



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD**  
**CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA**

INFORME DE INVESTIGACIÓN SOBRE:

**“LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA Y AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN LAS ADOLESCENTES DE 14 A 17 AÑOS DEL COLEGIO AGROPECUARIO LUIS A. MARTÍNEZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”.**

Requisito previo para optar por el Título de Psicóloga Clínica

**Autora:** Benavides Pinto, Lorena Fernanda

**Tutor:** Ps.Cl. Gaibor González, Ismael Álvaro

Ambato – Ecuador

Abril, 2015

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema:

**“LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA Y AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN LAS ADOLESCENTES DE 14 A 17 AÑOS DEL COLEGIO AGROPECUARIO LUIS A. MARTÍNEZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”** de Lorena Fernanda Benavides Pinto, estudiante de la Carrera de Psicología Clínica, considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias de la Salud.

Ambato, Octubre del 2014

EL TUTOR

.....  
Ps.Cl. Gaibor González, Ismael Álvaro

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO**

Los criterios emitidos en el Trabajo de Investigación **“LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA Y AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN LAS ADOLESCENTES DE 14 A 17 AÑOS DEL COLEGIO AGROPECUARIO LUIS A. MARTÍNEZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusivas responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Octubre del 2014

LA AUTORA

.....  
Benavides Pinto, Lorena Fernanda

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, Octubre del 2014

LA AUTORA

.....  
Benavides Pinto, Lorena Fernanda

## **APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Informe de Investigación, sobre el tema **“LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA Y AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN LAS ADOLESCENTES DE 14 A 17 AÑOS DEL COLEGIO AGROPECUARIO LUIS A. MARTÍNEZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”** de Lorena Fernanda Benavides Pinto, estudiante de la Carrera de Psicología Clínica.

Ambato, Abril 2015

Para constancia firman:

.....

PRESIDENTE/A

.....

1<sup>er</sup> VOCAL

.....

2<sup>do</sup> VOCAL

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios por haber dado la vida y muchos regalos de los cuales disfruto a diario, como por ejemplo una familia maravillosa, en donde a pesar de mis errores saben quererme y confiar en mí, y amarme por sobre todas las cosas

También la dedico a mi madre por darme la oportunidad de vivir y ser una mujer de ejemplo para mí, el poco tiempo que tuvimos para conocernos aprendí mucho de ella en especial a ser valiente y muy amorosa con los demás. A mi padre porque supo amarnos y educarnos con el ejemplo siendo un hombre responsable y a la vez regalarme el don de la libertad de ayudarme a descubrir mi camino hacia la felicidad. También a mis hermanas por ayudarme siempre que las necesito porque son las mejores amigas que puedo tener, ellos tres han sido y serán mis pilares más fuertes durante por los que he llegado a ser la persona que soy.

A mis compañeras, compañeros y maestros porque más que compartir el aula de clases, compartimos la vida, las alegrías, las tristezas y al final también los logros que cada uno está cosechando y todos los gratos recuerdos que nos acompañaran para siempre.

Infinitas gracias y Dios les bendiga a los amigos y a los enemigos que son tan importantes para que uno sepa apreciar cada instante de vida, tanto los aciertos como los errores forman las personas más sensibles y hermosas del mundo, esto que logre es solo el inicio de todas las metas a conseguir y gracias a su apoyo seguiré adelante ayudando de la mejor manera a las personas que lo necesitan.

Benavides Pinto, Lorena Fernanda

## **AGRADECIMIENTO**

Con el presente trabajo de investigación quiero dar las gracias a Dios por guiar mis pasos en buen camino, donde he sabido encontrar a muchas personas que han dejado varios tesoros en mi corazón, de igual manera agradecer a mis padres Martha(+) y Jorge, mis hermanas Magally, Mónica y Anita, y toda mi familia que me supieron demostrar su amor y su confianza y estuvieron en los momentos que hubieron dificultad para culminar con esta gran meta, quiero agradecer a todas esas personas que siempre estuvieron junto a mí demostrándome su apoyo y brindándome ánimos para no desmayar.

Además quiero agradecer al Dr. Ismael Gaibor por ser una gran persona que supo ser alguien especial en este camino que en ocasiones se volvió oscuro y difícil de transitar, por guiarme y brindarme sus conocimientos para la investigación. A mis queridos docentes que me han sabido inculcar sus conocimientos desde el primer día de clases, gracias por haber sido grandes Maestros ya que no solo impartieron conocimiento si no también lecciones de vida, que servirán para alcanzar muchas alegrías en mi vida.

Agradezco al “Colegio Agropecuario Luis A. Martínez, por abrirme sus puertas y prestarme toda la colaboración y la facilitación para la elaboración de este trabajo investigativo, al Ps.Cl. Enrique Bustillos por la paciencia y cariño, por compartir conmigo sus conocimientos, a los señores y señoras docentes de la institución y a las señoritas estudiantes por permitirme llegar a sus vidas y su apoyo para la realización de mi TESIS.

A todos mis amigo/as, por su entera generosidad, paciencia y apoyo emocional, y ser motor de lucha y muchas veces quienes me impulsaron a concluir con esta meta, brindándome la oportunidad de conocer mi capacidad como ser humano y a la vez generando un marco de confianza, amistad y respeto, las mismas que perdurarán a lo largo de mi vida.

Benavides Pinto, Lorena Fernanda

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO .....</b>	<b>iii</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR .....</b>	<b>iv</b>
<b>APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR.....</b>	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>INDICE GENERAL DE CONTENIDOS .....</b>	<b>viii</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>xv</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.3 PROGNOSIS.....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.4 INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>12</b>
<b>1.2.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 OBJETIVOS.....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>15</b>
<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2 FUNDAMENTACIÓN .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.1 FILOSÓFICA.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.2 ONTOLÓGICA.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.3 EPISTEMOLÓGICA .....</b>	<b>20</b>



2.2.4 PSICOLÓGICA .....	20
2.2.5 LEGAL.....	21
2.3 CATEGORIAS FUNDAMENTALES .....	25
2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	28
2.4.1 ESTEREOTIPO DE BELLEZA.....	28
2.4.2 IMAGEN CORPORAL .....	39
2.5 HIPOTESIS .....	49
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES .....	49
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>50</b>
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN .....	50
3.2 MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN.....	50
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN: .....	51
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	51
3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:.....	53
3.6 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.....	54
3.7 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	56
3.8 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	56
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>57</b>
4.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO-CUALITATIVO .....	57
4.1.1 Análisis e interpretación de resultados de la variable independiente: ESTEREOTIPOS DE BELLEZA .....	60
4.1.2 Análisis e interpretación de resultados de la variable dependiente: AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL.....	70
4.2 VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS .....	82
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>83</b>
5.1 CONCLUSIONES.....	83
5.2 RECOMENDACIONES.....	85
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>86</b>
6.1 DATOS INFORMATIVOS.....	86
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	87
6.3 JUSTIFICACIÓN .....	88
6.4 OBJETIVOS.....	89

<b>6.5 Análisis de Factibilidad .....</b>	<b>89</b>
<b>6.7 Modelo operativo .....</b>	<b>92</b>
<b>6.7.1.- Metodología de la propuesta.....</b>	<b>101</b>
<b>6.8 METODOLOGÍA .....</b>	<b>90</b>
<b>6.8.1 Plan de monitoreo .....</b>	<b>90</b>
<b>6.8.2. Marco Administrativo .....</b>	<b>90</b>
<b>6.8.3 Presupuesto.....</b>	<b>91</b>
<b>6.8.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>93</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>94</b>
<b>7.1 BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>94</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>101</b>

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS**

### **1.- ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>GRÁFICO N°1 ÁRBOL DE PROBLEMAS.....</b>	<b>9</b>
<b>GRAFICO N° 2 : RED DE INCLUSIONES CONCEPTUALES.....</b>	<b>25</b>
<b>GRAFICO N° 3: RED DE CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....</b>	<b>26</b>
<b>GRÁFICO N°5: CUESTIONARIO ESTEREOTIPOS DE BELLEZA PARA MUJERES.....</b>	<b>58</b>
<b>GRÁFICO N°6: ESTUDIANTES POR CURSO. ....</b>	<b>59</b>
<b>GRÁFICO N°7: CUESTIONARIO DE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA PARA MUJERES.....</b>	<b>61</b>
<b>GRAFICO N°8: PREGUNTA N°4, CUESTIONARIO DE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA.....</b>	<b>62</b>

<b>GRÁFICO N°9: PREGUNTA N°8, CUESTIONARIO DE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA.....</b>	<b>64</b>
<b>GRÁFICO N°10: PREGUNTA N°10, CUESTIONARIO DE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA.....</b>	<b>65</b>
<b>GRÁFICO N°11: PREGUNTA N°13, CUESTIONARIO DE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA.....</b>	<b>67</b>
<b>GRÁFICO N°12: CUESTIONARIO DE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA PARA MUJERES.....</b>	<b>68</b>
<b>GRÁFICO N°13: PREGUNTA N°2, CUESTIONARIO DE AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL .....</b>	<b>71</b>
<b>GRÁFICO N°14: PREGUNTA N°3, CUESTIONARIO DE AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL .....</b>	<b>72</b>
<b>GRÁFICO N°15: PREGUNTA N°5, CUESTIONARIO DE AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL .....</b>	<b>74</b>
<b>GRÁFICO N°16: PREGUNTA N°8, CUESTIONARIO DE AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL .....</b>	<b>75</b>
<b>GRÁFICO N°17: PREGUNTA N°9, CUESTIONARIO DE AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL .....</b>	<b>76</b>
<b>GRÁFICO N°18: PREGUNTA N°10, CUESTIONARIO DE AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL .....</b>	<b>78</b>
<b>GRÁFICO N°19: MULTIDIMENSIONAL BODY SELF RELATIONS QUESTIONNAIRE (MBSRQ). .....</b>	<b>79</b>
<b>GRÁFICO N°20: GRÁFICO DE BARRAS DE LA CORRELACIÓN ENTRE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA Y AUTOVALORACIÓN CORPORAL .....</b>	<b>81</b>

## **2.- ÍNDICE CUADROS**

<b>TABLA N°: 1 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN .....</b>	<b>52</b>
<b>TABLA N°2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VI .....</b>	<b>54</b>
<b>TABLA N°3 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VD .....</b>	<b>55</b>
<b>TABLA N° 4 EDADES DE ESTUDIANTES .....</b>	<b>58</b>
<b>TABLA N°5: ESTUDIANTES POR CURSO .....</b>	<b>59</b>
<b>TABLA N°6: PREGUNTA 1.....</b>	<b>60</b>
<b>TABLA N°7: PREGUNTA 4.....</b>	<b>62</b>
<b>TABLA N° 8: PREGUNTA 8.....</b>	<b>63</b>
<b>TABLA 9: PREGUNTA 10 .....</b>	<b>65</b>
<b>TABLA N°10: PREGUNTA 13.....</b>	<b>66</b>
<b>TABLA N°11: ESTEREOTIPOS DE BELLEZA PARA MUJERES.....</b>	<b>68</b>
<b>TABLA N°12: PREGUNTA 2.....</b>	<b>70</b>
<b>TABLA N°13: PREGUNTA 3.....</b>	<b>72</b>
<b>TABLA N°14: PREGUNTA 5.....</b>	<b>73</b>
<b>TABLA N°15: PREGUNTA 8.....</b>	<b>74</b>
<b>TABLA N°16: PREGUNTA 9.....</b>	<b>76</b>
<b>TABLA N°17: PREGUNTA 11.....</b>	<b>77</b>
<b>TABLA N°18: AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL .....</b>	<b>79</b>
<b>TABLA N°19: TABLA DE CONTINGENCIA ENTRE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA Y AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL.....</b>	<b>80</b>
<b>TABLAN°20: PRUEBAS DE CHI-CUADRADO.....</b>	<b>82</b>
<b>TABLA N°21: CUADRO DE MODELO OPERATIVO.....</b>	<b>100</b>
<b>TABLA N° 22: METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>102</b>

<b>TABLA N°23: PLAN DE MONITOREO DE LA PROPUESRA .....</b>	<b>90</b>
<b>TABLA N°24: PRESUPUESTO .....</b>	<b>92</b>
<b>TABLA N°25: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....</b>	<b>93</b>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

**“LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA Y AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN LAS ADOLESCENTES DE 14 A 17 AÑOS DEL COLEGIO AGROPECUARIO LUIS A. MARTÍNEZ DE LA CIUDAD DE AMBATO”.**

**Autora:** Benavides Pinto, Lorena Fernanda

**Tutor:** Ps.Cl. Gaibor González, Ismael Álvaro

**Fecha:** Ambato, Enero del 2015

**RESUMEN**

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad determinar la influencia de los estereotipos de belleza y autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez de la ciudad de Ambato, fue contextualizada a nivel Mundial, Latinoamericano y el Ecuador. Esta investigación se ha dividido en seis capítulos; para la obtención de los objetivos establecidos, el primero promete un conocimiento general del problema de investigación, también brinda un panorama de la situación actual sobre los estereotipos de belleza y la autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de esta institución; para lo cual se utilizó en la parte Metodológica el Cuestionario llamado “Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ)” y otro cuestionario para evaluar la autovaloración de la imagen corporal, teniendo una población de 66 personas, posterior a eso se realizó un análisis con los resultados obtenidos con la utilización del programa de procesamiento de datos “SPSS” donde se obtuvo que el chi cuadrado

de Person es de 6,961, lo cual indica una relación entre variables, es decir se rechaza la hipótesis, debido a que los estereotipos de belleza no influyen en la autovaloración de la imagen corporal de las adolescentes de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez, en el capítulo quinto se expone las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada y finalmente en el capítulo sexto, se propone la creación de un programa a de trabajo dirigido a la valoración de la autoimagen, conjuntamente con el fortalecimiento de la relación padres e hijos para el desarrollo de una autoestima alta aplicado a los internos de la institución antes mencionada, teniendo como objetivo de detectar los ciclos o estadios de cambio en las estudiantes en torno a la recuperación de su proceso de mejora en su salud mental.

**PALABRAS CLAVES: IMAGEN\_CORPORAL, ESTEREOTIPOS\_BELLEZA, AUTOVALORACIÓN, ADOLESCENTE.**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

**"STEREOTYPES OF BEAUTY AND SELF-ASSESSMENT OF BODY  
IMAGE IN ADOLESCENTS FROM 14 TO 17 YEARS OLD OF  
AGRICULTURAL HIGH SCHOOL LUIS A. MARTINEZ IN AMBATO -  
ECUADOR".**

**Author:** Benavides Pinto, Lorena Fernanda

**Tutor:** Ps.Cl. Gaibor Gonzalez, Ismael Alvaro

**Date:** Ambato, February 2014

**SUMMARY**

This research work aims to determine the influence of stereotypes of beauty and self-assessment of body image in adolescents from 14 to 17 years old who study at the Agricultural High School Luis A. Martinez of the city of Ambato, it was contextualized Worldwide in first place, then in Ecuador and then in the Province of Tungurahua. This research is divided into six chapters; This research is divided into six chapters; to obtain the objectives set, the first one, promises a general understanding of the research problem, it also provides an overview of the current situation on stereotypes of beauty and self-assessment of body image in adolescents of this institution; for which the questionnaire "Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ)" has been used in the Methodology part and also a self-assessment questionnaire to assess body image. Having a population of 66 people and with the results obtained after this analysis, chi square was used through the "SPSS" program data processing, Person chi-square was obtained which is of 6,961; indicating a relationship between variables, then the hypothesis is rejected because beauty stereotypes do not influence the self-body image of adolescents 14 to 17 years old Agricultural High School Luis A. Martinez. In the fifth chapter the conclusions



and recommendations of the research are conducted and finally in the sixth chapter the creation of a program of work aimed at evaluating the self-image is proposed, together with the strengthening of the parent-child relationship to develop high self-esteem applied to the inmates of the aforementioned institution, aiming to detect cycles or stages of change in students around the recovery process of improvement in their mental health.

**KEY WORDS: BODY\_IMAGE, BEAUTY\_STEREOTYPES, SELF\_VALUE, TEEN.**

## INTRODUCCIÓN

Es un tema interesante, investigado desde varios enfoques, ya sean psicológicos, filosóficos, y sociales, debido a su contexto ambiental, social, y personal.

El humano se forma sobre tres pilares que son lo biológico, lo psicológico y lo social, de donde el aprende a desenvolverse y a convivir con todo lo que le rodea, en esta investigación se ha tomado como referencia a lo social y específicamente a los estereotipos con los que interactuamos diariamente.

Es en este aspecto aparece otro tema de gran peso que es la belleza y en especial la femenina y que a través de la historia las exigencias han ido variando, es importante mencionar que la investigación hace un realce en el género femenino ya que es el género que mayor conflicto ha conllevado, porque hasta la actualidad vivimos en una sociedad poco equitativa, que mantiene como ideología, la inferioridad de la mujer frente al mundo, dejándole un lugar relegado en las decisiones incluso con ella misma.

