



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
IZTACALA

**PERSPECTIVA DE GENERO Y
TRASTORNO DE LA
IMAGEN CORPORAL**

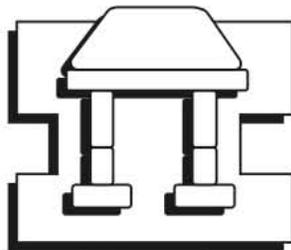
REPORTE DE INVESTIGACION

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN PSICOLOGIA

P R E S E N T A :

ALATRISTE VALAY ANA LILIA



IZTACALA

ASESORES:
PATRICIA TRUJANO RUIZ
CARLOS NAVA QUIROZ
GILBERTO LIMON ARCE

LOS REYES IZTACALA, EDO. DE MEXICO 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis asesores:

Dra. Patricia Trujano Ruiz

Dr. Carlos Nava Quiroz

Dr. Gilberto Limón Arce

No tengo palabras para agradecerles el que hayan compartido conmigo su experiencia profesional y sus conocimientos. Por su paciencia, su tiempo, su dedicación y su apoyo incondicional para que este proyecto sea ya una realidad y por convertirse en un ejemplo a seguir para mí... GRACIAS.

A mis padres:

“Por su excelente ejercicio en la difícil profesión de ser padres”

A mi madre:

Gracias por ser la mejor madre del mundo, por ser siempre mi amiga, mi compañera, mi confidente y mi mejor maestra de vida TE AMO.

A mi padre:

Te amo papá y a ti te agradezco que sin saber, hayas forjado este carácter en mí pues me ha servido para salir adelante en muchas situaciones de la vida. Gracias por esforzarte siempre por darme lo mejor y por tu cariño.

A mi hermano:

Carlos a ti más que a nadie le dedico este primer logro de mi vida, pues lo hice pensando en ti y en que solo basta esforzarse para alcanzar lo que uno se propone. Gracias por ser un hermano tan lindo y por apoyarme y abrazarme fuerte cuando lo necesito. Te amo hermanito.

A mi familia:

Tías, tíos, primos (as) y todos aquellos que han estado conmigo en buenas y malas, por su cariño y apoyo siempre incondicional, gracias... Los quiero.

A mis amigas y amigos:

Definitivamente una de las cosas más difíciles es poder expresar en palabras el cariño inmenso que alguien puede inspirarnos y sobre todo hacerlo lo necesario para que nunca haga falta. Los quiero a todos

Sonia y Lucero:

Siempre serán mis hermanas de vida, saben que las amo inmensamente, que siempre agradeceré por cada segundo de su compañía y por haberlas encontrado en mi camino. Eternamente... gracias.

Eduardo:

Por compartir parte de tu vida conmigo, por estar a mi lado en estos momentos, por dejarte y hacerte querer y sobre todo por saber contagiarme tu optimismo ante la vida....Te quiero.

Amigas y compañeras de profesión:

Por compartir este largo pero gratificante camino de tropiezos y dichas profesionales y personales. Las quiero muchísimo Lila, Isa y Sofi gracias por hacer de los momentos difíciles los más amenos de mi vida.

ÍNDICE

Resumen.....	3
Introducción.....	4
Capítulo 1. Género y violencia	
1.1 ¿Qué es la perspectiva de género?.....	7
1.2 Violencia de género.....	9
1.3 La violencia ejercida por los medios de comunicación masiva.....	12
Capítulo 2. Imagen corporal	
2.1 Trastorno de la imagen corporal.....	15
2.2 El trastorno de la imagen corporal y el género masculino.....	19
2.3 Aceptación y críticas sociales.....	23
2.4 Culto hacia la delgadez: “Un cuerpo delgado no siempre es un cuerpo sano”.....	27
2.5 Hombres y mujeres en la sociedad de consumo: “El imperio de las marcas”.....	29
Capítulo 3. Perspectiva de género y trastorno de la imagen corporal	
3.1 Planteamiento.....	34
3.2 Objetivos.....	35
3.3 Método.....	36
3.4 Instrumentos.....	36
3.5 Procedimiento.....	37
Capítulo 4. Resultados	
Capítulo 5. Discusión	

Capítulo 6. Conclusiones

Bibliografía.....55

Anexos.....59

RESUMEN

El presente trabajo es un reporte de investigación que forma parte del proyecto “Imagen Corporal y Género”, aplicado simultáneamente a 600 niños y niñas en Gerona, España y 600 en México D.F., con edades comprendidas entre los 9 y 12 años. Partiendo de la base de datos de la muestra mexicana, el tramo de dicha investigación que aquí presentamos tuvo como objetivo realizar una comparación por género de la muestra, segmentando los componentes de los diferentes instrumentos utilizados para encontrar las posibles diferencias en autoestima corporal, autoestima general y actitudes hacia la alimentación, así como de la imagen real, ideal, social y futura entre niñas y niños. Se encontró que existen diferencias de género estadísticamente significativas, que demuestran que el género femenino sigue siendo el más susceptible de sufrir un trastorno de imagen corporal pues observamos que las chicas (a pesar de su corta edad), mostraron tener mayor preocupación por su imagen, así como sufrir repercusiones en su autoestima tanto general como corporal, además de una inquietud constante por sus actitudes alimentarias en una clara búsqueda e idealización del culto a la delgadez extrema. No obstante, se subraya el hecho de que dichas diferencias de género son cada vez menores, lo cual deja de manifiesto la tendencia actual de los hombres desde la preadolescencia, de comenzar a mostrar una creciente preocupación por su apariencia física.

INTRODUCCIÓN

“La perspectiva de género permite enfocar, analizar y comprender las características que definen a mujeres y hombres de manera específica, así como sus semejanzas y sus diferencias: desde esta perspectiva se analizan las posibilidades vitales de unas y otros, el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, y las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros; también los conflictos institucionales y cotidianos que deben encarar, y las múltiples maneras en que lo hacen” (Benhabib y Cornel, 1990; p.17). En palabras de Trujano, (2005), “la perspectiva de género se centra en la investigación del proceso de formación de los individuos como hombres y mujeres, así como de todos los elementos que intervienen en este, y refiere a aspectos de identidad, roles, estereotipos, asimetrías y en general, a la construcción social subyacente”. A partir de estas premisas, en el primer capítulo se aborda de manera breve el surgimiento y definición de esta perspectiva, así como algunos temas que son tratados desde ese punto de vista como la violencia de género y la violencia ejercida por los medios de comunicación: este último tema incluido en el primer capítulo, resulta muy interesante al trabajarlo y podría dar mucho más para poder seguir analizando la influencia que ejercen los medios con respecto al Trastorno de la Imagen Corporal (TIC), ya que son estos los que con frecuencia hacen eco de esta problemática, incluso con cierta carga sensacionalista. Mientras que por otro lado y de manera contradictoria, siguen transmitiendo mensajes de productos “milagrosos” para el control de peso, cremas, maquillajes, cirugías y ejercicios excesivos, como métodos para conseguir el ideal de delgadez que rige la moda actual; pero también de comida chatarra (como frituras) y pre-cocinada (pizzas y hamburguesas) con muy bajo contenido nutricional.

Así, en el capítulo 2, visto también desde la perspectiva de género, se aborda el tema central del presente estudio, la imagen corporal y el trastorno de la misma, entendido como una alteración en la que se da una sobrevaloración, acentuación y/o un culto exagerado por la imagen corporal, sin considerar las consecuencias que se pueden generar, producido por una compleja interacción de factores que pueden incluir entre otros, trastornos emocionales y de la personalidad, presiones familiares, una posible sensibilidad

genética o biológica, y el vivir en una cultura occidentalizada en la cual hay una sobreabundancia de comida y una obsesión por la delgadez. Es también en este capítulo donde se percibe la gran necesidad de realizar más investigaciones centradas en la prevención, específicamente si consideramos que en la actualidad los niños y niñas comienzan desde temprana edad a ser blanco de la presión social y de la mercadotecnia.

En este contexto, considero importante resaltar la influencia sociocultural que existe en nuestros días con respecto a los estereotipos de belleza que han sido impuestos no a un solo género, sino a ambos (femenino y masculino), llevando inscrito un patrón de violencia y presión social sobre los mismos. Un ejemplo de ello, es que se sigue educando a las niñas en la preocupación por su cuerpo e imagen corporal, peinado, vestidos, cremas y maquillajes, para ser “bellas” como vehículo de aceptación social. Estos factores socioculturales han hecho que algunos de los pre-adolescentes y adolescentes estén insatisfechos con su cuerpo. Adelgazar para ser atractivas (os) y estar en forma, suele ser la exigencia ineludible para no pocas chicas y chicos. Muchos se sienten descontentos consigo mismos, incomprendidos y con baja autoestima, pudiendo desencadenar trastornos más serios como los alimentarios (anorexia y bulimia), cuadros depresivos, etcétera.

De acuerdo a lo anterior, en el capítulo 3, mostramos que esta investigación hace aportaciones con respecto al estudio del TIC en preadolescentes, pues nuestra evidencia señala que este trastorno está empezando a manifestarse en los niños (as), contrario a lo que se había sugerido tiempo atrás, cuando se creía que estas alteraciones eran propias de los jóvenes y adultos (principalmente mujeres), teniendo como consecuencia una escasez en los estudios realizados con infantes.

Consideramos de gran importancia que se siga trabajando con este tema y en especial con la población a la que ha sido dedicada este estudio, ya que, como se vio reflejado en nuestros resultados, los preadolescentes (ambos géneros) son grupos con una gran susceptibilidad a experimentar algún trastorno de imagen que los pueda conducir al mismo tiempo a sufrir consecuencias que, incluso, pueden resultar fatales. Al mismo tiempo, al trabajar con los niños y adolescentes se estarían promoviendo para el futuro

generaciones más informadas sobre el tema, lo que a largo plazo estaría también asegurando el futuro de padres que logren identificar los factores que provocan el trastorno de imagen corporal para, de este modo, lograr una oportuna prevención.

Algunas alternativas que proponemos incluyen:

1. Analizar y descartar las imágenes basura del consumo y mirar al propio cuerpo, "mi cuerpo" o el "cuerpo del otro" como valor singular con sus formas y sus realidades en el aquí y el ahora con actitud objetiva. Se podría trabajar con programas de prevención en el ámbito escolar, familiar y social.
2. Enseñar a los niños y jóvenes en la familia y los centros escolares a llevar una vida saludable inculcándoles conocimientos y hábitos de alimentación sana y de actividad física adecuada a sus facultades y características personales.
3. Evitar proponerles metas estéticas inalcanzables, sensibilidad o constitución física, ya que ello podría producir una disminución de su autoestima y llevarles a experimentar sentimientos profundos de frustración, que podrían intentar compensar con intentos constantes y exagerados para perder peso y estar físicamente "más atractivo".

Vigilar especialmente a la denominada "población de alto riesgo" en el padecimiento de estos trastornos. Tratar de contrarrestar la presión de los medios de comunicación social (prensa, radio, televisión...) en torno a las dietas, el adelgazamiento y los cuerpos perfectos.

CAPÍTULO 1. GÉNERO Y VIOLENCIA

1.1 *¿Qué es la perspectiva de género?*

Insatisfechas con algunos planteamientos, a mediados de la década de los ochentas, un grupo de feministas y organizaciones de mujeres articularon una nueva propuesta, denominada enfoque de género, que aspiró a generar autoconciencia en las mujeres sobre sus propias capacidades, permitiéndoles, de esta manera, influir en el equilibrio en las correlaciones de poder. El cuestionamiento de la visión de desarrollo imperante y la necesidad de crear una conciencia feminista colectiva son las bases de este planteamiento que tuvo, en un primer momento, una aceptación marginal pero que, sin embargo, se convirtió en la década siguiente en un elemento clave para el logro de la equidad de género.

“La perspectiva de género permite enfocar, analizar y comprender las características que definen a mujeres y hombres de manera específica, así como sus semejanzas y sus diferencias: desde esta perspectiva se analizan las posibilidades vitales de unas y otros, el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, y las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros; también los conflictos institucionales y cotidianos que deben encarar, y las múltiples maneras en que lo hacen” (Benhabib y Cornel, 1990; p.17).

En el proceso de consolidación de la perspectiva de género han venido desempeñando un papel importante diferentes actores, tales como: los grupos feministas, los organismos internacionales, las organizaciones no gubernamentales, las académicas y las mujeres que ocupaban cargos públicos (Acosta, 1994).

A partir de los años 80, en el campo de los estudios de género algunas corrientes se han dado a la tarea de definir y diferenciar el significado de “género y sexo”. Siguiendo esta perspectiva, se ha establecido una diferencia conceptual entre género, sexo y sexualidad.

Por "género" se entiende una dimensión relacional que tiene que ver con factores tanto psicológicos como sociales, tal es el caso de los roles de género, prescritos socialmente, que se actualizan en expectativas relacionales acerca de los comportamientos que esperan mujeres y varones con respecto a sí mismos y al otro género; por otro lado, se encuentran las identidades psicológicas, construidas por procesos de identidad en el transcurso de la socialización de las personas.

Por sexo se entienden los componentes biológicos de los cuerpos que comienzan a desarrollarse desde el momento de la concepción fisiológica. Asimismo, por sexualidad nos referimos a diferentes aspectos relacionados con elección de pareja, comportamientos sexuales, etcétera.

Resumiendo, nos referimos al género, ya sea este femenino o masculino, en lugar de sexo femenino o masculino, cuando hablamos de las características de la mujer o del hombre, que son determinadas socialmente; estas características o roles que se les asigna a cada género, son un conjunto de reglas y normas, aprendidas, reforzadas y sancionadas dentro de la sociedad, de la cual el hombre y la mujer forman parte. El sexo por lo tanto, sirve para hablar de las diferencias biológicas, y el género, cuando se refiere a las estructuras sociales, culturales o psicológicas que lo construyen.

Al respecto, Trujano, Martínez y Benítez (2002) han resumido en su artículo "*Violencia hacia el varón*", que hace tiempo, el hablar de género en primera instancia era considerado como aplicar un término cuyo objetivo parecía estar enfocado sólo al logro de la autonomía femenina, además de hacer aparentar que el ser mujer implicaba ya de por sí un sello de inferioridad y de opresión. No obstante, agregan también que la modificación en el empleo de este término ha servido para explicar que muchas de nuestras actitudes y comportamientos los hemos aprendido y ejercido a través de la cultura. Algo que podríamos agregar, es que a través de esta perspectiva, se ha abierto la posibilidad de discutir la vinculación de las mujeres y los varones, comprendida dentro de un proceso de relación en un contexto compartido.

