculo social ya que para ellas el ideal de belleza puede llegar a ser una mujer llena con buen cuerpo, y no necesariamente el modelo presentado por la cultura anglosajona. Por otro lado se percibe mejores niveles de autoestima y satisfacción de parte del estrato socio económico alto y niveles más bajos en la clase social trabajadora (Casanova, 2008, pp. 291-307).

La apariencia de las mujeres que las rodean puede ejercer presión en las adolescentes al definir que es un ideal de belleza para ellas. Es muy común ver que los grupos de amigas se forman por la apariencia que poseen, entonces las mujeres guapas se juntan con las guapas creando así grupos de amistad. Así también es muy común que las mujeres se comparen con sus amigas respecto a su belleza física o la manera de vestir. Hesse- Biber señala que el 56% de mujeres piensan que sus amigas tienen mejor cuerpo que ellas (Hesse- Biber, 2007, p. 116).

Por otro lado como parte de los pares que son agentes socializadores están los hombres. Como ya se ha mencionado anteriormente muchas mujeres buscan ser bellas y tener una apariencia física adecuada con la finalidad de conquistar hombres y ser aceptadas por ellos. Esto se presenta porque en la actualidad los hombres se fijan en gran medida en la estética de las mujeres ya que ellos también son influenciados por lo que se debe esperar en una mujer con belleza ideal (Hesse- Biber, 2007, p. 18).

Sin embargo en una investigación realizada en el 2012 en Inglaterra, por el Doctor Tovee y Swami se pudo ver que los hombres que están sometidos a grandes situaciones estresantes pueden alterar su percepción de la belleza en la mujer y encontrar atractivas a mujeres con pesos elevados. Esto quiere decir que depende de las circunstancias de la vida los hombres pueden tener ideales firmemente planteados acerca de lo que es la belleza. En esta investigación, incluso se indica que por ejemplo, en lugares donde existe escases de alimentos los hombres tienden a ver más belleza en mujeres corpulentas que en lugares donde hay abundantes recursos alimenticios. Mientras las mujeres tienen la certeza de que los hombres prefieren a mujeres delgadas y bellas, los hombres buscan lo que consideren ellos atractivo según el momento por el que estén atravesando. Esta investigación se realizó de manera experimental, conformando dos grupos de hombres, el primer grupo sometido a altos niveles de estrés y el otro no, a partir de eso se mostraron a ambos grupos fotos de mujeres para que ellos califiquen según el nivel de atracción que tenían (Tovee y Swami, 2012, pp. 1-10).

Este estudio no se puede considerar como un nuevo hallazgo, a pesar de haber sido realizado recientemente, ya que incluso desde tiempos antiguos las tribus y comunidades que tenían mayor cantidad de comida eran consideradas como las más importantes y afortunadas. Es en estas sociedades donde la mujer gorda era más apreciada, como se explica en la introducción al marco teórico, ya que esto representaba fortuna y salud.

2.3.3.2 Familia:

La familia juega un papel muy importante al determinar los roles de género que el niño adquiera. Desde el nacimiento se instaura la idea y la diferenciación al definir si el niño es hombre o mujer. A partir de ahí éste es criado de una manera determinada con creencias e ideologías distintas. Por lo general los hombres deben ser fuertes, insensibles, musculosos, en cambio las mujeres deben ser vulnerables, cariñosas y en muchas ocasiones cumplir con una

belleza idealizada la cual vendría a ser determinadas facciones y contextura corporal delgada (Basow, 1992, pp. 129-131).

La familia es uno de los principales agentes socializadores en los individuos ya que son quienes colaboran en el desarrollo de la autonomía, hábitos, valores y comportamientos de sus hijos. Por lo tanto se puede ver que se aplica los conceptos de aprendizaje social de Bandura (1982) ya que muchas de las actitudes y comportamientos del individuo son socialmente aprendidos en el medio familiar.

Inclusive se ha encontrado que la familia es uno de los agentes que ejerce más presión en los adolescentes respecto a la apariencia, ya que es moldeadora en varios aspectos, como por ejemplo la alimentación. Es decir son quienes deciden en primera instancia que deben y que no deben comer los niños (Marco- Merino, s.f. p. 3).

En un estudio realizado en el 2008 por Cruzat, Marzolo, Melipillán y Ramirez, en Chile, se buscó relacionar a los trastornos alimenticios con los niveles de funcionalidad de las relaciones familiares. Se pretendió concernir los síntomas psicológicos que se producen al momento de presentarse la enfermedad como anorexia y bulimia, con la dinámica familiar que existía en la casa de esas personas, se usaron dos test el EDI2 y el TUSU. Las conclusiones a las que se llegaron fueron que las relaciones familiares que se esperaban en familias anoréxicas y bulímicas se perciben también en la muestra que no era considerada como clínica, es decir que ambos grupos presentaban malas relaciones familiares. A partir de estos resultados se propuso como recomendación del estudio que se maneje de una mejor manera la comunicación dentro de la familia para evitar un aumento de casos de trastornos alimenticios de hijos adolescentes. De igual manera en la investigación se demostró que los padres pueden llegar a influir en gran cantidad a los adolescentes respecto a su apariencia por lo que también se

recomendó mejorar la educación y los ejemplos que se están dando a los hijos referente a la belleza (Cruzat, Marzolo, Melipillán y Ramírez, 2008, pp. 81-90).

En el caso de la investigación realizada por Marco- Merino, se pretendió evaluar en qué cantidad la familia influye para que se presenten riesgos de un trastorno alimenticio. La muestra fue de 414 adolescentes de la ciudad de México. Los instrumentos que se utilizaron para obtener los resultados fueron la escala EAT- 26 y un cuestionario realizado por la autora que identifica la percepción de los jóvenes con respecto a sus familiares. Al sacar conclusiones se pudo observar, en cuanto al tema de belleza y apariencia, que la familia es un agente socializador con gran peso de influencia en los hijos. Son bases fundamentales de enseñanza que pueden actuar activamente en la prevención como en el tratamiento de trastornos de la conducta alimentaria (Marco-Merino, s.f., p. 1-11).

Desde muy pequeños, a los niños se les suele relacionar con el parecido que tienen con sus padres, por lo general se les atribuye características tanto psicológicas, actitudinales y físicas que sus progenitores o familia extensa poseen. Así también las actitudes que los padres de familia tienen hacia sus hijos son percibidas por ellos, sin embargo, no todos los niños van a percibir las de la misma manera. Por ejemplo aunque se presenten las mismas actitudes de maltrato o cariño con dos hermanos, la manera de percibir va a variar de un hermano a otro ya que los individuos captan los estímulos de diferente manera aunque éste haya sido exactamente el mismo (Espinoza, 2001, pp. 35-37). A esto se lo conoce como equifinalidad, lo cual Bertalanffy (1967, p. 46) señala que es la “tendencia a un estado final característico a partir de diferentes estados iniciales y por diferentes caminos”.

Esto quiere decir que muchas veces a pesar de presentarse diferentes trayectos y situaciones se puede llegar a un mismo fin, o de manera opuesta, partiendo de un mismo origen pueden darse diferentes resultados; a esto en cambio se lo conoce como equicausalidad. Hay varios factores que determinan

la equicausalidad y equifinalidad pero el más importante es la formación y percepción del individuo hacia los estímulos que ocurren a su alrededor (Bertalanffy, 1967, p. 136).

Se puede ver que tanto la equifinalidad como la equicausalidad no son fenómenos que ocurren únicamente en la familia y en la crianza sino en todos los aspectos de vida de los seres humanos, ya que éstos están en constante recepción de estímulos. Sin embargo las experiencias, ideología, cultura y en general el sistema donde el individuo se desenvuelve, determina como éste percibe los estímulos y como los procesa para según eso tener diferentes comportamientos y actitudes. Por ejemplo en el caso de la belleza en las adolescentes, éstas están en constante interacción con factores de presión social, sin embargo cada una lo percibe en mayor o menor grado y de diferentes maneras, por lo tanto cada adolescente será afectada en diferente nivel por cada uno de los factores de presión social existentes en su entorno.

2.4 Exosistema

Como cuarta esfera del paradigma ecológico propuesto por Bronfenbrenner está el exosistema, los cuales son microsistemas que afectan de manera indirecta al ser humano. Es decir, son niveles más extensos de sociabilización de la vida diaria del ser humano, entre ellos tenemos los medios de comunicación como periódicos, televisión revistas, internet, etc.

2.4.1 Medios de comunicación

En parte la gran preocupación por cumplir ideales de belleza de las mujeres se puede deber a situaciones como el hecho de ver mujeres “ideales” en la publicidad, televisión, modelaje o certámenes de belleza. Así también pueden ser causadas por las relaciones que se entablan entre hombres y mujeres y las expectativas que los hombres tienen en la apariencia de sus parejas; como también el deseo de las mujeres por complacerlos. De esta manera, los medios

de comunicación pueden convertirse en factores sociales que ejercen presión en las mujeres respecto a su apariencia (Baron y Byrne, 2005, pp. 207, 208).

Los medios de comunicación son extremos al exponer ideales de belleza. La delgadez es valorada dentro de los medios ya que proveen de placer sensorial a las personas que están siendo expuestas a esta información. Las personas al ver los ideales de belleza mostrados en los medios de comunicación buscan ser así, lo que causa muchas veces obsesión, sufrimiento mental y distorsiones de la imagen corporal (Montaño, 2004, p. 1).

Dentro de un estudio realizado por la autora Rosario Torres en Pensilvania en el año 2007, se investigó cómo los medios de comunicación dirigidos principalmente a las mujeres, como las revistas, presentan la idea de mujer y feminidad. Lo que indica este estudio es que el 27% de cada revista tiene anuncios publicitarios persuadiendo la belleza ideal de las mujeres en la actualidad. Las conclusiones demuestran la relación de influencia entre las revistas de belleza y moda con la manera de pensar de las mujeres ya que cada vez más se busca llegar a la perfección plasmada en las revistas (Torres, 2007, pp. 213-225).

Por otro lado en una investigación realizada en Chile en el 2008 por Larrain, Camus, Orellana y Arrieta, se toma en cuenta el impacto de las imágenes femeninas presentadas por los medios de comunicación en adolescentes mujeres. Se lleva a cabo el estudio por medio de un cuestionario a 662 adolescentes de Santiago de Chile. La conclusión a la que se llega es que, son tres factores los que causan mayor impacto en las adolescentes. Las dietas patológicas, disconformidad corporal y objetivación del cuerpo (Larrain, Camus, Orellana y Arrieta, 2008, pp. 27-30).

En una encuesta realizada en Estados Unidos en el 2005 con 1553 adolescentes de 13 a 18 años se pudo ver que tanto la televisión como las

revistas son factores que causan la misma cantidad de presión en adolescentes respecto a la belleza (Hesse-Biber, 2007, p. 115).

La publicidad a más de ser eficiente para la venta de productos también contiene un aspecto social importante, en variadas ocasiones suele representar al ideal de mujer impuesto por la sociedad y construido a nivel cultural, mas no el deseado por todas las mujeres. Muchas de las publicidades que se presentan en los medios de comunicación hablan acerca de la belleza, por ejemplo productos para bajar de peso, maquillaje, cremas embellecedoras etc. Es muy importante tomar en cuenta que actualmente se ha tomado a la mujer como objeto dentro de la publicidad, promocionando los productos continuamente con la imagen de una mujer, sin embargo no puede ser cualquier mujer, sino que por lo general puede ser una súper modelo o alguien realmente “perfecta” para que el producto llegue a las personas (Salinas, 2011, pp. 19, 20).

Es importante mencionar de igual manera que son muy pocas las ocasiones en las que la belleza de las mujeres es representada sin ningún tipo de alteración. Es decir, que muchas veces dentro de las publicidades los modelos son retocados con cantidades de maquillaje o incluso con programas digitales que tienen esa finalidad.

En un estudio realizado en Ecuador por Moscoso (2011), se puede observar claramente cómo a nivel del país la publicidad puede ser gravemente alterada con la finalidad de vender productos o servicios. El estudio fue de tipo cualitativo, donde se analizó la publicidad presentada por la revista Familia en la capital. Se pudo observar en varias ocasiones que las publicidades de centros estéticos o productos para adelgazar ofrecen bastante al consumidor sin embargo es claro que muchas veces las ofertas pueden llegar a ser idealizadas e irreales. Por ejemplo, existen algunos téis que ofrecen bajar grandes cantidades de peso en corto tiempo, de esa manera se engaña al

cliente y se crea en él expectativas que no son ciertas respecto a adelgazar (Moscoso, 2011, pp. 156- 166).

Existen también marcas de ropa que apoyan a que haya una idealización de la belleza por medio de la publicidad de sus productos. Un ejemplo que se puede dar es el de una marca de ropa norteamericana muy reconocida a nivel mundial, donde únicamente se contrata a mujeres y hombres con rasgos agradables y que representen a la persona blanca, rubia y con ojos claros. De esta manera se puede llegar a dar a entender que las personas bellas son quienes pueden tener acceso a ese tipo de marcas reconocidas (Hesse- Biber, 2007, p. 113).

A parte de los medios de comunicación, desde pequeñas las mujeres están expuestas a ver la belleza considerada ideal en la mujer como algo deseable. Incluso muchas veces se expone a la mujer como la perfección que es imposible de alcanzar ya que no es verdadera. Este es el caso de las muñecas Barbies, donde se presenta un estereotipo de belleza muy marcado pero a la vez irreal. Por lo general las Barbies tienen el físico aparentemente perfecto y deseable, todo el dinero que necesitan, buenos carros y accesorios increíbles. A partir de este simple juego se puede ver como se les enseña a las niñas desde pequeñas que siendo bonitas pueden tener éxito, y por lo tanto se establecen ideales de belleza inalcanzables e ilusorios (Hesse- Biber, 2007, p. 43).

2.5 Macrosistema

Como última y más extensa esfera dentro del paradigma ecológico se encuentra el macrosistema, donde están inmersas las ideologías, cultura etc. Los componentes del macrosistema influyen de manera totalmente indirecta al ser humano determinando las relaciones entre los otros subsistemas.

2.5.1 Estereotipos

La creación de estereotipos es una parte importante dentro de la manera en que se maneja la cultura ya que es donde se plantan ideas y paradigmas sobre un tema en específico el cual guía a las actitudes y pensamientos de las personas dentro de la sociedad.

El estereotipo de la mujer ideal es considerado bastante importante en esta sociedad, es por eso que en muchas ocasiones las mujeres son descritas por su apariencia o por sus rasgos. Esto puede llevar a la larga a que se le dé un nivel alto de importancia a la apariencia de la mujer, incluso más que en el caso de los hombres. “Por ejemplo en las noticias cuando los titulares indican: - *Rubia asesinada*-” (Basow, 1992, p. 142), en el caso de que el asesinado fuera un hombre, los titulares probablemente no dirían “rubio asesinado”. Esto se da porque la apariencia es más usada e identifica de cierta manera en mayor cantidad a las mujeres.

La belleza se puede considerar como parte de un estereotipo brindado por la sociedad y la cultura, la cual puede ser fácilmente relacionada con la moda, hábitos y tendencias. De esta manera puede influir en gran medida en la autopercepción de los individuos, tomando como sumamente importante lo que piensan ellos mismos y lo que piensan las personas que los rodean acerca de ellos y de lo que es la belleza (Facchini, 2006, p. 345).

La implantación de un estereotipo ideal de belleza y de una imagen corporal ideal puede llevar a la búsqueda implacable de la delgadez. De esta manera se pueden acudir a acciones como dietas extremas, ejercicio excesivo o tratamientos de moldeamiento corporal, que pueden en ciertas ocasiones dar paso a trastornos alimenticios o exposición a riesgos físicos (Moscoso, 2011, p. 35).

Es claro que existe una belleza ideal y un prototipo de belleza, el cual pretende que la mujer tenga rasgos anglosajones, principalmente. Sin embargo hay que tomar en cuenta que la cultura latinoamericana es bastante diferente a la anglosajona. En la cultura latinoamericana se acepta con menor resistencia otros tipos de belleza, designando de esta manera a la sociedad latina como una sociedad con ideología barroca. Es decir, no es cerrada en cuanto a los estereotipos sino que puede llegar a ser más flexible y tener más aceptación a la diversidad. Por ejemplo en Norte América se pretende que las mujeres sean blancas, flacas y rubias, en estos países las mujeres afro-americanas son totalmente alejadas de un ideal o prototipo de belleza. En cambio en los países del Sur se aceptan ambos tipos de belleza, de esta manera habiendo mayor variedad de opciones de belleza, mujer blanca, mulata, mestiza o afro americana puede llegar a ser considerada como bella (Moscoso 2011, pp. 204-207).

Las ideologías y las construcciones culturales del cuerpo femenino son las que guían las actitudes, pensamientos y comportamientos de las chicas ante el cumplimiento de los ideales de belleza. Es muy importante tener en cuenta que los capítulos arriba expuestos se relacionan entre sí y es imposible separarlos. Sin embargo para mayor comprensión del lector se los ha dividido. La sociedad en general, la cultura y la ideología define la manera de pensar de las personas, entre ellas la familia y los pares, los cuales a su vez ejercen presión en los adolescentes. De esa manera se vuelve todo una cadena de presión donde todo presiona a la vez sin poder definir claramente el factor de presión social que influye en mayor o menor cantidad (Hesse-Biber, 2007, p. 139).

3. OBJETIVOS

A continuación se presentan los objetivos de la investigación tanto general como específicos. Estos objetivos han sido planteados con la finalidad de guiar el estudio de inicio a fin. Para ser realizados se ha investigado a profundidad el tema de estudio, de esta manera que sean veraces y sustentados.

3.1 Objetivo General:

Identificar los factores de presión social que influyen en la búsqueda de la imagen corporal ideal en adolescentes mujeres.

3.2 Objetivos Específicos:

Describir la percepción de los adolescentes respecto a la necesidad de las mujeres de alcanzar los ideales de imagen corporal en la actualidad.

Conocer qué tipo de presión respecto a la belleza influye más en las adolescentes para querer alcanzar ideales de belleza.

Comparar la percepción de hombres y mujeres adolescentes respecto al ideal de belleza femenina en la sociedad.

4. HIPÓTESIS

Las hipótesis son ideas que serán afirmadas o negadas a lo largo de la realización del estudio, dependiendo principalmente de los resultados que se consigan posteriormente. Éstas han sido planteadas desde la información que proveen los objetivos específicos.

- Existe diferencia estadística significativa respecto a lo que piensan los hombres y las mujeres acerca de la belleza femenina.

- La presión respecto a la belleza femenina proviene principalmente de mujer a mujer más que de hombre a mujer.
- La búsqueda de ideales de belleza en la mujer se da en mayor grado debido a tipos de presión como la publicidad y el sentido de pertenencia a grupos sociales.

5. MÉTODO

5.1 Tipo de investigación

La investigación acerca de los factores sociales que afectan a las adolescentes respecto a los ideales de belleza, fue una investigación transversal. Es decir, que fue realizada en un momento determinado sin que exista algún tipo de seguimiento de datos. Se aplicaron las herramientas y se obtuvieron datos del pensamiento de los adolescentes en ese momento.

Se investigó desde un enfoque cuantitativo (descriptivo- analítico). Se obtuvieron datos estadísticos que estuvieron adecuadamente sustentados para la correcta presentación de resultados posteriores. A lo largo de la investigación se puede ver la presencia de datos porcentuales, ya que esta es la manera que se presentaron los datos para una mayor facilidad de entendimiento al lector.

5.2 Participantes/Muestreo

A lo largo de esta investigación se trabajó directa y específicamente con adolescentes mujeres y varones de 10mo año de educación básica y 1ero de bachillerato, pertenecientes a un colegio privado de la ciudad de Quito.

En un principio se realizó un grupo focal, donde se escogieron aleatoriamente a seis estudiantes de cada curso participante, es decir doce alumnos; donde seis fueron hombres y seis mujeres. Hubo dos grupos focales, uno de mujeres y

uno de hombres. A partir de la información que se recolectó en los grupos focales se realizó el cuestionario que fue aplicado a la muestra total. Es importante recalcar que los alumnos que participaron en los grupos focales no pudieron responder a los cuestionarios, por lo tanto fueron excluidos de la muestra total.

Antes de realizar la aplicación del cuestionario a todos los miembros de la muestra se realizó una prueba piloto. La aplicación de la prueba piloto se realizó para poder descubrir si existían errores en el cuestionario; es decir, fue una comprobación de la eficacia del cuestionario. De esta manera se pretendió descubrir si existían preguntas que no se entiendan o que no tenían sentido para los estudiantes, Así hubo la posibilidad de cambiar y arreglar los errores que se encontraron y aplicar un cuestionario final, corregido y mejorado.

Esta prueba piloto fue realizada con diez estudiantes escogidos aleatoriamente entre hombres y mujeres, que eran parte de los cursos participantes, 9no y 10mo. Cabe mencionar que los alumnos que participaron en la prueba piloto no pudieron participar en los grupos focales ni ser parte de la muestra que respondió al cuestionario final.

El colegio participante divide a los estudiantes por paralelos por lo cual se escogieron de manera aleatoria a tres paralelos por cada curso. Los alumnos pertenecientes a estos paralelos formaron parte de la muestra total, quienes fueron el apoyo para responder el cuestionario creado.

Para poder escoger a las personas que fueron parte de la muestra se realizó un estudio de criterios de inclusión y exclusión. Los cuadros a continuación explican los criterios que se usaron para escoger los estudiantes que participaron. Es importante tomar en cuenta que existe un cuadro de criterios para el grupo focal y otro de criterios para el cuestionario, ya que la información que provee cada grupo es diferente.

Tabla N° 1

Criterios para Grupo Focal

Inclusión	Exclusión
<p>Ser estudiantes pertenecientes a la institución educativa privada.</p> <p>Estar cursando el 10mo año de educación básica o 1ero de bachillerato.</p> <p>Ser parte del grupo de estudiantes de la sección nacional de la institución. Teniendo buena actitud y aceptación para participar directamente en la investigación.</p> <p>Que los participantes estén prestos a colaborar con información y opinión.</p> <p>Tener habilidades de comunicación adecuadas.</p>	<p>Oposición de los padres de familia a que sus hijos participen.</p> <p>Tener diagnóstico de trastorno mental.</p> <p>Tener un diagnóstico profesional de un déficit cognitivo.</p>

Nota: Se plantean criterios de inclusión y exclusión que determinarán que estudiantes pueden ser parte de la muestra en los grupos focales y cuáles no.

Tabla N° 2

Criterios Cuestionario

Inclusión	Exclusión
Ser estudiantes pertenecientes a la institución educativa privada.	Oposición de los padres de familia a que sus hijos participen, como de los estudiantes a participar.
Estar cursando el 10mo año de educación básica o 1ero de bachillerato.	Tener diagnóstico de trastorno mental.
Ser parte del grupo de estudiantes pertenecientes a la sección nacional de la institución.	Tener diagnóstico profesional de déficit cognitivo.

Nota: Se plantean criterios de exclusión e inclusión de alumnos que pueden o no completar el cuestionario

5.3 Recolección de datos

La recolección de datos de esta investigación tuvo dos fases. La primera se basó en la realización de dos grupos focales, uno con hombres y uno con mujeres estudiantes de la institución.

Cada grupo focal tuvo 6 participantes representantes de cada género. Tres alumnos fueron de 10mo año de educación básica y tres de 1ero de bachillerato. En total se trabajó con doce alumnos, seis hombres y seis mujeres representantes de cada curso.