En esta tesis se abordaran temas como el sexismo, las exigencias de género, la construcción de la imagen corporal y la identidad entre otras, como resultado de la influencia estereotipada de los medios y el ambiente en el que nos desarrollamos.

Existe una mayor preocupación de parte del género femenino en llegar al ideal impuesto por la sociedad, lo que ha provocado la aparición de enfermedades nuevas como son la anorexia y la bulimia muy en boga entre las adolescentes de nuestros días y la pérdida constante de la imagen de la mujer.

Al final se presenta un proyecto en donde podemos crear una red de apoyo para nuestros adolescentes que son a los que va enfocada la investigación ya que en ellos sucede varios procesos de cambios tanto a nivel biológico, psicológico y social, y son entes más vulnerables debido a los cambios antes mencionados.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Cómo influyen los estereotipos de belleza en la autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez de la ciudad de Ambato?

### **1.2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1.1 MACRO**

La adolescencia es un período de tiempo de transición tanto a nivel físico, psicológico y social en donde se ponen en juego varios factores para el desarrollo de la personalidad, dentro de la cual la imagen corporal es un factor de base en la formación, según Slade (1994) la imagen corporal es la representación mental amplia de la figura corporal, su forma y tamaño, la cual está influenciada por factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos que varían con el tiempo.

Durante esta etapa de la adolescencia se desarrolla el pensamiento abstracto, el razonamiento moral, y el sistema de valores propio. Otro de los aspectos psicológicos fundamentales en esta etapa es la definición de identidad, la cual se construye en interacción con los demás sistemas de creencias del entorno y los patrones de conducta socialmente aprobados, sumándole la creciente influencia de la tecnología en la vida de las personas, ira desarrollando elementos que forman un esquema básico de desempeño, en función del modelado que se recibe de aquellos que se eligen como figuras de referencia a seguir. Normalmente los adolescentes se comparan con otros adolescentes y figuras públicas para valorar su aspecto físico, su rendimiento académico, sus gustos, incluso el éxito en la vida. (Markus & Wurf, 1987).

En un estudio realizado por (Calaf, Hilero, & Rodriguez, 2005), en Gran Bretaña, Estados Unidos, Suecia demostraron que el 80% de las adolescentes estaban

preocupadas por su imagen corporal, considerándose obesas más del 50%, cuando las medidas antropométricas revelaron que sólo lo eran el 25%, según las tablas normalizadas de peso, altura y edad utilizadas (Crispo, R., y otros, 1996). Otros estudios realizados en países como en Australia revelaron que entre 20 y 45% de los adolescentes realizaban dieta o alguna forma de control de peso, y las practicas se extendían a veces a niños de sólo 8 años de edad. Durante 1992 escolares adolescentes en Australia revelaron que 71% deseaban ser más delgados, 22% estaban conformes con su peso y sólo 7% deseaban tener más peso. La influencia tecnológica de los adolescentes reciben información magnificada y poco realista de lo que es “belleza”, generando en algunos desde una pequeña insatisfacción que pueden provocar ansiedad, tristeza, y otros sentimiento que desencadenan trastornos como la anorexia o su opuesto la obesidad; caminos que conducen a hacia la muerte.

Los afectados por anorexia y bulimia en España se cifran ya en más de medio millón de personas, según los promotores del primer congreso internacional de expertos, reunidos esta semana en Bilbao. Los datos oficiales, de 1997, rebajan esa cifra a 250.000 enfermos, pero la enfermedad oculta empieza a desvelarse con toda crudeza. Los 23 expertos sobre todo el mundo convocados en la capital vasca debaten sobre cómo atajar un mal que afecta al 90% de los casos de las mujeres entre 13 y 23 años, aunque “la edad de riesgo ha baja a los 9 años de edad”. Las cifras que maneja esta organización, obtenidas a partir de los datos de las asociaciones de afectados y de las estadísticas en otros países, señalan que un 20% de las personas enfermas mueren a causa de esta enfermedad, con un índice de suicidios 200 veces superior al general. En el congreso de Bilbao participan 23 especialistas de Australia, Canadá, Estados Unidos, Italia, Bélgica y de diversos centros españoles, de distintas áreas. (Nieto, 1999).

Sin embargo al otro extremo también nos encontramos con cifras alarmantes, como menciona la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 1994 realizó una investigación en donde alrededor de 2,6 millones de personas mueren al año por causa de la obesidad o sobre peso, mientras en Egipto un 34.6% de los adultos son obesos y 42.8% en Kuwait, el nivel en las islas Nauru en el Pacífico es de un 71.1%,

aunque anteriormente se creía esta enfermedad exclusiva de las clases acomodadas, en la actualidad la obesidad también es prevalente en los países de ingresos bajos y medianos. Los bulimia u operaciones dolorosas, obesidad, por conseguir esa preciada “felicidad” basada en la aceptación de los demás y que utópicamente transmitida por los medios de comunicación, causa realmente daños en la sociedad que deben ser atendidos por el estado.

### **1.2.1.2 MESO**

Los estereotipos son definidos como el conjunto de expectativas o creencias que se tienen acerca de una categoría de gente o, en palabras, sobre los atributos personales de un grupo de personas (Myers, 1995). Rodríguez y Cruz (2004) realizaron un estudio donde se encontró que el 73.5% de las mujeres latinoamericanas sienten insatisfacción con relación a su imagen corporal, porque les gustaría estar más delgadas de lo que se perciben, por lo tanto los estereotipos utilizados por el marketing crean insatisfacción en las mujeres.

En un artículo extraído de la tesis de Aguilar Jaisi se menciona que un estudio realizado por Roner y cols. para la revista “La Nación On line” con 700 personas entre 17 y 55 años en la capital federal (México) y Conurbado Bonarense (alrededores de Buenos Aires), descubrió que el 60% de las jóvenes deberían estar ubicadas dentro de los parámetros de la normalidad (según la tasa de peso y talla de la Metropolitan Life Insurance Company) y aun así se consideran excedidas de peso (Aguilar, 2004).

Según el diario la Gaceta de Argentina, menciona que este es el segundo país, sobre todo las mujeres ostentan este record, después de Japón. Se calcula aproximadamente uno de cada diez adolescentes padece uno de estos trastornos. (García, 2009).

Según los estudios de Salamanca y Rojas (2012) realizados en Colombia, se descubrió que tienen mayor riesgo de padecer alguna patología mayormente las chicas que padecen de una personalidad obsesiva, que son muy perfeccionistas y autoexigentes, las chicas inseguras de sí mismas y que tienen una gran preocupación por su imagen física.

En el 2008 se publicó una investigación de la Institución Universitaria Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid de Medellín, que se centró en los aspectos relaciones con el ideal estético de los jóvenes. Utilizó la noción de “cultura somática” la cual “(..) sitúa al cuerpo en el centro de la reflexión sociocultural, no solo por lo que registran los signos de la cultura, sino porque a su alrededor se generan manifestaciones generales de la misma. (Ruiz, 2008)

En otro estudio realizado por la Universidad de Antioquia y la Universidad Nacional de Colombia, calcula que al menos dos de cada cien adolescentes, que tienen suficiente comida, sufren anorexia o bulimia, además se concluyó además que cerca de 80.000 jóvenes entre 14 y 19 años padecen anorexia o bulimia en Colombia. En Bogotá el problema también se manifiesta de formas preocupantes pues entre el 10% y el 12% de jóvenes sufren de anorexia. (PROTEGELES, 2010) En Medellín, la Universidad de Antioquia descubrió que el 17.7% de las niñas del grupo de riesgo, entre 12 y 21 años, padecen la enfermedad. Vistas las estadísticas el tema no es sólo grave sino alarmante, pues en efecto los trastornos alimenticios en Medellín, por ejemplo, han superado otros padecimientos y ahora están llegando a ser una de las causas principales de muerte entre las adolescentes. En Colombia las cifras superan todas las marcas imaginables de otros países. (PROTEGELES, 2010).

“Los datos epidemiológicos indican que el ideal de delgadez es una grave amenaza y un problema de salud, la anorexia y la bulimia conducen a la muerte en el &% de los casos que lo padecen” (Taylor, 2007). En cuanto a la prevalencia, Schvili-Mann & Dayán-Nahmad (2000) señalan que está fluctúa ente el 0,5 y el 0, 1% de acuerdo al DSM-IV (2002) para los cuadros clínicos de anorexia y bulimia. Con respecto a la edad de inicio de estos trastornos, se encontró que la edad promedio es de 17 años, aunque hay algunos datos que proponen edades entre 14 y 18 años.

Por otro lado ubicándonos al otro extremo, en el del sobrepeso, en Brasil y Chile, la población obesa alcanza niveles alarmantes, mientras que en Perú, de 26 millones de habitantes, donde 7 millones de ellos padecen sobrepeso. Un reporte de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en el 2010 señaló que 32.8% de los adultos mexicanos padecen obesidad, comparado con el 31.8% de los estadounidenses. Otros países, sin embargo, registran niveles superiores.

### **1.2.1.3 MICRO**

Actualmente en el Ecuador no se han realizados estudios estadísticos que abarquen todo el país con relación a imagen corporal y estereotipos sociales, sin embargo la Universidad Técnica de Ambato ha realizado investigaciones de menor alcance. Así en un estudio realizado en el colegio la Inmaculada de la ciudad de Ambato, se encontró que el 81,25% de las adolescentes que estaban siendo encuestadas que corresponden a 65 señoritas estudiantes están de acuerdo que la sociedad critica mucho el aspecto físico, razón por la cual las estudiantes se sienten influenciadas a cumplir con los modelos de belleza establecidos como requisitos para lograr éxito, felicidad y otras categorías sociales donde la persona puede sentirse agradecido de o que posee y saber en qué puede utilizarse sus características propias. (Suarez C., 2013).

La imagen corporal es un aspecto relevante y muy importante en la concepción no solo de sí mismo si no, en si del mundo en general, ya que a partir de las experiencias que este registra creará así mismo una realidad, pues el cuerpo es la puerta de entrada a todos los estímulos, es la máquina donde se guardan registros de todo lo que el ser vive y esto se reflejara en su calidad de vida.

En un artículo emitido por el diario La Hora de Ecuador señala que 87% de las mujeres no están contentas con su cuerpo, según la psicóloga clínica Patricia

Acuña, en este artículo también se menciona que el 12% y el 15% de las jóvenes entre 12 y 20 años tienen algún tipo de trastorno alimenticio. (La\_Hora, Desordenes alimenticios afecta a niños, 2011)

Aunque en Ecuador no existen cifras sobre la incidencia de esta enfermedad, consultorios y centros médicos mantienen un subregistro de acuerdo a los casos que tratan. Así, por ejemplo, The Center trató el año pasado alrededor de 120 casos provenientes de varias ciudades del país. “Muchos casos no se conocen por tabú, quienes padecen estos trastornos y no dicen nada”, comentó Mónica Guarderas, directora de The Center, quien explicó que las personas más propensas a enfermedades alimentarias tienen personalidades obsesivo - compulsivas. Sufren de ansiedad, depresión, son hipersensibles y complacientes con los demás. (El\_Hoy, 2011)

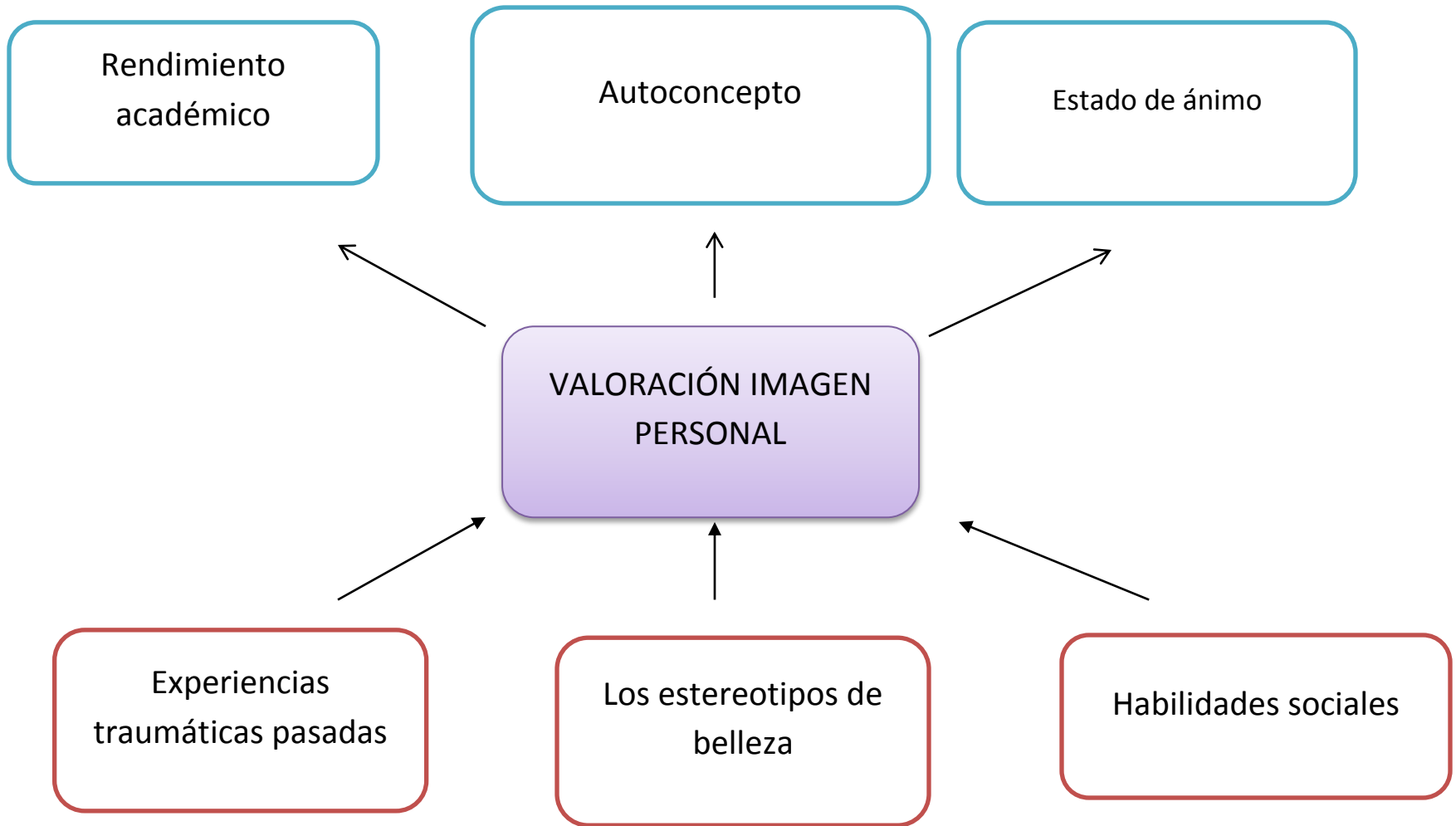
De acuerdo a varios estudios realizados en Ecuador, es evidente la emergencia del sobrepeso y la obesidad: el exceso de peso se caracteriza por bajas tasas durante los primeros años de vida, 6.5% en la edad infantil (2006); aumento de la prevalencia a partir de la edad escolar, 14% de sobrepeso/obesidad en escolares ecuatorianos de 8 años de edad que habitan en el área urbana (2001); incremento sostenido durante la adolescencia, 22% a nivel nacional. (La\_Hora, 2010)

La tendencia finalmente muestra su máxima expresión en la edad adulta, con afectación especial en las mujeres, 40.6% de sobrepeso y 14.6% obesidad (2004). En este último grupo, la mitad de las mujeres que se encuentran en condiciones de pobreza sufren de exceso de peso. Finalmente, un reciente estudio no publicado de alcance nacional en adultos mayores reporta que el 59% de ellos tienen exceso de peso. (La\_Hora, 2010).

La Ensanut y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentaron el primer capítulo sobre la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. La encuesta se realizó a más de 20 mil viviendas y 92.500 personas de cero a menos de 60 años a escala nacional entre 2011 y 2012, estudia los factores de riesgo de la enfermedad crónicas y las enfermedades crónicas más prevalentes. En este grupo de edad, por primera vez se estima la prevalencia del sobrepeso y se encuentra que de



cada 100 niños, 8,6% ya tienen un cuadro de sobrepeso y obesidad. En la población escolar de 5 a 11 años tienen sobrepeso el 32%. Con relación a los adolescentes 26% y en los adultos 63%. Más de 900 mil personas entre 10 y 59 años presentan obesidad abdominal que es uno de los factores determinantes de enfermedades coronarias y de ellos más del 50% tiene síndrome metabólico. (Ensanut, 2013).



**Gráfico N°1:**    **Árbol de problemas**  
Elaborado por:    Lorena Benavides

## 1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

Las experiencias traumáticas son comunes en todos los seres humanos ya que partir de ello se conforma la individualidad, a la vez también se generan puntos que en cualquier momento pueden ser la base para trastornos y dependerá de la capacidad del individuo para resolver estos conflictos que aparecerán durante su vida y a partir de ello se dará forma a la personalidad, conductas, creencias, sentimientos por lo tanto se verá reflejada en sus relaciones laborales, sociales y familiares puesto que son cadenas hereditarias donde se transmiten patrones de comportamiento, y así también en su autoestima generando pensamientos de sí mismo o hacia los demás que permiten desarrollar al individuo su potencial.