Por su parte, Benhabib y Cornel (1990) hablan de la síntesis de género, como una minuta entre la teoría y la perspectiva del mismo, es decir, enmarcan esta perspectiva como una estructura a partir de la ética que conduce a la filosofía posthumanista, que consiste en la afirmación de la diversidad de géneros como parte complementaria de una comunidad humana diversa, equitativa, igualitaria, justa y democrática. Asimismo, hacen el siguiente planteamiento: “El dominio de género produce la opresión de género, y que ambos son obstáculos en esa construcción” (p.17).

Aunado a lo ya mencionado, uno de los temas abordados por esta perspectiva y que se tratará a continuación, “la violencia de género”, se cree es producida como consecuencia de las desigualdades entre los géneros, generalmente por parte del hombre hacia la mujer, pero incluso puede darse en sentido inverso.

1.2 Violencia de género

Con respecto al concepto de género como ya hemos visto, lo concebimos entonces como un constructo sociocultural, que se erige a partir de las diferencias biológicas de las personas, y que cruza todas nuestras relaciones sociales y personales. Por tanto, como expresa Lamas (en Arango, León y Viveros, 1995), el género es una especie de "filtro" con el cual interpretamos el mundo y a nosotros mismos y también una especie de armadura con la que constreñimos nuestra vida. Ahí confluyen, “desde los estereotipos culturales del género hasta las primeras sensaciones corporales y relaciones afectivas, pasando por las transformaciones de la historia personal y las vivencias relativas a la ubicación social del sujeto (clase social, etnia, edad)” (Fuller, 1997; p. 18)

Al construir el concepto de violencia basada en el género, estamos haciendo interactuar dos variables que tienen el común denominador de sustentarse de raíces tanto históricas como culturales, es decir, la violencia entendida como una estrategia orientada al control y al dominio del otro mediante el ejercicio del poder; y el género comprendido como una construcción crucial que define lo masculino y lo femenino a partir de estereotipos tradicionales.

Foucault (1984; citado en Marshall, 1990) señala que existen redes sociales en las cuales el poder circula, y que el ejercicio del poder se fue modificando a lo largo de la historia. Antiguamente se ejercía el poder sobre la totalidad de la sociedad, pero al complejizarse la red de relaciones hay elementos que se escapan a su control; se hace necesario, entonces, un nuevo mecanismo que controle las cosas y las personas en cada detalle, de esta forma el poder se ejerce sobre el individuo y no sobre el cuerpo social en su totalidad.

Por su parte Trujano, (1997; en Trujano, 2001), se refiere a la violencia de género como “un fenómeno que caracteriza a la época actual por sus altos niveles de incidencia” y agrega que “dentro del seno familiar, su presencia preocupa al extremo de generar numerosos estudios que intentan descifrar por qué este sistema que se supone debe ser una fuente de apoyo y amor llega a convertirse en un espacio de ejercicio de poder, irradiando frecuentemente a los miembros más vulnerables, como los niños, los ancianos y las mujeres” (p.30).

Lamas (1996) señala que para que sea posible lograr un desarrollo social igualitario y no autoritario, es menester hacer exclusión de cualquier tipo de trato discriminatorio contra cualquier comunidad o grupo. Añade: “en el caso específico de las mujeres, la mitad de la población, se ha vuelto una necesidad impostergable del gobierno (federal, estatal y municipal) el diseño de políticas que tomen en cuenta las condicionantes culturales, económicas y sociopolíticas que favorecen la discriminación femenina. Estas condicionantes no son causadas por la biología, sino por las ideas y prejuicios sociales, que están entrelazadas en el género. O sea, por el aprendizaje social” (p. 367).

En cuanto a la violencia ejercida por la sociedad por medio de los estereotipos que se han venido dando gracias a la división entre rasgos y capacidades tradicionalmente considerados femeninos y masculinos, ésta suele basarse algunas veces en la suposición de que algunas tareas o actitudes son propias de un género e impropias del otro, pero no se forma a partir de la reflexión, sino que generalmente se consolida a partir de la observación directa de los niños acerca de la actividad y personalidad de su madre y su padre. Sin embargo, este encasillamiento resulta cada vez más alejado de la realidad social actual, que

podemos considerar una etapa de transición en la que los aspectos tradicionalmente masculinos se empiezan a valorar mucho en las mujeres profesionales, y en donde los varones están teniendo que aprender a desarrollar aspectos antes considerados femeninos.

No obstante todavía los estereotipos masculinos y femeninos tradicionales actúan eficientemente para justificar como natural la diferenciación de roles por género. A su vez, dicha diferenciación de roles va propiciando la inhibición de capacidades y/o estimulando el desarrollo de otras. Como una profecía auto-cumplida, los roles de género y los estereotipos elaborados respecto de hombres y mujeres se alimentan permanentemente. Las niñas y los niños desde muy temprana edad van siendo formados para el desempeño de aquellos roles asignados socialmente y que se les van inculcando.

“Algunos estereotipos son, por ejemplo, que las mujeres son débiles y pasivas, suaves e intuitivas, mientras que los hombres son activos, agresivos, racionales, etcétera” (Espino y Azar, 2002)

Con tal énfasis social en prototipos rígidos y hasta absurdos, como lo es el estar esquelético o lucir siempre joven (sin importar la edad), no es extraño que el hecho de tener un cuerpo que no cumpla los criterios sociales sea motivo de angustia para aquellas personas que son susceptibles a tener un trastorno de la imagen corporal, tal es el caso de algunos niños/as y jóvenes de ambos géneros. Sin duda, ser físicamente diferentes al modelo ideal tiene consecuencias sociales. Una de las mayores “desventajas” de las diferencias físicas es la actitud de aquéllos que consideran que las personas físicamente diferentes son de algún modo “especiales”. Esto puede afectar a su imagen corporal y al concepto que cada uno tiene de sí mismo. De igual forma, aquellas personas con trastorno de la imagen pueden ser sumamente sensibles a las reacciones de los demás y, por consiguiente, “sentirse acomplejadas”, lo cual las podría llevar en casos extremos a tener acciones que podrían desencadenar en graves consecuencias, como podría ser sufrir algún tipo de trastorno de la alimentación, depresión, adicción, etcétera.

1.3 La violencia ejercida por los medios de comunicación masiva

Como ya se mencionó, la violencia de género se refiere no únicamente al tipo de abuso que identificamos como físico, los golpes, o las heridas, sino que en un sentido más amplio, también incluye al tipo de violencia que se da cuando se ataca la integridad emocional y/o psicológica de una persona por no apearse al estereotipo tradicional esperado. Algunos de los factores desencadenantes de un tipo de violencia de género, son los criterios y valores estético-culturales relativos al cuerpo femenino y/o masculino, influidos por la cultura de la delgadez (Toro, 1996).

Si bien es cierto que algunos medios de comunicación masiva proporcionan a la sociedad un espacio de diversión, esparcimiento, educación e información, también lo es el hecho de que paralelamente ofrecen imágenes corporales que fomentan conductas que pueden desencadenar trastornos de la imagen en poblaciones vulnerables.

La publicidad es un medio que se ha valido de procedimientos persuasivos para acercar los productos del mercado a los que los expertos del comercio y vendedores consideran sus clientes potenciales. Según la definición de Kotler (1993), “es una herramienta de comercialización de la iniciativa privada porque es una forma costo-eficiencia para difundir mensajes ya sea para crear preferencias de marca o para motivar a los consumidores a que consuman” (p. 667). Referirse a la publicidad y a las representaciones y símbolos culturales que están detrás de ella, nos incita a adentrarnos a un continente de procedimientos, técnicas, manejo de imagen, de ideas y estereotipos que se articulan con el único objetivo de persuadir y/o estimular a la gente a desear adquirir un producto. Máxime si estamos inmersos dentro del contexto de una economía globalizada, con un mercado fragmentado, una economía dominada por la oferta, y clientes cada vez más exigentes; la publicidad se convierte, entonces, en el vehículo de comunicación más importante (estereotipos masculinos:

http://www.europofem.org/02.info/22contri/2.05.es/2es.masc/66es_mas.htm).

La publicidad se ha convertido en un poderoso medio de transmisión de imágenes; tiene la capacidad de crear y recrear los deseos y expectativas de las personas, generando su mercado potencial. Hoy en día, los medios de comunicación masiva y la publicidad, se han dedicado no solamente a crear la imagen del producto que desean vender, sino más bien, se han encargado de transmitir la imagen de quién quieren que sea el usuario de su producto, luego entonces, la imagen que se vende no es la de un producto, sino la de un consumidor estereotipo.

Es sabido que con el transcurso de los años, los medios de comunicación en general, pero en particular los medios audiovisuales como la televisión y el video, han experimentado cambios sustanciales en cuanto a sus contenidos. De este modo, se ha pasado de una época en la que, tanto en la pequeña como en la gran pantalla, predominaba la mesura y se difundía un mensaje moralizante y defensor de las «buenas costumbres», a un período en el que proliferan escenas de contenido erótico, por lo general combinadas con otras altamente violentas y todas ellas acompañadas de imágenes estereotipadas, ya sean femeninas o masculinas. La utilización de la imagen de la mujer como objeto erótico, por ejemplo, no es precisamente un fenómeno reciente; resulta evidente que las mujeres hermosas siempre han ocupado un lugar especial en las fantasías del género masculino y que los mensajes promocionales han utilizado este hecho para incorporar al estímulo del placer el estímulo del consumo. Al mismo tiempo, son los jóvenes en su mayoría, quienes con la finalidad de pertenecer y/o ser aceptados en ciertos grupos sociales, se vuelven más vulnerables a la presión que se genera en estos medios, ya que pareciera que en la actualidad la condición para pertenecer a un núcleo social sólo se rige por las características físicas con las que se cuenta y, de no ser así, entonces con la capacidad para hacer lo que sea por lograrlo, incluso en ocasiones arriesgar hasta la propia vida.

Al respecto, Baudet, Péan y Gauquelin (1977) opinan que los modelos estéticos están lejos de ser los mismos de un país a otro y de una a otra época, y muchas mujeres buscan acomodarse a ellos, incluso si su tipo morfopsicológico está, por naturaleza, alejado de ellos.

Sin embargo, cada vez es mayor la brecha entre la realidad y el campo ideal. Así, la delgadez se transforma más que en una expresión de un modelo social, en un producto vendido con exagerada insistencia a través de los medios de comunicación. Además, en esta sociedad de consumo donde el modelo de delgadez se vende como un producto más y siempre como sinónimo de éxito, las y los jóvenes reciben otro mensaje contradictorio que promueve el consumo de alimentos: "fast food", gaseosas, golosinas, cada vez más tentadores pero de poco valor nutritivo y de alto valor engordante. Víctima de todos estos mensajes los jóvenes quedan en muchos casos atrapados en este engaño que le tiende la cultura reinante.

De acuerdo con lo anterior, se entiende que el mensaje profundo de la publicidad, es que a este mundo se ha venido para consumir y gozar consumiendo, y, sin duda, modificar esta dinámica parece bastante difícil. En esta situación, los adultos deberían actuar a modo de filtro crítico para prevenir a los niños contra el reduccionismo en el que queda atrapada la imagen de la mujer y, cada vez más, también la del hombre en estos mensajes.

Es así como podemos resumir que para evitar que consecuencias graves se vean reflejadas en la salud de una sociedad bombardeada constantemente por la comunicación masiva, debemos poner especial atención en los ámbitos donde este ataque puede ser reforzado y mantenido, contribuyendo a que algunas personas estén en riesgo, por ejemplo, en el entorno familiar, la sociedad, y grupos de individuos con determinados rasgos de personalidad.

CAPÍTULO 2. IMAGEN CORPORAL

2.1 Trastorno de la imagen corporal

Hoy en día, definir la belleza en forma estricta y en la sociedad actual es complejo, pues se trata de un concepto muy particular que se aloja en los seres humanos y que se gesta en la cultura popular o en los medios de comunicación. La presión social de la cultura occidental, y de la mayoría de las culturas, juega sin duda alguna, como ya hemos visto un papel primordial en desencadenar un trastorno de la imagen corporal. Por un lado, la publicidad impulsa fuertemente los programas de reducción de peso y presenta jóvenes modelos anoréxicas como el paradigma del deseo sexual; por el otro, los medios de comunicación inundan al público con anuncios de comida basura. La ropa se diseña para cuerpos delgados, pese a que pocas mujeres podrían llevarla apropiadamente, y aunque aquellas que basan su propio sentido en la aprobación externa y el aspecto físico son las que tienen un riesgo más alto de padecer un trastorno de la conducta alimenticia, pocas personas son inmunes a esas influencias (Félix, Nachón y Hernández, 2003).

Desde muy jóvenes las representantes del género femenino estamos sometidas a una gran presión para satisfacer cierto ideal de belleza que la moda impone con rigor y sin consideraciones. Es como si una especie de dictadura de la moda exigiera la máxima delgadez, la cual debe ser alcanzada sin reparar en los costos. Para los varones esto mismo ocurre, aunque en menor medida. En nuestra sociedad se enaltece la belleza, la juventud, el vigor y la salud. Resulta casi imposible ver televisión, ver una película o leer una revista y no encontrar modelos o actores idealizados representando lo que supuestamente es la perfección física y material. Nos enseñan a creer que el aspecto lo es todo; que al tener suficientes cosas materiales y perfectas (el cuerpo perfecto, la ropa perfecta, el auto perfecto) seremos felices, tendremos éxito y nos sentiremos realizados. Por lo tanto, se pone más énfasis en lo que tenemos que en lo que somos.

Como ya se ha dicho, los niños y los adolescentes tampoco están exentos de esta situación, pues en su afán por integrarse a ese mundo de competencia donde lo más

importante es el aparentar, sobre valorando y acentuando un culto exagerado por la imagen corporal, sin importar las consecuencias que estos pueden generar en la población consumidora, hacen lo posible por integrarse a él sin importar que parte de esos altos costos por cubrir las exigencias de los cánones de belleza que nos marca la sociedad, puede ser el correr el riesgo de sufrir el trastorno de la imagen corporal y quizá como consecuencia de ello, atravesar por el doloroso proceso de algún trastorno de la alimentación.

El trastorno de la imagen corporal, es producido por una compleja interacción de factores, que pueden incluir trastornos emocionales y de la personalidad, presiones familiares, una posible sensibilidad genética o biológica y el vivir en una cultura occidentalizada en la cual hay una sobreabundancia de comida y una obsesión por la delgadez, entre otros.