La segunda fase de la investigación consistió en la realización y aplicación de un cuestionario realizado por la investigadora. Las preguntas del cuestionario fueron basadas en la información que se recopiló acerca de los factores que ejercen presión y pueden llevar a la búsqueda de ideales de belleza en los grupos focales que se hicieron. Así también las preguntas fueron diseñadas

con la intención de que cumplan y puedan posteriormente responder a los objetivos de manera clara.

Los temas principales que se indagaron, tanto en los grupos focales como en el cuestionario fueron los siguientes:

- Lo que piensan los hombres y las mujeres acerca de la belleza
- Las mujeres son bellas siendo gordas o flacas
- En qué cantidad influyen los hombres para que las mujeres quieran alcanzar ideales de belleza
- En qué cantidad influyen las amigas mujeres para que las mujeres quieran alcanzar ideales de belleza
- Como influyen los medios de comunicación en la belleza
- Como influye la familia en la belleza
- Para pertenecer a un grupo social, qué necesitan las mujeres

5.4 Procedimiento

Para poder realizar de manera adecuada y organizada esta investigación se siguieron pasos detallados, los cuales son expuestos a continuación. En algunas ocasiones hubo contratiempos y dificultades al querer seguir los pasos, esto será explicado posteriormente.

Seleccionar y contabilizar la cantidad de mujeres y varones estudiantes en cada curso y paralelo de la institución educativa.

1. En un inicio se pretendió enviar cartas de oposición a colaborar como parte de la muestra a los representantes de los estudiantes participantes del estudio. Posteriormente se cambió la modalidad, ya que el Colegio participante accedió a dar a la investigadora una carta en la cual se indica que el colegio es responsable de la aplicación del cuestionario a los estudiantes, por lo tanto se dio la autorización institucional a que se

realice la investigación sin necesidad del consentimiento por escrito de los padres.

2. Seleccionar a las personas dispuestas a participar en la muestra según criterios de inclusión y exclusión. Como todos los estudiantes tuvieron autorización institucional para ser parte de la investigación, se tomó en cuenta únicamente los criterios de inclusión y exclusión.
3. Seleccionar a estudiantes que voluntariamente accedan a participar en los grupos focales. 6 alumnos varones y 6 mujeres, a su vez, 3 de 10mo y 3 de 1ero de bachillerato.
4. Agendar fecha, hora y lugar para la realización del grupo focal con cada género, para que todos los participantes puedan asistir.
5. Realización del grupo focal.
6. Análisis de la información adquirida en el grupo focal.
7. Elaboración del cuestionario según información adquirida en el grupo focal.
8. Aplicar el cuestionario piloto a otros estudiantes de los cursos de la institución.
9. Ajustar el cuestionario final a aplicarse. No hubo necesidad de completar con este apartado ya que el cuestionario no tuvo que ser corregido en ningún momento. Los estudiantes captaron adecuadamente la información que se requería.
10. Establecer fechas de visita a la institución para aplicar el cuestionario.
11. Aplicar el cuestionario a cada uno de los miembros de la muestra.

5.5 Análisis de datos

Para realizar el tratamiento de la información se siguió un procedimiento extenso. Se comenzó desde una técnica cualitativa (grupos focales) para posteriormente pasar a trabajar con datos cuantitativos, los cuales darían información específica acerca de los resultados obtenidos.

Primeramente se trabajó con grupos focales. La investigadora fue quien se ocupó de analizar a profundidad la información obtenida.

1. Primeramente se transcribió el contenido de ambos grupos focales realizados. Éstos fueron audio-grabados.
2. Posteriormente se obtuvo categorías y subcategorías de la información que cada grupo focal contenía. Es decir que se obtuvieron los temas principales que expusieron los alumnos.

A partir de la clasificación de las categorías y subcategorías de los grupos focales se adquirieron ideas para realizar las preguntas del cuestionario.

1. Las preguntas creadas para el cuestionario fueron revisadas y pulidas varias veces con la finalidad que queden bastante comprensibles para los estudiantes. Se realizó una prueba piloto donde 10 estudiantes probaron que el cuestionario estaba correcto.
2. Se tabuló la información adquirida en cada uno de los cuestionarios por medio del software de procesamiento de datos SPSS 20.
3. Se realizaron las tablas de promedios, medias y frecuencias. Es decir en esta etapa de la investigación se usó estadística descriptiva para el tratamiento de datos.
4. Se realizaron gráficos que resumieran la información obtenida en las tablas y que mostraran visualmente los resultados en cada una de las preguntas del cuestionario.

5. Con los resultados encontrados en algunas preguntas, que se ajustaron al programa, se aplicó estadística inferencial (ANOVA) con la finalidad de hacer un cruce de variables que demostrara en detalle el grado de presión que ejerce cada uno de los factores estudiados.
6. Se realizó el análisis de cada una de las preguntas del cuestionario según los datos que se obtuvieron a nivel estadístico.
7. Se llegó a conclusiones de los resultados obtenidos.

6. RESULTADOS

6.1 Prueba Piloto

Previo a aplicar el cuestionario a todos los miembros de la muestra se realizó una prueba piloto. La finalidad de la prueba piloto consistía en hacer una evaluación del cuestionario, es decir que se podría ver si el cuestionario era adecuado y entendible para los adolescentes o no; de esta manera se podría hacer las modificaciones necesarias y presentarlo a la muestra total.

Para la prueba piloto participaron 10 adolescentes, cinco pertenecientes al género femenino y cinco al género masculino. Estos estudiantes no serían parte de la muestra total, por lo tanto no responderían al cuestionario final y quedarían excluidos.

La investigadora tuvo la oportunidad de aplicar personalmente el cuestionario piloto, por lo cual se pudo tomar en cuenta las reacciones que tenían los estudiantes hacia las preguntas dentro de éste. Al aplicar la prueba todos los estudiantes estuvieron abiertos y prestos a realizarlo, no presentaron ninguna dificultad en la lectura ni entendimiento de las preguntas y pudieron responder adecuadamente a todas.

Al revisar los cuestionarios respondidos se pudo ver que los estudiantes no tuvieron ningún tipo de inconveniente ni error en las respuestas, por lo que se

tomó la decisión de no cambiar ninguna pregunta del cuestionario, ya que todas eran fáciles de entender y simples para que los miembros de la muestra total respondieran.

Al concluir con la aplicación del cuestionario piloto se pasó inmediatamente a entregar los cuestionarios finales a los estudiantes para poder obtener los resultados finales del estudio.

6.2 Estadística descriptiva

A continuación se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes. Por facilidad de comprensión se han agrupado las preguntas del cuestionario por objetivos. Es decir que existen 3 grupos, donde cada uno contiene las preguntas que están destinadas a cumplir cada objetivo del estudio. Por esta razón el orden de análisis de las preguntas no es el mismo que el del cuestionario.

6.2.1 Objetivo 1

Las primeras seis preguntas fueron puestas en el cuestionario con la finalidad de cumplir el primer objetivo específico del trabajo de investigación, el cual trata de describir la percepción de los adolescentes respecto a la necesidad de las mujeres por querer alcanzar los ideales de imagen corporal.

Tabla N° 3
PREGUNTA 1

	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
La belleza de la mujer se refleja principalmente en:	El físico	16	20,00%	4	5,00%	20	12,50%
	Los sentimientos y emociones	5	6,25%	3	3,75%	8	5,00%
	La apariencia	13	16,25%	12	15,00%	25	15,63%
	La personalidad	37	46,25%	51	63,75%	88	55,00%
	Otro	9	11,25%	10	12,50%	19	11,88%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 1. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

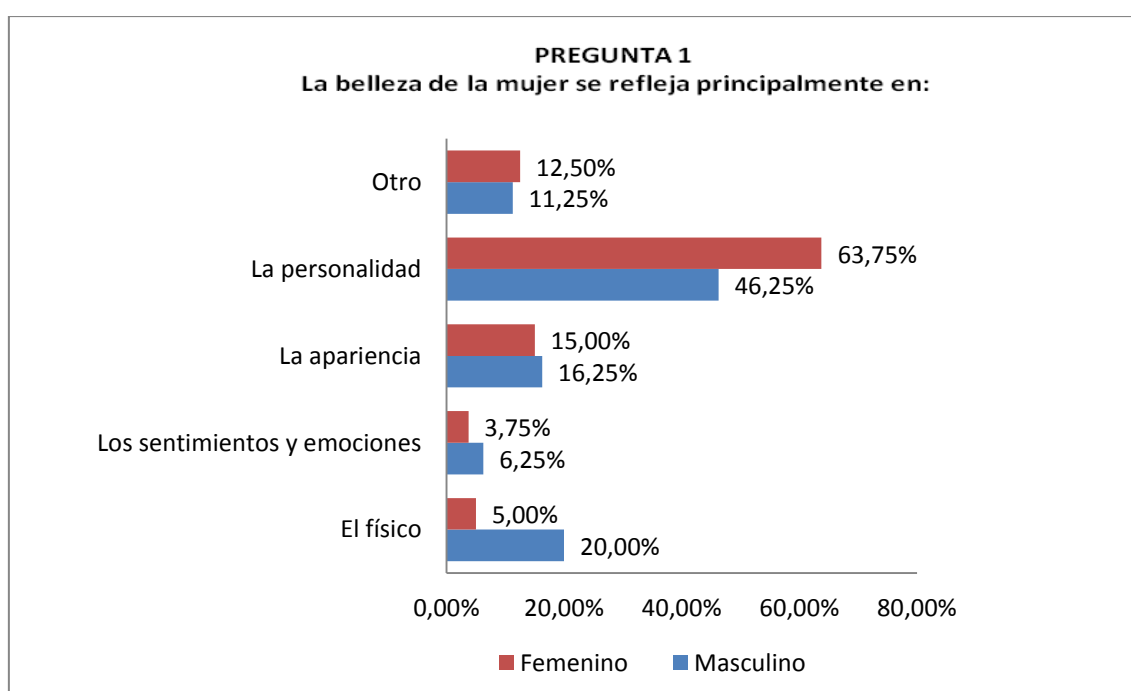


Figura 8. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta uno del cuestionario

Al hablar de la primera y segunda pregunta del cuestionario “la belleza de la mujer se refleja principalmente en:...” y “¿Cuál de las siguientes alternativas

piensas que define mejor a una mujer considerada como fea?” se trató de definir cómo los adolescentes de la muestra perciben la belleza y la fealdad respectivamente. En cuanto a la belleza, tanto hombres como mujeres concuerdan que la manera en que ésta se refleja es por medio de la personalidad de una mujer, estos datos son notables en comparación con las otras opciones ya que tienen las mujeres un porcentaje de 63.75% y los hombres de 46.25% en la elección de la opción *personalidad*. En segundo lugar con más frecuencia de elección para los hombres está el *físico* con un 20% y para las mujeres la opción de *la apariencia* con 15%. Mientras que los hombres escogieron esa última alternativa en tercer lugar con un 15%, las mujeres escogieron la opción *otros* con un 12.50%. Es importante mencionar que la opción *otros* al tener la oportunidad de mencionar cuál, la mayoría de personas pusieron que escogerían físico y personalidad, es decir la primera y segunda elección de los hombres.

Tabla N° 4
PREGUNTA 2

¿Cuál de las siguientes alternativas piensas que define mejor a una mujer considerada como fea?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
Antipática		51	63,75%	70	87,50%	121	75,63%
Agradable		1	1,25%	0	0,00%	1	0,63%
Flaca		1	1,25%	0	0,00%	1	0,63%
Gorda		22	27,50%	8	10,00%	30	18,75%
Otro		5	6,25%	2	2,50%	7	4,38%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 2. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

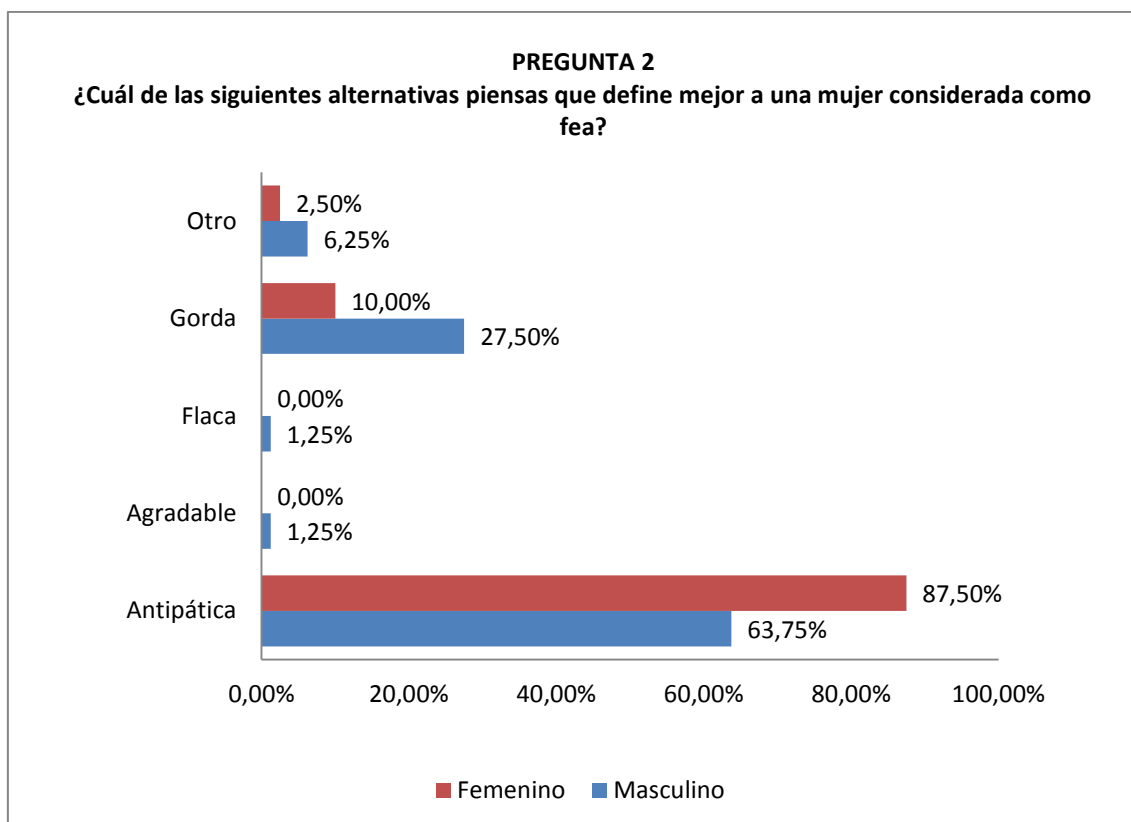


Figura 9. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta dos del cuestionario aplicado.

En la segunda pregunta, la cual indaga acerca de la fealdad, se destacó en primer lugar tanto para hombres como mujeres la opción de *antipática*, mujeres con un porcentaje de 87.50% y hombres 63.75%. Como la segunda opción escogida con más frecuencia por ambos géneros fue la opción *gorda*, mostrándose en mujeres con un 10% y en hombres 27.50%. Mientras que las demás opciones fueron elegidas en porcentajes bajos.

Al analizar las respuestas obtenidas para estas dos preguntas se puede ver que tanto hombres como mujeres escogen aspectos de la personalidad para poder definir lo que es la belleza y la fealdad. Es decir la mayoría se fija más en aspectos de la personalidad dejando como segundo plano al aspecto físico que podría ser el tener un buen cuerpo o ser bonita por fuera. Estas dos preguntas son claves para el análisis de las siguientes preguntas ya que demuestran el interés de los adolescentes y la posible mala percepción que por lo general se tiene al creer que tanto hombres como mujeres se fijan primero en lo exterior y

dejan de lado la belleza interior de las mujeres. Los adolescentes de la muestra indican por medio de sus respuestas que es importante conocer a las mujeres para poder definir si es linda o fea dejando de lado el hecho de basarse únicamente en una primera impresión a nivel físico.

Tabla N° 5
PREGUNTA 3

¿Cuál crees que es la mejor alternativa para que una mujer tenga un cuerpo ideal?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Hacer deportes	75	93,75%	71	88,75%	146	91,25%
	Operándose	2	2,50%	0	0,00%	2	1,25%
	Hacer dietas	2	2,50%	3	3,75%	5	3,13%
	Otras	1	1,25%	6	7,50%	7	4,38%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 3. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

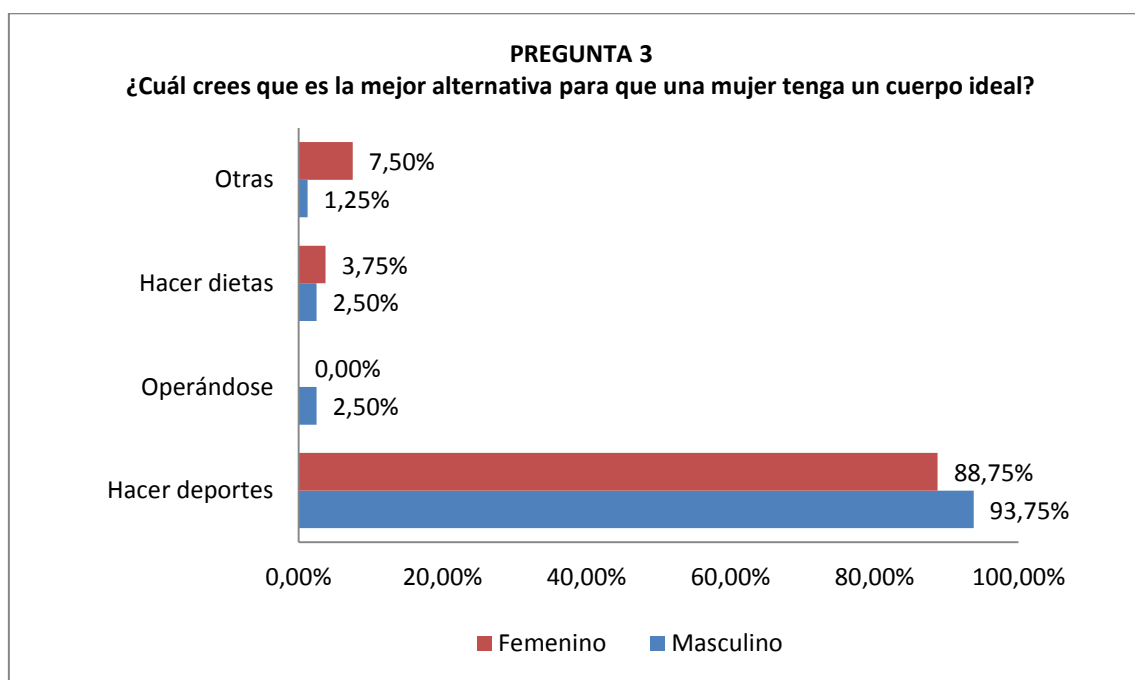


Figura 10. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta tres del cuestionario aplicado.

En la pregunta tres se trata de explorar la percepción de los adolescentes respecto a “¿cuál creen que es la mejor opción para que una mujer tenga un buen cuerpo?”, la gran mayoría escogió la opción de *hacer ejercicio*, los hombres con un 93.75% y las mujeres con un 88.75%. Las respuestas obtenidas son muy interesantes ya que dejan significativamente de lado las opciones de *hacer dietas* u *operarse*, las cuales podrían en el peor de los casos acarrear problemas de trastornos alimenticios y de salud poniendo en peligro la vida de las mujeres solo por conseguir una supuesta belleza. Es importante y muy positivo destacar que al hacer ejercicio moderadamente los adolescentes pueden mantener un buen cuerpo y al mismo tiempo una buena salud, y ellos indican estar conscientes de eso.

Tabla N° 6

PREGUNTA 4

¿Cuál consideras la razón principal por la que las mujeres sufren trastornos alimenticios (anorexia, bulimia)?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Son superficiales	8	10,00%	3	3,75%	11	6,88%
	No se aceptan como son	27	33,75%	29	36,25%	56	35,00%
	Quieren verse lindas para el resto	15	18,75%	19	23,75%	34	21,25%
	Son inseguras	30	37,50%	29	36,25%	59	36,88%
	Total	80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 4. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

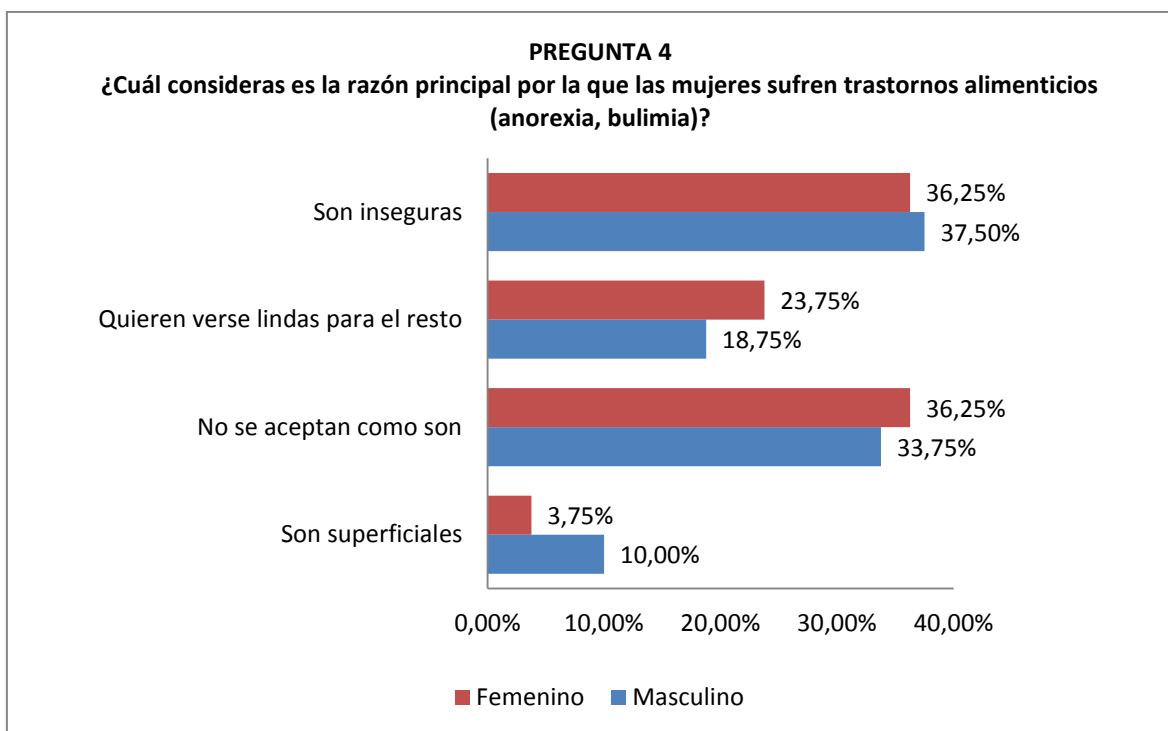


Figura 11. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta cuatro del cuestionario aplicado.