Los estereotipos de belleza son patrones o modelos de cualidades aceptados por la sociedad, se ha encontrado en los últimos años que los patrones de belleza están direccionados hacia la delgadez, la juventud, y el éxito profesional como estereotipos de una “mujer perfecta”, muchas de las mujeres en el mundo no son conscientes de la ilusión de la que son parte por lo que realizan varias formas de conseguir o parecerse a su ideal de mujer. Esta exigencia externa, provoca inestabilidad ya que se encuentran fluctuando entre la fantasía y la realidad, generando un desgaste emocional lo que puede desencadenar trastornos del ánimo como por ejemplo: la ansiedad y depresión y en otros más graves conduciéndolas a la muerte.

Entre otra, de las posibles causas de los problemas en la valoración corporal es la falta de las habilidades sociales, en la búsqueda de la aceptación de los demás, nos han hecho creer que valemos por lo que los demás piensan de nosotros, en la búsqueda de provocar una impresión de lo que la persona considera como importante, olvidando lo que la persona en su individualidad ya lo es, es cierto que por selección natural se escoge el mejor espécimen para la reproducción, sin embargo los medios de comunicación se han encargado de maximizar la idea de la apariencia y no de las millones de características que crean la esencia del ser, que es lo realmente bello.

### **1.2.3 PROGNOSIS**

La presente investigación es de gran importancia para la Psicología ya que permite clasificar las conductas más comunes entre las adolescentes reforzar siguientes teorías que puedan surgir a partir de las interrogantes sugeridas de este fenómeno social que siempre ha estado presente durante todos los tiempos y que el ser humano en la actualidad se cuestiona, los roles en los que se desenvuelve diariamente el individuo y el tipo de influencia que ejercen los medios de comunicación y en si la sociedad, que con el pasar del tiempo ha ido evolucionando no solo en tecnología sino también en población por lo tanto nuevas reglas nos rigen para la convivencia de la especie, sin embargo es notoria la contradicción en la que siempre se ha encontrado los seres humanos los esquemas establecidos nos presentan nuevas maneras de mirar el hombre y a la mujer, objeto de estudio, por ende el mismo se construye, diariamente se cuestiona sobre su existencia y el porqué del ser de las situaciones, a través de este tipo de investigaciones se aclara las partes que están ocultas a la cosmovisión de la cultura ecuatoriana, especialmente de fenómenos sociales que influyen en la concepción individual, como son los estereotipos, marketing, ideales a perseguir, por mencionar algunos, la razón de la conformación de los grupos y las relaciones que se crean para el interactuar, influyendo inmensamente en la concepción de la vida y de la existencia misma del ser humano.

#### **1.2.4 INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Cuáles son los estereotipos más aceptados entre las adolescentes de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez?
- ¿Cuál es el nivel de aceptación del autoimagen corporal de las estudiantes del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez?
- ¿Es posible generar un plan de concientización de los modelos de belleza y la importancia de la autovaloración de la imagen corporal?

#### **1.2.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

**Campo:** Psicología

**Área:** Psicología Evolutiva

**Aspecto:** Psicología del Adolescente

**Delimitación espacial:** Colegio Agropecuario Luis A. Martínez

**Delimitación temporal:** septiembre 2013- julio 2014

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Es para mí, de gran interés esta temática al ser de índole social, crea controversia al conocer la realidad nacional a la que nos adaptamos diariamente, específicamente hacia los roles del género femenino. Actualmente podemos observar y comparar dichos roles que generan identidad, los cual puede ser aceptadas o rechazadas dependiendo el contexto en el que se desenvuelvan las personas. Tradición, costumbre y ahora esencia se ha vuelto la búsqueda implacable de la belleza física, olvidando la formación interna, que es una de las tantas razones por las cuales busco desmitificar ciertas creencias que no sirven a la mujer actual para alcanzar su autorrealización, dejando nuevas y más frescas ideas a las nuevas generaciones para que su desarrollo sea más próspero y en conjunto, ya que así podremos compartir enseñanzas a través de juicios de valor acordes al contexto social actual.

Es factible la realización de este estudio, ya que la imagen corporal y los estereotipos están continuamente fluctuando, cambiando y renovándose tanto en la personas como en la sociedad, por lo que en cualquier instante se puede brindar una opinión sobre ciertas interrogantes que verificaran su condición.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo General**

- Determinar la influencia de los estereotipos de belleza en la valoración de la imagen corporal en las adolescentes del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez de la ciudad de Ambato.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar los estereotipos de belleza más frecuentes de las adolescentes del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez de la ciudad de Ambato.
- Detectar los niveles de valoración de la imagen corporal en las adolescentes del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez de la ciudad de Ambato.
- Proponer estrategias que permitan a las adolescentes reconocer la influencia de los estereotipos sociales sobre su valoración personal.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

De acuerdo a la revisión de investigaciones realizadas se encuentra que la influencia social a cargo de los medios de comunicación y del marketing alternativo promueve ciertos criterios no reales de la “perfección corporal” denominémosle a esta “belleza” creado a partir de estereotipos sociales perjudiciales para la salud mental de las adolescentes, y dado que el ser humano no es solo un ente social, la aparición de Trastornos Alimenticios influyen estilos de personalidad, relación intra e inter familiar, homeostasis bioquímica y traumas no resueltos en la línea de la vida: pasado, presente y futuro (Suarez, 2011).

La adolescencia implica cambios a nivel psicofisiológicos durante los cuales está en proceso la autoafirmación el autoconcepto, esta etapa se caracteriza por una vulnerabilidad en la cual lo más importante es cuán aceptado y cuán atractivo se es, cómo nos ven y cómo se cree que nos ven. De acuerdo con Solis (1997) cuanto más importa crear “buena Impresión” más se ignora lo que realmente se es, si a esto le agregamos como menciona Ussher (1992), que el cuerpo perfecto está influenciado por el aparato mercadotécnico actual, donde transita por una cultura de consumismo light, que comercializa aspectos como la delgadez, la belleza, la juventud, y la salud, elementos inseparables que fungen como proveedores de aceptación y que a partir de ella se fomenta la búsqueda exagerada del estereotipo de belleza.

En otra investigación realizada en México se observó que los factores de obsesión y compulsiones por la comida son los dos de menor impacto, ya que en lo reportado en los resultados se puede ver que las adolescentes del estudio no tienen propiamente trastorno anoréxico sino que ante su deseo de adelgazar, practican dietas que no van



en función de evitación de alimentos altamente calóricos, ni en una vigilancia del peso, uso de productos para adelgazar, o estrategias más extremas como el uso de laxantes, diuréticos o inducción de vómito. Van más bien en función de su percepción subjetiva de su cuerpo y de lo que según ellas los demás perciben (Aguilar, 2004).

Con los resultados obtenidos, no se puede afirmar la existencia de un trastorno anoréxico como tal, ya que la evaluación realizada nos posibilita detectar sólo la existencia de síntomas de trastorno alimenticio y no la presencia del trastorno anoréxico en sí. Sin embargo, se acepta nuestra hipótesis de investigación la cual afirma la existencia de una correlación positiva entre la influencia del modelo estético corporal y el trastorno alimenticio anorexia. Este fenómeno es un proceso progresivo, donde en este momento la influencia sobre el modelo estético corporal no se hace patente de manera severa que degenera en el trastorno anoréxico. Si bien se puede determinar la existencia de una motivación a adelgazar, esto no nos lleva necesariamente a aceptar la existencia de una distorsión en su imagen corporal, es decir quizá no se perciban obesas pero sí manifiestan desear ser más delgadas de lo que son. En una sociedad que glorifica la belleza, la juventud y la salud; no es extraño que aumente la preocupación por la apariencia física. Pero, una preocupación exagerada puede llegar a ser altamente perturbadora e incluso incapacitante para las mujeres. (Aguilar, 2004).

La forma más eficaz de combatir los modelos sexistas, según, Stephen (Stephen, 1990), consiste en que un gran número de mujeres desarrollen fuertes campañas con el objetivo de cambiar sus condiciones desiguales de vida en una amplia variedad de ámbitos y crear modelos alternativos.

En la Universidad Central del Ecuador se realizó el estudio de las revistas *Seventeen* y *Tú* donde tratan temáticas similares e incluso utilizan recursos similares como los soportes animados el uso de la mujer para la venta de productos, pero gracias al análisis realizado es posible encontrar diferencias en lo que podría parecer un cúmulo de semejanzas. través del análisis de texto y de imagen de las revistas

juveniles, pude concluir que los estereotipos de chica Disney y la saludable delgada trabajan a partir de un doble enmascaramiento, las revistas juveniles de índole femenina forman parte de las industrias culturales, son forjadoras de comportamiento e incluso de conductas que nos obligan a ser hologramas sin personalidad.

Probablemente lo hemos perdido todo incluso la sensación de autenticidad, pues los estereotipos se han naturalizado al punto de creer que no son nada violentos. (Suarez C., 2013).

Un estudio realizado en Colombia a los colegios de Suba en Bogotá, demuestra que existen estereotipos de belleza física en el imaginario de los adolescentes entre 13 y 18 años de edad, pertenecientes a colegios de Suba, Bogotá, la estadística corrobora una tendencia importante hacia la selección un grupo de rasgos físicos, mostrando resultados por encima del 50% en casi todos los casos del rostro y por encima del 75% en los del cuerpo.

Los rasgos faciales señalados como predominantemente bellos por los adolescentes estudiantes de la localidad de Suba, Bogotá, corresponden a los latinos. Debe precisarse, sin embargo, los rasgos caucásicos tuvieron resultados importantes, seguidos en menor medida por los orientales.

Las características corporales resultantes, delgadez, talla alta y piel blanca, concuerdan con la hipótesis, los resultados de otras investigaciones y las imágenes mostradas por los medios de comunicación contemplados.

También se demostró que no existen diferencias evidentes entre las poblaciones de distinto estrato socio-económico o género, se observa relativa homogeneidad en su imaginario de la belleza física. Se encontró que existe relación entre el consumo series y películas en la televisión con la preferencia con el cabello caucásico. Hay una frecuente relación entre la consulta, en los diferentes medios, de temas de moda, farándula, belleza y salud, con la preferencia por la delgadez y la talla alta como características corporales.

El rostro y el cuerpo de las personas que aparecen en los medios de comunicación son admirados por una parte considerable de los adolescentes. Un porcentaje importante de los adolescentes de la muestra (más del 60%) quisiera

parecerse a las personas que aparecen en los medios de comunicación contemplados. Existe relación entre el imaginario de belleza física de los adolescentes y las imágenes mostradas en los medios de comunicación, corroborando este planteamiento de las investigaciones previas aplicadas a otros contextos. (Mejia & Rojas, 2012)

El Departamento de Comunicación de la Universidad de Purdue en Estados Unidos, investigó si la exposición a la revistas, tiene que ver con la creencia estereotipada sobre las mujeres bronceadas. Las variables de resultado fue que la creencia de que está clase de mujeres está de moda, en forma, y son superficiales. (Cho, Lee, & Wilson, 2010).

Un estudio pionero vincular de la crítica feminista y la cirugía estética es el de Morgan (1998). Ella se basa en la teoría propuesta por Michell Foucault considera filósofo y psicoanalista francés, que a través de esta se normaliza una patología narcisista en el cuerpo femenino como un espacio de poder y disciplinamiento a través de la tecnología. Cuestiona la autodeterminación de las mujeres como sujetos para otros, donde el erotismo femenino se niega, pero la mujer se define como objeto de deseo, belleza y fertilidad, siendo estos valores los que definen su autoestima en la medida que es una de las pocas posibilidades de poder legítimo dentro de una cultura patriarcal. Relaciona el hecho de que las mujeres sean las que con mayor frecuencia se sometan a la cirugía estética, bajo la interpretación que las ciencias biomédicas del cuerpo de la mujer como inferior, imperfecto infantil y en este caso deforme.

Bordo (Bordo, 1993) es otra autora que ha trabajado la belleza física desde la premisa de que está se sustenta en codificaciones de las diferencias de raza, clase, género y etnicidad. La autora considera que la cirugía estética no propicia la afirmación de diversos estilos étnicos y raciales de belleza. Más bien opina que se trata de todo lo contrario y que la supremacía racial junto con la obsesión de la belleza se configuran como paradigmas del cuerpo sexualmente aceptable a partir de los personajes públicos como cantantes y actrices. Además considera que tener a a los hombres

como enemigo, sería ignorar no sólo las diferencias de poder en las situaciones, sino que al igual que la mujer se encuentran implicados en instituciones y prácticas que ellos, como individuos, no crearon ni controlarán. Más aún, ese marco de referencia la lleva a reconocer el grado en que las mujeres están orientadas a sostener el sexismo y los estereotipos sexistas. Muchas, si no la mayoría, de las mujeres son también voluntarias participes entusiastas de dichas prácticas culturales. Los hombres no son el enemigo, pero con frecuencia pueden tener un mayor interés en sostener instituciones dentro de las cuales han ocupado históricamente posiciones de dominación sobre las mujeres.

Edmonds (2007), propone que los ideales de belleza del cuerpo son una categoría autónoma con una lógica propia que no se reduce a elementos ideológicos.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN**

### **2.2.1 FILOSÓFICA**

El presente trabajo de investigación se encuentra enmarcado dentro del paradigma Crítico-propositivo, debido a que se analizará una problemática que afecta a la sociedad, como lo son los estereotipos de belleza y su influencia en la autovaloración de la imagen corporal, es decir se analiza al comportamiento del individuo desde una perspectiva social en aspectos psicológicos como es en este caso la imagen corporal, parte importante en la construcción del autoestima y otros elementos que interactúan para el desenvolvimiento de la persona, y es propositivo ya que se plantea conocimiento y manejo de las influencias sociales generando mayor control del comportamiento humano.

### **2.2.2 ONTOLÓGICA**

El presente trabajo que tiene como fundamento ontológico a los adolescentes, es importante reconocer sus características por las cuales se encuentran atravesando,

tanto a nivel físico y psíquico ocurren cambios, que se influyen mutuamente, entre los cambios cognitivos tenemos un aumento en la capacidad y estilo de pensamiento, más control en sus conductas, aumento de la imaginación, es decir hay una optimización de todo su cuerpo. Una de las capacidades adquiridas durante la adolescencia es la intencionalidad de modificar su pensamiento, ponen en tela de juicio todo lo que antes era aceptado por ley de sus padres, por lo que hay desafío de límites y búsqueda de identidad social, es cuando en ellos se produce la búsqueda de aceptación de los grupos a los cuales considera significativos para su status social, y que posteriormente formaran su personalidad.

### **2.2.3 EPISTEMOLÓGICA**

El presente proyecto de investigación se fundamenta en la relación de las variables ya que a pesar de que los estereotipos sean un fenómeno social, también ocurre a nivel personal, individual, ya que los individuos al ser integrales están interactuando todas sus áreas, y también que a partir de las síntesis que el individuo tenga acerca de ciertos grupos será su manera de interactuar frente a este de manera aprobatoria o discriminatoria, dependerá de las conductas que el individuo opte por realizarlas frente a los distintos grupos donde es parte (endogrupo) o no (exogrupo), también son importantes ya que generan identidad social, tan importante en la formación del individuo en la búsqueda del sentido de pertenencia.

### **2.2.4 PSICOLÓGICA**

El presente proyecto de investigación se basa en la corriente cognitiva conductual que sostiene que la imagen corporal en la adolescencia se vive el cuerpo como fuente de identidad, de auto-concepto y autoestima. En esta época actual de la introspección, de la comparación social y de la autoconciencia de la propia imagen física y del desenvolvimiento social, que podrá dar lugar a la mayor o menor insatisfacción con el cuerpo.

La sociedad ecuatoriana ha convertido al cuerpo y a la apariencia física en un objeto más de consumo, lo que ha conllevado a un exagerado culto por la belleza, descuidando otras áreas también importantes para el desarrollo integral del ser, y esta preocupación con el cuerpo y la insatisfacción con el mismo pueden ir desde una simple dieta hasta la distorsión general del cuerpo.

“Las consecuencias de la insatisfacción con la imagen corporal son variadas, así cursa con pobre auto-estima, depresión, ansiedad social, inhibición y disfunciones sexuales, desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria, inicio de tratamientos cosméticos, quirúrgicos, dermatológicos, capilares, etc... de forma reiterada y con demandas irracionales” (Hollander, Cohen y Simeon, 1993 p175. ; Sarwer, Wadden, Pertschuk y Whitaker, 1998 p.175), por lo tanto es necesario conocer de que forma esta influyendo en el proceso evolutivo de las adolescentes en este tiempo de cambios a nivel social con la aparición de nuevas formas de comunicación y tecnologías conlleva a la creación de nuevos estereotipos que intervienen en la conformación del ideal a seguir de las adolescentes y por ende al desarrollo de su personalidad.