En la imagen corporal, se distinguen tres componentes interrelacionados: los pensamientos y las emociones, la percepción de las dimensiones corporales, y los comportamientos relacionados con este. Bruchon Schweitzer, (1972; en Gómez, 1997) concibe la imagen corporal como una configuración global o como un conjunto de representación de percepciones, sentimientos y actitudes que el individuo elabora con respecto a su cuerpo durante su existencia y a través de diversas experiencias. Este cuerpo y su percepción son referidos con frecuencia a estándares de belleza y de rol; concluye que la imagen corporal es casi siempre una expresión evaluativa.

Otro factor es el social, siendo importante señalar como lo hace Raich (2000), que a pesar de que todos vivimos sumergidos en la misma cultura, no nos vemos afectados en la misma manera ni en la misma magnitud. Algunas personas demuestran que no se ven afectadas ni por la presión cultural, ni por las burlas que pueden haber sufrido, ni por tener pecas o acné, ni incluso por tener algún defecto desfigurador. Por una parte, sabemos que son personas que tienen una sólida autoestima...son quienes tienen una baja autoestima los que tienden a sentirse inadecuados y pueden sucumbir fácilmente a las presiones sociales o de las personas cercanas (p.75). Asimismo, Raich (2004), tras analizar los resultados

observados en sus diferentes estudios ha llegado a la conclusión de que la presión por la estética es muy superior en las mujeres que en los hombres y que presentan mayor insatisfacción al valorar su apariencia en todas las áreas.

Sin embargo, actualmente una de las imposiciones culturales más dañinas para ciertos grupos, ha sido el mandato determinante de hacer dieta y controlar estrictamente el peso para satisfacer normas irreales de delgadez. Muchas mujeres y hombres jóvenes se encuentran dominadas (os) por un ideal de cuerpo que no coincide con las formas reales que posee la mayoría en nuestra sociedad. Como consecuencia de ello muchos jóvenes entre los 12 y los 26 años están insatisfechos con su silueta, y se sienten culpables de comer aunque sean porciones razonables. Se someten así a dietas no balanceadas y sin control médico que pueden desembocar directamente en una serie de síntomas, como comer por atracones y sufrir abruptos cambios en el estado anímico. Como ya se ha visto en el capítulo anterior, el ideal de delgadez extrema ha penetrado tanto en nuestro sistema de valores, que muchos de los síntomas de los desórdenes de la alimentación no son considerados anormales para la gente común y contrario a lo que se pudiera pensar, este tipo de trastorno no se desarrolla sólo en personas con perturbaciones de personalidad o problemas familiares.

Pero no sólo se trata de la esbeltez corporal. También el rostro, la piel, el tamaño de los senos, el perfil, hasta la forma de las orejas, la línea del vientre, del cuello, de la barbilla y de los pómulos, etcétera, todo es objeto de un detallado escrutinio para detectar cuál de ellos es posible mejorar con la acción certera y eficaz (aunque no siempre es así) de un bisturí, de una liposucción o de una inyección de colágeno. De esta forma, la cirugía estética (o cosmética) se nos ofrece también en la actualidad como la panacea para resolver cualquier insatisfacción respecto del rostro o del cuerpo, siempre que existan los medios económicos para hacerlo y se superen temores ante riesgos posibles.

Gómez (1999), señala que compararse con ideales muy elevados puede ser devastador, ya que puede llevar a sentimientos de poca valía personal y desarrollo de desórdenes alimenticios; además es muy importante que el ideal de belleza que tenga una

persona esté relacionado con un nivel de belleza que corresponda al grupo étnico al cual se pertenece, para así evitar una comparación poco realista que tenga un efecto negativo sobre la autoestima del sujeto. Por otro lado, un alto nivel de autoestima proveerá una protección general frente a un ideal de atractivo físico muy elevado y poco realista lo que hará que la persona tenga una mejor evaluación de sí misma al compararse con ideales más alcanzables.

No aceptarse como persona, tener una baja autoestima, falta de seguridad, ser demasiado perfeccionista, tener autoexigencias desmedidas, preocuparse en exceso por lo que los demás piensen de uno, percibir que se tiene poco control sobre la propia vida y ser poco habilidosos en las relaciones sociales, son algunos de los factores psicológicos que pueden desembocar en el trastorno de la imagen corporal, o como ya se ha mencionado, en algún trastorno de la alimentación como la anorexia o la bulimia (siendo estos dos los más conocidos), así como también pueden influir otras causas de tipo sociocultural como: experiencias de fracaso, conflictos interpersonales, separaciones / divorcios, cambios de colegio, cambios de cultura, etcétera.

Dentro de los trastornos del comer o llamados trastornos de la conducta alimenticia, generalmente se encuentran la desnutrición, la anorexia nerviosa, la bulimia nerviosa y la obesidad (Gurenllan, 2002; en Félix, Nachón y Hernández, 2003). La bulimia nerviosa, que es más común, describe un ciclo de atascamiento y de purgación. La anorexia nerviosa es un estado de inanición (hambre) y adelgazamiento, que puede ser realizado con seguir una dieta severa o con purgar; y finalmente, la obesidad, que se refiere al sobre-peso corporal (Williams y Knight, 1994; en Galván 1999).

Bulimia y anorexia suelen compartir características comunes: la depresión, la ocultación y una obsesión con la pérdida de peso, pero difieren en gravedad, rasgos de personalidad y en otros factores. Estos no son trastornos nuevos. Las descripciones de auto-inanición se han encontrado en redacciones medievales y la anorexia nerviosa fue definida por primera vez como un problema médico en 1873 (Abraham y Llewellyn-Jones, 1994).

La belleza femenina produce riqueza, las modelos y actrices de nuestro siglo requieren cumplir con una serie de características físicas que les permitan alcanzar unos estereotipos de belleza, delgadas, guapas, aniñadas, etcétera. La cirugía estética está contribuyendo a la creación de estos estereotipos, ya que cuando una actriz o modelo necesitan retocar una parte de su cuerpo para encajar aún más en el modelo de belleza preconcebido acuden a estas técnicas. El resultado de esta estandarización de mujeres son problemas psicológicos en una parte de la población, ya que en muchos casos la belleza de estas mujeres no es real, y por tanto es inalcanzable, lo que puede provocar importantes trastornos.

Además, la belleza en la sociedad actual se impone como el valor más importante; ser guapo o guapa abre puertas, y al contrario, carecer de atractivos físicos cierra posibilidades a los jóvenes. Las personas no deben madurar, deben permanecer eternamente jóvenes y cuidar sus físicos al mínimo detalle.

Podemos concluir en este momento en relación a la imagen corporal, que es necesario que las personas puedan críticamente alejarse de la tentación de buscar un ideal de belleza culturalmente impuesto, para poder aceptarse de acuerdo a su edad, y características particulares; especialmente si consideramos que las personas con baja autoestima son más susceptibles a la comparación social y a la influencia de los estereotipos publicitarios.

2.2 El trastorno de la imagen corporal y el género masculino

Hasta esta parte, hemos comprendido que el concepto de imagen corporal en tanto representación física y cognoscitiva del cuerpo, implica e incluye actitudes de aceptación y rechazo, y ha sido clave para comprender la influencia de los medios de comunicación masiva en las personas.

Los medios contribuyen a la representación social del "cuerpo ideal" ofreciendo ejemplos de "hombres y mujeres atractivos" (modelos, actrices, cantantes, etcétera) que proporcionan un referente con el cual los individuos de ambos géneros establecen comparaciones. El problema surge cuando el "cuerpo ideal" se vuelve cada vez más homogéneo en su delgadez induciendo mayor presión en ellos, quienes perciben sus cuerpos comparativamente como "más gordos" y "más pesados", "menos atractivos,"

"menos sensuales" con relación a las imágenes mediáticas que se ofrecen diariamente. Como ya hemos visto también, el discurso de opciones que nos ofrecen las imágenes globalizadas, es cada vez más estereotipado no sólo en tanto propuesta de belleza física, sino de etnia, raza, clase social, etcétera, lo que vehicula las definiciones culturales de "belleza" y "atractivo físico" asociadas con ideas de éxito.

Ahora bien, cuando hablamos de cómo este problema afecta también al género masculino, es preciso comenzar diferenciando los roles con respecto a la masculinidad o masculinidades, de los estereotipos de género. Los roles aluden a lo que los hombres son, a sus conductas, actitudes y condiciones. Los estereotipos, en cambio, a lo que la gente piensa que es típico de los hombres.

La identidad masculina se configuró hasta hace poco en términos de competitividad y poder. Rasgos como el miedo, las lágrimas, el dolor o cualquier manifestación extrema de sensibilidad, no tenían cabida en el estereotipo del hombre de los siglos pasados. Hoy, los mismos han empezado a darle un vuelco a su imagen.

Sin embargo, son los estereotipos, los que cuentan para las agencias publicitarias; luego entonces, la imagen del consumidor es un modelo que representa un tipo ideal de personaje con el que identificarse y reconocerse a sí mismo ante los demás; es por consiguiente un estereotipo que funciona como símbolo de admisión a ciertos grupos o comunidades sociales.

En ello precisamente, es en lo que radica el mecanismo de la publicidad, que como ya lo hemos visto, se encarga de crear y recrear imágenes estereotipadas que a su vez generen su correspondencia en el cliente potencial, porque sólo así mostrará la eficacia del mensaje.

Los diferentes tipos de anuncios publicitarios estructuran sus imágenes a partir de estereotipos masculinos y femeninos que existen en la sociedad. Se acercan a la realidad, hasta a veces de manera minuciosa para recoger "bien" los perfiles de hombre y de mujer que están presentes en ella. No importa tanto el producto en sí mismo sino la imagen que se

crea en torno a él. La publicidad no intenta cambiar nada, sino más bien refuerza el estado actual de las cosas.

Con respecto a las diferencias de género, en un estudio realizado por Ballester y Guirado (2004), en donde se analizó la posible existencia de diferencias en cuanto a las actitudes alimenticias de niños y niñas de edades comprendidas entre los 11 y 14 años de edad, se encontró que, en comparación con los niños, las niñas descuidan con mayor frecuencia su alimentación, tendiendo a evitar alimentos que ellas consideran que engordan, también controlan más el peso y tallas, así como su apariencia en general y suelen sentirse muy angustiadas por la propia figura llegando incluso a ser un motivo para llorar por ello.

No obstante, en el mismo artículo se reconoce que el padecimiento de un trastorno de la imagen corporal no es exclusivo del género femenino, admitiendo los propios autores que si bien es cierto que algunos trastornos como la anorexia, por ejemplo, afectan básicamente a las mujeres, también reconocen que aproximadamente “un varón por cada once mujeres, en fase puberal o prepuberal es afectado y que esta cifra en la actualidad va en aumento” (Ballester y Guirado, Op. Cit. p. 7).

Las diferencias entre niños y niñas con respecto a la valoración de lo físico es cada vez mayor en la medida en que avanzan hacia la adolescencia. Estas diferencias son parte del proceso de socialización y obedecen a cánones de belleza culturalmente aceptados. Badinter, (en Burin y Meler, 2000), señala que “los cuerpos masculinos son a la vez poderosos y frágiles. Debido a que de acuerdo con estudios biológicos recientes, constituyen una diferenciación respecto de una feminidad básica común a la especie, son más proclives a padecer trastornos genéticos. A lo largo del crecimiento experimentan más trastornos de la conducta y aprendizaje, y en la adolescencia son las principales víctimas de los accidentes, siendo su expectativa de vida unos siete u ocho años menor respecto de las mujeres” (p. 74)

Culturalmente, a ellos se les presiona para que destaquen en las destrezas físicas, la capacidad para los deportes, la fuerza y la resistencia. En cambio, en las niñas aunque los deportes también son importantes, la belleza y la armonía de los movimientos son mucho más relevantes.

Con respecto a la publicidad y los medios de comunicación masiva, un tema ya tratado con anterioridad, Traversa (1997) apunta que “en la actualidad, las revistas, los anuncios de televisión y de otros medios de comunicación muestran hombres musculosos y extremadamente bien formados y han aumentado en las últimas décadas. Se podría decir incluso, que la exposición de los hombres a los anuncios publicitarios está acercándose al de las mujeres” (p. 239); de la misma forma, esta aproximación también los ha llevado a desencadenar problemas relacionados con su imagen corporal. Ciertamente, es raro encontrarlos, sin embargo es un tema importante de tratar ya que el solo estereotipo de que este trastorno solo afecta a mujeres podría resultar ser un gran inconveniente a la hora de detectar los casos entre los jóvenes preadolescentes y adolescentes del sexo masculino. No obstante, como se puede confirmar por la investigación que respalda este trabajo, cabe señalar que las cifras van en aumento, y que una de las razones por las que se reportan pocos casos dentro del género masculino es precisamente porque es muy difícil diagnosticarlos.

Al mismo tiempo, tradicionalmente la publicidad de productos cosméticos y vestuario invocaba únicamente al género femenino. No obstante, aunque el peso de estas imágenes recaía en la femineidad y en la moda era considerada como la norma, el manejo de escenas con varones ha tenido también un peso importante en los últimos años hasta desembocar, sobre todo a finales de la década de los noventa, en el uso de imágenes manifiestamente masculinas.

Este nuevo hombre, a quien no habían explorado del todo los distintos mercados, a quien periódicos, revistas, medios televisivos, marcas de productos de belleza, marcas de ropa y accesorios, etcétera, le han dedicado varios comentarios y artículos, es ante todo un ser vanidoso, arriesgado en su forma de vestir y sobre todo, alguien dispuesto a involucrarse en aquellas actividades que durante siglos resultaron vedadas para él. Tal es el caso del modelaje, la actuación, y otros más.

Hombres a los que se les ha vendido la idea de que para ser considerado un verdadero hombre, no tiene necesariamente que ser brusco al hablar, privarse de expresar sus emociones, ni dejar de invertir tiempo y atención a su apariencia física (incluyendo el recurso del uso de cosméticos o la cirugía estética).

Podría afirmar hasta este punto, que así como años atrás la liberación femenina le brindó a la mujer la posibilidad de incursionar en áreas que se creían exclusivas para el género masculino, el hombre moderno se ha dado también a la tarea de explorar en los últimos años otros espacios, los cuales se consideraron por siglos pertenecientes sólo a las representantes del género femenino.

2.3 Aceptación y críticas sociales

Las normas sociales alrededor del cuerpo, no son las mismas en todo el planeta ni han sido las mismas incluso en la misma geografía con diferentes tiempos, estos aspectos han sido explorados por algunos autores y por otro lado, se ha estudiado también la parte social que cruza formas de apropiación y autoconcepto, dependiendo de los estratos sociales a los que se pertenece (Aguilera, Alcaráz, Ávila, López, López y Rivera, (1998).