La razón principal por la que los adolescentes creen que las mujeres tienen trastornos alimenticios se refleja en la cuarta pregunta del cuestionario. En esta pregunta se puede ver que hay una gran variedad de elección tanto en hombres como mujeres, dando porcentajes similares en la mayoría de opciones. Sin embargo las dos opciones más destacadas son la de *no se aceptan como son* y *son inseguras*. En los hombres predomina la segunda opción nombrada con un 37.50%, seguida de la primera nombrada con 33.75%. Mientras tanto las mujeres tienen exactamente igual porcentaje en ambas alternativas con 36.25%. De esta manera se puede ver que los porcentajes a pesar de ser diferentes no varían por mucho, tanto a nivel de género de la muestra como a nivel de opciones predominantes. Por lo tanto se puede deducir que los adolescentes de la muestra piensan que los trastornos alimenticios ocurren por dos razones principales, las mujeres que los padecen son inseguras y por lo tanto no se aceptan como son, esto las puede llevar a hacer dietas extremas y enfermarse a nivel físico y psíquico. Se podría también decir que al escoger con gran frecuencia estas dos opciones, los adolescentes tenderían a pensar que los trastornos alimenticios son un problema

principalmente a nivel de personalidad y de mala percepción de la autoimagen que podría ser creada por uno mismo o por otros.

Tabla N° 7

PREGUNTA 5

	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
¿Para qué crees que las mujeres se arreglan y maquillan?	Para ellas sentirse lindas	50	62,50%	65	81,25%	115	71,88%
	Para que su pareja las vea lindas	18	22,50%	13	16,25%	31	19,38%
	Para que sus amigas las vean lindas	12	15,00%	2	2,50%	14	8,75%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 5. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

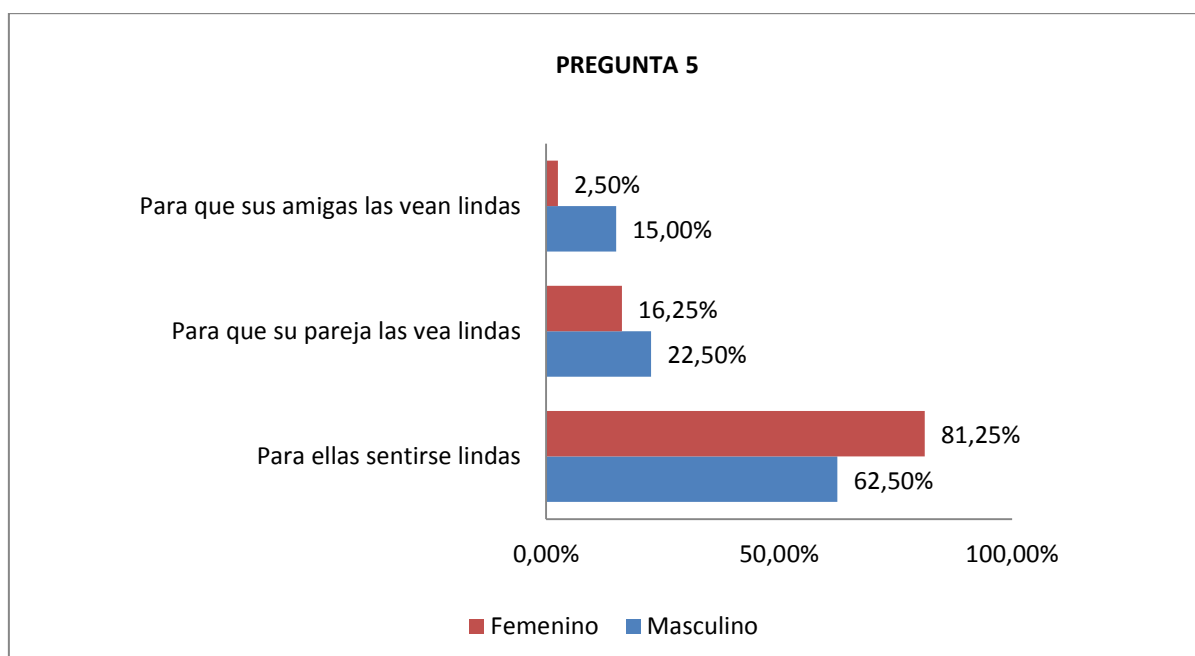


Figura 12. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta cinco del cuestionario aplicado.

Tabla N° 8
PREGUNTA 6

¿Cuál de las siguientes opciones consideras que influye más en las mujeres para querer ser bellas?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Cumplir un estándar de belleza	10	12,50%	12	15,00%	22	13,75%
	Atraer a hombres	34	42,50%	23	28,75%	57	35,63%
	Ser parte de un grupo social	15	18,75%	10	12,50%	25	15,63%
	Sentirse bien con ellas mismas	21	26,25%	35	43,75%	56	35,00%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 6. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

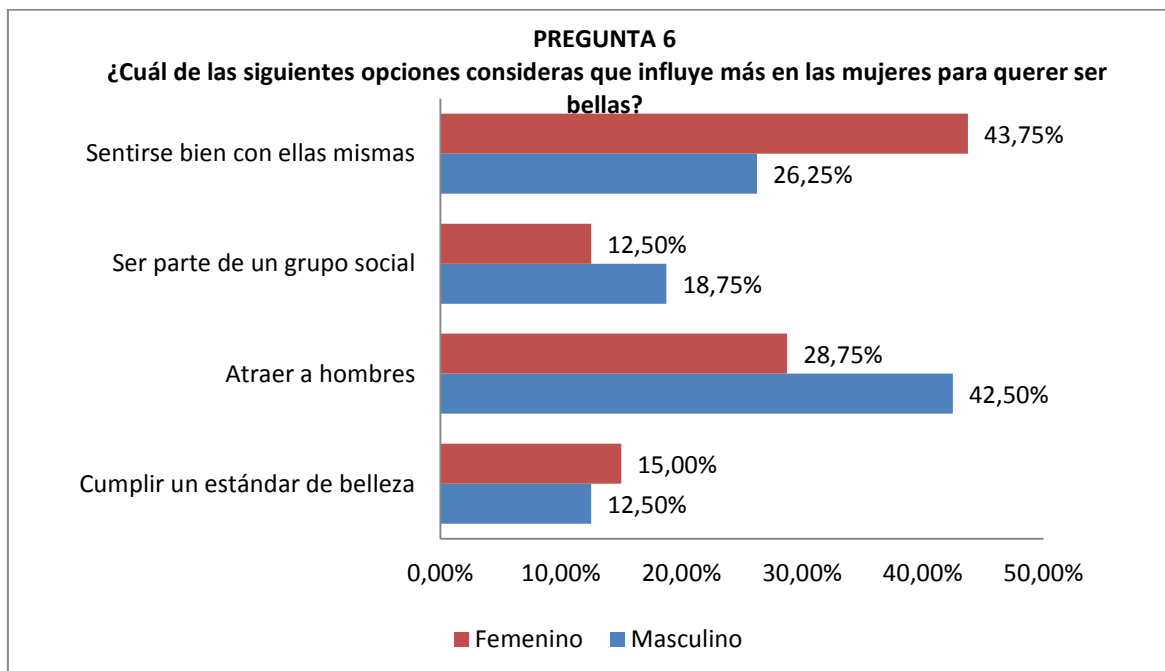


Figura 13. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta seis del cuestionario aplicado.

Arreglarse y maquillarse, para las mujeres en nuestra sociedad, es percibido como parte de querer ser más bellas y mejorar la apariencia a nivel físico. En la pregunta cinco se cuestionó por qué razón los adolescentes piensan que las mujeres tienen usualmente rutinas de belleza. Por otro lado en la pregunta seis se realizó un cuestionamiento similar de una manera más amplia al hacer la pregunta “¿Cuál de las siguientes opciones consideras que influye más en las mujeres para querer ser bellas?”. La finalidad de estas dos preguntas fue saber qué es lo que piensan los adolescentes que influye más y que podría ser una razón con mayor peso para que las mujeres quieran ser bonitas. La opción más escogida por los adolescentes en la pregunta cinco fue *para ellas sentirse lindas* dándole a las mujeres un porcentaje de 81.25% y a los hombres 62.50%. Mientras en la pregunta seis la opción más escogida por los hombres fue *atraer a hombres* con un 42.50% y la opción con más frecuencia en mujeres fue *sentirse bien con ellas mismas*, con un 43.75%.

Al comparar las dos preguntas se puede ver que las respuestas que dan las mujeres son consistentes, afirmando que las mujeres quieren ser bellas y por lo tanto realizan rutinas diarias de belleza para ellas sentirse lindas y sentirse bien, es decir es por ellas más que por otros. En cambio, analizando las encuestas de los hombres, tienden a ser menos consistentes en sus respuestas afirmando que pueden haber dos razones predominantes, las cuales serían ellas sentirse lindas y atraer a hombres. Sin embargo, que los hombres tengan entre sus opciones que las mujeres lo hacen por sentirse lindas demuestra el pensamiento de que la belleza en las mujeres no es solo para reflejarla ante los demás sino que puede ser construido para ayudarlas en su autopercepción y autoestima desde ellas mismas o desde otros. Por lo tanto a nivel general hay un predominio en la percepción de los adolescentes al creer que las mujeres buscan ser bonitas para agradarse ellas, más que para agradarla sociedad y todo lo que la compone.

6.2.2 Objetivo 2

Las siguientes preguntas a analizar se refieren a los aspectos de la sociedad que pueden influenciar a las mujeres a querer ser bellas y cuál de ellos causa mayor presión en las adolescentes mujeres determinando de manera más marcada la belleza femenina.

Las preguntas ocho, nueve y diez indagan acerca de la belleza y su relación con los medios de comunicación, las propagandas y las mujeres que se muestran en estos medios, como son las modelos principalmente.

Tabla N° 9

PREGUNTA 8

¿Cómo calificarías la influencia de los espacios publicitarios (propagandas) en las mujeres?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Positiva	17	21,25%	10	12,50%	27	16,88%
	No influye	15	18,75%	9	11,25%	24	15,00%
	Negativa	48	60,00%	61	76,25%	109	68,13%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 8. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

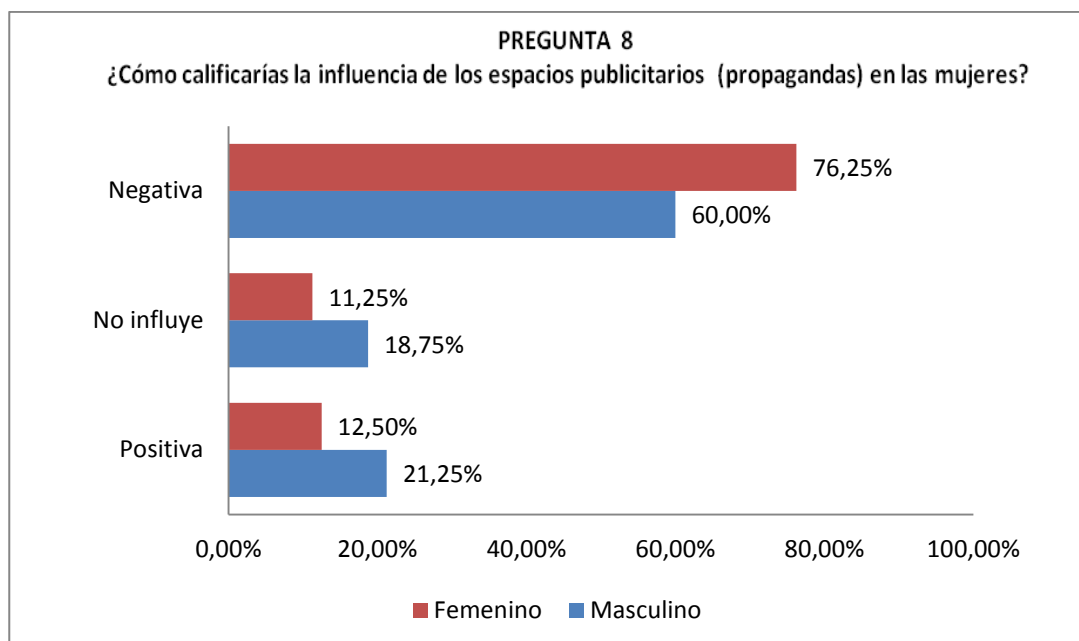


Figura 14. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta ocho del cuestionario aplicado.

En la pregunta ocho “¿Cómo calificarías la influencia de los espacios publicitarios (propagandas) en las mujeres?” se pretende saber si los medios publicitarios son considerados como negativos o positivos para los adolescentes, ellos afirman que son *negativos* con un 76.25% en mujeres y 60% en hombres, mientras la segunda opción escogida en ambos géneros es *positiva* y la tercera es que creen que *no influye*.

Tabla N° 10

PREGUNTA 9

Consideras que los modelos de las revistas, son en su mayoría:	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Naturales	5	6,25%	0	0,00%	5	3,13%
	Retocadas	75	93,75%	80	100,00%	155	96,88%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 9. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

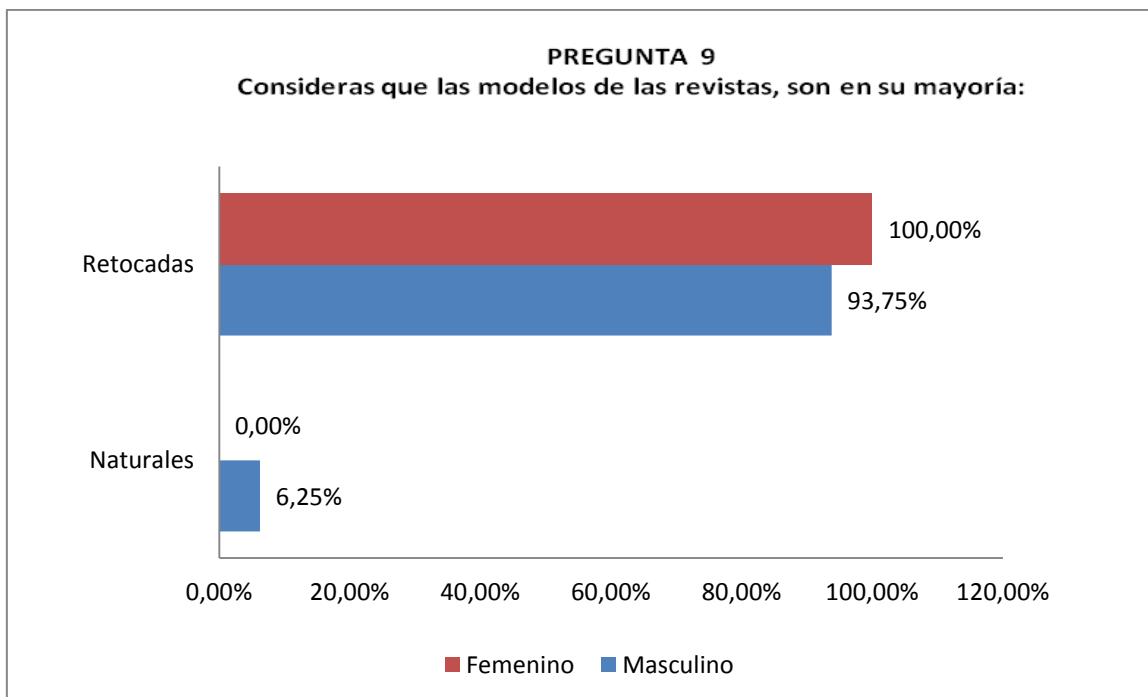


Figura 15. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta nueve del cuestionario aplicado.

En la pregunta nueve “Consideras que las modelos de las revistas, son en su mayoría:...” se pretende saber qué piensan los adolescentes acerca de las modelos de revista. En esta pregunta se puede observar que el 100% de mujeres afirma pensar que las modelos *son retocadas* mientras el 93.75% de los hombres piensan de igual manera; únicamente un 6.25% de hombres piensa que las modelos de revistas *son naturales*.

Tabla N° 11

PREGUNTA 10

¿Cuál crees que es el medio de comunicación que emite más mensajes acerca de la belleza femenina?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Televisión	27	33,75%	18	22,50%	45	28,13%
	Internet	17	21,25%	3	3,75%	20	12,50%
	Radio	0	0,00%	1	1,25%	1	0,63%
	Revistas	32	40,00%	52	65,00%	84	52,50%
	Otro	4	5,00%	6	7,50%	10	6,25%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 10. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

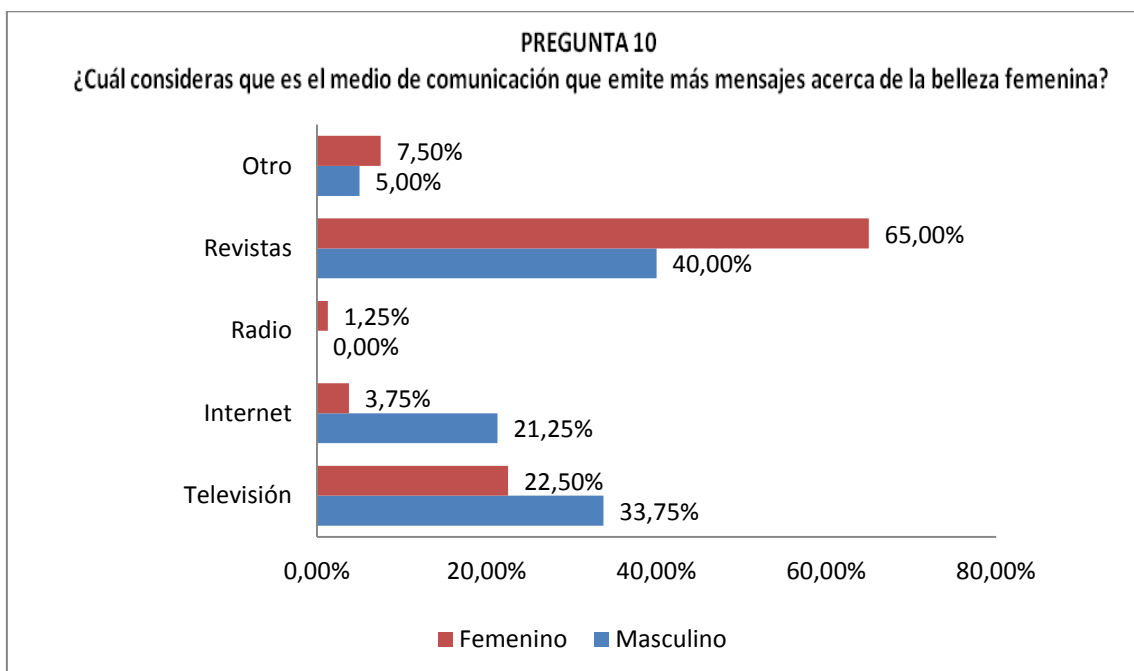


Figura 16. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta diez del cuestionario aplicado.

Por otro lado la pregunta diez indaga acerca del medio de comunicación que influye en mayor medida y tiene mayor peso para los adolescentes respecto a la belleza femenina. El 65% de mujeres y el 40% de los hombres piensan que *las revistas* son el medio más influenciante, tomando esta opción como predominante para ambos géneros. Seguido así por la opción de *televisión* en hombres con 33.75% y mujeres 22.50%. En cuanto a la tercera opción en ser elegida, existe discrepancia, ya que las mujeres escogieron la opción *otros* y los hombres la opción *internet*. Sin embargo en la opción *otros* las mujeres refirieron que podrían influenciar todos los medios donde se abarcaría también la opción de internet.

Al unificar y analizar de una manera más profunda estas tres preguntas se puede indicar que los adolescentes perciben a los medios de comunicación como negativos, mostrando mujeres que son retocadas por programas digitales, en revistas principalmente. De esta manera la belleza de las mujeres es alterada en los medios de comunicación idealizando al prototipo de belleza femenina y mostrando figuras públicas que no concuerdan con una mujer que

se podría ver en el día a día. Algo importante de estas preguntas es que tanto hombres como mujeres demuestran estar conscientes de esta situación, por lo tanto podría ser más fácil que no se dejen llevar por lo que se muestra en los medios de comunicación y en las propagandas, sabiendo que la belleza “perfecta” que se indican en los medios no es completamente real. Por otro lado se puede ver que las revistas son percibidas como el medio más influenciable para las mujeres ya que por lo general éstas hablan de modas y tendencias, seguido por la televisión donde se muestran las mujeres bellas en programas y canales de moda muy comunes hoy en día.

Tabla N° 12

PREGUNTA 14

¿Cuánto crees que afecta a las mujeres los que los hombres piensen de ellas?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Mucho	63	78,75%	67	83,75%	130	81,25%
	Algo	17	21,25%	13	16,25%	30	18,75%
	Poco	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Nada	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 14. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

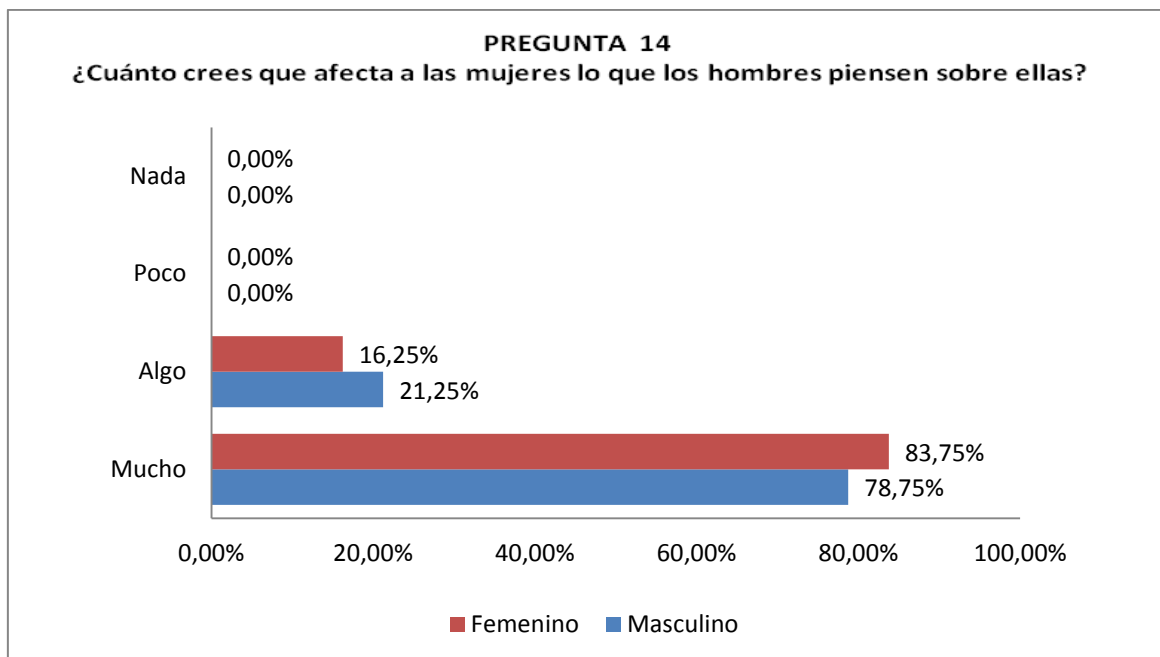


Figura 17. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta catorce del cuestionario aplicado.