### **2.2.5 LEGAL**

Los códigos establecidos por la ley que amparan el desarrollo saludable para las y los adolescentes, puesto que son de interés tanto para la familia como al estado, propiciar personas sanas e independientes preparadas para la vida en sociedad.

#### *Definición de Niñez y Adolescencia (Artículo 4)*

Son niños y niñas quienes aún no han cumplido los 12 años. Son adolescentes las personas que tienen entre 12 y 18 años. Todos tenemos la obligación de respetar sus derechos y garantías, denunciar su violación y actuar eficientemente.

## **Derechos relacionados con el desarrollo**

**Art. 33.- Derecho a la identidad.-** Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la identidad y a los elementos que la constituyen, especialmente el nombre, la nacionalidad y sus relaciones de familia, de conformidad con la ley.

Es obligación del Estado preservar la identidad de los niños; niñas y adolescentes y sancionar a los responsables de la alteración, sustitución o privación de este derecho.

**Art. 34.- Derecho a la identidad cultural.-** Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a conservar, desarrollar, fortalecer y recuperar su identidad y valores espirituales, culturales, religiosos, lingüísticos, políticos y sociales y a ser protegidos contra cualquier tipo de interferencia que tenga por objeto sustituir, alterar o disminuir estos valores.

**Art. 43.- Derecho a la vida cultural.-** Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a participar libremente en todas las expresiones de la vida cultural.

En el ejercicio de este derecho pueden acceder a cualquier espectáculo público que haya sido calificado como adecuado para su edad, por la autoridad competente.

Es obligación del Estado y los gobiernos seccionales impulsar actividades culturales, artísticas y deportivas a las cuales tengan acceso los niños, niñas y adolescentes.

**Art. 45.- Derecho a la información.-** Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a buscar y escoger información; y a utilizar los diferentes medios y fuentes de comunicación, con las limitaciones establecidas en la ley y aquellas que se derivan del ejercicio de la patria potestad.

Es deber del Estado, la sociedad y la familia, asegurar que la niñez y adolescencia reciban una información adecuada, veraz y pluralista; y proporcionarles orientación y una educación crítica que les permita ejercitar apropiadamente los derechos señalados en el inciso anterior.

**Art. 46.- Prohibiciones relativas al derecho a la información.-** Se prohíbe:

1. La circulación de publicaciones, videos y grabaciones dirigidos y destinados a la niñez y adolescencia, que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo; y cualquier forma de acceso de niños, niñas y adolescentes a estos medios;

2. La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; y,

3. La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo.

Estas prohibiciones se aplican a los medios, sistemas de comunicación, empresas de publicidad y programas.

**Art. 47.- Garantías de acceso a una información adecuada.-** Para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá:

a) Requerir a los medios de comunicación social, la difusión de información y materiales de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes;

b) Exigirles que proporcionen, en forma gratuita, espacios destinados a programas del Consejo Nacional de Niñez y Adolescencia;

c) Promover la producción y difusión de literatura infantil y juvenil;



d) Requerir a los medios de comunicación la producción y difusión de programas acordes con las necesidades lingüísticas de niños, niñas y adolescentes pertenecientes a los diversos grupos étnicos;

e) Impedir la difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes;

f) Sancionar de acuerdo a lo previsto en esta Ley, a las personas que faciliten a los menores: libros, escritos, afiches, propaganda, videos o cualquier otro medio auditivo y/o visual que hagan apología de la violencia o el delito, que tengan imágenes o contenidos pornográficos o que perjudiquen la formación del menor; y,

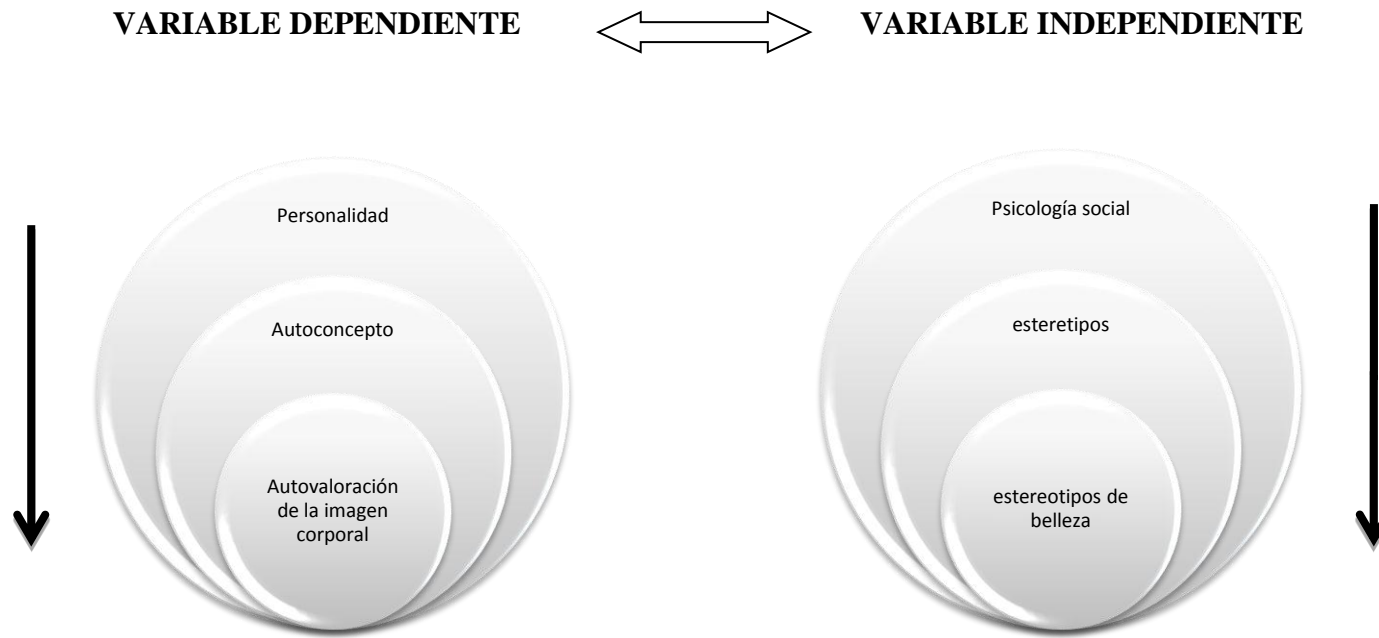
g) Exigir a los medios de comunicación audiovisual que anuncien con la debida anticipación y suficiente notoriedad, la naturaleza de la información y programas que presentan y la clasificación de la edad para su audiencia.

Se consideran inadecuados para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes los textos, imágenes, mensajes y programas que inciten a la violencia, exploten el miedo o aprovechen la falta de madurez de los niños, niñas y adolescentes para inducirlos a comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud y seguridad personal y todo cuanto atente a la moral o el pudor.

En cualquier caso, la aplicación de medidas o decisiones relacionadas con esta garantía, deberán observar fielmente las disposiciones del Reglamento para el Control de la Discrecionalidad de los Actos de la Administración Pública, expedido por el Presidente de la República.

**Código de la niñez y adolescencia. Libro primero (2003).**

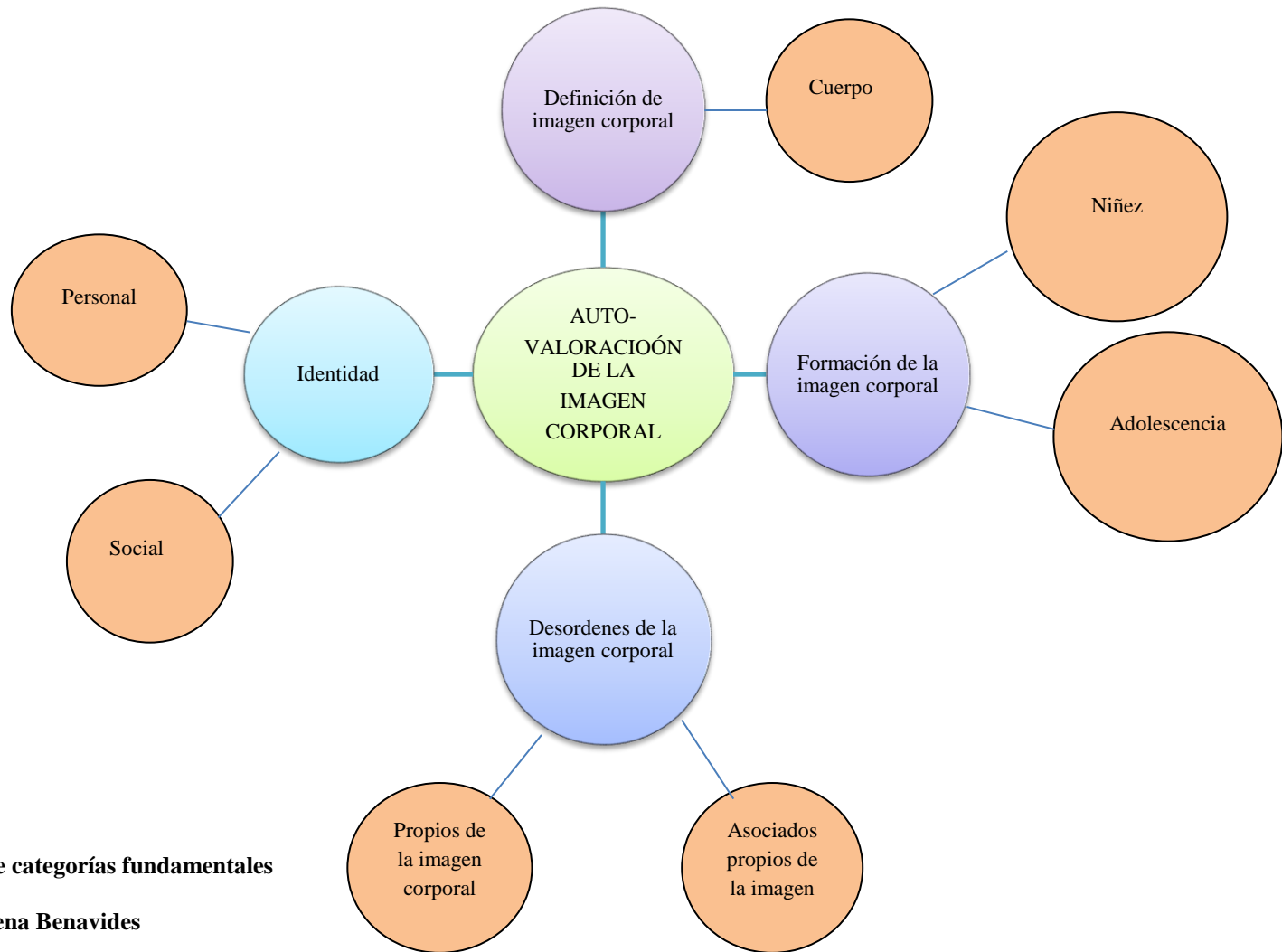
**2.3 CATEGORIAS FUNDAMENTALES**  
**Red de Inclusiones Conceptuales**



**Grafico N° 2 : Red de Inclusiones Conceptuales**  
**Elaborado por: Lorena Benavides.**



**Grafico N° 3: Red de categorías fundamentales**  
**Elaborado por: Lorena Benavides**



**Grafico N° 4: Red de categorías fundamentales**

**Elaborado por: Lorena Benavides**

## **2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES FUNDAMENTACIÓN TEORICA**

### **2.4.1 ESTEREOTIPO DE BELLEZA**

#### **Belleza**

##### **Definición**

La belleza es según el diccionario de la Real Academia Española (2001): *“Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual. Esta propiedad existe en la naturaleza y en las obras literarias y artísticas”*.

Para Aristóteles, la belleza es “armonía”, es “medida” y una identificación entre lo bello y lo bueno. Lo bello considerado como algo más que lo útil, pues esto es bueno para un solo individuo, pero lo bellos es bueno para todos. Lo bello es valioso, lo que es útil por si mismo y que al vez nos agrada, pero no todos los placeres son bellos ni todo lo bello es bueno, por lo tanto, lo que es bello, es bueno y agradable.

##### **Belleza y cuerpo**

La belleza “es más que una simple cuestión de estética o de gusto”. De acuerdo a Reischer y Koo (2004), los “ideales sobre la belleza son también un índice y expresión de los valores sociales”. La belleza es una construcción social, anclada en un contexto socio-histórico específico. Las partes del cuerpo consideradas bellas y los modos de embellecimiento -maquillaje, corsé, tatuaje, pintarse el pelo, cirugías estéticas- han ido cambiando en función del tiempo y del espacio. (Vigarello, 2005).

##### **Cánones de belleza**

En la actualidad la sociedad refiriéndose a la belleza física está resaltando aspectos como la juventud, el éxito, y un cuerpo atlético son aspectos que comúnmente las personas buscan entre todas las actividades que realizan, sin embargo hay un equilibrio entre lo que se desea y lo que realmente se es, con el pasar del tiempo las personas normalmente sanas van aceptando cada vez más su

aspecto físico sin embargo otras aumentan su preocupación. (Baron & Byrne, 1998).

Así la belleza se vuelve un producto más del mercado puesto al alcance de todo aquel que pueda comprarlo pero su alto precio la hace más accesible para aquellos que puedan pagarlo. Por eso, en ocasiones, el grado de belleza es directamente proporcional al dinero del sujeto. Las imperfecciones leves son destacadas y en algunos casos se convierten en complejos que dificultan la correcta relación con los individuos. (Cabrera, 2009)

### **Estereotipo**

(Del griego Sténeos= Rígido y túpos= impresión). Es una representación colectiva (...) constituida por la imagen simplificada de individuos, de instituciones o de grupos, o como imagen preconcebida y petrificada que determina nuestras formas de pensar, sentir y actuar. (Amossy & Hershberg, 1997).

Para Walter Lippmann (1992) los estereotipos son estructuras cognitivas que facilitaban el manejo de la información proveniente del mundo exterior, y estos eran determinados por la cultura del sujeto.

Otra definición es que son el conjunto de expectativas o creencias que se tienen acerca de una categoría de gente o, en otras palabras, sobre los atributos personales de un grupo de personas (Baron & Byrne, 1998).

De acuerdo con Hilton y von Hippel (1991) estas creencias provienen de dos fuentes. La primera son las representaciones mentales de diferencias reales entre grupos. Esto quiere decir que, algunas veces, los estereotipos son representaciones exactas de la realidad, o por lo menos de la realidad local a la que está expuesta la persona. Estos estereotipos se basan en rasgos variaciones dentro del grupo. La segunda fuente es cuando los estereotipos son formados acerca de varios grupos, independientemente de las diferencias reales entre los grupos. Mientras que algunos

estereotipos se basan en las diferencias reales de un grupo, como la preferencia de alimentos, aquellos estereotipos basados en características relativamente resistentes acerca de una persona, raza o religión, tienen un alto margen de error.

Por último otro autor sostiene que estereotipo es el conjunto de creencias populares sobre determinados atributos que caracterizan a un grupo social y sobre los que hay un acuerdo básico. Tiene un valor cognitivo y una función adaptativa importante, y responden a la tendencia a categorizar, a recurrir a generalidades que facilitan el conocimiento del mundo y lo hacen más comprensible ( (Pinazo, 1999)Pinazo)

### **Estereotipos de género**

El género es construido socialmente, no está dado de manera biológica. Los estereotipos basados en el género, son un conjunto estructurado de creencias acerca de los atributos personales de mujeres y hombres (Basow, 1992). Estos estereotipos existen en un nivel cultural, reflejados por ejemplo en los medios y en un nivel personal, teorías personales acerca de los atributos relacionados con ser mujer u hombre. Los estereotipos de género son fuertes, y han persistido a través del tiempo llevando a que se perciban como el reflejo de una realidad estable e innata (Myers, 1995). Incluso pueden influir en el juicio que se hace sobre los individuos y en la forma cómo se interpretan los eventos, las creencias sobre la menstruación muchas veces reflejan esta situación (Crooks & Baur, 2000).

### **Clasificación de estereotipos de género**

Como Basow (1992) menciona, estos estereotipos representan una fuerte fuente de control social, ya que las personas pueden llegar a conformarse con ellos y así presentar conductas socialmente aceptadas. O, pueden rebelarse a estos estereotipos y enfrentar las consecuencias de ser socialmente rechazados por no presentar las conductas esperadas por su género. (Myers, 1995)

### **Estereotipos masculinos**

Estos estereotipos sostienen la idea de que los hombres son fuertes, dominantes, objetivos, independientes, estables emocionalmente, agresivos, amor al riesgo, etc. entre otros que definen en si parte de la personalidad del grupo de individuos considerados como masculino. (Myers, 1995).

### **Estereotipos femeninos**

De modo contrario se percibe a las mujeres como dependientes, inestables emocionalmente, débiles, con mayores aptitudes manuales, sumisión, entre otras que de igual manera rigen el comportamiento de las personas que se incluyan en este grupo.