Los estereotipos están también ligados con el concepto que cada persona tiene de sí misma, el cual a su vez se ve influenciado por el contexto social y familiar en el que está inmerso cada individuo. ¿Cómo me veo?, ¿qué tanto me valoro?, ¿qué tanto valoro mis habilidades?, etcétera, son algunos de los mensajes que a diario recibimos en torno a lo familiar y lo social; dependiendo del contenido que lleven estos mensajes, es el nivel de valoración que tendremos, avivando en consecuencia, sentimientos negativos o positivos de lo que somos, (SEP, 2000)

El juicio e imagen de sí mismo se construye en una primera parte por la “fotografía” que entregan los padres sobre la imagen personal. Luego se integran los hermanos, amigos y otras personas importantes en su historia; también influyen, como ya vimos los medios de

comunicación y otros factores de la sociedad. Con estas opiniones el niño va formando su propio juicio y auto-percepción, lo que construirá en un futuro su personalidad.

Los y las preadolescentes y adolescentes, por ejemplo, con sus peculiares características biopsicosociales preocupados por el hoy, por su imagen y sus relaciones con los pares, dan una gran importancia al aspecto físico. Como ya hemos visto, existen estándares de belleza tanto en el género masculino, como en el femenino; los hombres tipificados con unos brazos fuertes, unos hombros anchos, un abdomen plano y bien marcado; las mujeres de senos protuberantes y caderas bien marcadas.

Una apariencia atractiva es considerada por los adolescentes como sinónimo de éxito y, por el contrario, una apariencia poco satisfactoria es sinónimo de fracaso. Lucir bien se ha convertido en el estándar de oro de la sociedad, estar satisfecho con su cuerpo es estar satisfecho con la propia persona. Algunos adolescentes piensan que mejorar la imagen corporal no es mejorar sólo la apariencia, sino que impacta en las relaciones personales con el cuerpo, las creencias, las percepciones, los pensamientos y acciones que pertenecen a la apariencia física y ésta afecta la vida de muchos respecto a la relación con los demás, los sentimientos de autoestima, los sentimientos de autoconfianza, atracción al género opuesto y el éxito.

Hablemos ahora del impacto que puede generar en la juventud el hecho de sentirse o no aceptados por la sociedad. Nuevamente, los medios de comunicación masiva, un tema ya tratado en el presente trabajo, vuelven a hacer acto de presencia cuando se habla de quienes con mayor frecuencia presentan la imagen ideal, a la que se llega con dietas o comidas y actividades físicas especiales. Los trastornos del comportamiento alimentario han sufrido un notable y alarmante incremento durante los últimos años, siendo motivo de una creciente alarma entre la población general y entre los profesionales y científicos que trabajan en esta área. Estos trastornos tienen como puntos comunes el que afectan principalmente a mujeres aunque actualmente también lo hacen a los varones, caracterizándose por la insatisfacción que todos los sujetos que lo padecen muestran por la forma y tamaño de su cuerpo. “Una explicación a esto podría venir de la creciente presión

social por la imagen estética de delgadez, reclamada especialmente para la mujer y que está afectando tanto a la aparición cada año de un mayor número de nuevos casos de estos trastornos, como a la mayor preocupación de las personas de la población general para perder peso” (Ballester y Guirado; 2004, p. 6)

Presentado así, este fenómeno social parecería basarse, entonces, en unas ansias irracionales de buscar la belleza corporal y una juvenil apariencia a cualquier costo. Sin embargo, no hay que ir demasiado lejos para comprender que esta obsesión por la apariencia física que exhibe un número cada vez mayor de mujeres de diversas edades tiene un fundamento muy claro: la construcción social de lo femenino, según la cual, algunas mujeres son valoradas por su aspecto antes que por su intelecto, y donde por ocasiones su cuerpo es visualizado como instrumento de seducción, como objeto sexual que les entrega un cierto poder ante los hombres y ante la sociedad en general. Lo que influye de manera determinante para que se produzca esta distorsión de la imagen corporal, donde el nivel de la autoestima depende en primer lugar del aspecto físico externo (López, Mancilla, Álvarez y Vázquez, 2002-2003).

En ocasiones y dadas las presiones culturales para conseguir o mantener la delgadez, no es difícil de entender cómo algunas mujeres, llegan a concluir por ejemplo, que sus fracasos personales están relacionadas solo con su peso, o que ser absolutamente delgadas puede mejorar probablemente su autoestima. Respecto a este tema, González, López, Gil y Valdez (2000), definen autoestima como lo que contiene la imagen que la persona tiene de sí misma y de sus relaciones con su medio ambiente, y por otra parte su jerarquía de valores y objetivos meta. Afirman también que la autoestima, puede presentar consecuencias sociales al grado de que si esta es saludable fundamenta una percepción vital y una competencia emocional que va a reflejarse tanto en la calidad de vida como en las relaciones; añaden que de lo contrario, una baja autoestima se encuentra presente en una gran parte de los diagnósticos psiquiátricos y por tanto en relaciones disfuncionales con el entorno (American Psychiatric Association, 1987; en González et al, 2000). A su vez, Raich, (2000) describe cómo una imagen corporal negativa estará asociada con frecuencia a una autoestima más negativa así como a sentimientos de ineficacia, manteniendo esta situación una correlación constante de: a mayor insatisfacción corporal, menor autoestima.

Pues el atractivo físico, como ya se ha planteado, representa en la actualidad una fuente de grandes influencias sociales, que en la vasta mayoría de los casos operan a favor de la persona considerada físicamente atractiva, según los cánones de belleza en la cultura que se encuentra. El atractivo físico también es un factor que favorece el acceso a diversos escenarios sociales como por ejemplo, una persona atractiva tiene mayores posibilidades de ingresar a un bar y beber, aún siendo menor de edad, con menor probabilidad de que le sea pedida su identificación. En cuanto a liderazgo en ocasiones, una persona será considerada más exitosa, con mayores habilidades sociales, ambicioso (a) y competente cuando es físicamente atractivo; por lo tanto, el atractivo físico cumpliría un rol importante en la elección del líder.

La sociedad empieza a darle mayor importancia a la salud y al cuidado del cuerpo. Sin embargo, este aspecto positivo es en ocasiones distorsionado por los estereotipos presentados en los medios de comunicación, que pueden llevar a muchas mujeres y hombres, a un conflicto personal e incluso a enfermedades graves.

El problema se está dando entre los adolescentes, especialmente mujeres, aunque no es exclusivo de éstas, que para poder cubrir los cánones de feminidad atractiva que arrojan los mensajes publicitarios, están sometiendo sus cuerpos a excesivos ejercicios y torturas alimenticias. La moda impone imágenes, y las adolescentes cuyo proceso de desarrollo las lleva a buscar ideales fuera de casa, encuentran en actrices, cantantes y modelos, la respuesta que busca su identidad en evolución.

Definitivamente, este tema reviste un problema de salud cuantificable y serio, no obstante, los medios de comunicación podrían contribuir a minimizarlo, promoviendo modelos y valores que generaran una aceptación saludable de las propias características corporales.

2.4 Culto a la delgadez: “un cuerpo delgado no siempre es un cuerpo sano”

Como ya ha sido revisado en los capítulos anteriores, la etapa de pre-adolescencia, es una etapa del desarrollo de cualquier ser humano que se caracteriza por cambios físicos, psico-emocionales y sociales para ambos géneros. Físicos porque el cuerpo empieza a desarrollarse y aparecen los caracteres sexuales secundarios y terciarios, que en pocas palabras se refieren a la madurez física reproductiva. Sociales, porque los jóvenes aprenden una nueva forma de relacionarse con los demás, con base en lo que han aprendido en sus primeros años de la familia. Las principales consecuencias psico-emocionales de estos cambios físicos y sociales, se dan en la auto imagen corporal, en la reevaluación de uno mismo “¿quién soy?, ¿a dónde voy?”. Podemos deducir por ello, que la pre-adolescencia es un periodo generalmente inestable en el que los jóvenes, motivados por esa búsqueda de sí mismos y de un lugar en el mundo, se lanzan con ansiedad día a día a experimentar.

Esta experimentación se da en muchos ámbitos de nuestra vida cotidiana y ciudadana; los gestos, las poses, la alimentación, las dietas, el ejercicio físico, los aeróbicos, la música, la vestimenta, el lenguaje, los lugares a frecuentar para estar "in", etcétera.

Esta búsqueda de reconocimiento parecería centrarse en este momento (de la pubertad y adolescencia) vía identificación en este cuerpo idealizado: las modelos. El contagio identificador (garantía de reconocimiento) hace que muchas hagan dietas, vayan al gimnasio, cuenten calorías, ingieran laxantes y diuréticos, padezcan disfunciones menstruales, etcétera (Bernard, 1985)

En la actualidad por ejemplo, la delgadez se ha convertido para algunas mujeres, cada vez más jóvenes, y también para algunos hombres, en una especie de culto del que no pueden prescindir. Baudet, Péan y Gauquelin, (1977) argumentaban desde entonces, que en nuestro mundo occidental la moda está en el régimen constante de adelgazamiento, y son raras las mujeres que no se encuentran alguna vez en sus vidas “un poco demasiado gordas”. Sacrifican horas enteras dedicadas al ejercicio físico para conseguir adelgazar. Se

someten a privaciones con dietas difíciles de cumplir y terminan desarrollando una verdadera obsesión por estar delgadas o delgados y en algunos casos, dan lugar a una enfermedad por dependencia. Ocurre, que acaban deificando la delgadez, haciéndose dependientes del símbolo de ésta, por lo que en casos extremos pueden llegar a arriesgar su vida o incluso a morir de hambre (Guillemont y Laxanaire, 1994)

Acceder a ser hermosos y perfectos puede resultar para preadolescentes y adolescentes una meta tan fija en sus mentes que suelen comenzar sin guía profesional alguna, a privarse de alimentos y a exagerar los deportes, concentrando todo su esfuerzo en recrear la imagen de su ídolo, delgadísimo e inalcanzable. Es entonces cuando se vuelven múltiples los recorridos por consultorios y gimnasios, así como el consumo de productos “adelgazantes” de venta libre, teniendo como ideal, un cuerpo magro, con importantes desarrollos musculares, obteniendo a cualquier “costo”, promovido por fuertes valores sociales.

Un factor más relacionado con el atractivo físico, sería aquel que se refiere a una imagen saludable, sin embargo, lo que se entiende por imagen saludable muchas veces no corresponde a verdaderos estados de óptima salud. Como ya hemos visto en el capítulo anterior, muchas veces la sociedad presiona tanto a hombres como a mujeres de todas las edades para que se ajusten a un modelo estético casi inaccesible, y les ofrece una serie de herramientas, algunas altamente tecnologizadas para lograrlo: las cirugías estéticas, la industria cosmética y los programas de adelgazamiento, que en los últimos años han proliferado significativamente en todo el mundo.

Gómez (1999) ha señalado, que durante el siglo pasado, ha habido un incremento de la importancia de disciplinar el cuerpo mediante una dieta restrictiva, además de resaltar la práctica del ejercicio físico para garantizar la salud para los hombres y la estabilidad mental para las mujeres. Las dietas se han vuelto cada vez más minuciosas e individuales, de tal forma que han sido aplicadas en enfermos, prisioneros, mujeres embarazadas, obreros y deportistas, considerando siempre la edad, sexo y actividad.

Sin embargo, mientras que las dietas y ejercicios se vuelven más específicos para satisfacer las necesidades de cada individuo, Félix, Nachón y Hernández (2003), señalan que las personas con algún trastorno de imagen corporal y/o del apetito, comparten algunos rasgos: temen perder el control y engordar y tienen por lo general una autoestima baja.

Otros autores subrayan que, en cuanto a la personalidad de dichos individuos, se ha observado que se caracterizan por sentimientos de inadecuación e inutilidad, poseen un conjunto de normas rigurosas sobre sí mismos (perfeccionismo), tienen pensamientos dicotómicos (todo o nada) y presentan trastorno de personalidad límite (Faiburn, 1998 en: López, Mancilla, Álvarez y Vázquez, 2002-2003).

Resumiendo, la formación de la imagen corporal, se aprende a lo largo de toda la vida y va variando entre otras cosas, en función de aspectos psicológicos y socioculturales. En relación a los primeros, si la persona se valora a sí misma, es más probable que sepa apreciar las cualidades de su cuerpo, generándose así pensamientos y emociones asociados al bienestar y percibirá su cuerpo como un todo, realizando énfasis en su salud y en comportamientos de autocuidado. En cuanto a los aspectos sociales y culturales se refiere fundamentalmente, al canon de belleza y a la presión socio cultural para su consecución como vehículo de aceptación social. Por ello es importante que la persona se valore a sí misma y mantenga una actitud crítica y reflexiva hacia la presión socio- cultural sobre los estereotipos de belleza y sobre su propio cuerpo, lo que facilitará una mayor satisfacción por su imagen corporal, y probablemente a tener conductas saludables que mantengan su cuerpo en un peso adecuado para su edad y género.

2.5 Hombres y mujeres en la sociedad de consumo: "el imperio de las marcas"

En la sociedad de consumo actual el cuerpo humano ha adquirido un nuevo valor en el imperativo social: se ha convertido en una cosa más, en un utensilio, un objeto sometido a las propias leyes del mercado. Y, como tal, está en condiciones de ser vendido, explotado, manipulado, derrochado, remodelado o refaccionado, de acuerdo a las pautas que regulan los deseos y los dictados de la cultura.

El sujeto contemporáneo ha exiliado su instinto para quedar en manos de un deseo que lo conduce, lo orienta y lo organiza. Pero ese deseo carece de autonomía, está de alguna manera impulsado y condicionado por la lógica del mercado, que impone sus propios parámetros y criterios de valor. Ese mercado ha instalado en las sociedades occidentales estándares de consumo, que rigen y movilizan los deseos móviles.

Los juicios estéticos tienen más que ver con lo cultural que con la objetivación material: así, por ejemplo, el sentido de la belleza se construye a través de hábitos y experiencias sociales en un determinado tiempo histórico. A lo largo de los siglos, ha habido múltiples concepciones del atractivo, la belleza y la perfección personal. Pero en la era visual, el deseo y la necesidad de perfección física han alcanzado su punto más alto. Verdú (2000, en Martín; 2002) sostiene que si la imagen hoy ha multiplicado su valor, el cuerpo aparece como la única forma de transacción con los otros y la vía de identificación con nosotros mismos.