Tabla N° 13

PREGUNTA 15

¿Cuánto crees que las amigas influyen en como las mujeres se quieren ver?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Mucho	65	81,25%	43	53,75%	108	67,50%
	Algo	14	17,50%	32	40,00%	46	28,75%
	Poco	1	1,25%	4	5,00%	5	3,13%
	Nada	0	0,00%	1	1,25%	1	0,63%
	Total	80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 15. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

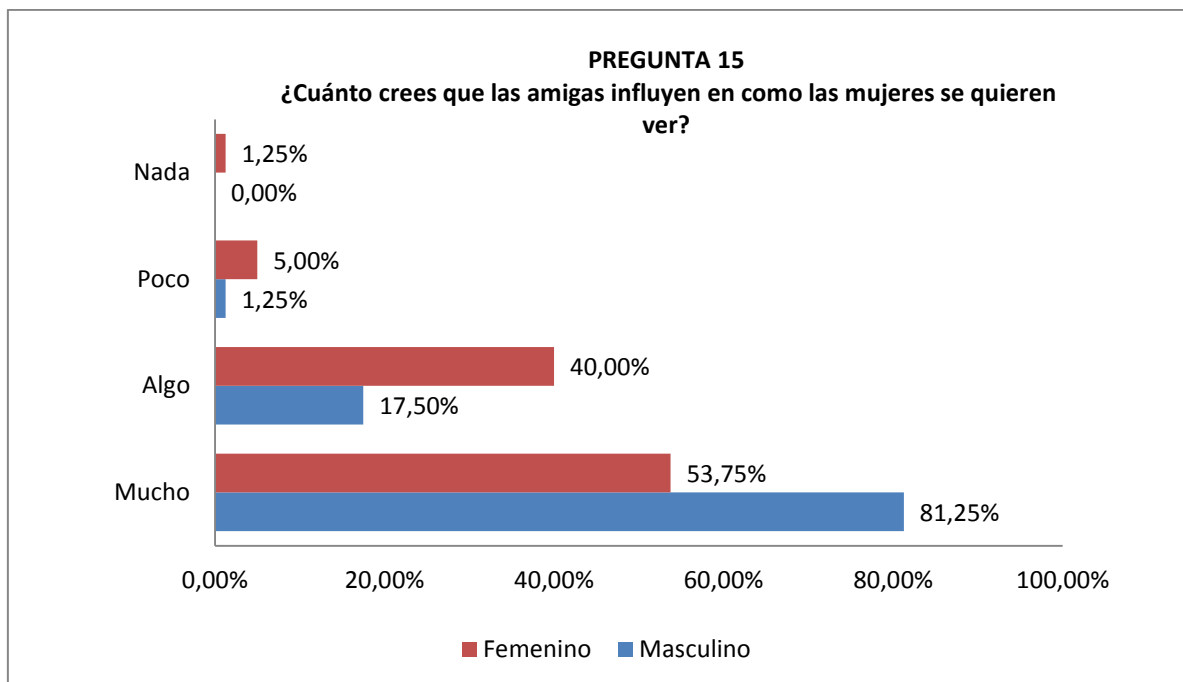


Figura 18. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta quince del cuestionario aplicado.

La pregunta catorce busca conocer cuánto creen los adolescentes que les afecta a las mujeres lo que los hombres piensan sobre ellas, mientras la pregunta quince busca saber cuánto les afecta a las mujeres lo que sus amigas piensan acerca de su apariencia. En ambas preguntas la opción más escogida es *mucho*, en la pregunta catorce 83.75% en mujeres y 78.75% en hombres y en la pregunta quince 53.75% en mujeres y 81.25% en hombres. Como segunda opción escogida con mayor frecuencia por ambos géneros en las dos preguntas es *algo*. Al ver esos resultados se puede deducir que los encuestados creen que a las mujeres les afecta en gran cantidad lo que piensan respecto a su apariencia tanto los hombres como las amigas; especialmente en la pregunta catorce donde ninguna persona escogió las opciones *poco* o *nada* y únicamente el 7.50% de la muestra en la pregunta quince tendieron a esas opciones siendo mayoritariamente mujeres. Por otro lado al comparar porcentajes de género entre las dos preguntas, las mujeres contestaron que les afecta más lo que los hombres piensan. Mientras tanto los hombres creen que a las mujeres les afecta más lo que otras mujeres piensan sobre ellas respecto a ser bellas.

Así también la diferencia de frecuencia en que las mujeres contestaron que otras mujeres influyen en ellas es mínima e incluso hay un porcentaje que indica que las amigas no influyen en nada para que ellas quieran ser bellas. Finalmente se puede ver una gran diferencia en estas preguntas respecto a la percepción masculina y a la percepción femenina.

Tabla N° 14

PREGUNTA 18

¿Qué tanto consideras que puede influenciar la familia en las mujeres para querer alcanzar ideales de belleza?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Mucho	20	25,00%	30	37,50%	50	31,45%
	Algo	43	53,75%	39	48,75%	82	51,57%
	Poco	13	16,25%	10	12,50%	23	14,47%
	Nada	4	5,00%	1	1,25%	4	2,52%
Total		80	100,00%	80	100,00%	159	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 18. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

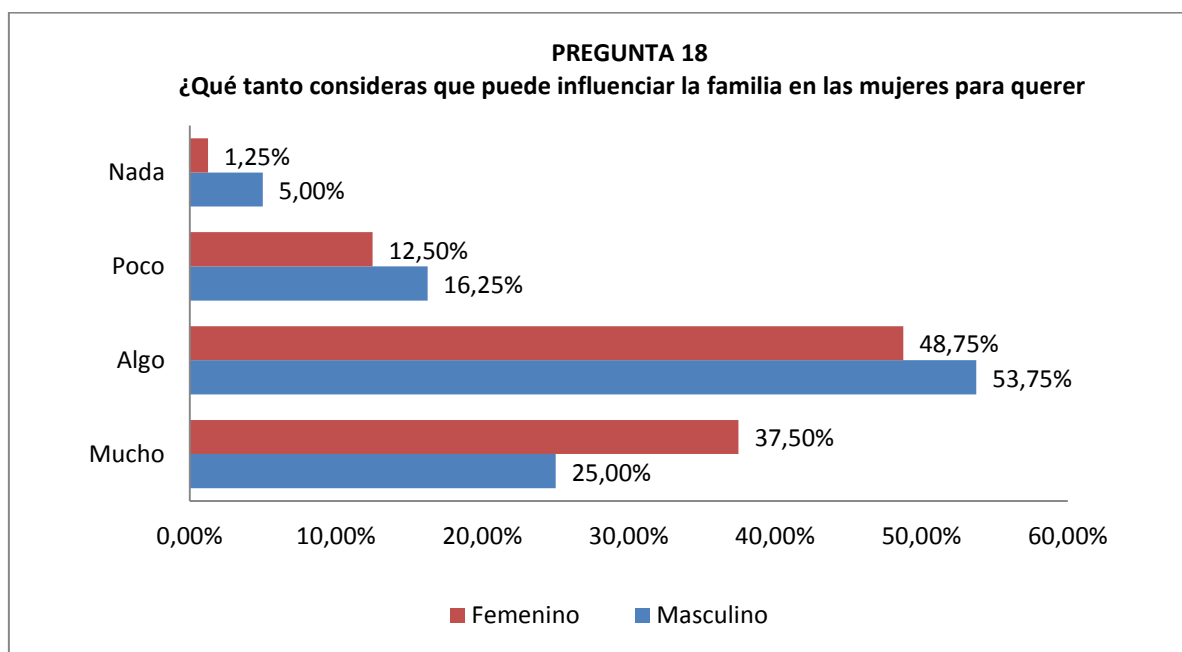


Figura 19. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta dieciocho del cuestionario aplicado.

En la pregunta dieciocho: “¿Qué tanto consideras que puede influenciar la familia en las mujeres para querer alcanzar ideales de belleza?”, la opción más escogida por la muestra fue *algo* con porcentajes de 48.75% en mujeres y 53.75% en hombres. Así en cambio la segunda opción más escogida fue *mucho* con 37.50% en mujeres y 25% en hombres. Se puede ver que en esta pregunta si hay algunas personas que escogen la opción *poco* y *nada*, siendo predominantemente hombres.

Tabla N° 15

PREGUNTA 19

¿Qué miembro de la familia puede influenciar más en la belleza femenina?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Padre	3	3,75%	3	3,75%	6	3,75%
	Madre	43	53,75%	43	53,75%	86	53,75%
	Hermanos o hermanas	17	21,25%	26	32,50%	43	26,88%
	Tíos o tías	0	0,00%	2	2,50%	2	1,25%
	Primos o primas	14	17,50%	6	7,50%	20	12,50%
	Otro	3	3,75%	0	0,00%	3	1,88%
	Total	80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 19. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

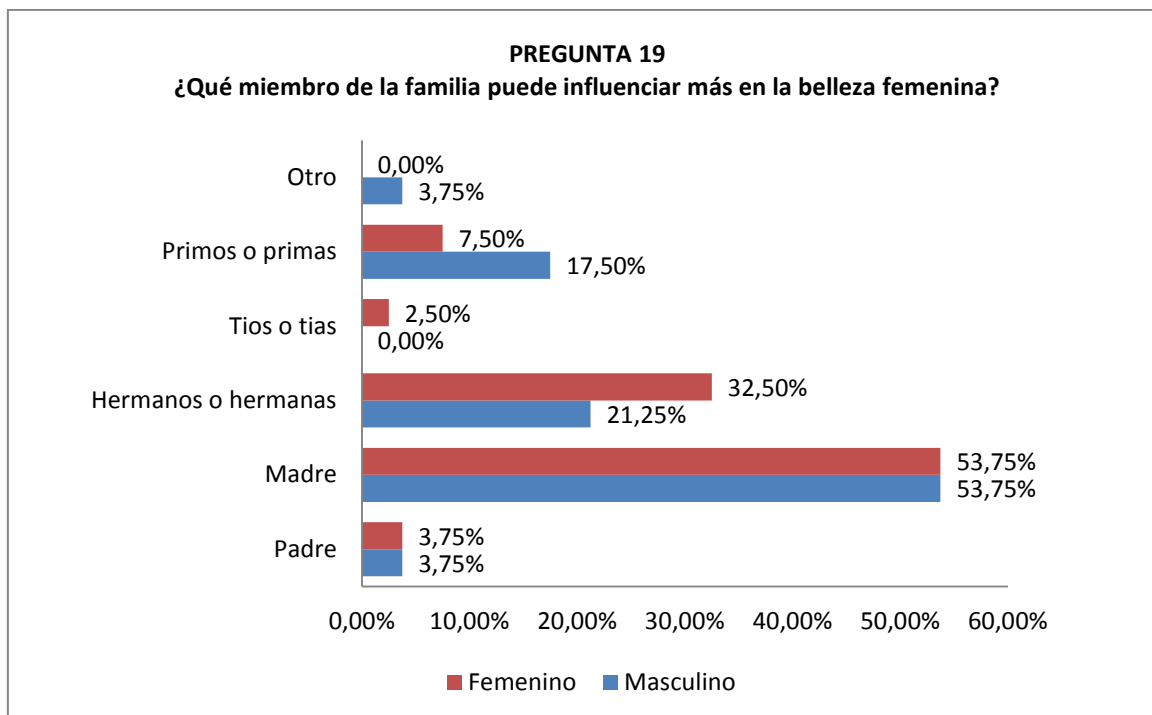


Figura 20. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta diecinueve del cuestionario aplicado.

En la pregunta diecinueve, la cual cuestiona “¿Qué miembro de la familia puede influenciar más en la belleza femenina?” hubo homogeneidad de hombres y mujeres que eligieron a *la madre* con 53.75%. De esa manera escogiendo también en segundo lugar *hermanos y hermanas* con un 32.50% en mujeres y 21.25% en hombres. En esta pregunta se puede ver que la familia extensa no se toma muy en cuenta cuando se habla de la presión que puede ejercer respecto al deseo de las mujeres de ser bellas, así tampoco los padres.

En cuanto a estas dos preguntas se puede ver que los adolescentes de la muestra piensan en su mayoría que la familia ejerce únicamente algo de presión respecto a la belleza y la madre es quien podría ejercer mayor presión.

Tabla N° 16
PREGUNTA 20

¿Crees que ser bonita ayuda a entablar relaciones sociales?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Si	63	78,75%	66	82,50%	129	80,63%
	No	17	21,25%	14	17,50%	31	19,38%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 20. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

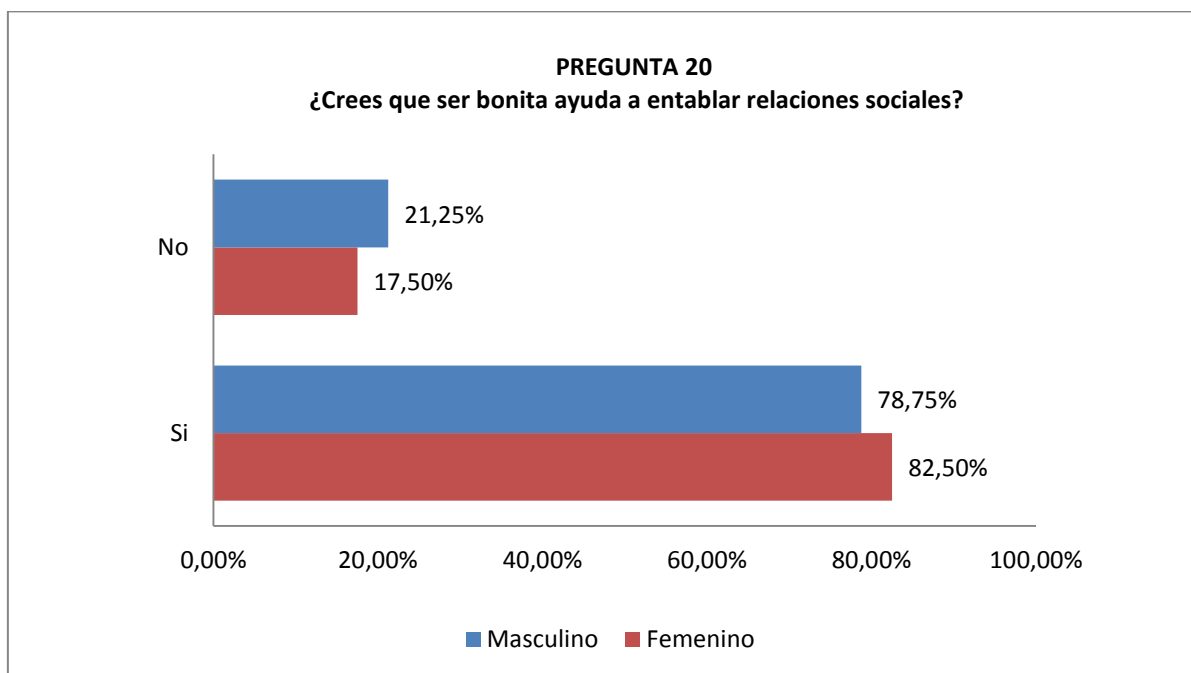


Figura 21. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta veinte del cuestionario aplicado.

Tabla N° 17
PREGUNTA 21

¿Crees que las personas bonitas son más aceptadas en nuestra sociedad?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Si	77	96,25%	70	87,50%	147	91,88%
	No	3	3,75%	10	12,50%	13	8,13%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 21. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

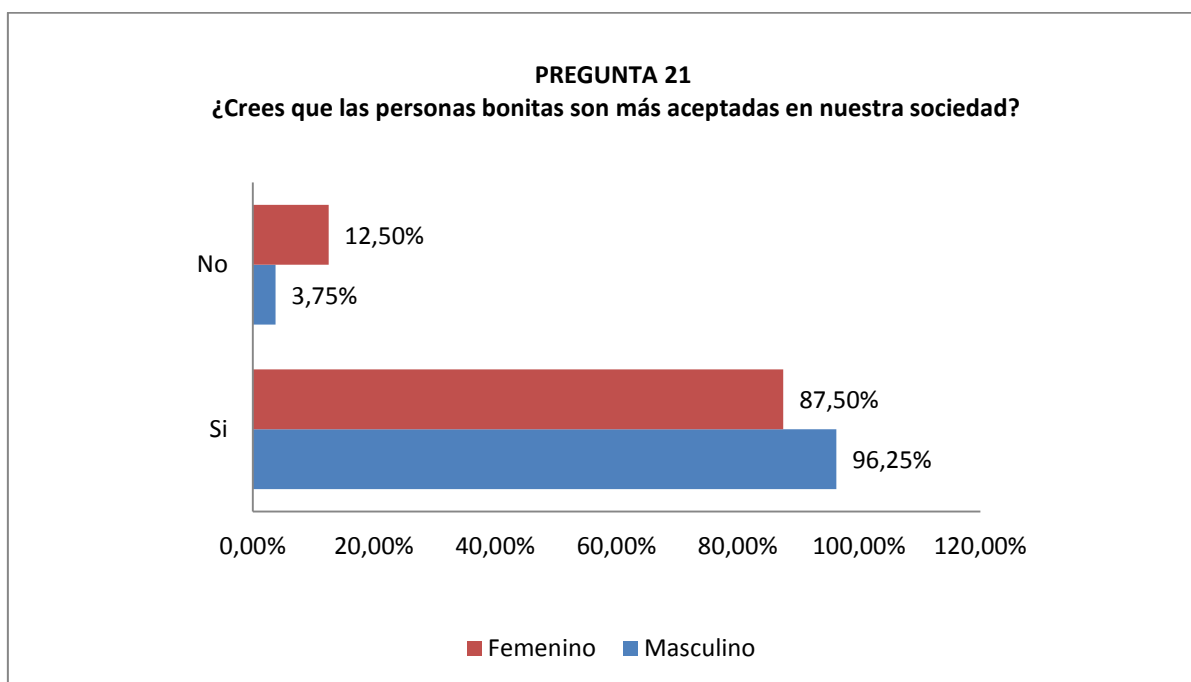


Figura 22. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta veintiuno del cuestionario aplicado.

La pregunta veinte “¿Crees que ser bonita ayuda a entablar relaciones sociales?” y veintiuno “¿Crees que las personas bonitas son más aceptadas en nuestra sociedad?”, pretenden indagar si los adolescentes de la muestra piensan que las mujeres bellas son más aceptadas y pueden encajar mejor en grupos sociales. Estas preguntas ya no se refieren únicamente a amigos hombres o mujeres sino en un nivel más amplio, a pares y grupos sociales. En

la pregunta veinte referente a entablar relaciones sociales los porcentajes de *si* fueron, 78.75% en hombres y 82.50% en mujeres; mientras que la pregunta veintiuno referente a la aceptación en la sociedad señala que hay un 87.50% de mujeres y 96.25% de hombres que contestaron *afirmativo*. Al analizar los resultados de estas dos preguntas se puede ver que la mayoría de adolescentes piensan que si es importante que una mujer sea bella para poder pertenecer y ser aceptadas en grupos sociales. Por lo tanto este podría ser considerado como un tipo predominante para las adolescentes mujeres en cuanto al cumplimiento de ideales de belleza.

6.2.3 Objetivo 3

El siguiente grupo de preguntas tienen como finalidad cumplir el tercer objetivo de estudio, el cual pretende comparar la percepción de hombres y mujeres respecto a la belleza ideal de una manera más específica.

Tabla N° 18

PREGUNTA 7

	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
Piensas que las mujeres seleccionan la ropa que usan para:	Lucirla ante los hombres	21	26,25%	8	10,00%	29	18,13%
	Estar a la moda	30	37,50%	39	48,75%	69	43,13%
	Mostrar su figura ante los demás	16	20,00%	5	6,25%	21	13,13%
	Únicamente vestirse	1	1,25%	4	5,00%	5	3,13%
	Verse atractivas ellas mismas	12	15,00%	24	30,00%	36	22,50%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 7. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

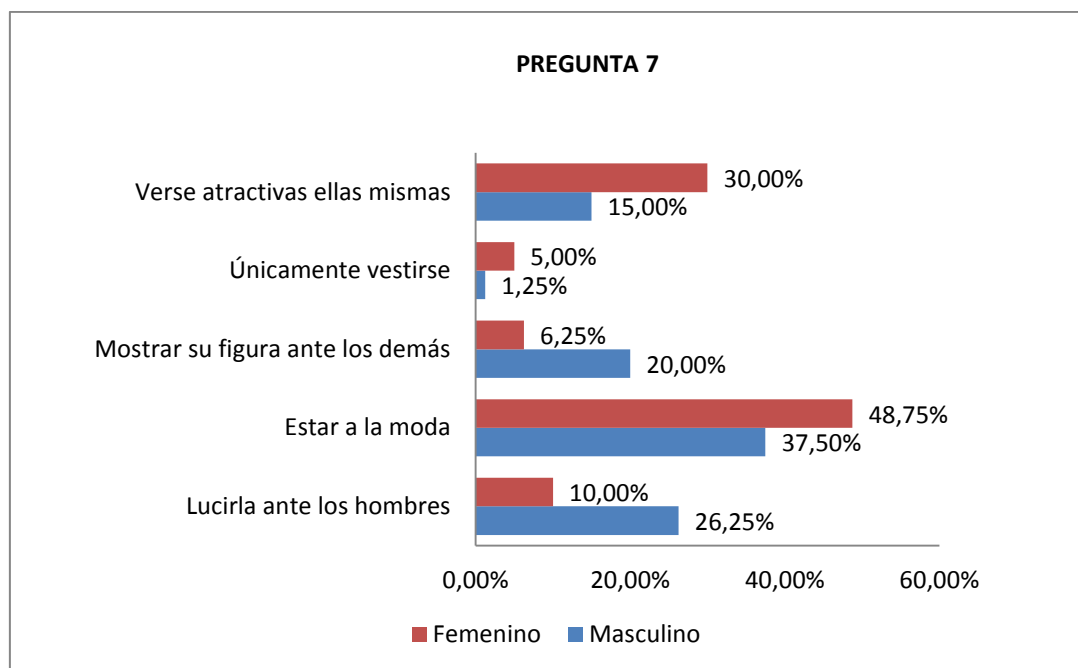


Figura 23. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta siete del cuestionario aplicado.

En la pregunta siete “piensas que las mujeres seleccionan la ropa que usan para:...” se puede ver que la mayoría de personas de la muestra, escogieron como primera opción: *para estar a la moda*; las mujeres con un 48.75% y los hombres con 37.50%. Las mujeres escogieron como segunda opción, *verse atractivas ellas mismas* con un 30% y los hombres, *lucirla ante los hombres* con un 26.25%. Como tercera opción las mujeres escogen *lucirla ante los hombres*; y ellos *mostrar su figura ante los demás*.

Al examinar las respuestas, se puede ver que tanto hombres como mujeres piensan principalmente que la ropa es escogida con la finalidad de *estar a la moda*. Sin embargo también hay algunos hombres de la muestra (segundo grupo más numeroso) que indican que las mujeres usan la ropa *para mostrar su figura a los demás*, específicamente a los hombres. Por otro lado la mayoría de mujeres asegura usar la ropa *para ellas verse lindas* más que para otros, exceptuando algunas mujeres (segundo grupo más numeroso) que afirman que la ropa escogida es *para llamar la atención del género masculino*.

Tabla N° 19

PREGUNTA 11

	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
¿Para ti, cuál de estas imágenes consideras que se adapta más a lo que es un ideal de belleza?	Imagen 1	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Imagen 2	7	8,75%	4	5,00%	11	6,88%
	Imagen 3	44	55,00%	34	42,50%	78	48,75%
	Imagen 4	12	15,00%	8	10,00%	20	12,50%
	Imagen 5	7	8,75%	9	11,25%	16	10,00%
	Imagen 6	1	1,25%	2	2,50%	3	1,88%
	Imagen 7	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Imagen 8	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Imagen 9	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Imagen 10	9	11,25%	23	28,75%	32	20,00%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 11. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se sacan los datos totales.