A través de los años van modificándose volviéndose unos más rígidos y más importantes que otros que proporcionan semejanzas y diferencias entre grupos de pertenecía y de comparación. (Myers, 1995).

### **Formación de estereotipos de género**

Los estereotipos se aprenden por la observación de la interacción social, algunas veces son enseñados por personas significativas, y transmitidos a través de la socialización. Aun cuando posteriormente los niños puede aprender más de los estereotipos por otras fuentes, la primera fuente de información son los padres.

Estos transmiten la cultura a los niños, dan información verbal sobre los grupos, incluso muestran reacciones hacia ellos y regulan los contactos de los niños con ellos (Morales, 2007). La mayor parte de las familias se refuerzan las respuestas de los niños con un programa de intervalo fijo relativamente invariable: la alimentación, la disponibilidad del padre o los hermanos en edad escolar, y en general los acontecimientos relacionados con las costumbres del hogar y la familia. (Bandura & Richard, 1983).



Como Crooks y Baur (2000) mencionan, gran parte de las representaciones de hombres y mujeres en los medios de comunicación son abiertamente estereotipadas. Esto no es únicamente obvio en los programas de televisión para adultos, sino también en los programas infantiles en donde también se exponen estereotipos de rol de género.

Otro de los factores influyentes es el estado de ánimo, ya que las personas cuando se encuentran en un estado de ánimo positivo, suelen procesar la información de manera menos analítica, y más en base a atajos, juicios iniciales, estereotipos y otras estrategias de simplificación (Hilton, Klein, & von Hippel, 1991)

### **Influencia social**

En la actualidad los teóricos del aprendizaje como es Albert Bandura concede cada vez más atención al proceso de imitación, pues existen bastantes pruebas sobre el aprendizaje por observación de la conducta de otros, incluso cuando el observador no produce las respuestas del modelo durante la adquisición y, por tanto, no recibe refuerzo (Bandura & Richard, 1983). La producción y el mantenimiento de la conducta imitativa depende mucho de las consecuencias de la respuesta para el modelo, una teoría adecuada del aprendizaje social debe dar cuenta también del papel del refuerzo vicario, por el cual se modifica la conducta de un observador en virtud del refuerzo administrado al modelo. (Bandura & Richard, 1983).

Estamos tan condicionados a utilizar la conducta de otros como modelos de nuestras propias respuestas, que espontáneamente imitamos su conducta sin saber, con frecuencia, que estamos haciendo. Esta actitud es especialmente intensa cuando enfrentamos situaciones nuevas o ambiguas. En tales situaciones, los miembros del grupo casi automáticamente se vuelven hacia su compañero en búsqueda de ayuda para clarificar el significado de la situación que colectivamente enfrentan y quien determina lo que hay que hacer es generalmente el más dominante y señala las pautas que sigue el grupo. (Clay, H. 2006).

Aunque se dan diferencias individuales en cuanto a la susceptibilidad a la influencia social, casi siempre es posible predecir cuáles serán los refuerzos efectivos para la mayoría de los miembros de determinado grupo, a que los miembros de todo grupo puesto que comparten muchas experiencias sensoriales. Por otra parte, los procedimientos de refuerzo son más eficaces cuando el agente de refuerzo es una persona con mucho prestigio y menos cuando tiene poco prestigio el que distribuye los refuerzos (Prince, 1962), además las personas de mucho prestigio son, fundamentalmente, las que dan lugar a la conducta de (Asch, 1956).

### **Atracción social**

Las investigaciones sobre el aspecto físico tienen a ser un tanto vagas como explicación de la atracción social. Quizás lo que más podemos decir sobre este atributo es que el grupo cultural o subcultural del que una persona forma parte define ciertos patrones de apariencia que adquieren cierto valor normativo. Cuando más cerca al aspecto de una persona a eso patrón normativo está más atractivo resulta a los ojos de quienes utilizan esa norma como base de criterio. Sin embargo el aspecto físico es solo una de las bases de la atracción social. Los estudios de cierto número de variables diferentes indican que las semejanzas entre personas pueden ser igualmente importantes. (Lindgren, 1990)

Las investigaciones sobre la semejanza de las actitudes y los valores ponen en claro que nos sentimos atraídos hacia las personas que coincidimos en nuestros puntos de vista que con aquellos que diferenciamos. Se podría argüir que si la estimulación y el desencadenamiento son las bases para la atracción social, deberíamos sentirnos atraídos por las personas que disintimos. Sin embargo, la cuestión está en la cantidad de estimulación necesaria. Interactuar con personas semejantes a nosotros es más estimulante y desencadenante que no interactuar con nadie, pero interactuar con personas que distienden de nosotros es más desencadenante y puede llegar más allá de los límites de la comodidad si la situación

se prolonga demasiado, aspecto este de las personas que han vivido demasiado tiempo lejos y aislados del grupo cultural. (Lindgren, 1990).

### **Modificación de estereotipos**

La teoría mayormente reconocida sobre la modificación de estereotipos es la de (Weber & Crocker, 1983), el cual constituye un hito para la Psicología Social. Este estudio distinguió tres modelos sociocognitivos: Contabilidad, conversión y subtipos. En ellos, sin destacar la influencia intergrupala.

El modelo de contabilidad define que el estereotipo se modifica por el efecto sumatorio de la información contraria. Cuando una persona recibe información desconfirmatoria, la procesa y la acumula, de forma que la suma de éstas consigue alterar el estereotipo (Rothbart, 1981).

El modelo de conversión considera que el cambio se efectúa mediante un proceso de todo o nada, razón por la que no es necesario presentar mucha información desconfirmatoria, sino aquella que sea bastante relevante. (Weber & Crocker, 1983). La información desconfirmatoria debe poseer mucha fuerza para que contradiga de manera consistente el estereotipo imperante. Este modelo se apoya en la afirmación de que la evaluación de un único estímulo es más rápida y menos exigente, cognitivamente hablando, que las comparaciones múltiples que se producirían entre varios sujetos presentados con rasgos contra estereotípicos y el resto de los miembros del grupo (Robinson & Hastie, 1985). El modelo de conversión adquiere fuerza porque las personas hacemos primeramente un juicio del ejemplo presentado que luego se aplica, a través de la generalización, a los otros miembros del grupo.

El modelo de subtipos considera que la información desconfirmadora debe presentarse de forma dispersa a través de distintos ejemplos. Esto originará la creación de un subtipo que, al separar la información contradictoria del estereotipo actual del grupo, generará una nueva categoría. De este modo, cuando mostramos la

información incongruente de manera dispersa, se produce un cambio en el nivel de categorización de un nivel supraprimordial a otro inferior y menos genérico. En este modelo lo relevante no es el tamaño de la muestra (cantidad), sino la proporción de *ejemplares* que contradicen el estereotipo. El proceso que se sigue al subtipificar es atender a los elementos que no corresponden con la información almacenada, ya que éstos son diferentes al resto de miembros del grupo, se considera excepciones y no representan al grupo, se consideran excepciones y no representa al grupo como conjunto. Este modelo presenta dos versiones: la visión extrema considera que la subtipificación se realiza cuando los ejemplos presentados son muy diferentes; lo que produce más cambio son los desconfirmadores extremos. La versión débil defiende que es una desviación moderada que le permite la creación del subtipo y un mayor cambio del estereotipo ya que el caso extremo genera otra categoría que no altera al estereotipo primario (Johnston & Hewstone, 1992).

En resumen, los tres modelos se diferencian por la importancia que conceden a la cantidad, cualidad y forma de presentar la información contraria al estereotipo.

### **Discriminación**

En muchos casos, las personas que tienen actitudes negativas hacia los miembros de diversos grupos, las personas que tienen actitudes negativas hacia miembros de diversos grupos no pueden expresar estas opiniones abiertamente. Las leyes, la presión social el miedo a las represalias, todo sirve para impedir a la gente poner sus prejuicios en una práctica abierta. Además muchas personas que tienen opiniones prejuiciosas sienten que una discriminación abierta es errónea y perciben estas acciones por su propia parte como una violación de los valores morales personales. Cuando estos individuos observan que han mostrado discriminación, experimentan un malestar considerable en forma de culpabilidad y sentimientos relacionados (Monteith, 1993). La discriminación en el pasado, los diversos miembros de grupos minoritarios (especialmente los afroamericanos) tenían el peso prohibido a muchos

lugares públicos de los Estados Unidos. Afortunadamente, tales formas de discriminación en la actualidad han desaparecido totalmente, aunque aún podemos observar en Europa ataques de xenofobia o de discriminación hacia grupos minoritarios. (Baron & Byrne, 1998).

### **El prejuicio basado en el género**

Es triste pero cierto que las cosas que la gente quiere y que más valora (buenos trabajos, bonitas casas, estatus elevado) siempre son a corto plazo. Este hecho sirve como fundamento para la que tal vez sea la explicación más antigua del prejuicio, la teoría del conflicto realista (Bobo, 1983). De acuerdo con esta opinión el prejuicio es consecuencia de la competición entre grupos sociales por comodidades y oportunidades apreciadas. Brevemente, el prejuicio se desarrollaría a partir de la lucha por un empleo, una vivienda adecuada, unas buenas escuelas y otros resultados deseables. Además, la teoría sugiere que en la medida en que la competición continúe, los miembros de los grupos implicados llegarán a verse los unos a los otros en términos cada vez más negativos (White, 1977).

Más de la mitad de la población mundial son mujeres. Sin embargo, pese a esto, en muchas culturas las mujeres han sido tratadas como grupo minoritario. Han sido excluidas del poder económico y político, han sido objeto de estereotipos negativos y se han enfrentado a una abierta discriminación en muchas áreas de la vida tales como el trabajo, la educación superior, o el gobierno. (Fisher, Heilman, Block, & Lucas, 1992).

### **Sexismo**

Es el prejuicio basado en el género, quien continúa generando estereotipos negativos hacia las mujeres. Las mujeres han sido un frecuente objeto de fuertes y persistentes prejuicios. En cierta manera, los hombres también lo han sido: ellos también han sido percibidos como todos iguales respecto a ciertos rasgos; y en

muchas culturas, el varón no consigue cumplir con estos estereotipos es un desgraciado (Aube & Koestner, 1992).

A finales de los 90, la discriminación abierta basada en el género es ilegal en muchos países, sin embargo el trato continua siendo diferente y de menosprecio hacia algunas mujeres, por mencionar encontramos trabajos de menor status y su salario mínimo queda por debajo que el de los hombres, aun estando en los mismos puestos.

Uno de los factores que impide el progreso de las mujeres son sus propias expectativas. En general las mujeres parecen albergar expectativas más bajas sobre sus carreras que los hombres y de que merecen este tipo de trato, y el más importante las mujeres tiende a compararse a sí misma con otras mujeres, y puesto que en muchos casos las mujeres ganan menos que los hombres, les lleva a la conclusión de que después de todo no lo están haciendo tan mal, desafortunadamente las mujeres tienden a manifestar una confianza más baja que los hombres en muchas situaciones relacionadas con el éxito (Major & Konarr, An investigation of sex differences in pay expectations and their possible causes, 1984).

### **Medios de comunicación y estereotipos de belleza**

En este ámbito, se ha presentado especial atención a la fragmentación visual de la imagen física de la mujer, a la vestimenta, poses y actitud con que se retrata su cuerpo y a la presentación de modelos corporales de una delgadez notable de manera insistente. Ann Kaplan ha realizado diferentes estudios de la representación de género en la mujer del análisis de contenido de videoclips emitidos por la MTV. La autora ha señalado la importancia de los recursos de lenguaje cinematográfico puestos en marcha para retratar a las mujeres. Frecuentemente este retrato se realiza a través de una fragmentación extrema de las partes del cuerpo de los personajes femeninos. Estas partes suelen aparecer en planos muy cortos, los cuales se incluyen en el discurso visual a través de un montaje ágil entre otros planos físicamente inconexos, lo cual contribuye a descontextualizarlos. Para Kaplan este acercamiento a los

personajes femeninos pone en relación al videoclip con la pornografía audiovisual, la cual utiliza recursos lingüísticos similares. (Kaplan, 1987).

Toda cultura cuenta en el imaginario colectivo con una serie de arquetipos y estereotipos que marcan y determinan la manera de percibir el mundo y de moverse en él. Los arquetipos conjugan elementos mitológicos, realidad y deseo, hechos históricos, creencias religiosas, fantasías y temores, pueden considerarse los antecesores de los actuales estereotipos. Estos primitivos modelos delimitan las funciones, atributos y características que una persona tiene en función de su género, su condición social o sus valores éticos, morales y se encuentran instalados en el imaginario de manera que cada persona interioriza e interpreta a su manera u otra dependiendo del entorno cultural en el que nace y se desarrolla. La publicidad que utilizan los medios de comunicación utiliza todos estos recursos para generar actitudes de imitación de modelos y estilos de vida; recoge esta tradición arquetípica y la adapta a sus necesidades. De esta manera consigue ejercer una importante influencia en el proceso de socialización y representación cultural de nuestras sociedades.

La utilización de estereotipos facilita la perpetuación de una imagen “simplista” de la categoría de una persona, una institución o una cultura y suelen representar la peor expresión de intolerancia e intereses ideológicos de poder y dominio que favorecen y legitiman posiciones sumisión. (Cabrera, 2009).

### **Redes sociales y estereotipos de género**

Actualmente existe una gran enajenación de las redes sociales en la vida de las personas y más aún en las jóvenes así por ejemplo un aproximado del 92,6% de los jóvenes entre 11 y 20 años participan en redes sociales. “Si asumimos que en las redes sociales las identidades se configuran, en numerosos casos, como identidades de escaparate, en cierto modo, las y los adolescentes acaban haciendo un trabajo parecido al de los publicistas” (Tortajada, 2013), que según Goffman (1979) ritualizan lo que ya está ritualizado, es decir que toman las manifestaciones de género

que compartimos socialmente y las reconfiguramos exagerándolas. En sus autorepresentaciones buscan poses brillantes y para ello, toman como referente la publicidad y las representaciones de hombres y mujeres de otros formatos audiovisuales, reproduciendo y remodelando algunos estereotipos de género.

## **2.4.2 IMAGEN CORPORAL**

### **Definición**

La definición más clásica de la Imagen Corporal se le atribuye a Schilder (cita en Raich, 1998), quien la describe como la representación mental del cuerpo que cada individuo construye en su mente.

Según Ballesteros (1982) el conocimiento y dominio del cuerpo es pilar a partir del cual el niño constituirá el resto de los aprendizajes. Este conocimiento del propio cuerpo supone para la persona un proceso que se irá desarrollando a lo largo del crecimiento. El concepto de esquema corporal en cada individuo va a venir determinado por el conocimiento que se tenga del propio cuerpo.

Tasset (1980) define esquema corporal como toma de conciencia de la existencia de las diferentes partes del cuerpo y de las relaciones recíprocas entre estas, en situación estática y en movimiento y de su evolución con relación al mundo exterior.

Todos tienen entonces que el proceso de estructuración del esquema corporal no solo se desarrolló en el campo de la percepción, sino también tiene su paralelo en la arquitectura del campo libidinal y emocional, siendo por tanto de gran importancia los objetos de amor primario, la calidad de la relación con ellos y las actitudes de estos objetos para con el bebé que empieza esta estructuración.

De acuerdo con Rocen (1995), la imagen corporal es un concepto que se refiere a la manera como uno se percibe, imagina, siente y actúa con respecto a su propio cuerpo; es decir, se contemplan: aspectos perceptivos, aspectos subjetivos, como la satisfacción-insatisfacción, la preocupación, la evaluación cognitiva, la ansiedad, y aspectos conductuales.



## **El cuerpo**

La noción de cuerpo es producto de una construcción social y cultural. Varios autores coinciden en que las concepciones del cuerpo están vinculadas al ascenso del individualismo como estructura social (Le Breton, 1995) . El cuerpo en tanto como producto social, proviene de la conjunción de diferentes mediaciones: fundamentalmente hábitos de consumo y condiciones de trabajo, brindando a su vez categorías de percepción y clasificación relacionadas a la distribución de bienes simbólicos y materiales entre las clases sociales, la perspectiva del cuerpo como sistema de signos, vehículo de significados y símbolos, en donde el cuerpo aparece como una fuente de metáforas sobre la organización de la sociedad (Douglas, 1966). Citado en: (Roca, 2003).

## **Componentes de la Imagen corporal**

La imagen corporal está formada por diferentes componentes: el componente perceptual (percepción del cuerpo en su totalidad o bien de alguna de sus partes), el componente cognitivo (valoraciones respecto al cuerpo o una parte de este), el componente afectivo (sentimientos o actitudes respecto al cuerpo o a una parte de éste y sentimiento hacia el cuerpo) y el componente conductual (acciones o comportamientos que se dan a partir de la percepción). La preocupación anómala por la imagen corporal no es exclusiva de nuestros días. (Thompson, Heinberg, & Altabe, 2002).