Al respecto de la belleza humana, Bruchon – Schweitzer (1992), opina que ésta no ha podido ser definida por propiedades mesurables y todavía es ignorada la relativa generalidad o especificidad de los criterios propios de cada cultura; añade que lo anterior, no es significado de que la belleza esté “solamente en el ojo de quien la contemple”

Es cierto que en las sociedades patriarcales muchas mujeres han sido marginadas de ciertos ámbitos sociales y en cuestión del tema que nos ocupa, valoradas sólo en función de su apariencia, tanto en lo que se refiere a criterios de belleza como de fecundidad potencial (en términos históricos, este último ha sido mucho más importante).

Sin embargo, cuando hablamos de la industria actual de la belleza nos estamos refiriendo a un fenómeno que es cualitativa y cuantitativamente nuevo y diferente, y que tiene poco que ver con nociones superficiales de "coquetería femenina". Estamos hablando de una enorme industria que aglomera una diversidad de sectores económicos, conectados entre sí por intereses comerciales, pero también por los mitos contemporáneos de belleza que todos ellos promueven y de los cuales dependen sus ingresos. Por diversos que parezcan, todos los sectores de esta industria se articulan en torno al eje común que es la

imagen corporal de la mujer, y como ya se ha visto, actualmente del hombre también: el maquillaje, las modas, el cuidado del pelo, los perfumes, las dietas, los gimnasios, los alimentos dietéticos, los medicamentos para bajar de peso, las cirugías estéticas, la dermatología, la cosmetología, etc. Todos explotan con éxito la conjunción (ideal para sus fines) del creciente poder adquisitivo de las mujeres en su caso, así como el desarrollo del consumo compulsivo y la mercantilización de la vida social, para ambos géneros.

La realidad, por supuesto, es que la imagen corporal y el modelo de belleza que se nos vende (empezando a la más temprana edad con la muñeca Barbie y sus proporciones inhumanas) no solamente son inalcanzables para la mayoría de las mujeres, sino que además son dañinos para la salud, sobre todo cuando la búsqueda de estas dimensiones pasa por las dietas artificiales y las liposucciones, ignorando tácitamente los factores biológicos y genéticos que nos individualizan, lo mismo ocurre con los varones y los súper héroes y muñecos con cuerpos “perfectos”.

Cada vez nos hacen sentir más libres para diseñar nuestro cuerpo: hoy la cirugía, mañana la genética, manejan la idea de que por medio de este tipo de artimañas vuelven o volverán reales todos los sueños. Somos libremente soñadas por las portadas de las revistas, la publicidad, las marcas, la moda. Si existe un cuerpo liberado que encuadra en aquella lógica es el cuerpo ideal, el cuerpo joven y hermoso, sin ningún problema físico. Ese cuerpo ideal, el que no sufre, no siente, no envejece ni muere es, en definitiva, el artificialmente natural: aquel en el que se invierte. La lógica del mercado, en definitiva, obliga a construir un organismo adulterado, desnaturalizado y escogido o, un cuerpo que permita no ser, sino aparecer más guapos.

Cabe señalar sin embargo, que las intervenciones quirúrgicas para reconstruir la fisonomía datan de la antigüedad, y el desarrollo de la cirugía reparadora se había iniciado en ocasión de los grandes conflictos bélicos, a causa de la mutilación de soldados y civiles. Pero es hacia mediados de los años '80 cuando crece la demanda de intervenciones cosméticas; en primer lugar, por el incremento de confianza de la opinión pública en la cirugía general, a partir del éxito en los trasplantes de órganos, pero fundamentalmente porque, a través de los medios, se ha exagerado la inocuidad de la cirugía, llegando incluso

a frivolizarla, en detrimento de su finalidad terapéutica. Incluso ha sido asimilada socialmente al glamour y al dinero. Tener una liposucción, una rinoplastia o una foto depilación se vende en la televisión y en las revistas, como en la revolución industrial se vendía tener una litografía, o en la edad media tener un retrato: es un signo de clase (Martín, 2002).

Hay que parecer a cualquier costo, producirse para obtener mayor valor de cambio. Es la regla de oro del mercado, el credo de las apariencias. Una tiranía que ha provocado y provoca actitudes propias de una sociedad desestructurada e ilógica, y promueve la mutilación, el sufrimiento y la autoflagelación en aras de la aceptación social. Sin duda, otra batalla perdida a manos del mercado.

Gaseosas, negocios de comida rápida, shampoo, desodorante para el cuerpo, artículos de limpieza, bebidas, productos de belleza, artículos deportivos, etcétera, son solo algunos ejemplos de la publicidad que a diario se expone en los medios de comunicación masiva, cada uno con sus respectivas marcas y el spot con el que tratan de embaucar o atrapar al consumidor. Generalmente los espacios publicitarios destinados a los adolescentes son los de mayor audiencia, ya que las marcas publicitarias, se han dado a la tarea de colocar sus anuncios en espacios que los adolescentes suelen ver con mayor frecuencia, lo cual les funciona muy bien pues son programas, en su mayoría, que están destinados a los adolescentes.

El lenguaje que se usa es el mismo que usan los adolescentes, palabras simples, que se puedan entender con facilidad, que sean directas y sencillas. Generalmente se trata de demostrarle al consumidor que la marca publicitada es la mejor, con elogios y muchas veces con mensajes indirectos que denigran a la competencia. Otra forma es la de tratar de llegar al consumidor por el lado de sus sentimientos y emociones.

Lo anterior, son algunas de las estrategias de las que se valen los expertos del mercado para colocar sus productos en la pantalla y al alcance de quienes quieran que sean

sus consumidores; como se ve, en la actualidad, han centrado su atención en los adolescentes, no obstante ese campo se está ampliando y abarca ahora el de la edad infantil.

CAPÍTULO 3. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y TRASTORNO DE LA IMAGEN CORPORAL

3.1 Planteamiento

La pre- adolescencia es una etapa en el desarrollo de cualquier ser humano que se caracteriza por cambios físicos, emocionales y sociales para ambos géneros. Físicos porque el cuerpo empieza a desarrollarse y aparecen los caracteres sexuales secundarios y terciarios, que en pocas palabras se refieren a la madurez física reproductiva. Sociales porque los jóvenes aprenden una nueva forma de relacionarse con los demás, con base en lo que han aprendido en sus primeros años de la familia. Y de manera importante muchos de los efectos psicológicos o emocionales de estos cambios físicos y sociales impactan en la autoimagen corporal, en la reevaluación de uno mismo “¿quién soy?, ¿a dónde voy?”

Podemos pensar por lo anterior, que la pre-adolescencia es un periodo generalmente inestable en el que los jóvenes, motivados por esa búsqueda de sí mismos y de un lugar en el mundo, se lanzan con ansiedad día a día a experimentar. En este contexto, muchos de los jóvenes luchan por lograr “el físico ideal”, motivados por modelos, artistas o por la publicidad comercial. Gran parte de ellos creen que “el mundo es de los flacos”. Otros, cuyo peso excede el modelo de delgadez que la sociedad impone, se deprimen, se autocritican y se sienten perdedores y desvalorizados en una cultura que los violenta socialmente con sus patrones rígidos y estereotipados.

En nuestro país, una gran parte de los estudios en el campo de los trastornos alimentarios se han dirigido únicamente a la población femenina, siendo escasos los que han incluido a los varones (Gómez, Alvarado, Moreno, Saloma y Pineda, 2001 en: Álvarez, Franco, Vázquez, Escarria, Haro y Mancilla; 2003), no siendo el caso del presente trabajo, que pretende realizar una comparación por género de una muestra mexicana.

3.2. Objetivos

En el marco de lo expuesto anteriormente, los objetivos del presente trabajo son los siguientes:

Objetivo General:

Hacer comparaciones de género con los datos obtenidos de la aplicación de los cuatro inventarios empleados a la muestra de 600 voluntarios (300 niñas y 300 niños mexicanos con edades comprendidas entre los 9 y 12 años de edad, presumiblemente de nivel socioeconómico medio y procedentes de centros de enseñanza primaria y secundaria del Distrito Federal), segmentando los componentes de los diferentes instrumentos utilizados para encontrar las posibles diferencias de género en autoestima corporal, autoestima general y actitudes hacia la alimentación, así como en la imagen real, social y futura de los participantes.

Objetivos Particulares:

1. Conocer si hay diferencias por género en la autoestima corporal (BES).
2. Conocer si hay diferencias por género en la autoestima general (LAWSEQ).
3. Conocer si hay diferencias por género en las actitudes alimentarias, la conducta de dieta y la preocupación por la comida (CHEAT).
4. Conocer si hay diferencias por género en la imagen corporal real, ideal, social y futura (BIA)

Hipótesis:

Si el apego a las imágenes idealizadas de los estereotipos actuales impactan todavía más en el género femenino que en el masculino debido a la mayor presión social por alcanzar el ideal de belleza, entonces esperamos encontrar que las niñas mostrarán menor

autoestima corporal y general, mayor preocupación por la comida y actitudes de dieta, y mayores diferencias entre la imagen corporal, real, ideal, social y futura que en los niños. Aunque también esperamos observar una tendencia similar en los niños.

Hipótesis Alternativa: Sí se encontrarán diferencias significativas por género

Hipótesis Nula: No se encontrarán diferencias significativas por género

3.3 Método

PARTICIPANTES

La muestra objeto de estudio estuvo formada por 300 niñas y 300 niños mexicanos/as, con edades comprendidas entre los 9 y 12 años de nivel socioeconómico medio, procedentes de centros de enseñanza primaria y secundaria del Distrito Federal.

3.4. Instrumentos

El protocolo de investigación estuvo formado por los cuatro instrumentos que a continuación se describen, los cuales contemplan las versiones adaptadas de De Gracia y Marcó (2000) (Ver Anexo):

- Valoración de la Imagen Corporal: Adaptación del Body Image Assessment (BIA) (Williamson, 1989). Es una escala visual en la que aparecen por separado 7 figuras de niños y 7 figuras de adolescentes jóvenes de ambos géneros, que ilustran un rango de peso que va desde 1 hasta 7 con incrementos de 5 puntos. Valora la discrepancia entre las percepciones subjetivas de la imagen corporal real, ideal, social y futura. La máxima delgadez está representada por el 1 y la obesidad por el 7.

- Valoración de la Autoestima Corporal: Body Esteem Scala (BES) de Katz, B., et al, 1982. Es un instrumento formado por 24 ítems que valoran autoestima corporal en niños/as. Tiene dos posibles respuestas “sí” y “no”; la puntuación máxima que se puede obtener son 24 puntos , lo que reflejaría una alta autoestima corporal.
- La adaptación de la escala LAWSEQ Self- Esteem Questionnaire (Hart, 1982, Lawrence, 1981). Esta escala formada por 16 ítems valora la autoestima general en niños/as. Tiene 3 posibles respuestas “no”, “sí” y “no lo sé”; y su puntuación media es de 9 puntos; puntuaciones por encima o por debajo de una desviación estándar indican respectivamente alta o baja autoestima.
- Valoración de las Actitudes hacia la alimentación: Adaptación de la escala Children Eating Attitude Test (CHEAT) (Mahoney, 1988). Es un instrumento formado por 26 ítems que valoran las actitudes alimentarias, las conductas de dieta y la preocupación por la comida en los niños. Los ítems tienen una puntuación en una escala de 6 puntos (nunca=1, siempre=6); una puntuación de 20 o superior es indicativa de trastornos de la conducta alimentaria.
- Índice de Masa Corporal (IMC). Corresponde a la relación entre el peso en kilos y la altura expresada en metros.

3.5. Procedimiento

Este trabajo forma parte del proyecto de investigación de “Imagen Corporal y Género”, el cual intenta establecer las relaciones entre la imagen ideal y la autoimagen, con la autoestima y con las actitudes alimentarias en niñas y niños preadolescentes, y contextualizarlas desde la perspectiva de género.

En la primera parte de dicha investigación se aplicaron los cuatro instrumentos descritos anteriormente a las muestras objeto de estudio, la cual fue realizada en una etapa previa por Carrillo, Lara y Trejo.

En este segmento y a partir de la base de datos, se realizó un análisis estadístico con el programa SPSS para detectar las posibles diferencias de género con cada uno de los instrumentos, y posteriormente se hizo un análisis bajo la perspectiva de género para reflexionar sobre los datos encontrados.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

Como ya ha sido señalado con anterioridad, el presente trabajo forma parte del proyecto “Imagen Corporal y Género”, realizado por investigadores de la UNAM y de la Universidad de Gerona España la cual intenta establecer relaciones entre la imagen ideal y la autoimagen con la autoestima y las actitudes alimentarias en niños y niñas preadolescentes

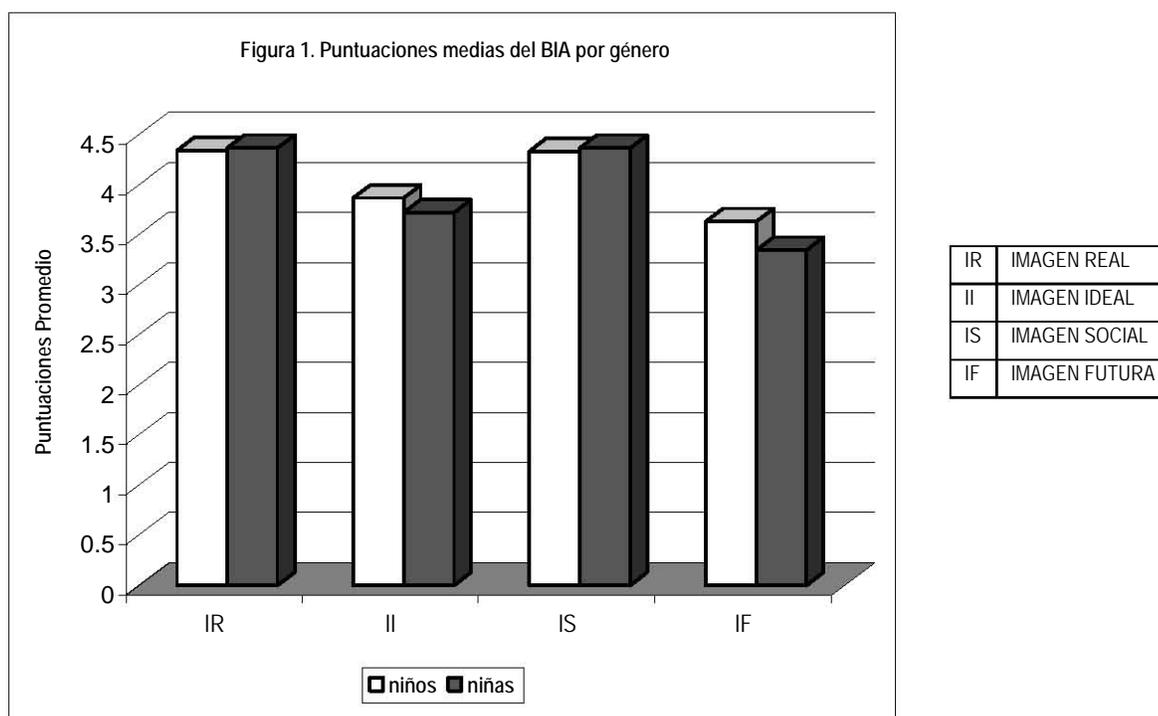
En este segmento de la investigación de acuerdo con el análisis estadístico realizado a partir de los datos obtenidos de los instrumentos aplicados a 300 niños y 300 niñas mexicanos/as con edades entre los 9 y 12 años de nivel socioeconómico medio procedentes de los centros de enseñanza primaria y secundaria del D.F. se pudo observar lo siguiente:

Tabla 1 Descriptivos de la muestra por género

Género		Mínimo	Máximo	Media	D.S
niño	EDAD	9	12	10.50	1.10
	PESO	23	89	43.10	12.59
	ALTURA	122.00	175.00	143.7375	9.9235
	índice masa corporal	13.05	33.98	20.5380	4.1485
niña	EDAD	9	12	10.38	1.08
	PESO	23	92	41.92	11.65
	ALTURA	117.00	167.00	143.1628	9.3736
	índice masa corporal	13.00	38.29	20.1868	4.1197

En la tabla 1 se presentan los descriptivos de las características de los participantes (edad, peso altura, índice de masa corporal), así como las medias y desviación estándar para ambos géneros. Como se puede observar no se aprecian diferencias importantes entre las variables bajo estudio por lo que podemos decir que los datos obtenidos de la muestra son homogéneos.