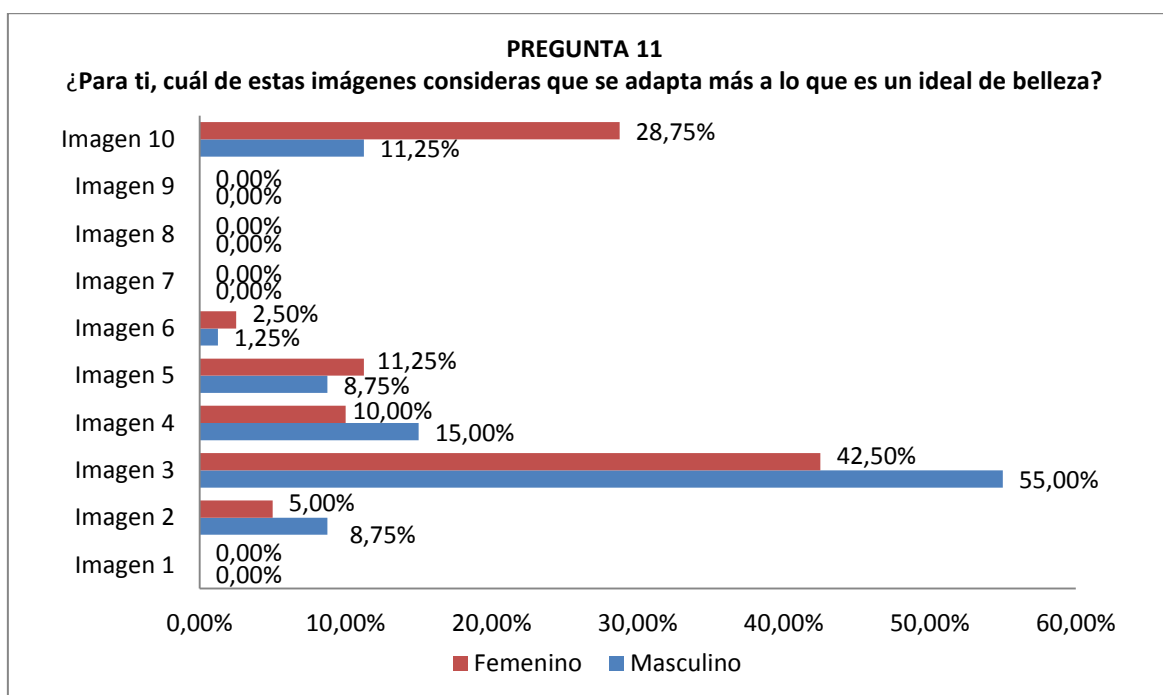


Figura 24. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta once del cuestionario aplicado.

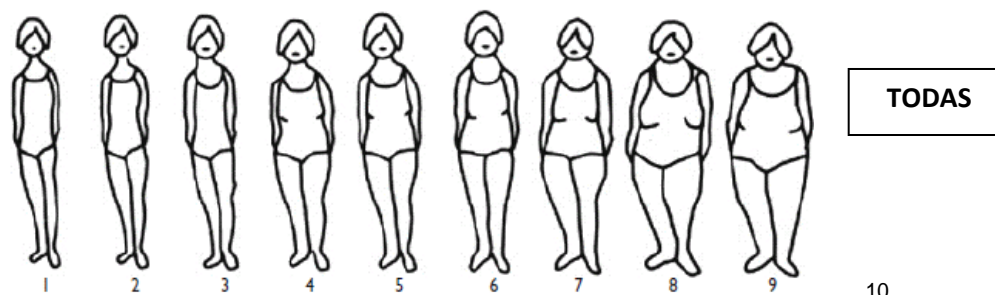


Figura 25. Opciones de figuras presentadas a los estudiantes encuestados. Tomado de Pérez-Gil y Romero, 2010, p. 116. a) Las imágenes se clasificaron de acuerdo a los criterios de IMC, de la siguiente manera. Imagen 1: desnutrición 3, Imagen 2: desnutrición 2, Imagen 3: desnutrición 1, Imagen 4: normal, Imagen 5: sobrepeso, Imagen 6: obesidad 1, Imagen 7: obesidad 2, Imagen 8 y 9: obesidad 3. b) opción 10 añadida por la autora.

La pregunta once enseñaba 9 imágenes de mujeres en secuencia, desde una muy delgada hasta una imagen de una mujer con obesidad. Los encuestados debían escoger la opción que consideran que representaría un ideal de belleza, así también se ofreció la alternativa *todas* con el número 10. Los adolescentes, tanto hombres como mujeres prefirieron la *opción 3* (clara tendencia a la delgadez), seguidos por la opción *todas* en mujeres y *4* (peso normal) en hombres. En tercer lugar los hombres escogieron *todas*, mientras las mujeres tendieron a la imagen *número 5* (tendencia al sobrepeso).

De esta manera se puede señalar que tanto hombres como mujeres coinciden con la primera opción de respuesta escogiendo la imagen número 3, la cual según la Organización Mundial de la Salud (OMS) vendría a ser un nivel más bajo del índice de masa corporal (IMC) sano. Sin embargo en segundo lugar, las mujeres piensan que todas las imágenes de mujeres podrían representar la belleza, en cuanto a su grosor. Al momento de explicar su respuesta, la mayoría señala que depende de la personalidad para poder definir cuál sería bella ya que únicamente el físico no representa la belleza en su totalidad. Los hombres en cambio escogen en segundo lugar la *opción 4*, es decir, lo que se espera en cuanto al cuerpo de todas las mujeres para tener un peso saludable. Se puede ver también que en esta pregunta ninguno de los encuestados escogen las imágenes 7, 8 y 9 las cuales representan a mujeres con altos IMC que pueden ser consideradas con sobrepeso y obesidad; pero si se escogen

imágenes que representan a las mujeres delgadas e incluso con tendencia a la desnutrición. Así como en el resto de preguntas, en este caso se puede ver que tanto hombres como mujeres tienen cierta homogeneidad al contestar las preguntas comparativas.

Tabla N° 20

PREGUNTA 12

En una escala del 1 al 10 (siendo 1=nada y 10=mucho) ¿Cuánto crees que las mujeres juzgan a otras mujeres por su apariencia?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Opción 1	1	1,25%	0	0,00%	1	0,63%
	Opción 2	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Opción 3	1	1,25%	1	1,25%	2	1,25%
	Opción 4	2	2,50%	2	2,50%	4	2,50%
	Opción 5	2	2,50%	6	7,50%	8	5,00%
	Opción 6	3	3,75%	1	1,25%	4	2,50%
	Opción 7	9	11,25%	5	6,25%	14	8,75%
	Opción 8	18	22,50%	14	17,50%	32	20,00%
	Opción 9	16	20,00%	19	23,75%	35	21,88%
	Opción 10	28	35,00%	32	40,00%	60	37,50%
	Total	80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 12. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

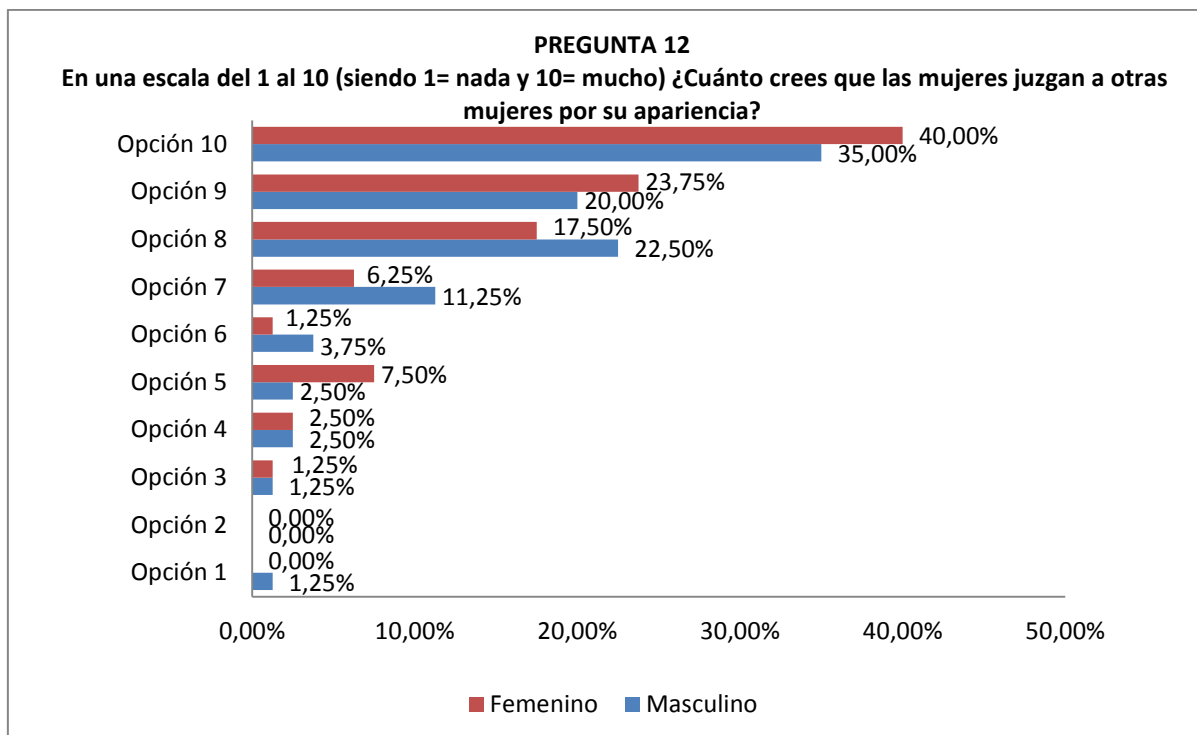


Figura 26. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta doce del cuestionario aplicado.

En la pregunta doce se pretende que los adolescentes indiquen con una calificación cuánto creen que las mujeres juzgan a otras mujeres por su apariencia. Las respuestas concuerdan al indicar calificación de 10, es decir *mucho*, los hombres tienen porcentaje de 35% y las mujeres 40%. Así también por lo general ambos géneros escogen respuestas que tienden a altos niveles en la escala dejando los más bajos de lado, incluso en el *nivel 2* donde se puede observar que nadie lo tomó como elección. Lo que se puede analizar con las respuestas obtenidas es que tanto hombres como mujeres concuerdan con la idea de que las mujeres juzgan a otras mujeres en gran nivel basándose en su apariencia.

Tabla N° 21
PREGUNTA 13

En una escala del 1 al 10 (siendo 1=nada y 10= mucho) ¿Cuánto crees que los hombres juzgan a las mujeres por su apariencia?	Intervalos	Género				Total	
		masculino	%	femenino	%	Frecuencia	%
	Opción 1	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Opción 2	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
	Opción 3	2	2,50%	0	0,00%	2	1,25%
	Opción 4	1	1,25%	0	0,00%	1	0,63%
	Opción 5	3	3,75%	0	0,00%	3	1,88%
	Opción 6	3	3,75%	3	3,75%	6	3,75%
	Opción 7	9	11,25%	2	2,50%	11	6,88%
	Opción 8	14	17,50%	14	17,50%	28	17,50%
	Opción 9	21	26,25%	20	25,00%	41	25,63%
	Opción 10	27	33,75%	41	51,25%	68	42,50%
	Total	80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 13. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

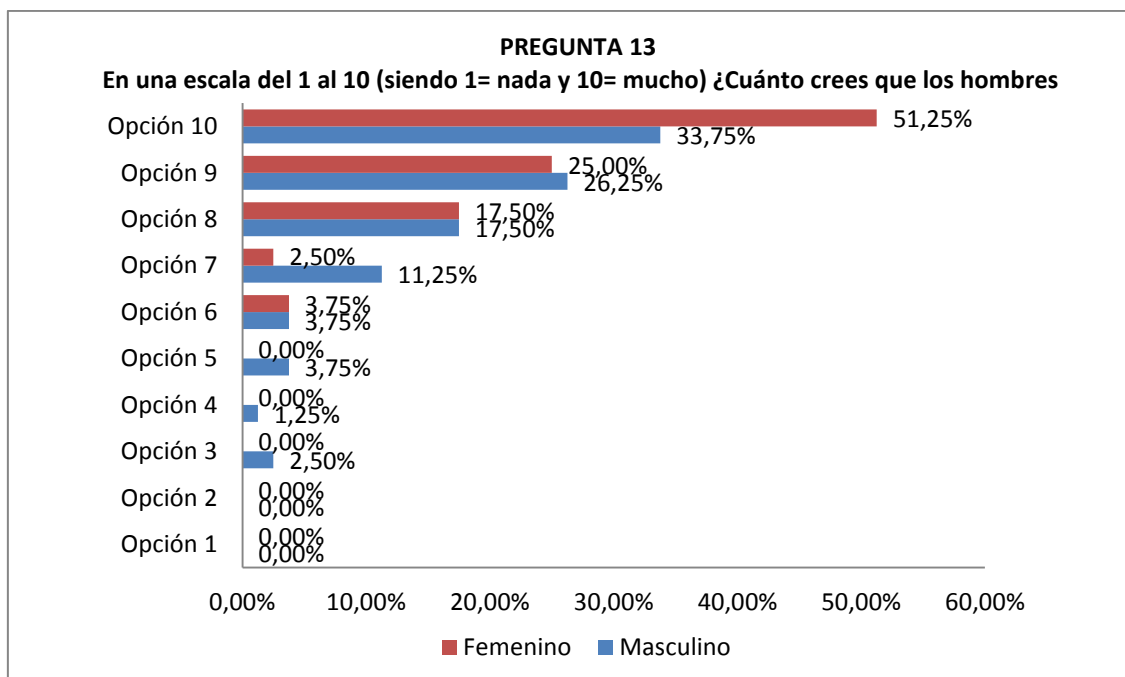


Figura 27. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta trece del cuestionario aplicado

La pregunta trece es similar, busca investigar cuánto los hombres juzgan a las mujeres por su apariencia en la escala del 1 al 10, donde 1 es nada y 10 es mucho. Al igual que en la pregunta doce las respuestas tienden a tener niveles altos en la escala con porcentajes en mujeres de 51.25% y en hombres de 33.75% que escogieron el *nivel 10*, es decir mucho, mientras que ninguno de los encuestados escogieron las opciones 1 o 2. En esta pregunta al igual que la anterior se puede ver que tanto hombres como mujeres piensan en su mayoría que los hombres juzgan mucho por su apariencia a las mujeres.

Al comparar estas dos últimas preguntas se ve que más mujeres que hombres responden ambas preguntas con la opción 10, mientras los hombres tienden a variar más en sus respuestas sin salirse mayormente de los rangos altos. Así también las mujeres tienden a no salir de los rangos altos especialmente en la pregunta trece donde las mujeres escogen niveles de 6 o más. Estas preguntas son similares a las preguntas catorce y quince, la diferencia es que en las preguntas catorce y quince se pretende averiguar cuánto afecta a las mujeres el pensamiento de otros, mientras en las preguntas doce y trece pretenden averiguar cuánto creen los adolescentes que las personas juzgan a las mujeres. Esa es la razón por la cual se les agrupa, con el objetivo de comparación de pensamientos entre hombres y mujeres específicamente.

Tabla N° 22

PREGUNTA 16

Opciones	Puntaje Total		Puntaje total	
	Mujeres	Media	Hombres	Media
Personalidad	188	2,35	125	1,5625
Cuerpo	117	1,4625	126	1,575
Nivel de popularidad	194	2,425	173	2,1625
Facciones	167	2,0875	128	1,6

Nota: Tabla de puntajes totales de mujeres y hombres, dependiendo de la opción escogida. Se encuentra también las medias de cada puntaje. Tomar en cuenta que los puntajes menores son los escogidos como más importantes y los puntajes mayores como los menos importantes.

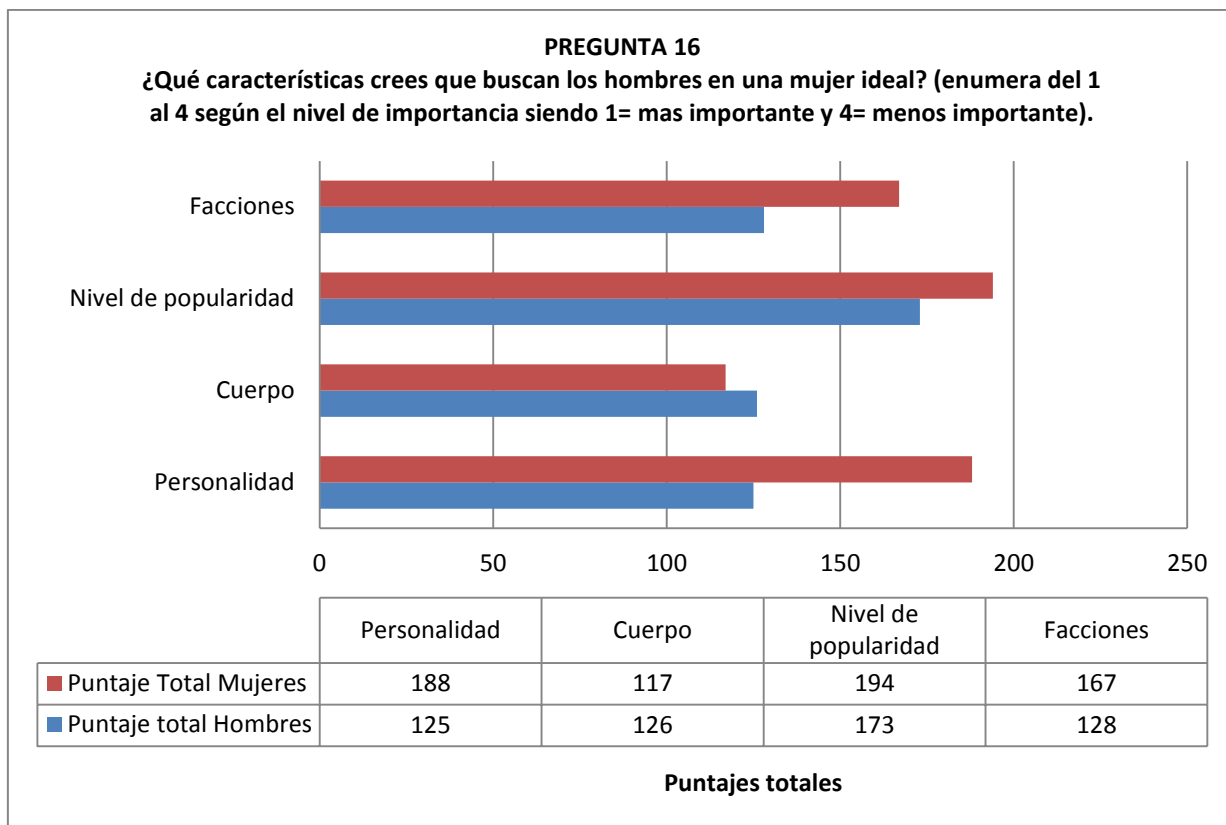


Figura 28. Gráfico de calificación de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta dieciséis del cuestionario aplicado

La pregunta dieciséis, es una pregunta de calificación, donde los adolescentes de la muestra debían responder del 1 al 4 (siendo 1 lo más importante y 4 lo menos importante) “qué características creen que buscan los hombres en una mujer ideal” frente a opciones puntuales como: *personalidad*, *cuerpo*, *nivel de popularidad* y *facciones*.

Por cuestiones de organización de la información y tabulación de la pregunta, las opciones que tienen menos puntaje fueron las elegidas como más importantes mientras las que tienen más puntaje son las elegidas como menos importantes.

En esta pregunta se puede ver que las mujeres sitúan en el número 1 a la opción *cuerpo*, es decir piensan que el cuerpo es lo más importante para un hombre al fijarse en una mujer. Como segunda opción escogida por las mujeres es *facciones*, seguidas por *personalidad* y en cuarto lugar el *nivel de*

popularidad. En el caso de los hombres en cambio se puede ver que escogen como primera opción la *personalidad*, sin embargo con muy poca diferencia entre los dos subsiguientes que vendrían a ser *cuerpo* y *facciones*, mientras en cuarto lugar dejan *al nivel de popularidad* como ocurre de manera similar en las mujeres.

Se pueden ver respuestas interesantes tanto de hombres como mujeres ya que los datos indican que las mujeres creen que lo más importante para los hombres es el cuerpo de una mujer, mientras ellos aseguran que la personalidad es lo que más interesa. Así en cambio para los hombres, el cuerpo queda en segundo lugar, siendo importante pero no más que la forma de ser. No obstante las mujeres indican que la personalidad queda en un tercer lugar ya que piensan que los hombres se fijan principalmente en la parte externa de las mujeres como sería el cuerpo y las facciones que poseen físicamente. De esta manera se refleja que existe una consistencia con la primera pregunta donde los hombres responden que la personalidad define la belleza en una mujer.

Tabla N° 23

PREGUNTA 17

En cuanto al cuerpo, ¿qué tipo de mujeres consideras que los hombres prefieren?	Intervalos	Género				Total	
		Masculino	%	Femenino	%	Frecuencia	%
	Muy delgadas	2	2,50%	1	1,25%	3	1,88%
	Delgadas	12	15,00%	11	13,75%	23	14,38%
	Con curvas	65	81,25%	68	85,00%	133	83,13%
	Rellenas	1	1,25%	0	0,00%	1	0,63%
Total		80	100,00%	80	100,00%	160	100,00%

Nota: Tabla de frecuencias y porcentajes de la pregunta 17. Se divide primero por género de la muestra, posteriormente se obtienen los datos totales.

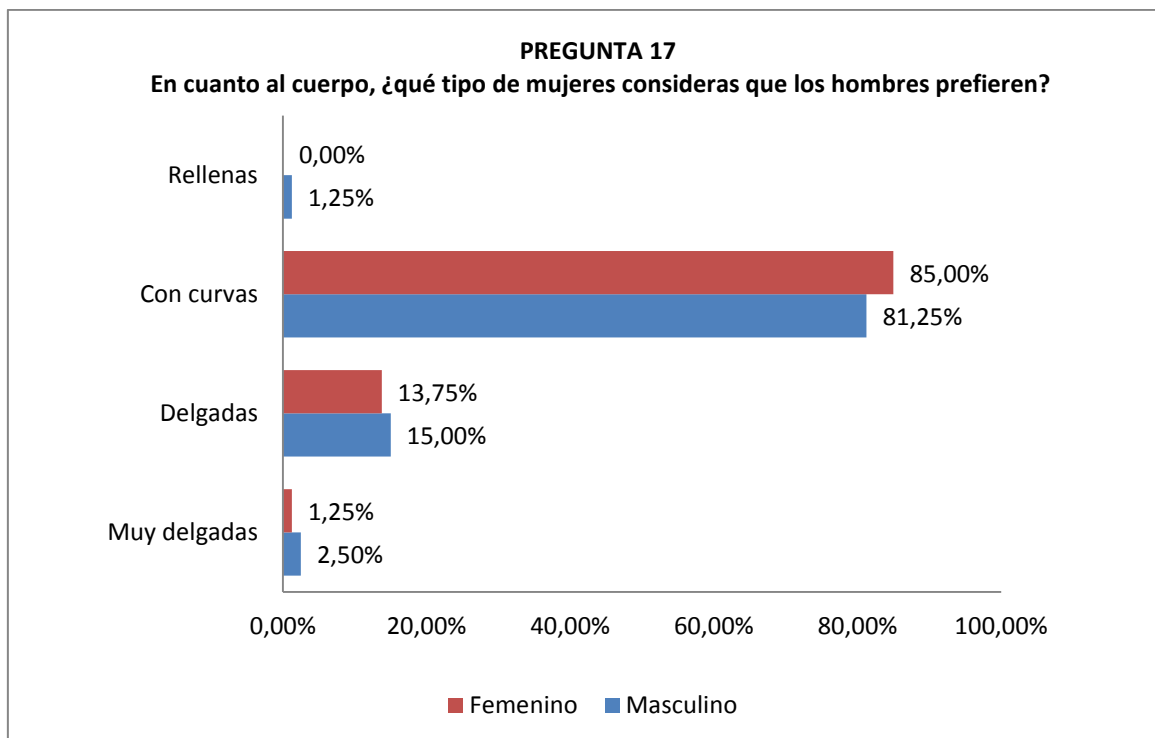


Figura 29. Gráfico de porcentajes de las opciones escogidas por los encuestados en la pregunta diecisiete del cuestionario aplicado

En la pregunta diecisiete “En cuanto al cuerpo, ¿qué tipo de mujeres consideras que los hombres prefieren?”, la mayoría de la muestra contestó la opción *con curvas*, las mujeres con porcentaje de 85% y los hombres 81.25%. Seguida por la opción *delgadas*, con porcentajes en mujeres de 13.75% y en hombres 15%. Se puede ver también que hay una mínima cantidad de la muestra de ambos géneros que escoge la opción *muy delgadas* y únicamente un 1.25% de hombres que escoge la opción *rellenas*, sin que haya mujeres que escojan esta opción.