## **Desarrollo de la Imagen Corporal**

En la construcción del yo intervienen varios elementos como son la imagen corporal y esta al autoconcepto que es la imagen total que percibimos de nuestras capacidades y rasgos. Los cambios en la autodefinición es “una construcción cognitiva,... un sistema de representaciones descriptivas y evolutivas del yo”. Que

determinan cómo nos sentimos acerca de nosotros mismos y cómo es que esto guía nuestros actos (Harter, 1999).

La imagen corporal es un elemento que va tomando conciencia con el desarrollo cerebral del individuo, a medida que el bebé va descubriendo su cuerpo y diferenciándose de la madre, con cada movimiento que realiza lo va controlando con mayor precisión, el cuerpo así como la mente lleva registro de las experiencias y sensaciones que ha vivido, y en el donde se depositan los nudos que generan intervienen en el desenvolvimiento. es importante como reflejen los padres sus creencias y comportamiento sobre la apariencia y como desenvolverse de acuerdo a sus atributos y como son aceptados incluso dentro de la familia, así por ejemplo en muchas familias donde uno de sus integrantes padece de anorexia uno de los padres lleva una obsesión por la imagen y la apariencia sometidos a rigurosas dietas impuestas por la madre de estas, o las discriminación que pueda surgir hacia una persona por un defecto físico, según se conoce los estudios mencionan que las personas promedio suelen tener una normal autovaloración, las más delgadas y los más obesos tienden hacia una baja autovaloración.

Durante la adolescencia es importante apoyar y acompañar este proceso de transformación y de vulnerabilidad, entre los más significativos tenemos los cambios secundarios, ya que como experiencia nueva es mayor receptor de información y significados, en esta etapa tendrá gran relevancia para el resto de su vida, es por ello que se debe cuidar cual es la imagen que en él se está conformando y esto determinara también su forma de relacionarse con los demás, las personas que tienen mejor aceptación de su imagen corporal tendrán mayor éxito en las relaciones sociales. Durante la primera etapa de maduración existe una preocupación por los cambios corporales, y con el tiempo se llega a una aceptación y a una preocupación por hacer más atractivo el cuerpo con el finalizar de la adolescencia hay una aceptación realista de la imagen corporal. (Horrocks, 2008).

## **Desordenes de la imagen corporal.**

La configuración de la imagen corporal y todos los significados que entorno a ella giran, como todo ser no es innato sino que se desarrolla a través del tiempo según Allport, en su teoría de personalidad se habla del propium, que son todos los aspectos de la personalidad de un individuo que son exclusivamente suyos, que lo diferencian de todos los demás y le dan una cierta unidad interna. Los rasgos de personalidad también van acompañados de improntas no solo biológicas, sino de educación, con lo que es importante tomar en cuenta todos los factores constituyentes de la persona.

Un elemento central de la imagen corporal son las actitudes hacia el propio cuerpo, que son definidas como las evaluaciones generales (positivas o negativas) que la persona realiza de su propio cuerpo. El sentirse a disgusto con nuestra imagen constituye un factor de riesgo importante en los Trastornos Conductuales de Alimentación (Polivy & Herman, 2002).

De hecho, las actitudes hacia la imagen corporal afecta tanto a la conducta (restricciones alimentarias, evitación de determinadas situaciones sociales), como a los pensamientos (la creencia de que un cuerpo delgado es un cuerpo atractivo) y a las emociones (tristeza, culpa, ansiedad) relacionadas con la comida. (Toro, 2004)

## **Desordenes Propios de la Imagen Corporal**

El trastorno dismórfico corporal también conocido como dismorfofobia es una enfermedad psiquiátrica que se manifiesta como una exagerada preocupación por un defecto imaginario de la apariencia puede centrarse en una o algunas o todo el cuerpo, es decir, el trastorno mental genera una imagen distorsionada del propio cuerpo, suelen centrarse principalmente en la piel, abdomen, ojos hasta peso, las personas con este trastorno evitaban las actividades sociales normales y ocupacionales debido a que se avergonzaban de su apariencia, por lo que tienden a desarrollar cuadros graves de depresión y ansiedad.

El trastorno de la identidad de la integridad corporal es una enfermedad psiquiátrica en donde aquellas personas que la padecen sienten que serían más felices viviendo como un amputado. Se relaciona con xenomelia, “la sensación opresiva que uno o más miembros del cuerpo de uno no pertenecen a uno mismo”. BIID puede estar asociada con la apontemnophilia, la excitación sexual basada en la imagen de uno mismo como un amputado. Una de las teorías que explica la aparición de este trastorno es debido al mapeo cerebral que se realiza en donde una parte de su cuerpo no concuerda con la de su esquema corporal. (CIE-10, 2008).

### **Desordenes Asociados a la Imagen Corporal**

La anorexia y la bulimia son consideradas enfermedad psicológica y de desorden alimenticio, ya que a través de las conductas de restricción o atragantamiento se llega a tener la sensación de poder y control junto con esto se desarrolla también la distorsión de la imagen corporal, sin reconocer el progreso de la delgadez y el sentimiento general de ineficacia personal. Es una de las enfermedades más comunes entre las mujeres y especialmente adolescentes, ya que son un blanco fácil para creación de expectativas inadaptativas, “...una enfermedad no puede ser lo mismo que los síntomas a través de los que se manifiesta, la anorexia y la bulimia son un conjunto de conductas y respuestas emocionales arbitrariamente seleccionadas, no son ni más ni menos que eso. Lo otro son simples nombres con los que identificamos los síntomas pero eso no es más que un nombre” (Carrasco, 2000).

Se habla también de la familia como factor importante en la aparición de estas enfermedades, aunque no es algo específico en la enfermedad. Se ha observado que hay un predominio de estilo educativo sobreprotector y también excesos de trastornos alimenticios, afectivos y de ansiedad en los familiares anoréxicos (Ayala, 2007).

La anorexia y la bulimia son las más comunes o las que se encuentran más auge, sin embargo existen una gama de patologías alrededor de esta temática, entre otras tenemos:

### **Ortorexia**

Descrita por primera vez por un médico norteamericano, Steve Bratman, en 1996, aunque fue en el año 2000, esta se caracteriza por la preocupación patológica por la comida sana lleva a estas personas a consumir alimentos de tipo orgánicos, vegetal, ecológico, puro, sin ser tratados por productos artificiales ni conservantes, además de que no hayan sufrido alguna clase de “condena o superstición”. De aquí que en muchas ocasiones se supriman la carne, la grasa y algunos grupos alimentarios que no se reemplazan correctamente por otros que puedan aportarle los mismos complementos nutricionales. Es decir el miedo a ser envenenado por la industria alimentaria y sus aditivos se unen a la razón espiritual de búsqueda de comida (Controversias sobre los trastornos alimentarios, 2011)

### **Flexitarianismo**

Hace referencia a aquellas personas que basan su alimentación en una dieta vegetariana, pero de manera ocasional y por diversas razones consumen algunos productos de origen animal: mariscos, pescados, aves y carnes. No es lo que come sino la frecuencia con que lo hace. (Controversias sobre los trastornos alimentarios, 2011)

### **Sadorexia**

Se le puede considerar un trastorno de alimentación de segunda generación y viene de los comportamientos anoréxicos, bulímicos, y ortorexico, combinados con un maltrato corporal y empleo de métodos de adelgazamiento masoquistas. Se le llama también “dieta del dolor”. (Controversias sobre los trastornos alimentarios, 2011)

### **Vigorexia**

Este trastorno hace referencia a un deseo de ganar masa magra, no grasa y una alteración de la imagen corporal, por lo que se veían pequeños y débiles cuando eran grandes y musculosos. Los sujetos tenían pensamiento obsesivo sobre su cuerpo y realizaban una práctica de ejercicio físico compulsiva para agrandarlo. Toda su vida gira en torno al gimnasio, evitando otras actividades sociales, de tal forma que la obsesión les lleva además de utilizar las dietas muy restrictivas acompañadas de suplementos proteicos, moléculas “quemagrasas”. (Controversias sobre los trastornos alimentarios, 2011)

### **Permarexia**

Es un trastorno de la alimentación relativamente moderno, donde la persona piensa que todo lo que come engorda y le lleva a probar varias y diferentes dietas, la mayoría de las veces desequilibradas y poco saludables y dentro de la categoría de “días milagro”. Hay expertos que piensan que es el paso previo a la anorexia o la bulimia, por lo que hay que identificar bien las señales. Estas personas se obsesionan por el contenido calórico, no importando mucho las características que poseen, es un trastorno típicamente femenino. (Controversias sobre los trastornos alimentarios, 2011).

### **Pica (seudorexia)**

Es un trastorno en el que existe un deseo irresistible de comer o lamer sustancias no nutritivas (como tiza, yeso, bicarbonato, algodón, pegamentos, moho, cenizas de cigarrillo...); realmente según el tipo de sustancia que se ingiera, se le va dando el nombre al trastorno (Controversias sobre los trastornos alimentarios, 2011)

## **Identidad**

Hay dos modos fundamentales en que la interacción con otros individuos proporciona un significado. Uno, es mediante la identidad y el otro, mediante la definición. La identidad nos indica quienes somos en un sentido positivo y a quiénes nos parecemos en particular.

La definición también nos indica quiénes somos pero en un sentido más negativo, al señalar las diferencias que hay entre nosotros y los demás y entre aquellos a quienes nos parecemos y aquellos a quienes no nos parecemos. La definición fija límites a la identidad.

Miller (1963) observa que la identidad es tan fundamental en todas las relaciones sociales que debe tenerse en cuenta en las investigaciones que se refieren a temas esenciales como la relación entre la estructura social y la personalidad, la socialización de niños, la dinámica de los motivos sociales y la solución de los conflictos internos.

En términos del interaccionismo simbólico, tal como ha sido propuesto por George Herbert Mead (1934), este proceso se facilita por nuestra habilidad para asumir los roles de los otros y para vernos a nosotros mismos como ellos nos ven, lo mismo que por nuestra tendencia a reaccionar frente a los otros como si fueran nosotros mismo.

La identidad tiene varias dimensiones: la identidad asignada, la identidad aprendida, la identidad internalizada que constituye autoidentidad. La identidad siempre está en proceso constructivo, no es estática ni coherente, no se corresponde mecánicamente con los estereotipos. Cada persona reacciona de manera creativa al resolver su vida, y al resolverse, elabora los contenidos asignados a partir de su experiencia, sus anhelos y sus deseos sobre sí misma. Más allá de las ideologías naturalistas y fosilizadoras, los cambios de identidad son una constante a lo largo de la vida. Sus transformaciones cualitativas ocurren en procesos de crisis. Por ello, la identidad se define por semejanza o diferencia en cuanto a los referentes simbólicos y ejemplares.

## **Identidad personal**

Cuando se habla de la identidad de un sujeto individual o colectivo hacemos referencia a procesos que nos permiten asumir que ese sujeto, en determinado momento y contexto, es y tiene conciencia de ser él mismo, y que esa conciencia de sí se expresa en su capacidad para diferenciarse de otros, identificarse con determinadas categorías, desarrollar sentimientos de pertenencia, mirarse reflexivamente y establecer narrativamente su continuidad a través de transformaciones y cambios. (Rivera, 2006).

Los cambios de identidad son un constante a lo largo de la vida, pueden ser ocasionas por situaciones externas (crisis externas) o puede provocarlas el propio individuo con respecto a ciclos vitales (crisis internas), también refiere que las crisis humanas viene en todos los tamaños, desde el más estrictamente individual hasta el más universal” (Rivera, 2006).

## **Identidad de género**

El género se refiere a todo lo demás que se asocia con el sexo de uno, incluyendo roles, comportamientos, preferencias y otros atributos que definen lo que significa ser hombre o mujer, en un determinado entorno cultural (Baron & Byrne, 1998). Por lo tanto la identidad de género sería la identificación que una persona hace de sí misma como hombre o mujer, depende de gran medida del proceso de sexo-tipificación, es decir, del proceso de aprendizaje pormenorizado de los estereotipos con ser hombre y mujer que existen en su cultura.

La perspectiva de género pretende que la sociedad sea consciente de que los roles que se asignan al hombre y a la mujer, a raíz de su diferencia sexual, y que son considerados “naturales”, sean asumidos, en realidad, como meras conceptualizaciones socioculturales con raíces profundas en la sociedad contemporánea.



La cultura de un grupo social condiciona los comportamientos subjetivos de las personas que lo integran. La modificación de ciertas pautas de conducta que coinciden con roles socio-culturales adjudicados en forma de mandatos, por el propio grupo de pertenencia, puede generar que la persona o personas responsables de dicho cambio sean estigmatizadas o discriminadas por el grupo (Lagarde, 2000).

Según Walter Michel (1966), un teórico tradicional del aprendizaje social, los niños adquieren los roles de género por medio de la imitación de modelos y al recibir recompensa por el comportamiento apropiado para su género, en otras palabras, al responder a los estímulos ambientales. En general, los niños eligen modelos que consideran como poderosos o nutricios. Típicamente, un modelo es uno de los padres, a menudo el del mismo sexo, pero los niños también establecen su patrón de conducta con base en otros adultos o pares. La retroalimentación conductual, junto con la enseñanza directa de los padres y otros adultos, refuerza la tipificación del género (Papalia, Olds, & Feldman, 2009).

### **Roles de género**

Una vez que las personas adquieran un modelo específico de características relevantes del género, tienden a comportarse de forma consistente con sus ideas de lo que es apropiado (Chatterjee & McCarrey, 1991). Es decir, se comportan de un modo que identifican como masculino, femenino, andrógino o como ninguno de éstos.

### **Comportamiento andrógino**

Muchas de las investigaciones sobre el género o sobre los roles de género se centran en la androginia, y se supone que probablemente sea mejor un rol andrógino que un rol tipificado del género masculino y femenino. Por ejemplo en comparación con individuos de género tipificado, los hombres y mujeres andróginos gustan más (Major, Carnevale, & Deaux, 1981), más ajustados, más aceptables según las demandas de la situación (Prager & Bailey, 1985); más flexibles para dar respuestas

al estrés; más cómodos con su sexualidad, más satisfechos interpersonalmente, y entre gente mayor, satisfechos con sus vidas.

## **2.5 HIPOTESIS**

El estereotipos de belleza de la delgadez influyen de manera negativa en la autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 14 a 17 años del Instituto Agropecuario Luis A. Martínez de la ciudad de Ambato”

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Los estereotipos de belleza

### **VARIABLE DEPENDIENTE**

La autovaloración de la imagen corporal

- Termino de relación influencia

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación tiene un enfoque predominantemente cualitativo, pues los datos que se recogerán mediante la exploración de campo y la revisión de documentos serán sometidos a interpretación y contextualización desde una visión interpretativa crítico-propositiva ya que los estereotipos afecta a toda la sociedad y también a la autovaloración de la imagen corporal, es decir se analiza al comportamiento del individuo desde una perspectiva social en aspectos psicológicos como es en este caso la imagen corporal, parte importante en la construcción del autoestima y otros elementos que interactúan para el desenvolvimiento de la persona, y es propositivo ya que se plantea conocimiento y manejo de las influencias sociales generando mayor control del comportamiento humano del problema.

#### **3.2 MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN**

##### **3.2.1 De campo**

El presente proyecto de investigación pretende ser una investigación de campo porque se recabará información directamente de las fuentes primarias de los adolescentes de 14 a 17 años a través de entrevistas y la aplicación de los reactivos: Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos Corporales CIMEC y Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ) que extraerán la información pertinente para la comprobación de las hipótesis.

### **3.2.2 Bibliográfica documental**

La presente investigación es un trabajo bibliográfica documental debido a que se ha elaborado un análisis teórico de las fuentes de alcance como son documentos científicos, revistas indexadas, libros, documentales e investigaciones, que generan un conocimiento más amplio y también actual acerca de la temática a investigar.

### **3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN:**

#### **Asociación de variables**

La investigación posee un enfoque asociativo de variables ya que busca establecer las relaciones entre ellas, con la orientación a predicciones o descripciones fiables de los hechos.

Además el estudio de grado de influencia entre las variables, permitirá determinar y comprender los comportamientos comunes o patrones añadidos a la forma de comunicación en la mayoría de la población, en referencia al tema de investigación.

### **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **Calculo de la muestra:**

n= muestra

z= constante (1.96)

p=50% 0.5

q= 50% 0.5

e= 5% 0.05

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times n}{z^2 \times p \times q + n \times e^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 80}{(1,96)^2 \times 0.5 \times 0.5 + 80(0.05)^2}$$

$$N = \frac{76,832}{0.9604 + 0.2}$$

$$N = \frac{76,832}{1,1604}$$

N= 66, 21 personas

Total muestra:

n= 66

---

#### DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN

TIPO DE PARTICIPANTES	N°
<b>Adolescentes 14-17 años</b>	66
<b>Docente del DOBE</b>	2
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>

**Tabla N°: 1 Distribución de la población**

**Elaborado por: Benavides Lorena**

### **3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:**

Para la obtención de datos primarios, se aplicara el test a un grupo de estudiantes mujeres de 14 a 17 años del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez, donde se identificara a través de la aplicación del Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (CIMEC) y el MBSRQ cuáles son los factores más influyentes socialmente en la valoración de cada uno, se aplicara una población de 350 adolescentes.