El siguiente paso consistió en graficar los promedios para cada una de las variables medidas en las figuras 1 y 2 no se observan diferencias importantes se consideró pertinente realizar un análisis de varianza para comprobar si existían diferencias que fueran estadísticamente significativas por género (niños y niñas), sobre la base del conjunto de variables dependientes BIA (Instrumento que valora la discrepancia entre las percepciones subjetivas de la imagen corporal real, ideal, social y futura), Tcheat \geq 20, LAWSEQ (Escala formada por 16 ítems que valora la autoestima general en niños/as); BES (Instrumento formado por 24 ítems que valoran autoestima corporal en niños/as); CHEAT (Instrumento formado por 26 ítems que valora las actitudes alimentarias, las conductas de dieta y la preocupación por la comida en los niños).

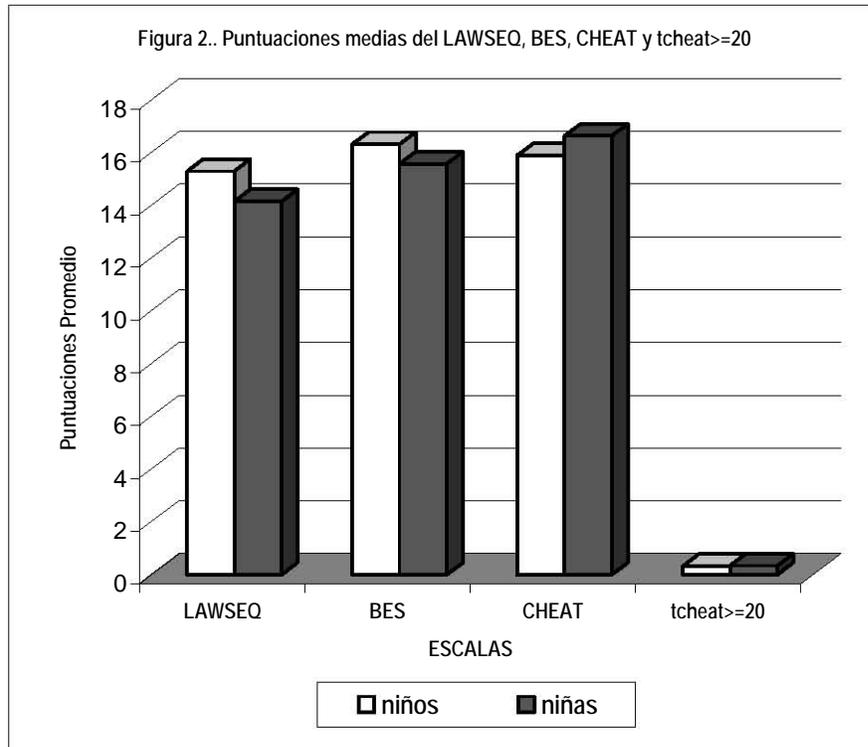


Como se puede observar (figura 1), respecto a las puntuaciones obtenidas en el BIA, no se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas en las escalas visuales correspondientes a la imagen del yo real ($F=.326$, $Gf=1$ y $P=.568$) como tampoco en la imagen del yo social ($F=.235$, $Gf=1$ y $p=.628$). En cambio, sí se hallaron diferencias significativas con respecto a la imagen del yo ideal ($F=5.650$, $Gf=1$ y $p=.018$) y la imagen futura ($F=25.359$, $Gf=1$ y $p=.000$) siendo las niñas quienes puntuaron más bajo que los

niños, lo cual quiere decir que estas eligieron una figura ligeramente más delgada que la seleccionada por los niños.

Estos resultados, pueden deberse a lo que se ha venido argumentando a lo largo de este trabajo acerca de la excesiva preocupación que en tiempos recientes muestran tener los niños y niñas por su peso y su imagen física, lo cual puede provocar que un gran número de ellos en la actualidad deseen estar más delgados sin siquiera presentar problemas de peso excesivo. Además es importante tomar en cuenta que debido al nuevo ritmo de vida que llevan los padres, ocasionado por la necesidad de obtener más y mayores ingresos para el sostén de la economía familiar, los resultados se revelan en una desestructuración del comportamiento alimentario de los niños, provocada por la mayor libertad que tienen a la hora de elegir qué y cuándo comen, favoreciendo la cultura de la comida chatarra. Los alimentos no son un privilegio en una sociedad donde no se percibe la necesidad de obtenerlos o requerirlos, esto en grupos sociales que en los que abunda el alimento, donde no existe experiencia inmediata ni remota de hambre, aquí es donde se puede practicar "el lujo de no comer". Asimismo, esta libertad y tiempo sin la presencia de los padres, también trae como consecuencia una mala interpretación de la información que a diario reciben los infantes a través de los distintos medios de comunicación.

Aunado a lo anterior, otro factor que es importante resaltar es el hecho de que los niños puedan ser blanco constante de la creciente y excesiva preocupación por la imagen corporal que pudiera manifestar uno o ambos padres, durante tiempos prolongados.



En esta segunda figura, se presentan los datos obtenidos en las escalas restantes con las que se trabajó, (LAWSEQ), (BES) y (CHEAT). En este caso, no se observaron diferencias por género estadísticamente significativas para el Test de actitudes alimentarias (CHEAT) ($F=.908$, $Gl=1$ y $p= .341$), sin embargo en las puntuaciones medias de la autoestima general (LAWSEQ) ($F= 10.461$, $Gl=1$ y $p= .001$) sí se observaron diferencias que si no son relevantes u observables a simple vista, sí lo fueron al momento de realizar el análisis de varianza, esto mismo sucedió con la prueba que abarca aspectos de autoestima corporal (BES) ($F=6.006$, $Gl= 1$ y $p= .015$) siendo los varones quienes puntuaron más alto que las mujeres.

Los resultados de esta gráfica ponen de manifiesto la importancia que tiene para el individuo la percepción del propio cuerpo. Ambos grupos sobre- estimaron su peso. Las niñas por su parte, tienden a mostrar una menor autoestima corporal en comparación con los niños (BES) o en otras palabras, son ellas quienes se sienten un tanto a disgusto con su imagen corporal. No obstante, la diferencia que se marca entre niños y niñas, no es tan

contrastante como se pudiera esperar. En la autoestima general (LAWSEQ) también fueron registradas diferencias significativas, siendo de nuevo los niños quienes reportaron medias mayores a las reportadas por las niñas, con lo cual se demuestra nuevamente una mayor autoestima general en el género masculino que en el femenino.

Estos resultados en general, demuestran que existe una menor preocupación por la imagen para el género masculino que para el femenino, siendo esto un factor que no afecta directamente en su imagen ideal y futura pero sí en la imagen real y social. Por su parte las niñas presentan una mayor preocupación por la imagen futura e ideal, situación que repercute tanto en su autoestima corporal como en la general.

Por otra parte, estos resultados apoyan lo que muchos estudios han señalado como la presión socio-cultural para adelgazar ante la cual pocas personas son inmunes a esas influencias (Félix, Nachón y Hernández, 2003). En el caso de las mujeres, esta "presión" se traduce en la insatisfacción con el propio cuerpo en una muestra de preadolescentes.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

Los resultados en este estudio ponen de manifiesto la importancia que tiene para el individuo la percepción del propio cuerpo ya que ambos grupos (niños y niñas) sobreestimaron su peso. Con respecto al BES (que valora la autoestima corporal) se pudo observar que las niñas por su parte, muestran una menor autoestima corporal en comparación con los niños, en otras palabras, son ellas quienes se sienten un tanto a disgusto con su imagen física. No obstante, la diferencia que se marca entre niños y niñas, a pesar de ser estadísticamente significativa, muestra que el género masculino tiende también a preocuparse por su imagen.

Tomando en cuenta lo anterior, retomamos la idea de Toro, (1987) que habla acerca del deseo por adquirir una figura esbelta, lo cual puede resultar ser para muchos más importante que su propia salud. Todo esto se da por una serie de patrones y modelos que cada sociedad se ha encargado de desarrollar de una manera implícita o explícita en donde hay una marcada preferencia por la esbeltez, y se ha hecho creer que el estado ideal y que llevará al éxito es el de una figura delgada (por debajo del peso normal). Por otro lado, las mujeres se ven expuestas a las expectativas abiertas y encubiertas de que deben ser maternales, femeninas, atentas, generosas y a la vez sexualmente deseables. Esto significa seguir el criterio central que se ha mencionado anteriormente, "ser delgada, es ser mujer como hay que serlo"; engordar, aumentar de peso, fracasar, es ser diferente. La presión para que las cosas sean así es enorme, múltiple, intensa y creciente.

Para los y las pre-adolescentes y adolescentes no son más fáciles las condiciones, su cuerpo en evolución les plantea no sólo la pregunta de cómo es, sino cómo desearía ser, ya que la percepción de los cambios tiene que obligar a incertidumbres, esperanzas, deseos, entre otros; parece que pudiera elegir pero tal cosa no es verdad, eso que llamamos "naturaleza" decide gran parte de nuestra fisonomía, de ahí la frustración en muchos casos y las decisiones radicales, auto perjudiciales, mutilantes, suicidas, etcétera. Pero ¿cómo luchar contra ello, cuando toda la sociedad, la prensa, las compañeras, la madre, las amigas,

la televisión, las revistas, los propios pensamientos incluso los sueños, en definitiva empujan hacia el adelgazamiento? (Toro, 1987).

Es por ello, que no nos cabe ninguna duda de que la imagen que un individuo tiene de sí mismo, es de gran influencia en su comportamiento y está relacionada con su personalidad y más de forma directa, con su bienestar psicológico. La autoestima es el sentimiento valorativo de nuestro ser, de nuestra manera de ser, de quienes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales y mentales que configuran nuestra personalidad, además es aprender a querernos y respetarnos, es algo que se construye y reconstruye dependiendo de múltiples factores entre ellos el ambiente familiar, social y educativo en el que estemos y los estímulos que este nos brinda.

Hablando de autoestima, y como ya se mencionó en el apartado de resultados, a través del LAWSEQ (que mide la autoestima general) fue posible medir la estima de los participantes; una vez analizados los resultados, fueron registradas diferencias por género estadísticamente significativas, siendo de nuevo los niños quienes reportaron medias mayores a las reportadas por las niñas, con lo cual se demuestra una mayor autoestima general en el género masculino que en el femenino. Podemos decir que el déficit de autoestima se ha puesto de manifiesto en numerosos trabajos sobre TIC y se evidencia también en el presente estudio, con resultados que muestran diferencias entre ambos géneros, comprobando que en nuestra época el cuerpo femenino ideal se enmarca dentro del patrón de delgadez y esbeltez, mientras que el varón por el contrario, aun no aceptando su obesidad, sí persiste en perseguir un modelo de desarrollo muscular acentuado, de anchas espaldas, determinando una imagen general de potencia física. En cualquier caso, siempre de tamaño y apariencia superiores a las de una mujer. Finalmente, la visión que de sí mismos tienen los pre-adolescentes, mayoritariamente las chicas, se suele corresponder con el nivel de autoestima que presentan.

Es importante señalar con respecto a la autoestima, que el ambiente tanto educativo como el familiar son muy importantes para la determinación del nivel de la misma en niños y jóvenes. Por ejemplo, suele suceder que las expectativas de los padres no

se adecuan a la realidad de los hijos, creando sentimientos y pensamientos negativos hacia ellos, que deterioran su autoimagen.

Con lo anterior, estamos de acuerdo con la concepción que Bruchon (1972; en Gómez, 1997) tiene acerca la imagen corporal, refiriéndose a ésta como una configuración global o como un conjunto de representación de percepciones, sentimientos y actitudes que el individuo va elaborando con respecto a su cuerpo durante su existencia y a través de diversas experiencias. De la misma manera, Gómez (1999) señala que compararse con ideales muy elevados puede ser devastador, ya que puede llevar a sentimientos de poca valía personal y peor aún, como ya se ha hablado, al desarrollo de desórdenes alimenticios que pueden incluso llevar a la muerte. Raich (2000) también aborda el tema de la autoestima cuando afirma que a pesar de que todos vivimos sumergidos en la misma cultura, no nos vemos afectados en la misma manera ni en la misma magnitud, señalando que quienes logran sortear esas condiciones en sus vidas son personas que tienen una sólida autoestima y por el contrario, quienes carecen de un buen nivel de autoestima tienden a sentirse por lo general inadecuados pudiendo sucumbir fácilmente a las presiones sociales (p.75).