Lo que se puede observar según los resultados es que según la percepción de los adolescentes, los hombres no buscan cuerpos delgados sino prefieren mujeres que tengan *curvas*, esta es una respuesta en la que coincide el pensamiento de hombres y de mujeres. Sin embargo como segunda opción se escoge en ambos géneros la opción *delgada* donde se demuestra que las personas de la muestra consideran que una mujer delgada puede también llamar la atención de los hombres.

6.3 Estadística inferencial (ANOVA)

Con el propósito de responder de manera cuantitativa y precisa al objetivo número dos, se ha realizado un proceso de estadística inferencial de análisis de varianzas (Anova) con el conjunto de datos recopilados en la encuesta aplicada.

El análisis de varianzas o ANOVA, es una herramienta estadística que permite comparar dos o más poblaciones y determinar si cuando se aplica un determinado “tratamiento” a una población, ésta tendrá un impacto significativo en su media. (Webster, 2010, pp. 274-277).

La población se refiere al total de alumnos encuestados, no se realiza una distinción de género ya que se espera obtener una comprensión de la percepción juvenil en conjunto. Los tratamientos aplicados en la población, son en este caso los factores de presión del entorno que influyen en como los jóvenes perciben la belleza, estos son: medios de comunicación, opinión de pares (amigos y compañeros de ambos sexos), opinión de la familia y opinión de la sociedad.

Anova requiere datos numéricos enteros para realizar el cálculo de medias, varianzas y coeficientes. Para esto se realizó una adaptación en escala numérica de las opciones de respuesta que contienen las preguntas 8, 14, 15, 18 y 21 del cuestionario aplicado a los estudiantes.

Las preguntas mencionadas arriba hacen referencia a los factores de presión estudiados, y en su mayoría se utiliza una escala de calificación cualitativa que va desde “nada – poco – algo – mucho”, esta misma escala puede ser transformada de la siguiente manera.

Mucho =	4	Poco =	2
Algo =	3	Nada =	1

En el caso de las preguntas 8 y 21, la adaptación se realiza de forma distinta. En la pregunta 8 las opciones de respuesta son: positiva, negativa y no influye. Esta pregunta hace referencia sobre la influencia que ejercen los medios de comunicación en la percepción de la belleza por parte de los jóvenes; en este caso no se está discutiendo sobre tipo de influencia, solo importa existencia. Es por eso que la escala se ha transformado de la siguiente manera:

Positiva = 4

Negativa = 4

No influye = 1

La pregunta 21 únicamente menciona la existencia o ausencia de una influencia por parte de la sociedad en cuanto a la percepción de la belleza, es por esto que se ha realizado una reclasificación similar.

Si = 4

No = 1

La utilización del 1 y 4 en las excepciones mencionadas, responde a la necesidad de reflejar datos certeros que expresen el contenido de las respuestas, sin distorsionar las medias y varianzas de la tabla de resultados.

Por motivos prácticos se realizó una muestra de 10 observaciones (respuestas) por cada tratamiento (factor de presión), es decir existe un total de 40 respuestas que corresponde a la opinión de 40 alumnos encuestados sobre los diferentes factores del entorno.

Tabla N° 24

CUADRO DE DATOS PARA CÁLCULO DE ANOVA

Tratamiento 1: Medios de comunicación	Tratamiento 2: Pares	Tratamiento 3: Sociedad	Tratamiento 4: Familia
4	4	4	4
4	3	4	4
4	4	4	2
1	4	4	4
4	3	4	1
4	4	1	2
1	4	4	3
4	4	4	3
4	4	4	3
4	3	4	3

Media 1: 3,4 Media 2: 3,7 Media 3: 3,7 Media 4: 2,9

Nota: Se expresan los datos con los que se realizará ANOVA, cada dato corresponde a una encuesta diferente, es decir que hay respuestas de 40 alumnos escogidos aleatoriamente. Cada columna de la tabla expresa las respuestas dadas por 10 estudiantes respecto a los factores de presión que se estudian. Tomado de: elaboración de la autora.

Previo al cálculo de Anova es necesario plantear una hipótesis nula que la herramienta permita rechazar o no rechazar.

El objetivo en cuestión es conocer qué tipo de factor del entorno influye más en adolescente mujeres para querer alcanzar ideales de belleza, por lo tanto la hipótesis nula debe apuntar primero a determinar si existe o no una diferencia significativa entre los factores de presión, y de ser así cual es el más relevante.

Ho: Todas las medias de los factores del entorno que influyen sobre los ideales de belleza son iguales.

Ha: No todas las medias de los factores del entorno que influyen sobre los ideales de belleza son iguales.

Tabla N° 25

ANÁLISIS DE PROMEDIOS

<i>Grupos</i>	<i>Cuenta</i>	<i>Suma</i>	<i>Promedio</i>	<i>Varianza</i>
Columna 1	10	34	3,4	1,6
Columna 2	10	37	3,7	0,233333
Columna 3	10	37	3,7	0,9
Columna 4	10	29	2,9	0,988889

Tabla N°26

Análisis de Varianza

<i>Origen de las variaciones</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Grados de libertad</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Valor crítico para F</i>
Entre grupos	4,275	3	1,425	1,531343	0,223019195	2,86626556
Dentro de los grupos	33,5	36	0,930555556			
Total	37,775	39				

Nota: En las tablas N° 25 y 26 se expresan los resultados de los promedios, así como también el análisis de varianza con la finalidad de sacar el valor para F, el cual servirá posteriormente para compararlo con el valor crítico para F y por lo tanto rechazar o aceptar la hipótesis nula planteada previamente.

Anova mide la variación entre los datos de un mismo factor, y la variación de las varianzas entre factores, y establece un coeficiente llamado F, este valor es comparado con un valor crítico para F; si F es menor al valor crítico la hipótesis nula es aceptada, si F es mayor al valor crítico la hipótesis nula es rechazada. Para esto se establece una regla de decisión (Webster, 2010, pp. 274- 277).

Regla de decisión: “No rechazar si $F \leq 2,86$. Rechazar la hipótesis nula si $F > 2,86$ ”.

Respuesta: El valor F calculado es igual a 1,53, de modo que $1,53 < 2,86$, la hipótesis nula es aceptada

6.4 Conclusiones Generales

6.4.1 Objetivo #1

Describir la percepción de los adolescentes respecto a la necesidad de las mujeres de alcanzar los ideales de imagen corporal en la actualidad.

Al analizar el primer objetivo se puede ver que la necesidad de las mujeres es principalmente cumplir con ideales de belleza a nivel general, mas no de cumplir con ideales de imagen corporal ya que de acuerdo a los resultados obtenidos los adolescentes no entienden a la belleza únicamente como características externas sino mayormente como aspectos internos de las mujeres. Para los adolescentes encuestados la belleza no es algo netamente físico sino que tiene mayor relevancia la personalidad, siendo ésta y demás aspectos internos lo que hace bella a la mujer.

Las primeras seis preguntas del cuestionario se aplicaron principalmente con la idea de contar con elementos para analizar el primer objetivo de la investigación. De esa manera se puede inferir que los adolescentes que formaron parte de la muestra perciben a la personalidad como determinante fundamental de la belleza. Es decir, una persona fea sería una persona antipática, grosera, apática etc. mientras una mujer bonita sería alguien que es buena persona, simpática, amable, cariñosa, etc. Por lo tanto se puede observar según los datos obtenidos, que para una mujer es necesario tener una agradable personalidad para ser considerada como bonita y llamar la atención de los hombres, dejando en segundo plano la parte física donde se incluiría el cuerpo y facciones externas de la mujer.

Respecto al aspecto físico que debería tener una mujer para cumplir con los ideales de imagen corporal bella, se puede ver que es muy importante según la percepción de los adolescentes el hecho de mantener la figura con técnicas saludables, como por ejemplo hacer ejercicio para no caer en enfermedades

que pueden afectar gravemente la salud y la vida como podrían ser los trastornos alimenticios.

Según los datos proporcionados en las encuestas, se puede inferir que los adolescentes perciben que, parte de las necesidades de las mujeres es la aceptación hacia ellas mismas. A las mujeres les interesa como se ven ellas y lo que proyectan para ellas, es decir la autopercepción y la autoimagen, de esta manera las mujeres pueden tener una mayor autoestima y seguridad en sí mismas. Como indican los adolescentes de una parte de la muestra, el no ser seguras y no aceptarse puede causar enfermedades, entre ellas trastornos alimenticios como bulimia nerviosa y anorexia nerviosa. Sin embargo es importante destacar que para crear una autopercepción es importante la percepción del otro. Es decir, el otro influye en gran medida sobre lo que uno piensa y lo que cree acerca de uno mismo. Por lo tanto aunque las mujeres busquen ser bellas, arreglarse y maquillarse para ellas sentirse lindas, el hecho de ser o no lindas viene guiado por lo que otros piensan que es ser linda, y la seguridad y autoestima a pesar de ser características personales son creadas por otras personas y sus pensamientos hacia uno. Se debe destacar que son tres las necesidades principales de las mujeres en cuanto a cumplir ideales de belleza: tener una buena personalidad, tener una buena autopercepción y autoestima, y la necesidad de hacer deporte para ser físicamente aceptables y tener un buen cuerpo.

No obstante a pesar de señalar en las primeras preguntas que la belleza se basa en aspectos personales e internos, se refleja según las respuestas en otras partes del cuestionario, que tanto hombres como mujeres buscan una belleza física guiada más hacia la tendencia de la delgadez señalando como belleza ideal a imágenes de mujeres delgadas. Es evidente esta variedad en las respuestas ya que en las preguntas directas se tiende a responder lo socialmente aceptable mientras en preguntas indirectas donde hay imágenes se puede ver que se proyecta lo que se piensa de una manera más

inconsciente, mostrando posiblemente lo que realmente se piensa acerca de la belleza.

6.4.2 Objetivo #2

Conocer qué tipo de presión respecto a la belleza influye más en las adolescentes para querer alcanzar ideales de belleza.

Cuando se analiza este objetivo basándose en los datos que provee la función estadística ANOVA lo que se puede llegar a concluir es que la hipótesis nula es verdadera, es decir a pesar de que existen diferencias entre las medias de los factores de presión, ninguna es significativa, por lo tanto estadísticamente no existe un factor determinado que tenga mayor relevancia que otro.

Sin embargo por medio de una observación de las medias se puede deducir que los factores de presión más altos son los pares y los grupos sociales, ya que estas tienen las medias más altas de los factores, 3.7 en ambos casos. Mientras que la media del factor familia es 2.9 y medios de comunicación es 3.4.

No obstante, al analizar la información del cuestionario de una manera más observacional se puede ver que el tipo de presión que los adolescentes de la muestra perciben como mayor influencia para alcanzar ideales de belleza en las mujeres es *lo que piensan los hombres sobre ellas*, esto se puede ver ya que el 100% de los adolescentes señalan que es un factor que influye. En segundo lugar están las *amigas*, con 96.25% de adolescentes que lo señalan como un factor que influye. Como tercera opción los adolescentes perciben al tipo de presión *grupos sociales* como factor que influye, con un porcentaje de 91.88%. Los adolescentes señalan que la *publicidad* queda en cuarto puesto con 85%, dejando en último lugar al factor *familia* con 82.50%.

Aunque se vean los resultados de una manera observacional con comparación de porcentajes o por medio de la realización de funciones estadísticas como es la ANOVA se puede sacar la misma conclusión, la cual llegaría a ser que de manera cuantitativa no existe diferencia significativa entre ningún factor, es decir que todos actúan con la misma fuerza. Sin embargo si se profundiza en los datos se puede indicar que el factor que mayor presión ejerce es la influencia de los pares, seguido por la necesidad de pertenencia a grupos sociales, en tercer lugar los medios de comunicación y finalmente la familia.

Es importante mencionar que todos los aspectos estudiados como son: amigas, hombres, grupos sociales, publicidad, medios y familia influyen en gran medida para que las adolescentes quieran cumplir ideales de belleza. Sin embargo cada uno actúa de diferente manera y en diferentes ámbitos de la vida. En cuanto a los pares, que en este caso vendrían a ser las amigas y los hombres se puede ver que ambos ejercen una gran cantidad de presión para que las mujeres quieran ser bellas. Según la percepción de los adolescentes ambos géneros influyen mucho ya que las mujeres buscan ser bellas para agrandar y que los pares piensen cosas buenas sobre ellas. Se evidencia que a las mujeres les afecta en mayor grado lo que los hombres piensan aunque no se queda atrás lo que sus amigas piensan sobre ellas. Sin embargo se puede decir que las adolescentes consideran a los hombres como el subgrupo que ejerce mayor presión para alcanzar la belleza dentro del grupo de sus pares.

Referente a los grupos sociales, los adolescentes de la muestra perciben a éste como un aspecto que ejerce gran presión ya que la mayoría considera que ser bonitas puede llevar a las mujeres a ser más aceptadas y a entablar mejores relaciones sociales, por lo tanto llevándolas al éxito a diferencia de una mujer fea que no podría tener un fácil primer acceso a estos beneficios. Se debe destacar que en este aspecto de presión no se especifica si se habla de ser bonita externa o internamente. Por lo tanto se puede deducir que los adolescentes responden a esta pregunta probablemente basándose en lo que respondieron respecto a lo que es la belleza, es decir tener una bonita

personalidad. Por lo tanto una mujer amable y simpática podría ser capaz de entablar mejores relaciones personales y ser más aceptada en grupos, sin que el determinante sea la belleza exterior.

Los adolescentes perciben a la publicidad y medios de comunicación (revistas por ejemplo), como un aspecto muy importante que ejerce presión, ya que se muestran mujeres idealizadas que muchas veces no son “reales”, sin embargo tanto hombres como mujeres que observan estas imágenes pueden percibirlas como ideales, buscando ser así o encontrar una mujer así de bella.

La familia, al ser parte primordial en la vida y desarrollo de los adolescentes también es considerada como un tipo de presión respecto a la belleza. Este grupo tiene influencia en los adolescentes, los cuales indican que la madre es quien ejerce mayor presión.

No es claro el aspecto que influye más y presiona más a la muestra, pero es evidente que dentro de cada aspecto hay una parte que tiene mayor importancia cuando se habla de la presión que puede causar a las mujeres para querer alcanzar ideales de belleza. De esa manera determinando varios factores de presión social que llegarían a ser extremadamente negativos para los adolescentes.

6.4.3 Objetivo #3

Comparar la percepción de hombres y mujeres adolescentes respecto al ideal de belleza femenina en la sociedad.

Respecto a este último objetivo de investigación se puede ver que hay aspectos donde tanto hombres como mujeres concuerdan en sus respuestas, demostrando que la percepción acerca de la belleza ideal no es tan distinta entre ambos géneros. Por ejemplo los dos concuerdan en que las mujeres seleccionan la ropa que usan para estar a la moda principalmente. Así también

hay homogeneidad en las respuestas respecto a qué consideran los hombres como belleza cuando se habla del cuerpo ya que ambos géneros responden que las *curvas* son el principal atractivo en una mujer dejando de lado el pensamiento de que una mujer bella es alguien extremadamente delgada. Esto también se demuestra en cierta medida en la pregunta donde se pide a los adolescentes que escojan la imagen (Figura N°25) que creen que representa un ideal de belleza y ambos géneros eligen la imagen número 3. Esta imagen no es la “adecuada” en su totalidad de acuerdo a la OMS respecto al IMC sano, ya que la imagen 4 es la que cumple con los IMC normales. Sin embargo, la figura más elegida tampoco es la opción que demuestra a la mujer más delgada, por lo tanto se puede considerar como una respuesta más cercana a la saludablemente aceptada, una vez más según los datos de la OMS.

Por otro lado, hay algunos aspectos, aunque sean leves, donde se puede señalar que hay divergencia respecto al pensamiento entre hombres y mujeres los cuales no se basan tanto en el aspecto físico como los anteriores. Cuando se pregunta a los adolescentes ¿cuánto los hombres juzgan a las mujeres por su apariencia?, las respuestas de la mayoría de las mujeres son de niveles bastante altos, mientras que los hombres tienden a variar más la elección de sus respuestas, sin embargo también escogen con mayor frecuencia opciones alta (tendientes a respuestas de mucho). Otro aspecto que muestra diferencias de pensamiento entre hombres y mujeres es cuando se pide determinar en qué aspecto de la mujer los hombres se fijan primero; según las mujeres los hombres se fijan primero en el cuerpo dejando aspectos de personalidad de lado, mientras que los hombres aseguran fijarse principalmente en la personalidad para posteriormente pasar a aspectos físicos.

Lo que se puede señalar con respecto a este objetivo es que ambos géneros concuerdan en sus respuestas cuando se trata de preguntas referentes a qué es la belleza física, y cuál es la representación de un cuerpo ideal para ellos. En cambio las diferencias se ven cuando se hacen preguntas que involucran aspectos más profundos, como podría ser el pensamiento de los hombres

acerca de las mujeres y que es lo que los hombres por lo general prefieren en las mujeres que ellos consideran bellas.

6.5 Análisis de hipótesis

Referente a la primera hipótesis, **existe diferencia estadística significativa respecto a lo que piensan los hombres y las mujeres acerca de la belleza femenina**. Se puede ver que existe diferencia entre el pensamiento de hombres y mujeres respecto a la belleza femenina ya que los datos así lo demuestran. Sin embargo la diferencia no es significativa por lo tanto los datos en muchas ocasiones entre hombres y mujeres son bastante similares. Ambos géneros concuerdan que la belleza física tiende principalmente a la delgadez de una mujer, sin embargo se da la tendencia a que las mujeres estén más abiertas que los hombres a la existencia de belleza en mujeres de contextura ancha. Así también otra diferencia que se presenta es que los hombres ven a la belleza principalmente en la personalidad de las mujeres, mientras las mujeres piensan que los hombres se fijan primero en el cuerpo. Sin embargo los hombres escogen como segunda opción a la parte física por lo que se puede observar que no hay una diferencia grande de pensamientos y éstos no llegan a ser significativos estadísticamente. Se puede concluir entonces que la hipótesis es cumplida al decir que existe diferencia entre pensamientos de cada género pero ésta no es grande ni significativa.

Respecto a la segunda hipótesis planteada en un inicio, **la presión respecto a la belleza femenina proviene principalmente de mujer a mujer más que de hombre a mujer**, debe ser negada ya que la presión respecto a la belleza femenina proviene más de parte de los hombres que de las mismas mujeres. No existe una diferencia significativa en los resultados sin embargo se puede concluir que para las mujeres los hombres constituyen un factor con mayor peso que las amigas mujeres y por lo tanto ejercen mayor presión.

En cuanto a la tercera hipótesis que se planteó, **la búsqueda de ideales de belleza en la mujer se da en mayor grado debido a tipos de presión como la publicidad y el sentido de pertenencia a grupos sociales.** Se encontró como resultados que existen dos factores de presión social que sobrepasan a los otros factores estudiados, sin embargo la diferencia no es significativa. Los factores que presentan medias más altas son presión de los pares (hombres y mujeres) con una media de 3.7 y la necesidad de pertenencia a grupos sociales con una media de 3.7, mientras que la media de los medios de comunicación es 3.4 y familia 2.9. Esto quiere decir que la hipótesis puede ser aprobada en una parte ya que a pesar de no ser significativamente evidente, el factor de aceptación en grupos sociales es uno de los factores que más presión causa a las adolescentes.

No obstante, ya que las diferencias no son significativas, se puede decir que todos los factores ejercen gran cantidad de presión en diferentes momentos y aspectos de la vida de las adolescentes. Así también éstos se relacionan entre sí por lo tanto no hay mucha diferencia entre la influencia que causa cada uno. Se puede concluir entonces que la hipótesis no es comprobada en su 100%, pero es válido que todos los factores ejercen presión y la publicidad y los grupos sociales son parte de estos factores.

7. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

7.1 Discusión y conclusiones

A lo largo de la realización de este estudio se encontraron tanto semejanzas como diferencias con los estudios previamente realizados por otros autores y expuestos en el marco teórico, los cuales se explicarán más adelante. Se presentaron momentos en que algunos aspectos de la teoría psicológica concordaban claramente con los resultados obtenidos al momento de hacer la investigación de campo. Uno de los temas más importantes que abarca a nivel general el estudio, se refiere a la aplicación acertada de la teoría sistémica; durante la investigación se pudo comprobar cómo los individuos se desenvuelven a nivel de sistemas, es decir que forman parte de varios sistemas que los influyen y a la vez a los que ellos influyen de diferentes formas. Por ejemplo, todos los adolescentes dentro del estudio se desenvuelven a nivel familiar, escolar y grupal. La forma en que son criados, y establecen relaciones con las personas que están a su alrededor hace que tomen diferentes comportamientos ante las situaciones que se les presenta. Se pudo esclarecer la idea de que los seres humanos no actúan individualmente sino que siempre tienen una influencia externa la cual crea formas de pensar y actuar en las personas. Ni siquiera los pensamientos más personales pueden ser creados sin haber sido acogidos desde lo externo.

En esta investigación se descubrió que las principales necesidades de las mujeres adolescentes de la muestra para ser bellas consisten en tener una buena personalidad ya que el 46.25% y el 63.75% de hombres y mujeres respectivamente, así respondieron. Así también tuvieron porcentajes altos el hacer ejercicio y tener una alta autoestima. Estas vendrían a ser necesidades que no siempre dependen de la persona sola para satisfacerlas, sino que muchas veces están ligadas a lo externo y al medio que las rodea, como por ejemplo los medios de comunicación, pares, familia, cultura etc.

Dentro del estudio se encontró que una de las ideas que expresan los adolescentes de la muestra, es que la belleza se refleja en la personalidad más que en el aspecto físico de las mujeres. Por lo tanto una agradable personalidad les brinda seguridad y auto aceptación. Para las mujeres de la muestra es básica la aceptación hacia ellas mismas ya que de esta manera se crea una autoimagen y autoestima, así como también cumplen ideales de belleza esperados.

La autoestima no es una creación individual sino que el medio ambiente que rodea a los individuos influye en la creación de constructos personales lo cual a su vez establece ideales, maneras de ser, comportarse y verse ante los demás. Es decir que la autoimagen y autoestima de las adolescentes, según el estudio realizado, es principalmente logrado por la interacción con el exterior, sean pensamientos de otras personas o información que reciben constantemente de diferentes emisores. Este planteamiento es similar al estudio de Baile y Ruiz en el cual se hizo una comparación de niveles de autoestima entre grupos que estaban expuestos a imágenes de revistas y grupos que no, lo que se descubrió en este estudio es que las adolescentes que vieron las revistas tenían grandes niveles de insatisfacción corporal, aunque no se pudo determinar si afectaba su autoestima (Baile y Ruiz, s.f., p. 1,5).