**3.6 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES**  
**V.I: ESTEREOTIPOS DE BELLEZA**

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e instrumentación
Los estereotipos de belleza son definidos como el conjunto de expectativas o creencias que se tienen acerca de una categoría de gente o, en otras palabras, sobre los atributos personales de un grupo de personas (Baron y Byrne, 1998; Crooks y Baur, 2000; Myers, 2001).	Muy alta influencia de modelos estereotipados	Mayor nivel de estereotipia con menor nivel de autenticidad	¿Llaman tu atención los escaparates de las farmacias que anuncian productos adelgazantes?	<b>Técnica</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario Influencia de los Estereotipos para Mujeres.
	Alta influencia de modelos sociales	Leve equilibrio con inclinación hacia los aspecto sociales	¿Te angustia ver pantalones, vestidos u otras prendas que te han quedado pequeñas o estrechas?	
	Media influencia de modelos estereotipados	Equilibrio entre exigencia social y autenticidad	¿Cuándo estás viendo una película, ¿miras a las actrices fijándose especialmente en si son gordas o delgadas?	
	Baja influencia de modelos estereotipados	Mayor grado de autenticidad y menor influencia social	¿Si te invitan a comer te preocupas por la cantidad de comida que debes consumir?	

Tabla N°2 Operacionalización de la VI

Realizado por: Lorena Benavides

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e instrumentación
La imagen del cuerpo que nos formamos en nuestra mente, es decir la apariencia que le atribuimos a nuestro cuerpo. Schilder (1935)	Muy satisfecho	Importancia subjetiva de la corporalidad	Antes de estar en público siempre compruebo mi aspecto	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ)
	Bastante satisfecho	Conductas orientadas a mantener la forma física	Es importante para mi que mi aspecto sea siempre bueno	
	Medianamente Satisfacción	Atractivo físico autoevaluado	Soy muy conciente de si voy bien arreglado o no	
	Poco satisfecho	Inconformidad con ciertas partes del cuerpo	No me importa lo que la gente piense de mi apariencia	
	Insatisfecho	Rechazo a la forma física	No soy físicamente atractivo	

Tabla N°3 Operacionalización de la VD

Realizado por: Lorena Benavides



### **3.7 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

En primer lugar nos dirigiremos al colegio de agricultura donde nos facilitaran el número de adolescentes mujeres que se han inscrito desde los décimos cursos de educación básica hasta el tercer año de bachillerato. Una vez obtenida la muestra se procederá a la aplicación de los reactivos, en donde se pretende realizar dos grupos por el mejor manejo de la información, entonces el primer grupo lo conformaran las adolescentes de 14 a 15 años y el segundo grupo serán desde 16 a 17 años de esta manera se podrán diferenciar la cognición en la escala evolutiva que cada una se encuentre atravesando.

### **3.8 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Una vez recolectada la información se procederá a calcular el CHI cuadrado, para analizar la relación estadística que existen entre las variables, y también se aplicara Regresión Lineal para determinar los estereotipos de belleza predicen la valoración corporal.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO-CUALITATIVO

Para explicar con mayor claridad los análisis realizados y los resultados obtenidos, nos centraremos en cada una de las hipótesis propuestas. Se empezará analizando los datos de la muestra por variables, en los que se analizan cuestiones específicas de los instrumentos de evaluación empleados siendo consideradas las preguntas de mayor relevancia para el análisis de las mismas y al final se presentará el análisis grupal de la investigación (correlaciones, diferencias en función de la edad).

Se debe prestar relevancia a ciertas características que influirán en los resultados de la investigación:

- *Institución educativa agropecuaria.* En la institución se dan clases prácticas agropecuarias por lo tanto hombres y mujeres tienen las mismas responsabilidades en este campo.
- Este mismo hecho hace del ser agropecuario hace que los uniformes para ambos sexos sea el mismo, sin distinciones entre pantalón para el hombre y falda para la mujer muy común en las demás instituciones de la ciudad.
- Status económico medio-bajo
- La mayoría de los estudiantes provienen de las zonas rurales de la ciudad.

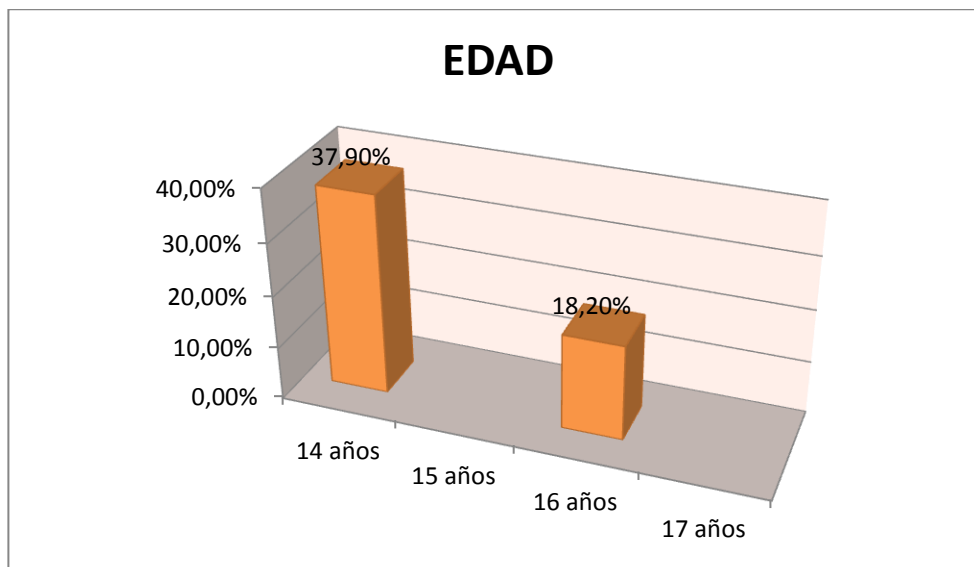
**Tabla N° 4 Edades de estudiantes**

Edad	Porcentaje
14	37,9
15	27,3
16	18,2
17	16,7
Total	100,00

**Edades de las estudiantes encuestadas de decimo hasta tercero de bachillerato.  
Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:**

En la Tabla N°5, se observa que de las 66 alumnas que representan al 100%, el 37,9% tiene 14 años, el 27,3% tiene 15 años, el 18,2 % tiene 16 años, y el 16,7% tiene 17 años.



**Gráfico N°5: Cuestionario estereotipos de belleza para mujeres  
Realizado por: Lorena Benavides**

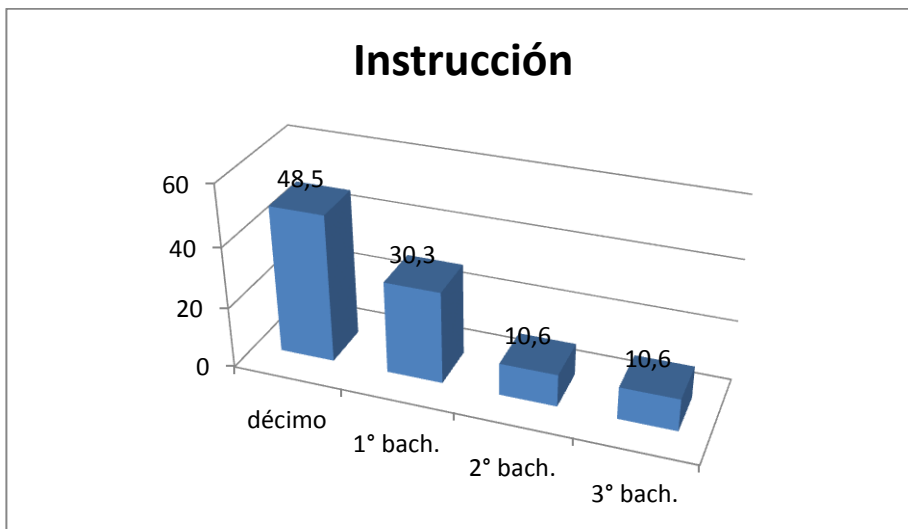
**Interpretación:** en el gráfico 1, se observa que la mayoría de las estudiantes encuestadas se encuentran entre 14 y 15 años, puesto que la recolección de datos que se realizó es de acuerdo a la proporción de estudiantes que acuden a clases por curso.

**Tabla n°5: estudiantes por curso**

Opción	Porcentaje
décimo	48,5
1_bachillerato	30,3
2_bachillerato	10,6
3_bachillerato	10,6
Total	100,0

**Distribución de las estudiantes encuestadas de décimo hasta tercero de bachillerato.**  
**Realizado por Lorena Benavides**

**Análisis:** en la tabla N°6 se indica que el 48,5% de las estudiantes corresponden a décimo curso, el 30,3% es de primero de bachillerato, 10,6% corresponde a segundo de bachillerato, y el 10,6% es de tercero de bachillerato



**Gráfico N°6: Estudiantes por curso.**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Interpretación:** en el gráfico 2, se observa que la mayoría de las estudiantes encuestadas se encuentran en los cursos inferiores debido a que es la edad en donde se encuentran atravesando los cambios secundarios tanto a nivel físico como psicológico y social conjuntamente existe mayor cantidad de alumnas por curso.

#### **4.1.1 Análisis e interpretación de resultados de la variable independiente: ESTEREOTIPOS DE BELLEZA**

Se escogieron a consideración las preguntas de mayor relevancia del reactivo.

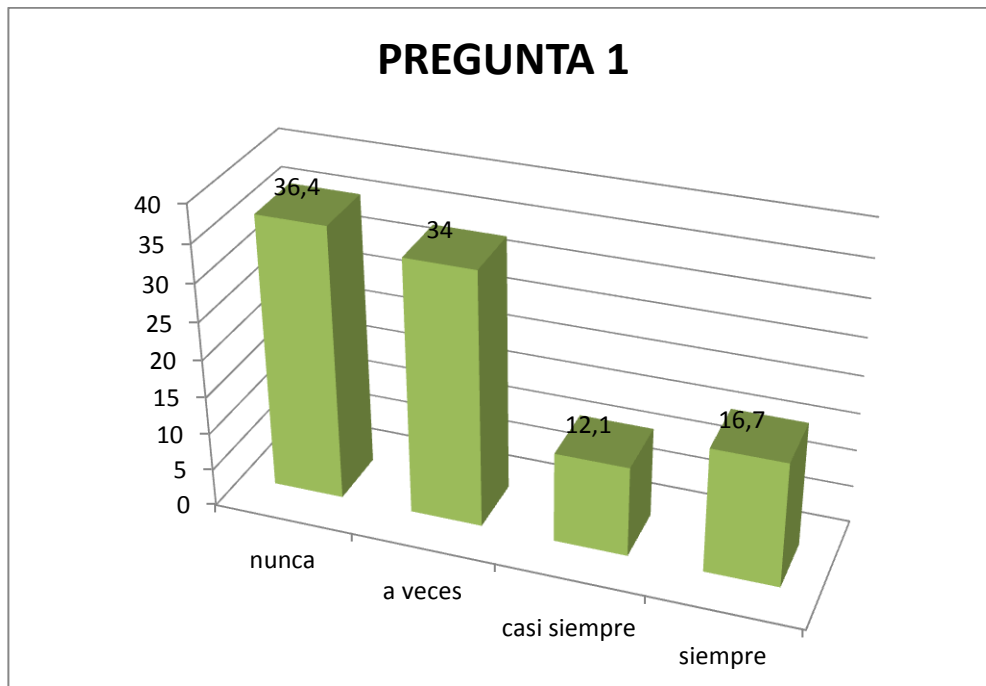
**Tabla n°6: pregunta 1**

¿Cuándo estás viendo una película, ¿miras a las actrices fijándose en si son gordas o delgadas?

Opciones	Porcentaje
nunca	36,4
a veces	34,8
casi siempre	12,1
siempre	16,7
Total	100,0

**Cuestionario de Estereotipos de Belleza**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°11, se observa que el 36,4% responde que no lo hace nunca, 34,8% responde que lo hace a veces, 12,1% responde que casi siempre, y 16,7% responde con siempre.



**Gráfico N°7: Cuestionario de estereotipos de belleza para mujeres**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Interpretación:** según el cuadro anterior, la mayoría de las encuestadas no se sienten afectadas por las figuras de las actrices de las películas que miran de manera consciente, seguido por un grupo de estudiantes que si son influenciadas por los modelos que se presentan en las películas, los medios de comunicación es una de las mayores fuentes de influencia de estereotipos ya que se venden modelos de comportamiento en los cuales los protagonistas tienen éxito en la vida.

**Tabla n°7: pregunta 4**

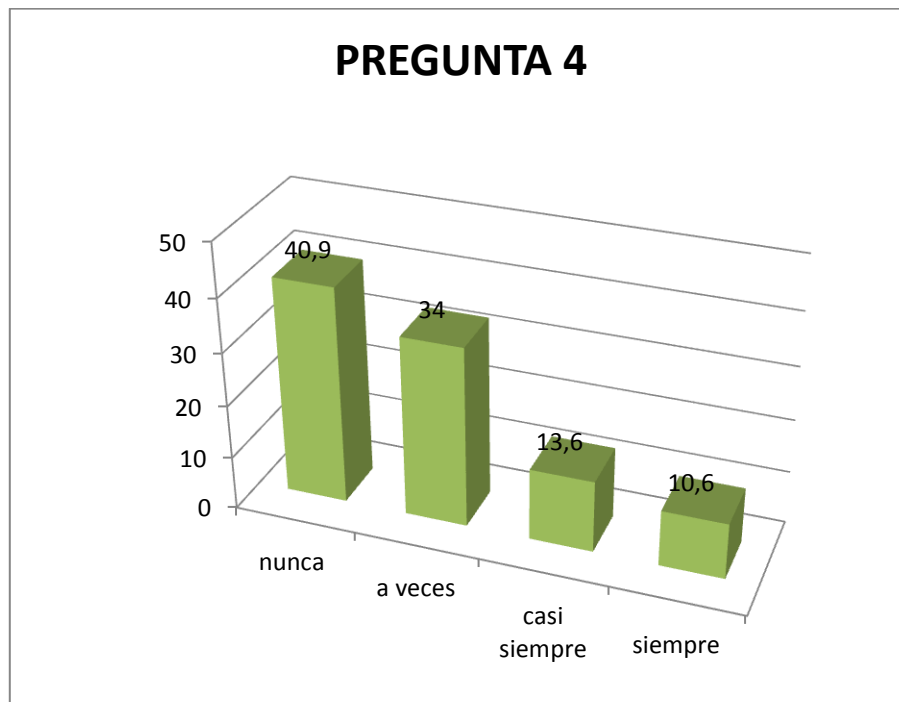
¿Te angustia ver pantalones, vestidos u otras prendas que te han quedado pequeñas o estrechas?

Opciones	Porcentaje
nunca	40,9
a veces	34,8
casi siempre	13,6
siempre	10,6
Total	100,0

**Cuestionario de Estereotipos de Belleza**

**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°11, se observa que el 40,9% responde con nunca, 34,8 % a veces, el 13,6% responde con casi siempre, y el 10,6% responde lo hace siempre.



**Gráfico N°8, pregunta N°4, Cuestionario de Estereotipos de Belleza**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Interpretación:** la mayoría de las estudiantes no se preocupa por que sus prendas de vestir les queden más cortas, lo que sería un rasgo saludable en la mayoría de las estudiantes ya que su valoración es equilibrada, sin embargo una pequeña cantidad de estudiantes que si presenta conflictos, que puede ser debido al conflicto propio de la edad y a los cambios secundarios, o los reforzadores negativos aprendidos en el ambiente.

**Tabla n° 8: pregunta 8**

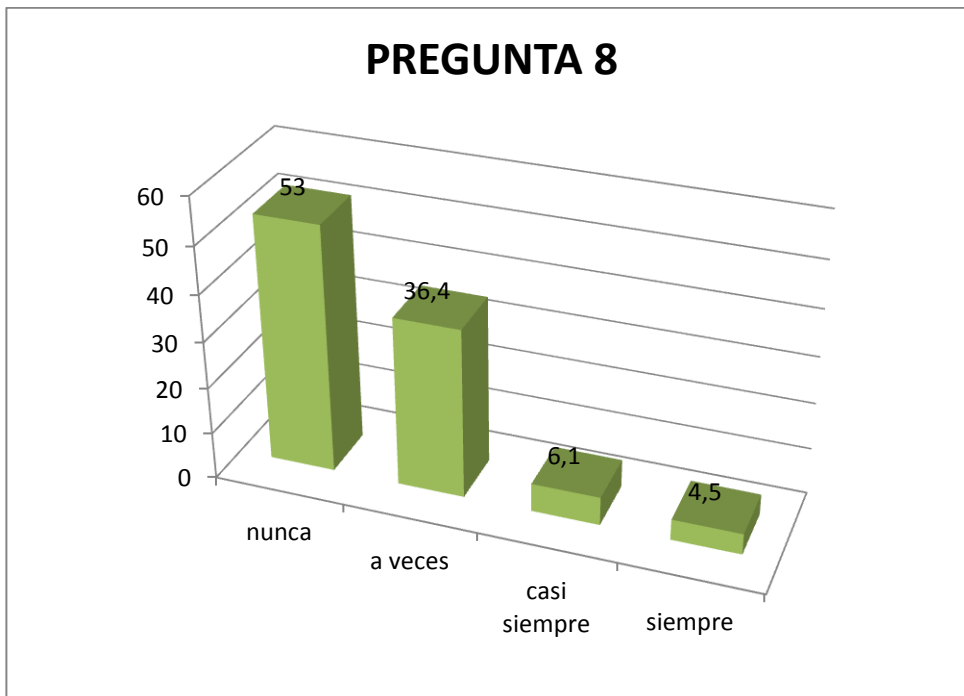
¿Alguna vez tus compañeros se han burlado de tu cuerpo o de alguna parte de él?