Por otro lado los resultados obtenidos en la aplicación del LAWSEQ van relacionados con el hecho de que sean también las niñas quienes hayan presentado en el BIA (valoración de imagen corporal) una mayor preocupación por su imagen ideal y futura, encontrando nuevamente diferencias estadísticamente significativas con respecto al grupo de los niños para estas dos variantes del instrumento. Con esto, también reafirmamos lo que se ha venido discutiendo en este trabajo acerca del sometimiento del cual las mujeres resultan ser víctimas, soportando la presión sociocultural para tratar de satisfacer cierto ideal de belleza que la moda ha impuesto con rigor. Tras observar estos resultados, podemos llegar a la misma conclusión a la que ha llegado Raich (2004) afirmando que la presión por la estética es muy superior en las mujeres que en los hombres ya que estas presentan mayor insatisfacción al valorar su apariencia en todas las áreas.

El atractivo físico, como ya se ha planteado, es fuente de grandes influencias sociales, que en la vasta mayoría de los casos operan a favor de la persona considerada físicamente atractiva según los cánones de belleza en la cultura en que se encuentra. Un ejemplo de ello es lo que sucedía en algunos jurados en EEUU, en lo relativo al acoso sexual cuando el culpado es un hombre que posee características consideradas atractivas físicamente y la víctima carece de ellas, el primero resulta menos inculcado por parte del jurado, que cuando la situación es inversa: un acosador poco atractivo y una víctima bella (Popovich, y cols., 1996; en Díaz Pandolfi y Perfetti 2001). Esto concuerda a su vez con lo que muchos estudios han señalado como la presión socio-cultural para mantener un cuerpo más delgado de lo normal ante la cual pocas personas son inmunes a esas influencias (Félix, Nachón y Hernández, 2003). En el caso del género femenino, esta "presión" se traduce en la insatisfacción con el propio cuerpo en la muestra de preadolescentes con la que se trabajó.

Aunado a esta presión social, tenemos los medios de comunicación como un factor determinante, quizá el factor más importante en la aparición del TIC, ya que son ellos los encargados de anunciar alimentos de bajas calorías y a su vez el carácter deseable de la esbeltez, el atractivo, la actitud física y las necesidades de autocontrol, dietas y restricciones se muestran y enaltecen características físicas específicas de actrices, modelos, bailarinas, cantantes, etcétera; todas estas personalidades además suelen ser jóvenes exaltando un momento socio-histórico en el cual el culto a la juventud embarga todos los estamentos de la sociedad.

Por otro lado, al medir por medio del BIA las otras dos escalas, es decir, cómo consideraban ambos géneros su imagen real y social, nos encontramos con la sorpresa de que no existen diferencias que sean estadísticamente significativas entre estos, demostrando que en la actualidad los varones tienen una mayor preocupación por su imagen física ante la sociedad. De acuerdo a estos resultados, convenimos totalmente con las consideraciones de Ballester y Guirado (2004), quienes en un estudio trataron de encontrar una posible existencia de diferencias en cuanto a las actitudes alimenticias de niños y niñas de edades comprendidas entre los 11 y 14 años. Ellos observaron que el padecimiento de un trastorno

de la imagen corporal no es exclusivo del género femenino, admitiendo los propios autores que si bien es cierto que algunos trastornos como la anorexia afectan básicamente a las mujeres, también reconocieron que aproximadamente “un varón por cada once mujeres, en fase puberal o prepupal es afectado y que esta cifra en la actualidad sigue en aumento” (Ballester y Guirado, Op. Cit. p.7).

Con respecto CHEAT (que valora las actitudes hacia la alimentación), fue posible analizar a nuestra población y no encontramos diferencias estadísticamente significativas entre ambos grupos (niños y niñas). Lo cual reafirma que en la actualidad el género masculino muestra una mayor preocupación por sus actitudes alimentarias, situación que concuerda con la aseveración hecha por Sands y Wardle, (2003; en: Ballester y Guirado, 2004), al hablar acerca de la interiorización de las formas corporales ideales; ellos afirman que se empieza a observar en edades entre 9 y 12 años, y que además esta interiorización guarda una estrecha relación con el desarrollo de la insatisfacción que puede conducir a una auto-restricción alimentaria.

Como ya hemos mencionado anteriormente, no aceptarse como persona, tener una baja autoestima, falta de seguridad, ser demasiado perfeccionista, tener autoexigencias desmedidas, preocuparse en exceso por lo que los demás piensen de uno, percibir que se tiene poco control sobre la propia vida y ser poco habilidoso en las relaciones sociales, son algunos de los factores psicológicos que pueden desembocar en el trastorno de la imagen corporal, o como ya se ha mencionado, en algún trastorno de la alimentación como la anorexia o la bulimia.

Dentro de los trastornos del comer también llamados trastornos de la conducta alimentaria, generalmente se encuentran la desnutrición, la anorexia nerviosa, la bulimia nerviosa y la obesidad (Gurenllan, 2002; en Félix, Nachón y Hernández, 2003). La bulimia nerviosa, que es más común, describe un ciclo de atascamiento y de purgación. La anorexia nerviosa es un estado de inanición (hambre) y adelgazamiento, que puede ser realizado con seguir una dieta severa o con purgar; y finalmente, la obesidad, que se refiere al sobre-peso corporal (Williams y Knight, 1994; en Galván 1999). Todos ellos forman parte de la lista

de posibles enfermedades padecidas a consecuencia de sufrir un trastorno de imagen corporal.

Los resultados de esta investigación, describen una disconformidad en incremento en la población juvenil entre la imagen corporal actual y la deseada, así como una sobreestimación del volumen corporal y el peso. Por ello, no podemos pasar por alto que el comportamiento alimentario y el estilo de vida están influidos por la familia y los amigos, además de estar inmersos en un contexto cultural violentado mediante diferentes soportes de los medios de comunicación. Debido a ello, creemos que es de gran importancia seguir en esta línea de investigación ya que en muchas ocasiones, el grado de conocimiento de los preadolescentes no se corresponde con el adecuado, y la mejora de esta situación está en manos de los profesionales de la salud y de otros educadores; de esta forma se podrá incrementar la salud de estos jóvenes de hoy que son los adultos de mañana.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

La primera conclusión que se deriva del presente estudio es que los resultados observados a lo largo de esta investigación permiten confirmar que el concepto de imagen corporal es un constructo teórico muy utilizado en el ámbito de la psicología actualmente, por lo tanto, es menester que su significado sea aclarado y definido, ya que es considerado dentro de esta investigación un elemento crucial para explicar aspectos importantes de la personalidad como la autoestima o el autoconcepto, así como para poder analizar ciertas patologías incluso de la conducta alimentaria, o para entender aspectos importantes de la integración social de los pre-adolescentes y adolescentes en la actualidad.

En las últimas décadas, los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA), como son la anorexia y la bulimia nerviosa, han generado una importante atención social, psicológica, médica, científica, etcétera., debido a que cada vez con mayor frecuencia se presentan casos de grupos, que también a su vez son cada vez más grandes y que presentan algún tipo de patología, siendo por medio de las investigaciones dedicadas al estudio del trastorno de la imagen corporal (TIC) que las podemos descubrir este puede ser considerado clave dentro los posibles factores predisponentes como un criterio diagnóstico; por ello, es importante resaltar que el estudio del TIC debe también recibir gran atención.

Con respecto a los objetivos planteados en el presente estudio, podemos concluir respecto al objetivo general, que al llevar a cabo las comparaciones de género con los datos obtenidos de la aplicación de los cuatro inventarios empleados a la muestra de 600 voluntarios mexicanos/as, sí se encontraron diferencias de género en la mayoría de las pruebas aplicadas, tal es el caso de la autoestima corporal, autoestima general, así como en la imagen ideal y futura de los participantes. No así en la imagen real y social en donde los varones puntuaron igual que las niñas dejando ver la potencial tendencia de este grupo por mostrar preocupación en su apariencia corporal, al igual que en la parte referente a las actitudes hacia la alimentación.

Por lo anterior, podemos decir que se cumple nuestra hipótesis de trabajo en casi todo, excepto como ya se mencionó arriba, en lo referente a la imagen social y real de los participantes, así como en las actitudes hacia la alimentación pues solo en estos aspectos no se observan diferencias significativas:

Si el apego a las imágenes idealizadas de los estereotipos actuales impactan todavía más en el género femenino que en el masculino debido a la mayor presión social por alcanzar el ideal de belleza, entonces esperamos encontrar que las niñas mostrarán menor autoestima corporal y general, mayor preocupación por la comida y actitudes de dieta, y mayores diferencias entre la imagen corporal, real, ideal, social y futura que en los niños Aunque también esperamos observar una tendencia similar en los niños.

En cuanto a las otras hipótesis: *Alternativa: Sí se encontrarán diferencias significativas por género. Nula: No se encontrarán diferencias significativas por género.* Podemos decir que las diferencias de género se vieron manifestadas en gran parte de los resultados encontrados con respecto a la autoestima general y corporal siendo los niños quienes presentaron una autoestima general y corporal mayor que las niñas. Es pertinente resaltar que los varones arrojaron resultados sorprendentes con respecto a cómo perciben su imagen real y cómo creen que los demás los perciben (Imagen real e imagen social) y su preocupación por las conductas de alimentación. Ya que contrario a lo que se venía observando en las otras pruebas (en las que con relación a los niños, las niñas mostraron una evaluación de imagen corporal más negativa), para esta parte los niños presentaron mayores discrepancias entre su yo real y su yo social, lo cual nos deja claro que actualmente el género masculino comienza a ser igualmente un género preocupado por su apariencia física.

En relación a los objetivos particulares de dicha investigación y que a continuación se enlistan podemos concluir lo siguiente:

1. Conocer si hay diferencias por género en la autoestima corporal (BES):

Sí hubo diferencias significativas por género: las niñas tuvieron menor autoestima corporal.

2. Conocer si hay diferencias por género en la autoestima general (LAWSEQ):

Sí hubo diferencias significativas por género: las niñas tuvieron una menor autoestima general.

En conclusión, para estos dos objetivos, las niñas tienen una mayor tendencia a caer en el riesgo de desarrollar un trastorno de la imagen corporal, no obstante como ya hemos mencionado, el género masculino dejó ver en esta investigación la tendencia que empiezan a tener los niños al preocuparse más por su apariencia física, lo cual es comprobable a través de los dos objetivos siguientes que también fueron planteados al inicio de este estudio:

3. Conocer si hay diferencias estadísticamente significativas por género en las actitudes alimentarias, la conducta de dieta y la preocupación por la comida (CHEAT):

No hubo diferencias por género: Niños y niñas mostraron tener preocupación hacia las actitudes alimentarias, la conducta de dieta y la comida.

4. Conocer si hay diferencias por género en la imagen corporal real, ideal, social y futura (BIA):

Encontramos que solo se observaron diferencias de género estadísticamente significativas en dos de las opciones que analizaron las percepciones de la imagen corporal en ambos grupos (niños y niñas). Es decir, sólo cuando se analizó la percepción futura e ideal que tenían ambos grupos sobre su imagen corporal, siendo casi igual la percepción que tuvieron las niñas y los niños para la imagen real y social. Esto significa que en lo que a diferencias de género se refiere se pudo ver que los conceptos que tienen los niños y las niñas sobre su propia imagen son cada vez más similares entre sí siendo los integrantes del género masculino quienes sorprenden más

al mostrar esa creciente preocupación por su físico y por cómo creen que son percibidos por la sociedad que les rodea.

Resumiendo, cabe destacar que en este estudio, el grupo de las niñas fue el que se mostró más susceptible de poder sufrir un trastorno de imagen corporal, debido a que manifestaron una mayor preocupación por su imagen, sufriendo repercusiones en su autoestima tanto general como corporal con respecto del grupo de los niños. No obstante, considero pertinente subrayar el hecho de que dichas diferencias de género aunque significativas estadísticamente, no dejan de mostrar la tendencia a la alza por parte de los varones a preocuparse también por su apariencia física.

Conforme ha ido avanzando la historia también ha avanzado la admiración de las mujeres por los cuerpos esqueléticos, pensando que ese es el ideal de una mujer, pero no solo eso, sino que contrario a lo que pudiéramos pensar y que fue tratado en este trabajo, es el hecho de que también el género masculino esté cada vez más inmerso en esta trampa de la búsqueda del cuerpo ideal; y mucho más asombroso me resulta el hecho de que gran parte de las personas afectadas por este trastorno, sean los jóvenes (preadolescentes) y ya no los adultos como se podía afirmar años atrás. Se observó también que el proceso de comparación social entre la autoimagen y el ideal de belleza está mediado en gran parte por el nivel de autoestima, determinando en gran medida la auto-percepción del sujeto.

Lamentablemente los medios de comunicación son una de las principales vías a través de las cuales viajan estos mensajes de “perfección estética”, por ello considero de urgencia seguir trabajando más a fondo en este tema. Sin embargo, considerando que estos son modelos alejados, es decir, que provienen solo de los medios de comunicación como la televisión, revistas, etcétera, habría que abundar en los modelos inmediatos que se encuentran en diversos contextos más próximos a los preadolescentes como lo son, la familia (hermanos mayores, padres), los amigos y compañeros que practican dietas, realizan ejercicios excesivos, llevan a cabo prácticas o tratamientos “milagrosos” con el fin de adelgazar o mejorar su apariencia física.

Una propuesta alternativa es analizar y descartar las imágenes basura del consumo y mirar al propio cuerpo, "mi cuerpo" o el "cuerpo del otro" como valor singular con sus formas y sus realidades en el aquí y el ahora con actitud objetiva. Se podría trabajar con programas de prevención en el ámbito escolar (educación para la salud en la escuela en los últimos años de la infancia y primeros de la adolescencia) familiar (fomentar el nivel de alerta, mediante la formación y la información de padres y educadores frente a estos problemas) y social (estrategias de intervención sociales y culturales de prevención en los medios de comunicación, publicidad, moda, regulación y control de la publicidad en los medios de comunicación sobre dietas de adelgazamiento, etcétera).