Respecto a la realización de deporte, se puede ver que las personas de la muestra consideran a la actividad física como una necesidad para ser bellas, ya que el 88.75% de mujeres y el 93.75% de hombres consideran que hacer deportes es una buena alternativa para tener un cuerpo ideal. Esto se asemeja al resultado del estudio de Martínez y Veigas (2007), que encontró que mientras más realización de actividades deportivas, las mujeres se sentían más satisfechas con su propio cuerpo por lo tanto creían ser más bellas (Martínez y Veigas, 2007, pp. 253-260).

A pesar que en muchas ocasiones en el estudio se señala que para los adolescentes la personalidad es la muestra principal de belleza, también hay

momentos en los cuales los chicos demuestran que la belleza femenina tiende a destacarse por el aspecto físico. Muchas veces se pudo ver un alto porcentaje de adolescentes que tendieron a respuestas que indicaban a mujeres delgadas como lo ideal en belleza. Por ejemplo en la pregunta 9, donde tuvieron que elegir la imagen que más se adapte a lo bello, el 42.50% y el 55% de hombres y mujeres respectivamente, escogieron la imagen 3, de una mujer con peso aparentemente bajo (figura 25), según los datos de la OMS.

Esta información es similar a la encontrada en el estudio de Pérez-Gil y Romero realizada en el 2010, donde se evidenció que 50% de la muestra no estaba satisfecha con su cuerpo, anhelando la delgadez ya que es lo aceptado y agradable (Pérez-Gil y Romero, 2010, pp. 111-118). De igual manera se puede confirmar esta información con el estudio de García y Garita (2007) donde se reveló que las mujeres mientras menos índice de masa corporal tenían, más satisfechas se encontraban con sus cuerpos ya que cumplían con lo esperado (García y Garita, 2007, pp. 9-18). Así también en el estudio de Rosa Behar en el 2010, el cual fue un estudio cultural extenso, se dejó ver que en la actualidad lo ideal y lo que está de moda a nivel cultural en el occidente, son los cuerpos delgados porque son los que dan apariencia de inteligencia y éxito (Behar, 2010, p. 319).

Otros hallazgos del estudio presentado, son que todos los tipos de presión afectan a las mujeres adolescentes para querer cumplir con ideales de belleza. Esto quiere decir que el tipo de presión no varía de mujer a mujer ya que cada factor está presente en la vida de todas las adolescentes de la muestra. Lo que cambia es el grado de presión que causa y el momento en el que se aplica dicha influencia. Esto fue evidente al momento de realizar el procedimiento de análisis de variables, donde se pudo verificar que no hay diferencia estadística significativa entre los factores de presión social, es decir que todos afectan. Se pudo observar una leve diferencia de decimales en la media de los factores referentes a los pares (3.7) y la necesidad de pertenencia a grupos sociales

(3.7); siendo éstos ligeramente más altos que los demás factores de presión, donde la familia obtuvo (2.9) y los medios de comunicación (3.4).

Las mujeres adolescentes participantes en la investigación están en constante interacción con hombres, mujeres, familia, medios y grupos sociales, por lo tanto todas están expuestas a los mismos tipos de presión social y señalan que todos aplican presión en ellas y en sus ideales de belleza. Sin embargo es claro que la cantidad de presión que cada uno de estos factores tienen en cada mujer varía según las relaciones familiares que mantengan, los grupos sociales a los que pertenecen, los medios de comunicación que prefieren o las relaciones que tienen con sus pares, y en sí en la personalidad de cada mujer para acatar las presiones que se les impone.

Es evidente que en este momento de la investigación se refleja lo mencionado en la teoría sistémica respecto a la equicausalidad, donde se indica que aunque el origen de una situación sea en muchos casos la misma, no siempre van a llegar al mismo fin. Es decir que según la equicausalidad, aunque las adolescentes estén expuestas a los mismos tipos de presión, no siempre las percibirán de la misma manera, siendo en algunos casos factores de presión alta y en otros no.

Las amigas fue uno de los factores de presión social estudiados, se encontró como resultado de la investigación que las mujeres tienden a juzgar mucho a otras mujeres, respondiendo así el 81.25% de hombres y el 53.75% de mujeres. Por lo tanto a las mujeres les importa en gran cantidad lo que piensan otras personas del mismo sexo acerca de su apariencia. De esta manera el sexo femenino puede llegar a ser un agente de presión bastante severo para otras mujeres. Esto es semejante al hallazgo de Thompson en 1999, expuesto en Figueras (2008, p. 126), donde señala que las amigas mujeres y las revistas son creadoras principales de ideales de belleza.

Otro aspecto que aplica presión en las adolescentes, que también fue estudiado, es la relación con el sexo opuesto. En la investigación se evidenció que las mujeres consideran a los hombres como un factor de presión bastante importante ya que pueden influenciar en gran medida en el aspecto físico que las mujeres desean tener. El 83.75% de mujeres y el 78.75% de varones dijeron que lo que los hombres piensan afecta en gran medida a las mujeres.

Lo que se concluyó es que la mayoría de mujeres piensan que los hombres se fijan principalmente en el físico, siendo cautivados principalmente por mujeres con contextura delgada. En cambio los hombres difieren de esta idea, señalando que lo más importante en una mujer es la personalidad, sin embargo si se habla de la parte física, prefieren las mujeres con contextura delgada. En el estudio realizado por Tovee y Swami en el 2012 se encontró una idea diferente, ya que lo que señalan estos investigadores es que los hombres tienden a sentirse atraídos por diferentes tipos de mujeres, dependiendo del estado emocional y anímico en el que ellos se encuentren; incluso hombres que están sometidos a grandes cantidades de estrés pueden preferir mujeres de contextura gruesa. Lo que revelan estos resultados es que hay una gran variedad de ideas que los hombres tienen sobre la belleza, sin embargo no solo dependen de la parte física de la mujer sino que puede depender del carácter de ella o de los estados de ánimo de él (Tovee y Swami, 2012, pp. 1-10).

En cuanto a la familia, también es un aspecto de la vida de las adolescentes que aplica presión respecto a los ideales de belleza. En la investigación realizada se encontró que la familia afecta a las adolescentes, principalmente la familia nuclear ya que la extensa no es muy tomada en cuenta. El 48.75% de mujeres y el 53.75% de hombres afirmaron que la familia ejerce presión en alguna medida a las chicas. Como ya se ha mencionado anteriormente esta es información que puede variar en todos los adolescentes, principalmente según su estructura familiar. Estos resultados coinciden con los de la investigación de Marco-Merino, donde se concluye que el sistema familiar puede crear gran cantidad de influencia en las adolescentes respecto a los ideales de belleza;

esto se debe a que es un agente socializador primario para los seres humanos (Marco- Merino, s.f. p. 3).

Los medios de comunicación representan otro de los principales aspectos tomados en cuenta a lo largo de esta investigación. Se pudo evidenciar en el estudio que el medio que causa mayor presión en las adolescentes son las revistas, ya que el 65% de mujeres y el 40% de hombres respondieron de esa manera. Esto se asemeja a la investigación realizada por Torres en el 2007 donde se infirió que el 27% de las revistas tienen avisos publicitarios donde se muestra la figura femenina, por lo tanto es un agente de presión bastante pesado ya que cada vez más mujeres buscan parecerse a las imágenes plasmadas en las revistas (Torres, 2007, pp. 213-225). De igual manera se evidencia en el estudio de Moscoso realizado en el 2011, donde se evidencia que las revistas poseen gran cantidad de publicidad referente al deseo de adelgazar de algunas mujeres, sin embargo se ofrecen productos y servicios que no siempre son reales y pueden llegar a ser idealizados por el consumidor, lo cual podría ser considerado como un engaño (Moscoso, 2011, pp. 156- 166).

La aceptación e integración en los grupos sociales fue otro de los factores de presión que emergió en la investigación y fue estudiado. Lo que se concluyó respecto a este tema fue que los adolescentes piensan que entre más bonitas sean las mujeres, se pueden entablar mejores relaciones sociales (78.75% de hombres y 82.50% de mujeres), y por lo tanto es más factible que puedan pertenecer a más y mejores grupos sociales. En la investigación de Hammermesh y Biddle realizada en el 2002, se evidencia una similitud ya que esta investigación señala que por lo general las mujeres atractivas ocupan mejores cargos laborales por ende ganan más. Esto hace que puedan ser más aceptadas en grupos y entablar mejores relaciones sociales. Sin embargo cabe señalar que esta investigación se refería a la belleza externa y no al aspecto interior (Hamermesh y Biddle, 2002, p. 49).

En general lo que se puede inferir a partir de la investigación realizada es que son varios los aspectos que presionan a las mujeres adolescentes para querer alcanzar ideales de belleza. Todos los aspectos estudiados son importantes, sin embargo afectan en diferente grado y de distinta manera a cada persona ya que cada individuo es único y percibe las cosas de diferente manera. Por lo tanto no se puede afirmar que alguno de los factores de presión sea más influyente que otro de una manera determinante, o que deba causar mayor preocupación que otro.

Se puede concluir también que es inevitable que las personas estén en constante interacción con otros individuos así como también que sean expuestos a estímulos externos ya que es imposible no relacionarse e interactuar con otros. Como ya se ha indicado previamente, todo ser humano es parte de una relación entre miembros y entidades dentro de sistemas, los cuales lo constituyen y a los cuales constituye. Es decir, que toda persona tiene diferentes sistemas donde se desenvuelve, desarrollando así sus maneras de actuar, pensar y sentir según lo aprendido en el medio externo.

En el caso de los ideales de belleza, se evidencia la relación bidireccional entre los sistemas y los individuos ya que estos ideales son creados por la sociedad, la cultura y las creencias. Sin embargo estos grupos son conformados por los mismos seres humanos quienes desarrollan estas ideas y estas formas de convivencia, creando así la interacción entre sistemas.

7.2 Cumplimiento de objetivos

A lo largo de esta investigación se pudieron establecer cuáles son los principales factores de presión social que influyen en la búsqueda de imagen corporal en adolescentes mujeres. Como se señaló desde un principio los principales factores son:

- La influencia de los pares

- La influencia de la familia
- La influencia de los medios de comunicación
- La influencia del sentido de pertenencia a grupos sociales

Es importante señalar, que cada uno de estos factores se divide en sub grupos ya que cada uno tiene categorías que ejercen presión. Por ejemplo dentro del grupo de pares se encuentran los hombres y las mujeres. Se pudo encontrar que los hombres son quienes ejercen mayor presión (83.75% para mujeres y 78.75% para hombres), aunque las mujeres también lo hagan (53.75% para mujeres y 81.25% para hombres). En el segundo grupo, la familia, se pudo concluir que las madres son quienes influyen más en las adolescentes para alcanzar ideales de belleza (53.75% para hombres y mujeres), seguido de los otros miembros de la familia nuclear (32.50% en mujeres y 21.25% en hombres). En cuanto al grupo de medios de comunicación se pudo inferir que las revistas son el medio que más peso tiene en cuanto a la presión que ejercen en las adolescentes (65% de mujeres y 40% de hombres). Finalmente respecto al sentido de pertenencia a grupos, se evidenció que mientras más bonita es una mujer, más aceptación de la sociedad en general puede obtener (87.50% de mujeres y 96.25% de hombres).

A lo largo de la investigación se pudo cumplir adecuadamente con los objetivos. A continuación se abordará cada uno de ellos, realizando una profundización en los resultados obtenidos..

El objetivo general de la investigación fue, *identificar los factores de presión social que influyen en la búsqueda de la imagen corporal ideal en adolescentes mujeres*. Este objetivo fue cumplido en excelencia ya que se pudo identificar de manera clara y con sustento teórico que los cinco factores de presión principales para los adolescentes los constituían la familia, los hombres, las mujeres, los medios de comunicación, y la necesidad de pertenencia a grupos sociales. En base a este hallazgo se pudo desarrollar de manera efectiva la investigación ya que esta fue la base que guió el estudio.

En cuanto al primer objetivo específico, *describir la percepción de los adolescentes respecto a la necesidad de las mujeres de alcanzar los ideales de imagen corporal en la actualidad*, se encontraron varios aspectos interesantes. Uno de ellos fue que las necesidades de las mujeres no son únicamente a nivel físico, sino que para ser consideradas como bellas es importante tener una buena personalidad. Este es un tema que dio un vuelco a la investigación ya que se pretendía encontrar que lo considerado como belleza para los adolescentes abarca principalmente el aspecto físico de la mujer. Sin embargo esto fue bastante enriquecedor ya que se pudo tomar a la investigación de una manera más integral.

Este hallazgo es bastante importante ya que se pudo verificar la idea de que la metodología cuantitativa puede llegar a tener ciertos limitantes. Es importante entender que no siempre, como en éste caso, el tema a estudiarse va a tener una sola conclusión o respuesta específica, sino que puede llegar a ser una cosa y otra cosa a la vez. Por ejemplo en esta investigación se puede observar que hay momentos en que los adolescentes consideran a la belleza como un tema netamente físico mientras que muchas otras veces demuestran que las principales características de la belleza en las mujeres se basan en niveles internos y de personalidad.

En esta investigación se puede encontrar una clara ambivalencia en los resultados, sin embargo esto afirma una vez más el tema cultural antes discutido; el cual indica que la sociedad latinoamericana tiene a ser barroca. No es una cultura cerrada que busca una sola respuesta, más bien todo lo contrario, tiende a la flexibilidad en cuanto a los estereotipos de belleza previamente planteados. Claro está, que depende del ambiente y ámbito donde se desenvuelva el sujeto o agente de estudio para aceptar un tipo o una categorización de belleza.

Se puede considerar que el objetivo es cumplido ya que se pudo verificar las necesidades de las mujeres adolescentes en un cien por ciento. No obstante es

necesario recalcar que las necesidades no abarcan únicamente el aspecto físico ni las necesidades de alcanzar una imagen corporal ideal; sino que se enfocan en un aspecto más profundo, el cual viene a ser la belleza ideal (vista desde una construcción cultural y social), y todos los aspectos que este tema abarca, incluyendo la personalidad, el físico, lo emocional, etc.

Respecto al segundo objetivo específico, *conocer qué tipo de presión respecto a la belleza influye más en las adolescentes para querer alcanzar ideales de belleza*, no se encontró ningún factor que influyera más que otro o que ejerciera mayor presión que otro significativamente ya que son temas bastante diferentes y por lo tanto cada uno de ellos actúa de forma distinta. Es decir que los resultados que se obtuvieron para poder responder a este objetivo es que en términos generales ningún factor de presión social puede ejercer mayor presión o menor presión, sino que todos los factores presionan de diferente manera según la persona que esté siendo expuesta a estos factores y la manera que ésta los percibe. No obstante, al momento de hacer una observación más profunda en los datos se puede ver que hay una leve diferencia en cuanto a los factores de presión, donde los factores que causarían mayor presión son los pares y la necesidad de pertenencia a grupos sociales con una media de 3.7 en ambos casos, mientras que la familia presentó una media de 2.9 y los medios de comunicación 3.4. Es importante aclarar que la diferencia que se ve entre los datos es realmente ligera por lo cual no afecta a las conclusiones ni hallazgos expuestos.

Por otro lado, cada factor está constituido por categorías o sub grupos y en cada factor se destaca una categoría que causa mayor presión que las demás de ese mismo grupo.

Finalmente en cuanto al tercer y último objetivo, *comparar la percepción de hombres y mujeres adolescentes respecto al ideal de belleza femenina en la sociedad*, se logró cumplir con este objetivo adecuadamente ya que se pudo concluir que no hay diferencia significativa entre el pensamiento de hombres y

mujeres respecto a los ideales de belleza femenina ya que ambos sexos consideran a la belleza física ideal dentro de parámetros de la delgadez, sin llegar a niveles de flaqueza extremos, sino que por lo general buscan mujeres con curvas y bien proporcionadas (42.50% en mujeres y 55% en hombres). Sin embargo ambos sexos difieren en lo que se cree que buscan los hombres en una mujer ya que las mujeres señalan que los hombres se sienten atraídos principalmente por mujeres atractivas físicamente con una puntaje de 117, mientras los hombres dicen que se fijan principalmente en la personalidad de una mujer con un puntaje de 125.

Como ya se explicó anteriormente uno de los resultados inesperados dentro de la investigación fue que los adolescentes pensaran que la belleza no abarca únicamente el aspecto físico sino también la personalidad de la mujer. Es decir, que una mujer puede ser considerada bella por tener una agradable personalidad. Este fue un resultado que produjo un gran cambio ya que gran parte de las preguntas del cuestionario e incluso el primer objetivo específico fue planteado en base a la belleza externa más no a la parte interna de las mujeres. A partir de ese hallazgo se tuvo que considerar a las demás preguntas del cuestionario y a los resultados que contenían la palabra belleza, sin ninguna especificación posterior, como preguntas que abarcaban tanto el aspecto físico como lo personal.

Las hipótesis al ser planteadas de una manera bastante específica, con datos concisos, fueron cumplidas pero no en su totalidad.

Así en la primera hipótesis (existe diferencia estadística significativa respecto a lo que piensan los hombres y las mujeres acerca de la belleza femenina), se pudo ver que si se encontró divergencia entre el pensamiento masculino y el femenino en algunos aspectos, sin embargo no hubo datos significativos que lo comprobaran, por lo tanto la hipótesis se cumple pero no al cien por ciento.

En cuanto a la segunda hipótesis (la presión respecto a la belleza femenina proviene principalmente de mujer a mujer más que de hombre a mujer), se puede ver que quedó anulada. Una razón por la cual esto sucedió puede ser que la hipótesis no fue realizada con el suficiente sustento teórico sino que se tomó principalmente de ideas que pueden responder a prejuicios, sin una investigación profunda para la creación de la misma.

Referente a la tercera hipótesis (la búsqueda de ideales de belleza en la mujer se da en mayor grado debido a tipos de presión como la publicidad y el sentido de pertenencia a grupos sociales), se pudo observar que únicamente uno de los factores de presión mencionados en la hipótesis se puede considerar como el más influyente, éste es la necesidad de pertenencia a grupos, sin embargo la diferencia con los otros factores no es significativa. Se puede deducir entonces, que la hipótesis es aprobada en una parte pero negada en otra ya que el otro factor que presenta una diferencia leve es el de los pares. Esto pudo haberse dado, al igual que la anterior hipótesis por una falta de revisión teórica y por dejarse llevar por los estereotipos y estigmas de la sociedad.

7.3 Alcances y Limitaciones del estudio

Al finalizar este trabajo de investigación se encuentran algunos alcances del estudio, como por ejemplo:

- Se pudo entablar relaciones directas con adolescentes para conocer su manera de pensar acerca de la belleza.
- Los estudiantes estuvieron prestos a participar, brindando la información necesaria en todos los aspectos de la investigación.
- La realización de los grupos focales lograron llevar a la investigación a un nivel de estudio más profundo donde se pudo obtener datos más certeros y reales.

- Hubo la oportunidad de realizar una prueba piloto del cuestionario previa a la investigación para comprobar su efectividad y tener la opción de realizar ajustes oportunos.
- Los cuestionarios aplicados a la muestra contuvieron información brindada por los mismos adolescentes en el grupo focal, lo cual proveía fundamentos sustentados. De esta manera se logró contar con datos objetivos y evitar sesgo de información.
- La bibliografía sustenta adecuadamente la información recopilada y los resultados obtenidos en la investigación de campo.
- Se pudo aclarar que no existe un solo tipo de presión social que afecte de manera definitiva a las adolescentes respecto a los ideales de belleza, sino que hay varios factores que se deben tomar en cuenta y deben ser considerados para prevención futura.
- Se pudo aclarar que la concepción de belleza, para los adolescentes, no es un término que abarca únicamente el aspecto físico sino también la personalidad y características internas de las mujeres, lo cual llevó a tener una perspectiva integral del tema estudiado.
- Se evidenció que no existe diferencia significativa entre hombres y mujeres respecto a su pensamiento acerca de la belleza, todos tienen ideas relativamente similares, con ciertas diferencias.

En cuanto a las limitaciones que se encontraron a lo largo de este trabajo de investigación se pudo observar que:

- Existieron leves divergencias en la organización de cronograma con el Colegio participante.
- No hubo apertura de parte de la institución educativa para ir personalmente a aplicar los cuestionarios, se habría podido observar las reacciones de los alumnos ante las preguntas planteadas y se pudo haber aclarado algunas dudas acerca de las mismas.
- Hubieron algunos cambios en el planteamiento inicial de la investigación, (previa inscripción al plan de tesis), debido a la publicación de

información personal de los alumnos. Por ejemplo tuvo que anularse de la investigación el tema de trastornos alimenticios ya que podía resultar invasivo y causar resistencias en los alumnos.

- Algunos de los objetivos específicos no estuvieron correctamente planteados, por lo que resultó complejo la realización del análisis, resultados y comprobación de las hipótesis establecidas en un inicio.
- Se puede encontrar una clara limitación en la metodología cuantitativa ya que éste método de estudio pretende encontrar una sola respuesta a las interrogantes, sin embargo es claro que en la investigación se encuentran dos formas en las que los adolescentes conciben a la belleza (físico y personalidad), dependiendo de con quién, cuando y donde se desenvuelvan. Esta es una idea ambivalente en un inicio sin embargo es aceptada por las construcciones culturales a nivel de Latinoamérica.

7.4 Recomendaciones

- Es importante tener conciencia que la sociedad influye en gran manera para que los individuos adquieran ciertos comportamientos. Por lo tanto, es sustancial que las personas como miembros de la sociedad puedan manejar la información que se presenta a los adolescentes de manera clara y con la información necesaria para una educación completa con datos reales acerca de distintos temas, entre ellos los ideales de belleza.
- Así también, se recomienda que la sociedad aprenda a manejar las imágenes y publicidad que presentan los medios de comunicación, ya que son expuestas con poca censura ante cualquier persona.
- Es importante que los padres incentiven a la creación de una autoaceptación en los niños para evitar sentimientos de inseguridad y baja autoestima, lo cual puede llevar a alteraciones graves en los hijos que se refleje en su inconformidad con su apariencia física.
- Es recomendable que los padres tengan una buena comunicación y entablen buenas relaciones con sus hijos, para de esta manera poder

educar acerca de temas de belleza con la confianza necesaria, valorando la belleza interna sobre la externa.

- Para los estudiantes, es recomendable que si existieran inquietudes o dudas acerca de la información sobre belleza que reciben a diario, se las comuniquen a un adulto, sea dentro de la escuela o dentro de casa para clarificarlas.
- Si los adolescentes sienten que el querer cumplir con ideales de belleza está afectándoles a nivel físico o psicológico es importante que consulte con un especialista para evitar caer en trastornos de la conducta alimenticia.
- Es importante que los adolescentes tengan en cuenta que la belleza estereotipada es falsa y por lo tanto nunca puede ser alcanzada en su totalidad.
- Se recomienda que los colegios hablen con los chicos de temas de ideales de belleza y de la información que reciben a diario acerca de lo que es la belleza, para evitar que se entienda como un tema netamente externo, donde lo físico es lo único importante.
- Es recomendable realizar talleres educativos y didácticos dentro del colegio de manera constante, con la finalidad de diagnosticar si existe algún problema alimenticio en algún alumno.
- Para futuras investigaciones, se recomienda plantear mayor cantidad de preguntas proyectivas en el cuestionario para evitar que los adolescentes den respuestas que entran en lo que está socialmente aceptado en las preguntas que son directas.
- Se recomienda también coordinar con suficiente anterioridad los horarios con las instituciones donde se va a realizar el estudio para que no existan momentos de desorganización ni apuros.
- Por otro lado, es importante recomendar que en estudios futuros se pueda hacer una comparación de los datos no solo a nivel de género sino a nivel de estrato socio- económico y de nivel educativo.