ANEXOS

A]

Centro escolar:	Sexo:
Nombre:	Peso:
Edad:	Talla:

LAWSEQ: versión escuela primaria

	SI	NO	NS
1- ¿Piensas que a tus padres les gusta escuchar tus ideas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2- ¿A menudo te encuentras solo/a en la escuela?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3- ¿A menudo otros niños/as te pegan o se enfadan contigo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4- ¿Te gustan los juegos en equipo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5- ¿Piensas que otros niños/as dicen cosas desagradables de ti?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6- ¿Cuándo tienes que hablar delante de tus maestros o profesores, ¿sientes vergüenza?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7- ¿Te gusta escribir historias?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8- ¿A menudo te sientes triste porque no tienes a nadie con quien jugar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9- ¿Te van bien las matemáticas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10- ¿Hay muchas cosas de ti que te gustaría cambiar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11- Cuando tienes que hablar delante de otros niños/as, ¿tienes vergüenza o te sientes ridículo/a?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12- ¿Encuentras difícil hacer cosas bonitas de madera u otro tipo de manualidades?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13- Cuando tienes que decir alguna cosa delante de los maestros o profesores, ¿a menudo te sientes ridículo/a?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14- ¿A menudo tienes que buscar nuevos amigos/as porque los que tienes juegan con otros niños/as?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15- Cuando hablas con tus padres, ¿a menudo te sientes ridículo/a o tonto/a?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16- ¿Las otras personas piensan que dices mentiras?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Puntuación total:

B]

BODY SYSTEM SCALE		
	SI	NO
1- Me gusta la imagen que te tengo en las fotos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2- A los otros niños/as les gusta mi apariencia física	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3- Estoy contento/a con la apariencia física que tengo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4- La mayoría de los niños/as tienen un cuerpo mejor que el mío	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5- Me siento insatisfecho/a con mi peso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6- Me gusta ver mi imagen reflejada en el espejo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7- Me gustaría estar más delgado/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8- Hay muchas cosas que cambiaría de mi apariencia física si pudiera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9- Estoy orgulloso/a de mi cuerpo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10- Estoy contento/a con mi peso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11- Me gustaría tener una mejor apariencia física	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12- A menudo siento vergüenza de mi apariencia física	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13- Las otras personas se ríen de mi apariencia física	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14- Pienso que tengo un cuerpo bonito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15- Me gusta el aspecto físico que tengo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16- Es bastante duro tener un aspecto físico como el mío	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17- Me gustaría estar más gordo/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18- A menudo pienso que me gustaría parecerme físicamente a otra persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19- Pienso que a mis amigos/as les gustaría ser físicamente como yo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20- Tengo una buena opinión de mi aspecto físico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21- No me gusta mi aspecto físico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22- Mi aspecto físico es tan bueno como el de la mayoría de la gente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23- A mis padres les gusta el aspecto físico que tengo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24- Me preocupa mi apariencia física	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Puntuación total:

C]

CHILDREN EATING ATTITUDES QUESTIONNAIRE-26

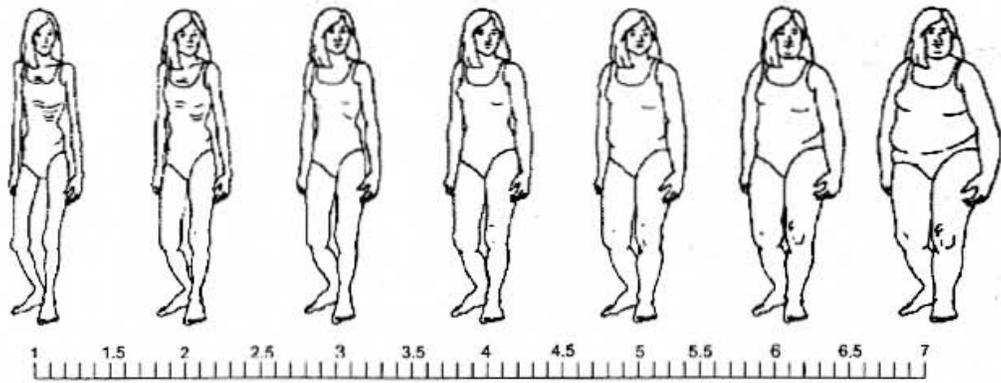
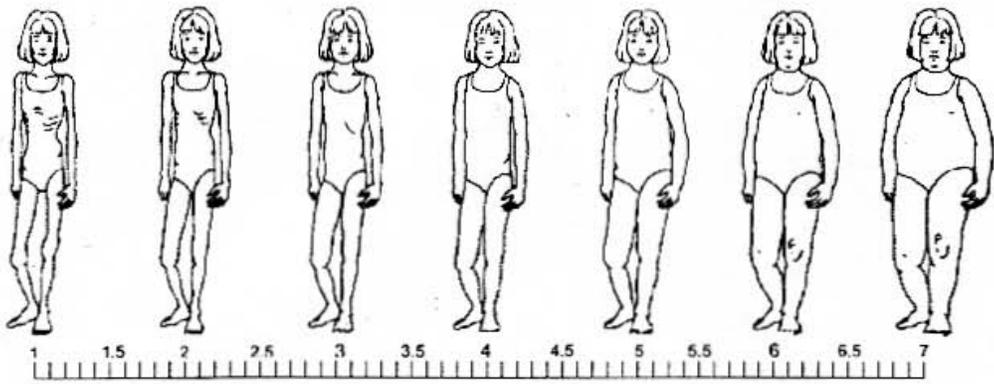
NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	MUCHAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5	6

1- Me da mucho miedo engordar	
2- Procuo no comer aunque tenga hambre	
3- Pienso en comer todo el tiempo	
4- A veces tengo tanta hambre que no puedo parar de comer	
5- Corto toda la comida en trocitos muy pequeños	
6- Estoy informado/a de los alimentos que engordan y de los que no cuando como	
7- Evito comer alimentos como pan, patatas o arroz	
8- Noto que los demás preferirían que comiera más	
9- Vomito después de haber comido	
10- Me siento muy culpable después de comer	
11- Me preocupa el deseo de estar más delgado/a	
12- Pienso en adelgazar cuando hago ejercicio	
13- Los demás piensan que estoy demasiado delgado/a	
14- Me preocupa la idea de tener demasiada grasa en el cuerpo	
15- Tardo en comer más que las otras personas	
16- Procuo no comer alimentos con azúcar	
17- Noto que los demás me presionan para que coma	
18- Paso demasiado tiempo pensando y ocupándome de la comida	
19- Me siento incomodo/a después de comer dulces	
20- Me comprometo a hacer régimen	
21- Me gusta sentir el estómago [o la barriga] vacío	
22- Me lo paso bien probando comidas nuevas y sabrosas	
23- Tengo ganas de vomitar después de las comidas	
24- Como alimentos de régimen	
25- Siento que los alimentos o la comida son el centro de mi vida	
26- Me controlo en las comidas [o como menos de lo que comería en las comidas]	

Puntuación total:

D]

ESTADOS DE GRASA CORPORAL Y DISTRIBUCIÓN DE LA GRASA

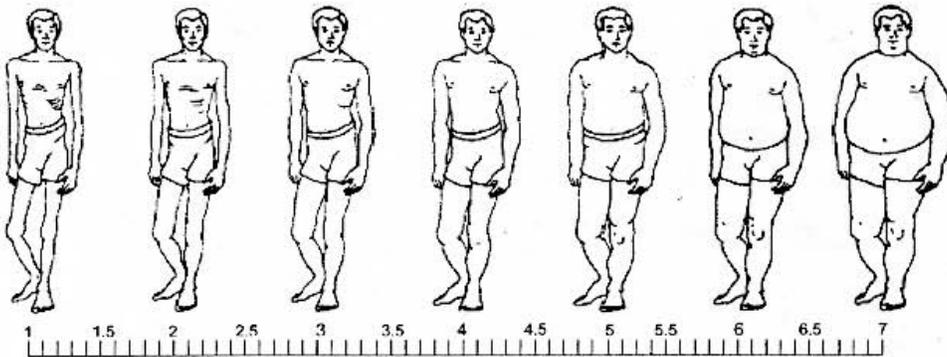
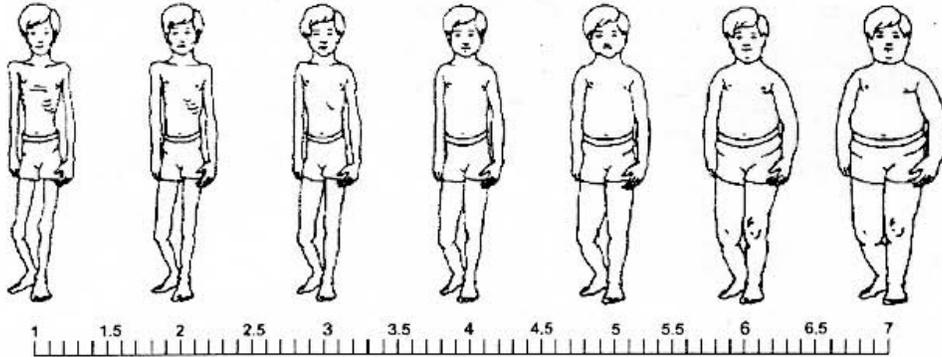


IR II IS IF

--	--	--	--

BIA (Collins, M. E., 1991: adaptado de Williamson, 1989) versión de M. de Gracia y M. Marcó (2000)

D]



IR

II

IS

IF

BIBLIOGRAFÍA

- Abraham, S.; Llewellyn-Jones, D. (1994) **Anorexia y Bulimia**. Madrid: Alianza
- Acosta D. (1994), Los estudios sobre jefatura de hogar femenina, Grupo Interdisciplinario sobre Mujer, Trabajo y Pobreza (Gimtrap), **Las mujeres en la pobreza**. México: Gimtrap/El Colegio de México, p. 91-117.
- Aguilera G.; Alcaráz J.; Ávila J.; López S.; López O. y Rivera M. (1998) **Cuerpo, Identidad y Psicología** México: Plaza y Valdés p. 145-149
- Álvarez, R., Franco, P., Vázquez, A., Escarria, R., Haro, H., y Mancilla, D. (2003) Sintomatología de trastorno alimentario: comparación entre hombres y mujeres estudiantes. **Psicología y Salud** 13, (2) p. 245-255
- Arango, L.; León M. y Viveros, M. (1995) **Género e Identidad, ensayos sobre lo femenino y lo masculino**. Bogotá, Tercer Mundo
- Ballester R. y Guirado M. (2004) Diferencias sexuales en la conducta alimentaria de niños entre 11 y 14 años. **Psicología Conductual** 12 (1) p.5-24
- Baudet, S.; Péan M. y Gauquelin F., (1977) **El cuerpo lo que revela: la personalidad y el carácter**. España: Mensajero p. 100-102.
- Benhabib, S. y Cornel, D. (1990) **Teoría feminista y teoría crítica**. Valencia: Alfons el Magnánim.
- Bernard M. (1985) **El cuerpo**. España: Paidós p. 164-172

- Bruchon – Schweitzer, M. (1992) **Psicología del cuerpo**. Barcelona: Herder p. 64-71 y 161-187
- Burín M. y Meler I. (2000) **Varones, género y subjetividad masculina**. México: Paidós p. 71-122
- Díaz B., Pandolfi P. y Perfetti M. (2001) Atractivo Físico **Psicología en la Universidad de Concepción**. www.apsique.com
- Espino y Azar. (2002) Comercio internacional y equidad de género, Fascículo 2, **Red Internacional de Género y Comercio**. www.generoycomercio.org
- Félix, L.; Nachón, G. y Hernández, P. (2003) Anorexia nerviosa: una revisión. **Psicología y Salud** 13 (1) p. 121-133
- Fuller, N. (1997) **Identidades masculinas**. Lima, PUCP p. 18
- Galván, C. (1999) Los programas de intervención contra la obesidad. **Psicología y Salud**. 14 p. 145-157
- Gómez, G. (1997) Alteraciones de la imagen corporal en una muestra de escolares mexicanos preadolescentes. **Revista Mexicana de Psicología** 14, (1), 31-40
- Gómez G. (1999) Preadolescentes mexicanas y la cultura de la delgadez: figura ideal anoréxica y preocupación excesiva por el peso corporal. **Revista Mexicana de Psicología** 14 (1) 153-156
- González, A.; López; F., Gil L.y Valdez, M. (2000) Autoconcepto y autoestima en mujeres: un análisis transcultural. **Psicología y Salud** 10 (1-2) p. 91-101

- Guillemont, A. y Laxanaire, M. (1994) **Anorexia nerviosa y bulimia: trastornos alimentarios**. Madrid: Masson
- Kotler, P (1993) **Dirección de la Mercadotecnia**. México, Prentice Hall, p. 667.
- Lamas, M. (1996), **El género: la construcción cultural de la diferencia sexual** México: Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG), UNAM/Miguel Ángel Porrúa
- López A.; Mancilla D.; Álvarez R. y Vázquez Á. (2002-2003) Determinación de algunas características psicológicas en comedoras impulsivas: un estudio exploratorio. **Psicología y Ciencia Social**. 5 (1-2) p. 34-40
- Marshall, J. (1990) **Foucault y la investigación educativa** España: Morata
- Martín L. (2002) La tiranía de la apariencia en la sociedad de las representaciones, en **Revista Latina de Comunicación Social** 50 Tenerife:La Laguna
- Raich, R. (2000) **Imagen corporal: Conocer y valorar el propio cuerpo**. Madrid: Pirámide. p. 75
- Raich, R. (2004) Una perspectiva desde la psicología de la salud de la imagen corporal. **Avances en Psicología latinoamericana** 22, p. 15-27
- Secretaría de Educación Pública, (2000) **Sexualidad infantil y juvenil: Nociones introductorias para maestras y maestros de educación básica**. México
- (S/A) **Estereotipos Masculinos en la Publicidad** en: http://www.europrofem.org/02.info/22contri/2.05.es/2.es.masc/66es_mas.htm

- Toro, J. (1987) **Anorexia Nerviosa**. Barcelona: Martínez Roca Editores p. 15-186.
- Toro, J. (1996) **Anorexia y bulimia: trastornos alimentarios**. España: Pirámide
- Traversa O. (1997) **Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940**. España: Gedisa p.231-246
- Trujano P. (2001) Violencia conyugal: Cuando la víctima es el varón y la agresora su compañera. **Psicoterapia y familia**. (14), p. 29-39
- Trujano, P. (2005) **Violencia de Género y Trastorno de la Imagen Corporal XXIV Coloquio de Investigación 2005**. UNAM, FES Iztacala
- Trujano, P. y Limón, G. (2005) Reflexiones sobre el género, la violencia, y la posibilidad de escuchar nuevas voces en psicoterapia en: Limón, A. G. (comp.) **Costruccionismo Social y Terapias Posmodernas**. México: Pax.
- Trujano, P.; Martínez K. y Benítez J. (2002) Violencia contra el varón. **Psiquis**. 23 (4), p.133-147