8. REFERENCIAS

- Aguado, P. (2011). Dove, contra la industria de la belleza y la moda. *Suite 101*, pp. 1-2. Recuperado el 12/08/2012 de, <http://suite101.net/article/dovecontra-la-industria-de-la-belleza-y-de-la-moda-a41552>
- Amar, J., Abello, R. y Acosta, C. (2003). Factores Protectores: Un aporte investigativo desde la Psicología comunitaria de la salud. *Psicología desde el Caribe*, 011, pp. 107-121. Recuperado el 19/01/12 de, <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/html/213/21301108/21301108.html>
- Baile, J. y Ruiz, Y. (s.f.). El efecto de los medios de comunicación en la autoestima de chicas adolescentes, un estudio en el contexto de los trastornos alimenticios. *Revista de humanidades "cuadernos del marqués de San Adrián"*, pp. 1-6. Recuperado el 08/08/2012 de, http://www.quned.es/mvg/archivos_publicos/qweb_paginas/239/revista6-articulo1.pdf
- Baron, R. y Byrne, D. (2005). *Psicología Social*. (10ª ed.). Madrid, España: Pearson Prentice Hall.
- Basow, S. (1992). *Gender: stereotypes and roles*. (3ª ed.). California, Estados Unidos: Brooks/Cole Pub. Co.
- Behar, R. (2010). La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria. *Revista Chilena de neuro-psiquiatria*, 48 (4), pp.319-334. Recuperado el 29/11/11 de, http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-92272010000500007&script=sci_arttext
- Bertalanffy, L. (1976). *Teoría General de los Sistemas*. (1ª ed.). México D.F., México: Fondo de cultura económica.
- Bordo, S. (1993). El feminismo, la cultura occidental y el cuerpo. *La Ventana*, (14), pp. 7-20, 79-81. Recuperado el 09/05/13 de, <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/laventan/Ventana14/14-1.pdf>

- Caride, A. y Trillo, F. (s.f). El paradigma ecológico en la investigación didáctica, p. 341. Recuperado el 19/01/12 de, http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:20163&dsID=paradigma_ecologico.pdf
- Casanova, E. (2008). No hay mujer fea. Conceptos de la belleza entre las adolescentes guayaquileñas, pp. 291-307. Recuperado el 28/04/2013 de, www.flacso.org.ec/biblio/catalog/resGet.php?resId=40748
- Cruzat, C., Ramírez, P., Melipillán, R. y Marzolo, P. (2008). Trastornos alimentarios y funcionamiento familiar percibido en una muestra de estudiantes secundarias de la Comuna de Concepción, Chile. *Psykhé*, 17 (1), pp. 81-90. Recuperado el 15/08/2012 de, http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-22282008000100008&script=sci_arttext
- De la Serna, I. (2004). Alteraciones de la imagen corporal. *Monografías de psiquiatría*, 16 (2), pp. 1,2. Recuperado el 08/08/2012 de, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1148300>
- Echeverry, J. (2011). La belleza y la autoestima de los niños. *Suite 101*, pp. 1-3. Recuperado el 15/08/2012 de, <http://suite101.net/article/la-belleza-y-la-autoestima-de-los-ninos-a49881>
- Eco, U. (2007). *Historia de la belleza*. (8ª ed.). Italia: Lumen.
- Espinoza, J. (2001). *Psicología Diferencial: variedad de las personalidades humanas* (1ª ed.). Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Facchini, M. (2006). La preocupación por el peso y la figura corporal en las niñas y adolescentes actuales: ¿de dónde proviene? *Archivos Argentinos de pediatría*, 104(4), pp. 345-350. Recuperado el 7/03/2012 de, http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0325-00752006000400012.
- Ferreras, E. (2007). La autoestima. *Canales de mecánica y electricidad*, pp. 54-60. Recuperado el 20/08/2012 de, https://www.icaei.es/publicaciones/anales_get.php?id=1447
- Figueras, M. (2008). Mediación social en adolescentes femeninas: revistas juveniles y grupo de iguales. *Universitat Pompeu Fabra*, pp. 115-132.

- Recuperado el 20/08/2012 de,
<http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS2/Indice/FiguerasMaz/figuerasmaz.html>
- García, L. y Garita, E. (2007). Relación entre la satisfacción con la imagen corporal, autoconcepto físico, índice de masa corporal y factores socioculturales en mujeres adolescentes costarricenses. *Revista de Ciencias del ejercicio y la salud*, 5(1), pp. 9-18. Recuperado el 15/08/12 de,
<http://www.edufi.ucr.ac.cr/pdf/512007/Garcia%20&%20Garita%202007.pdf>
- Guang, E. *Apéndice A: La teoría de los sistemas generales*, pp. 159-160.
- Hamermesh, D. y Biddle, J. (2002). La belleza y el mercado de trabajo. *Economía y Desarrollo*, 1 (2), pp. 43-70. Recuperado el 15/08/2012 de,
http://www.fuac.edu.co/download/revista_economica/volumen_1n1/2-capitulo.pdf
- Hesse- Biber. S. (2007) *The cult of thinnes*. (2a ed.). Estados Unidos: oxford University Press, Inc.
- Kelly, G. (2001). *Psicología de los constructos personales*. Barcelona, España: Paidós.
- Larrain, M., Camus, J., Orellana, Y., y Arrieta, M. (2008). Estimación de la validez de constructo y consistencia interna de la escala de impacto de las imágenes femeninas presentadas por los medios de comunicación sobre adolescentes mujeres. *Terapia psicológica*, 27(1), pp. 27-39. Recuperado el 20/03/12 de,
http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48082009000100003
- López, G. (2007). Belleza y Simetría: una historia de preferencia cultural. *Congreso de Buenos Aires*, pp. 318-321. Recuperado el 20/08/2012 de,
<http://www.mi.sanu.ac.rs/vismath/BA2007/sym64.pdf>
- Marco- Merino, S. (s.f.). La influencia familiar y su impacto en la aparición de tres factores de riesgo en los trastornos de la conducta alimentaria. *Universidad de las Américas de México*, pp. 1-5. Recuperado el 08/08/2012 de,

http://admin.udla.mx/mrs/index.php?option=com_content&view=article&id=85&catid=6&lang=es&Itemid=21

- Martínez, D. y Veiga, O. (2007). Insatisfacción corporal en adolescentes: relaciones con la actividad física e índice de masa corporal. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 7 (27), pp. 253-265. Recuperado el 08/08/2012 de, <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista27/artinsatisfaccion41e.htm>
- Montaño, I. (2004). Belleza, Imagen Corporal y Psicopatología. *5to Congreso Virtual de Psiquiatría*, p. 1. Recuperado el 01/12/11 de, http://www.psiquiatria.com/bibliopsiquis/bitstream/10401/2876/1/interpsiquis_2004_15091.pdf
- Montero, M. (2004). *Introducción a la psicología comunitaria*. (1ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Montero, P., Morales, E. y Carbajal, A. (2004). Valoración de la percepción de la imagen corporal mediante modelos anatómicos. *Antropo*, 4, pp. 107-116. Recuperado el 20/03/12 de, <http://www.didac.ehu.es/antropo/8/8-8/Montero.pdf>
- Moreno, M. y Ortiz, G. (2009). Trastorno alimentario y su relación con la imagen corporal y la autoestima en adolescentes. *Terapia Psicológica*, 27 (2), pp. 181-188. Recuperado el 12/08/2012 de, <http://www.scielo.cl/pdf/terpsicol/v27n2/art04.pdf>
- Moscoso, J. (2011). *Reinventando cuerpos: Construcción de estereotipos de belleza a partir del "peso ideal"*. Quito, Ecuador: Abya Yala.
- Murawsky, B., Elizathe, L. y Rutzstein, G. (s.f). Hábitos alimentarios e insatisfacción con la imagen corporal. Un estudio comparativo entre mujeres y varones estudiantes de escuelas secundarias. *Secretaría de investigaciones, facultad de psicología UBA*, 16, pp. 65-69. Recuperado el 20/03/12 de, http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-16862009000100006&script=sci_arttext
- Pérez- Gil, S., y Romero, G. (2010). Imagen corporal en mujeres de tres zonas rurales de México: percepción y deseo. *Salud Pública de México*, 52, pp.

- 111-118. Recuperado el 20/03/12 de, <http://www.scielo.org.mx/pdf/spm/v52n2/v52n2a02.pdf>
- Punset, E. (2010). *El viaje al amor: Nuevas claves científicas*. (1ª ed.). Barcelona, España: Destino.
- Ramos, L. y Díaz, G. (s.f.). Belleza y salud. *Hospital Provincial Universitario "Arnaldo Milán Castro"*, pp. 1-4. Recuperado el 20/08/2012 de, http://www.actamedica.sld.cu/r1_08/pdf/belleza.pdf
- Salinas, D. (2011). Los medios de comunicación, los ideales de belleza y la manifestación de anorexia. *Punto Cero*, 16 (23), pp. 18-24. Recuperado el 12/08/2012 de, <http://ucbconocimiento.ucbcbba.edu.bo/index.php/rpc/article/view/689/656>
- Schultz, D. y Schultz, S. (2002). *Teorías de la Personalidad*. (7ª ed.). México D.F, México: Thomson.
- Swami, V. y Tovée, MJ. (2012). The Impact of Psychological Stress on Men's Judgements of Female Body Size. *PLOS ONE* 7(8), pp. 1-10. Recuperado el 1/11/12 de, <http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0042593>
- Torres, R. (2007). Revistas de moda y belleza: El contenido al servicio de la forma bella. *Ámbitos*, 16, pp. 213-225. Recuperado el 9/12/11 de, http://grupo.us.es/grehcco/ambitos_16/11torres.pdf
- Valdés, A. (2007). *Familia y desarrollo: Intervenciones en terapia familiar*. México D.F: México: El Manual Moderno.
- Valverde, P., Rivera, F., y Moreno, C. (2010). Diferencias de sexo en imagen corporal, control de peso e Índice de Masa Corporal de los adolescentes españoles. *Psicothema*, 22 (1), pp. 77-82. Recuperado el 20/08/2012 de, <http://www.psicothema.com/resumen.asp?id=3699>
- Webster, A. (2007). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. (3ª ed). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Wolf, N. (2002). *The beauty myth*. New York: Harper Perennial.

9. ANEXOS

9.1 Anexo 1: Guion de preguntas grupo focal de hombres

Como están. Soy Daniela Alava

Con la ayuda del colegio estamos realizando un proyecto de investigación de tesis para graduarnos de psicólogas clínicas en la UDLA

El tema que estamos investigando es: la manera en que la presión social influye en los ideales de belleza en mujeres adolescentes.

En este momento lo que vamos a hacer es un grupo focal, es decir una entrevista en grupo que nos ayudará a recaudar información para el siguiente paso de la investigación que es un cuestionario que les vamos a pasar al resto de sus compañeros.

Tenemos algunas preguntas principales que guiarán nuestra conversación durante 40 minutos aproximadamente.

Su opinión y respuestas son muy importantes para el desarrollo adecuado de esta investigación por lo que les pedimos respondan con la mayor sinceridad posible.

Les recordamos que no hay preguntas correctas ni incorrectas y que todo lo que se diga dentro de este grupo será trabajado de manera confidencial.

Preguntas:

1. ¿Qué es la belleza?
2. ¿Qué es la fealdad?
3. ¿Qué es un ideal?
4. ¿Qué es la presión social?
5. ¿Qué es para ustedes la belleza en una mujer?
6. ¿Por qué creen que últimamente se habla tanto de trastornos alimenticios?
7. ¿Qué tipo de cosas creen que puede ejercer presión a las mujeres para cumplir ideales de belleza?
8. ¿Cuál es el mensaje que envían los medios de comunicación en relación a la belleza femenina?
 - a. ¿Qué tan frecuente se reciben los mensajes?

- b. ¿Qué tipos de medios los emiten?
- 9. ¿Creen que las opiniones y comentarios de otras personas, acerca de cómo se ven las mujeres las molesta?
 - a. ¿Viniendo de quién creen que afectan más?
 - b. ¿Con qué fin creen que lo hacen esas personas?
- 10. ¿Qué esperan de la apariencia de su pareja?
- 11. ¿Qué creen que se espera de la apariencia de los hombres?
- 12. ¿Cuál sería una persona pública que consideran una mujer ideal? ¿Por qué?

- 13. ¿Cuáles son los pros y contras de una mujer guapa ante la sociedad?
- 14. ¿Cuáles son los pros y contras de una mujer fea ante la sociedad?
- 15. ¿Qué tan común creen que las mujeres quieran alcanzar ideales de belleza? ¿Con qué fines?

Hemos culminado con las preguntas. Les agradezco mucho por su tiempo y sus respuestas las cuales han sido muy valiosas.

Buenos días.

9.2 Anexo 2: Guion de preguntas grupo focal de mujeres

Como están, soy Daniela Alava. Con la ayuda del colegio estamos realizando un proyecto de investigación de tesis para graduarnos de psicólogas clínicas en la UDLA.

El tema que estamos investigando es: la manera en que la presión social influye en los ideales de belleza en mujeres adolescentes..

En este momento lo que vamos a hacer es un grupo focal, es decir una entrevista en grupo que nos ayudará a recaudar información para el siguiente paso de la investigación que es un cuestionario que les vamos a pasar al resto de sus compañeros.

Tenemos algunas preguntas principales que guiarán nuestra conversación durante 40 minutos aproximadamente.

Su opinión y respuestas son muy importantes para el desarrollo adecuado de esta investigación por lo que les pedimos respondan con la mayor sinceridad posible.

Les recordamos que no hay preguntas correctas ni incorrectas y que todo lo que se diga dentro de este grupo será trabajado de manera confidencial.

Preguntas:

1. ¿Qué es la belleza?
2. ¿Qué es la fealdad?
3. ¿Qué es para ustedes la belleza femenina?
4. ¿Qué es un ideal?
5. ¿Qué opinan de los ideales de imagen corporal en la actualidad?
6. ¿Qué es la presión social?

7. ¿Qué tipo de cosas creen que puede ejercer presión a las mujeres para cumplir ideales de belleza?
8. ¿Qué opinan acerca de los trastornos alimenticios en la actualidad?
9. ¿Cuál es el mensaje que envían los medios de comunicación en relación a la belleza?
 - a. ¿Qué tan frecuente se reciben los mensajes?
 - b. ¿Qué tipos de medios los emiten?
10. ¿Las opiniones y comentarios acerca de cómo se ven molestan?
 - a. ¿Quiénes envían este tipo de comentarios?
 - b. ¿Con qué fin creen que lo hacen?
 - c. ¿Cómo reaccionan ustedes ante estos comentarios? (sentimientos, pensamientos).
11. ¿Qué piensan acerca de las marcas de ropa que fabrican principalmente tallas pequeñas?
12. ¿Qué creen que esperan los hombres de la apariencia de las mujeres?
13. ¿Qué esperan las mujeres de la apariencia de los hombres?
14. ¿Alguna vez has tenido modelos a seguir famosos? ¿Quiénes? ¿Por qué?
15. ¿Cuáles son los pros y contras de ser bellas ante la sociedad?
16. ¿Cuáles son los pros y contras de las mujeres feas?
17. ¿Qué tan común creen que las mujeres quieran alcanzar ideales de belleza? ¿Con qué fines?

Hemos culminado con las preguntas. Les agradezco mucho por su tiempo y sus respuestas las cuales han sido muy valiosas. Buenos días.

9.3 Anexo 3: Modelo de cuestionario aplicado a la muestra



ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES – PSICOLOGÍA

ENCUESTA:

Esta encuesta es parte del proceso de desarrollo de tesis de una estudiante de la carrera de Psicología de la UDLA. El tema a tratar es: La presión social como factor influyente en la imagen corporal ideal en mujeres adolescentes.

Esta encuesta es anónima. No existen respuestas buenas o malas, lo que se busca es conocer lo que las personas sienten y piensan en relación al tema de estudio, por ello se solicita de favor que las preguntas sean contestadas con sinceridad.

Por favor encierra en un círculo la respuesta que mejor refleje tu forma de pensar y complementa tu respuesta cuando se pida alguna información adicional. Tu información será muy útil a ésta investigación.

Muchas gracias.

EDAD: _____

CURSO: _____

SEXO: M / F

1. La belleza de una mujer se refleja principalmente en:

- | | |
|---------------------------------|--------------------|
| a) El Físico | d) La personalidad |
| b) Los sentimientos y emociones | |
| c) La apariencia | e) Otro _____ |

2. ¿Cuál de las siguientes alternativas piensas que define mejor a una mujer considerada como fea?

- | | |
|---------------|----------------|
| a) Antipática | d) Gorda |
| b) Agradable | |
| c) Flaca | e) Otro: _____ |

Explica tu respuesta:

3. ¿Cuál crees que es la mejor alternativa para que una mujer tenga un cuerpo ideal?
- a) Hacer deportes
 - b) Operándose
 - c) Hacer dietas
 - d) Otra:
-
4. ¿Cuál consideras es la razón principal por la que las mujeres sufren trastornos alimenticios (anorexia, bulimia)?
- a) Son superficiales
 - b) No se aceptan como son
 - c) Quieren verse lindas para el resto
 - d) Son inseguras
5. ¿Para qué crees que las mujeres se arreglan y maquillan?
- a) Para ellas sentirse lindas
 - b) Para que su pareja las vea lindas
 - c) Para que sus amigas las vean lindas
6. ¿Cuál de las siguientes opciones consideras que influye más en las mujeres para querer ser bellas?
- a) Cumplir un estándar de belleza
 - b) Atraer a hombres
 - c) Ser parte de un grupo social
 - d) Sentirse bien con ellas mismas
7. Piensas que las mujeres seleccionan la ropa que usan para:
- a) Lucirla ante los hombres
 - b) Estar a la moda
 - c) Mostrar su figura ante los demás
 - d) Únicamente vestirse
 - e) Verse atractivas ellas mismas
8. ¿Cómo calificarías la influencia de los espacios publicitarios (propagandas) en las mujeres?

- a) Positiva
b) No influye
- c) Negativa

¿Por qué? _____

9. Consideras que las modelos de las revistas, son en su mayoría:

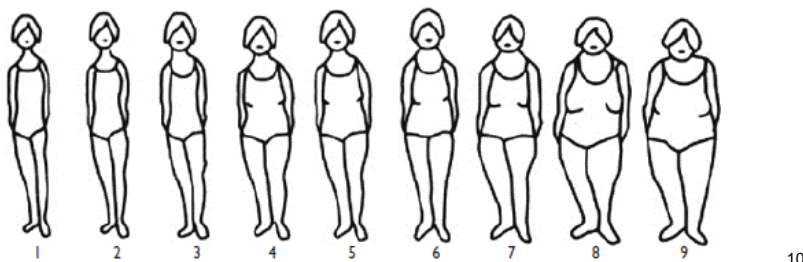
- a) Naturales
b) Retocadas

Explica tu respuesta: _____

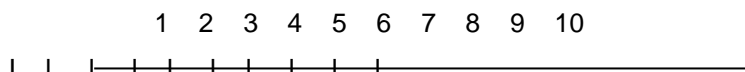
10. ¿Cuál consideras que es el medio de comunicación que emite más mensajes acerca de la belleza femenina?

- a) Televisión
b) Internet
c) Radio
- d) Revistas
e) Otro: _____

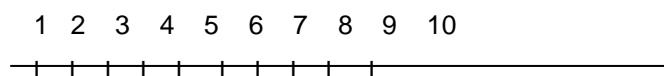
11. ¿Para ti, cuál de estas imágenes consideras que se adapta más a lo que es un ideal de belleza? (encierra el número debajo de la figura)



12. En una escala del 1 al 10 (siendo 1= nada y 10= mucho) ¿Cuánto crees que las mujeres juzgan a otras mujeres por su apariencia?



13. En una escala del 1 al 10 (siendo 1= nada y 10= mucho) ¿Cuánto crees que los hombres juzgan a las mujeres por su apariencia?



14. ¿Cuánto crees que afecta a las mujeres lo que los hombres piensen sobre ellas?

- | | |
|----------|---------|
| a) Mucho | c) Poco |
| b) Algo | d) Nada |

15. ¿Cuánto crees que las amigas influyen en como las mujeres se quieren ver?

- | | |
|----------|---------|
| a) Mucho | c) Poco |
| b) Algo | d) Nada |

16. ¿Qué características crees que buscan los hombres en una mujer ideal?
(enumera del 1 al 4 según el nivel de importancia siendo 1= mas importante y 4= menos importante).

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Personalidad | <input type="checkbox"/> Nivel de popularidad |
| <input type="checkbox"/> Cuerpo | <input type="checkbox"/> Facciones |

17. En cuanto al cuerpo, ¿qué tipo de mujeres consideras que los hombres prefieren?

- | | |
|-----------------|-------------|
| a) Muy delgadas | d) Rellenas |
| b) Delgadas | e) Gordas |
| c) Con curvas | |

18. ¿Qué tanto consideras que puede influenciar la familia en las mujeres para querer alcanzar ideales de belleza?

- | | |
|----------|---------|
| a) Mucho | d) Poco |
| b) Algo | e) Nada |

19. ¿Qué miembro de la familia puede influenciar más en la belleza femenina?

- | | |
|------------------------|--------------------|
| a) Padre | d) Tios o tias |
| b) Madre | e) Primos o primas |
| c) Hermanos o hermanas | f) Otro _____ |

20. ¿Crees que ser bonita ayuda a entablar relaciones sociales?

- | | |
|-------|-------|
| a) Si | b) No |
|-------|-------|

¿Por qué? _____

21. ¿Crees que las personas bonitas son más aceptadas en nuestra sociedad?

- | | |
|-------|-------|
| a) Si | b) No |
|-------|-------|

¿Por qué? _____

¡GRACIAS POR TU COLABORACION!

9.4 Anexo 4: Autorización y consentimiento informado

Por motivos de confidencialidad y de preservación de datos, no se ha adjuntado la autorización para realizar la investigación en el Colegio participante, de igual manera el consentimiento informado otorgado por la institución. Sin embargo la autora posee estos documentos en caso que se necesitaran. Se debe tomar en cuenta que los datos que pudieran identificar a la institución o a los participantes son reservados, por lo tanto no es posible que se manejen de manera pública.

9.5 Anexo 5: Nota de información entregada al colegio, dirigida a los padres de familia.

Estimados padres de familia:

La presente tiene la finalidad de informar a ustedes que los alumnos de 3ero y 4to curso, sección nacional, participarán como parte de la muestra de una tesis realizada por una estudiante de la UDLA, quien está realizando dicha investigación para obtener el título universitario de Psicóloga Clínica. El título del estudio es, “Mientras más flaca más bonita”: La presión social como factor influyente en la imagen corporal ideal en adolescentes mujeres.

Su hijo participará respondiendo a un cuestionario realizado por la estudiante, los datos personales de los estudiantes no serán revelados en ningún momento durante la investigación por lo que se asegura una total confidencialidad de la información.

Agradeciendo la atención a la presente,

Daniela Alava C.

Estudiante UDLA