Opciones	Porcentaje
Nunca	53,0
a veces	36,4
casi siempre	6,1
Siempre	4,5
Total	100,0

**Cuestionario de Estereotipos de Belleza**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°12, se observa que el 53% responde nunca, el 36,4% a veces, 6,1 % casi siempre, 4,5% siempre.





**Gráfico N°9, pregunta N°8, Cuestionario de Estereotipos de Belleza  
Realizado por: Lorena Benavides**

**Interpretación:** la mayoría de las encuestadas se encuentra entre las respuestas más saludables por lo que no sería de gran relevancia este aspecto, sin embargo es común que los compañeros utilicen ciertos aspectos físicos para burlarse de las personas, por lo que aun siendo la minoría, hay alumnas que pueden ser causa de bullying entre sus compañeros, debido a diferencias físicas o psicológicas, lo que influye en su valoración personal y desenvolvimiento con el ambiente.

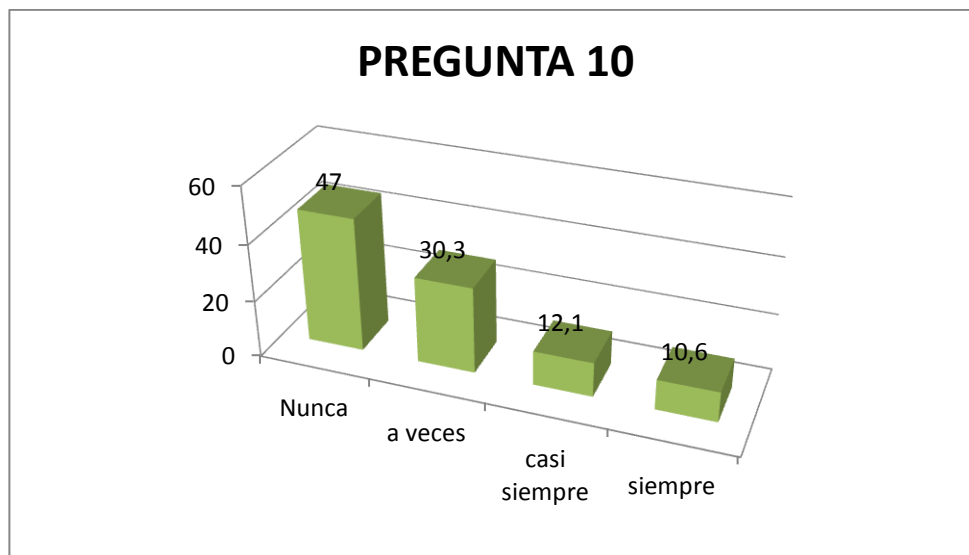
**Tabla 9: pregunta 10**

¿Te resultan más simpáticas las personas delgadas que las que no lo son?

Opciones	Porcentaje válido
Nunca	47,0
a veces	30,3
casi siempre	12,1
Siempre	10,6
Total	100,0

**Cuestionario de Estereotipos de Belleza**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°13, se observa que el 47% de las alumnas encuestadas contestó que nunca, 30,3% a veces, 12,1% casi siempre, 10,5 siempre.



**Gráfico N°10, pregunta N°10, Cuestionario de Estereotipos de Belleza**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Interpretación:** según el gráfico 10, se observa que la mayoría de les estudiantes encuestadas ha aceptado este tipo de prejuicios como normativa social ya que se ha marcado un ideal de belleza que se empareja con una serie de características sociales y psicológicas deseables y en muchas circunstancias se utilizan para discriminar y menos preciar a personas que no están dentro de ella ya sea de forma consciente o inconsciente.

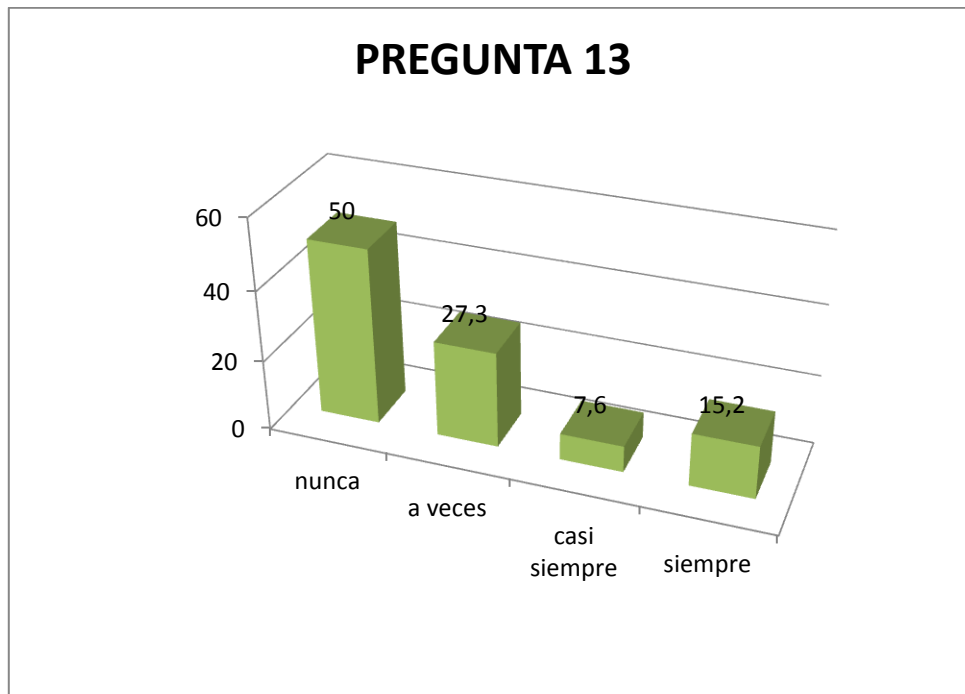
**Tabla n°10: pregunta 13**

¿Si te invitan a comer te preocupas por la cantidad de comida que debas consumir?

Opciones	Porcentaje
nunca	50,0
a veces	27,3
casi siempre	7,6
siempre	15,2
Total	100,0

**Cuestionario de Estereotipos de Belleza**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°14, se observa que el 50% de las alumnas contesto que nunca, 27,3% a veces, 7,6% casi siempre, 15,2 siempre.



**Gráfico N°11, pregunta N°13, Cuestionario de Estereotipos de Belleza  
Realizado por: Lorena Benavides**

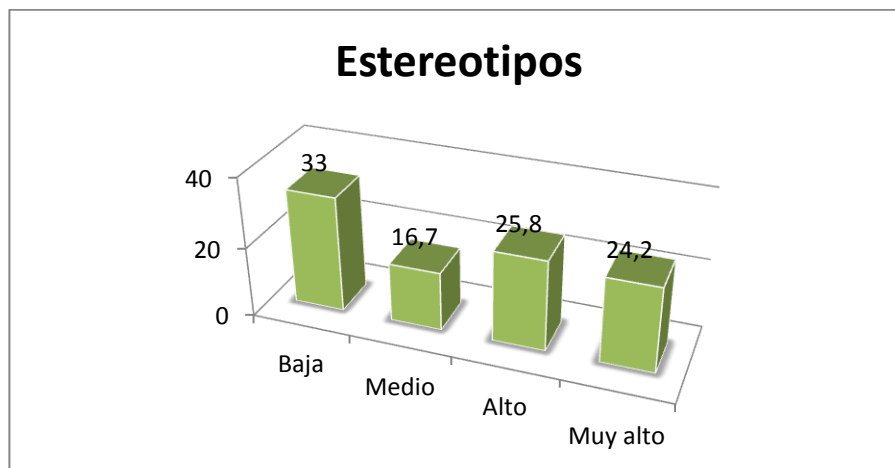
**Interpretación:** la mitad de las estudiantes encuestadas no se preocupa o se preocupa lo suficiente por la cantidad de comida que consume, sin embargo aquí se puede detectar como es el caso del 15% de las estudiantes que pueden desarrollar comportamientos obsesivos hacia la comida o conflictos de autoconcepto.

**Tabla N°11: Estereotipos de belleza para mujeres**

Estereotipos	Porcentaje
Baja	33,3
Medio	16,7
Alto	25,8
Muy_alto	24,2
Total	100,0

**Resultado del Cuestionario para cuantificar la influencia de estereotipos de belleza para mujeres**  
Realizado por: Lorena Benavides

**Análisis:** existen un total de 66 casos, reconocidos como la muestras de entre los cuales el 33,3% de los analizados muestra una baja estereotipia, 16,7% presenta una estereotipia media, 25,8% alta estereotipia y el 24,2% presenta una estereotipia muy alta.



**Gráfico N°12: Cuestionario de Estereotipos de belleza para mujeres.**  
Realizado por: Lorena Benavides

**Interpretación:** en el gráfico 4, se observa que los puntajes obtenidos en la aplicación del test se encuentran distribuidos de forma dispersa puesto que el 33% de las analizadas corresponde a una estereotipia baja, lo que demuestra que un grupo de estudiantes no son influenciadas por el imaginario social de belleza moderna, seguida por la estereotipia alta y muy alta que indica un grupo más grande donde se puede

observar que las influencias sociales son importantes para ellas, por lo tanto existen dos grupos en extremos muy marcados, en los cuales suceden fenómenos sociales diferentes. Es importante recalcar que la comunidad en donde se aplicó el reactivo, es una institución mixta y agropecuaria, por lo que mujeres y hombres utilizan pantalón como uniforme diario y realizan las mismas actividades en el campo.

#### 4.1.2 Análisis e interpretación de resultados de la variable dependiente: AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL

Se escogieron a consideración las preguntas de mayor relevancia del reactivo

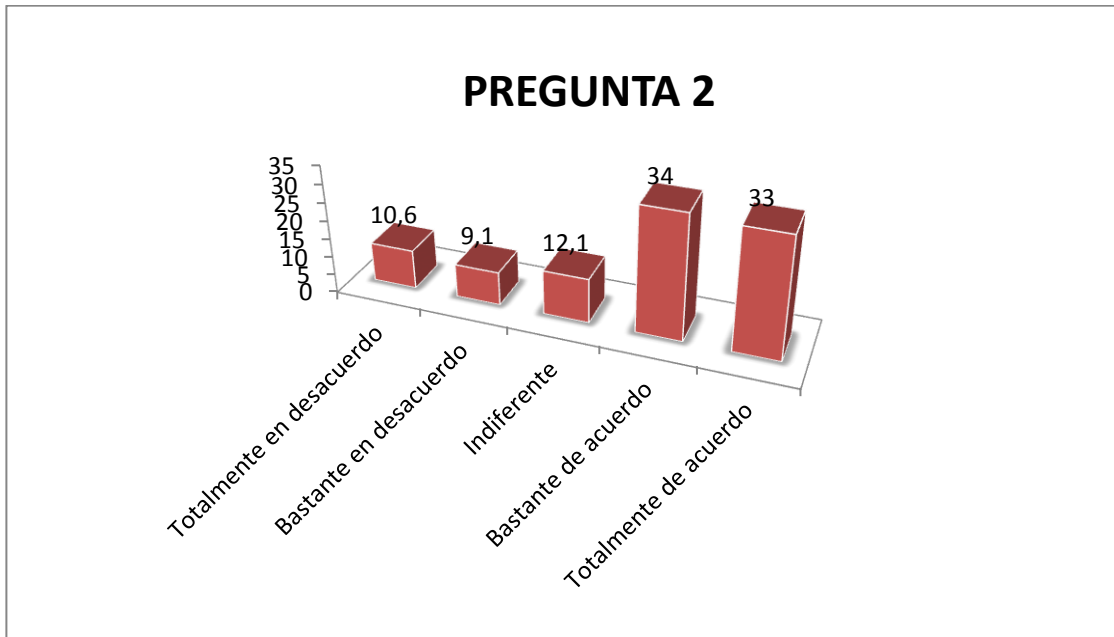
**Tabla n°12: pregunta 2**

Procuro comprar ropa que me haga mejorar mi aspecto

Opciones	Porcentaje
Totalmente_en_desacuerdo	10,6
Bastantemente_en desacuerdo	9,1
Indiferente	12,1
Bastantemente_de_acuerdo	34,8
Totalmente_de_acuerdo	33,3
Total	100,0

**Cuestionario de Autovaloración de la imagen corporal**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°15, se observa que el 10,6% de las alumnas contestó que está totalmente desacuerdo, 9,1% bastante en desacuerdo, 12,1% indiferente, 34,8% bastante de acuerdo, 33,3% totalmente de acuerdo.



**Gráfico N°13, pregunta N°2, Cuestionario de Autovaloración de la Imagen Corporal  
Realizado por: Lorena Benavides**

**Interpretación:** podemos darnos cuenta que la mayoría de las estudiantes están formando ya un criterio y un ideal que proyectar, escogiendo su propia vestimenta también está reafirmando su personalidad, empero podemos ver que hay alumnas que no lo hacen demostrando inseguridad y escasa autoafirmación, aunque este tipo de confusión puede ser debido a la crisis de identidad propio de los cambios en la adolescencia.



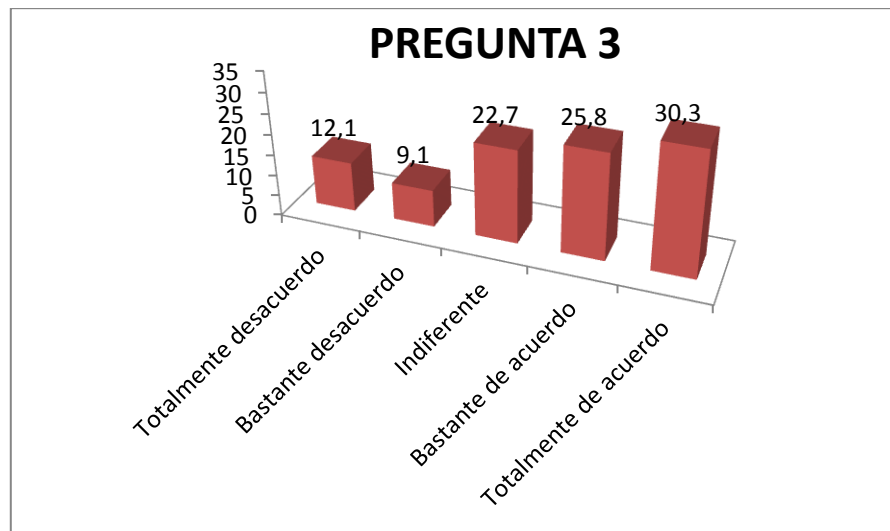
**Tabla n°13: pregunta 3**

Compruebo mi aspecto en un espejo siempre que puedo

Opciones	Porcentaje
Totalmente_en_desacuerdo	12,1
Bastantemente_en desacuerdo	9,1
Indiferente	22,7
Bastantemente_de_acuerdo	25,8
Totalmente_de_acuerdo	30,3
Total	100,0

**Cuestionario de Autovaloración de la imagen corporal**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°16, se observa que el 12,1% de las alumnas contestó que está totalmente desacuerdo, 9,1% bastante en desacuerdo, 22,7% indiferente, 25,8% bastante de acuerdo, 30,3% totalmente de acuerdo.



**Gráfico N°14, pregunta N°3, Cuestionario de Autovaloración de la Imagen Corporal**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Interpretación:** más de la mitad de estudiantes aseguran realizar este comportamiento en la búsqueda de una identidad y reafirmarse que es necesario para presentarse frente a lo social.

**Tabla n°14: pregunta 5**

Es importante para mí que mi aspecto sea siempre bueno

Opciones	Porcentaje
Totalmente_en_desacuerdo	6,1
Bastantemente_en desacuerdo	3,0
Indiferente	19,7
Bastantemente_de_acuerdo	31,8
Totalmente_de_acuerdo	39,4
Total	100,0

**Cuestionario de Autovaloración de la imagen corporal**  
**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°17, se observa que el 6,1% de las alumnas contestó que está totalmente desacuerdo, 3% bastante en desacuerdo, 19,7% indiferente, 31,8% bastante de acuerdo, 39,4% totalmente de acuerdo.

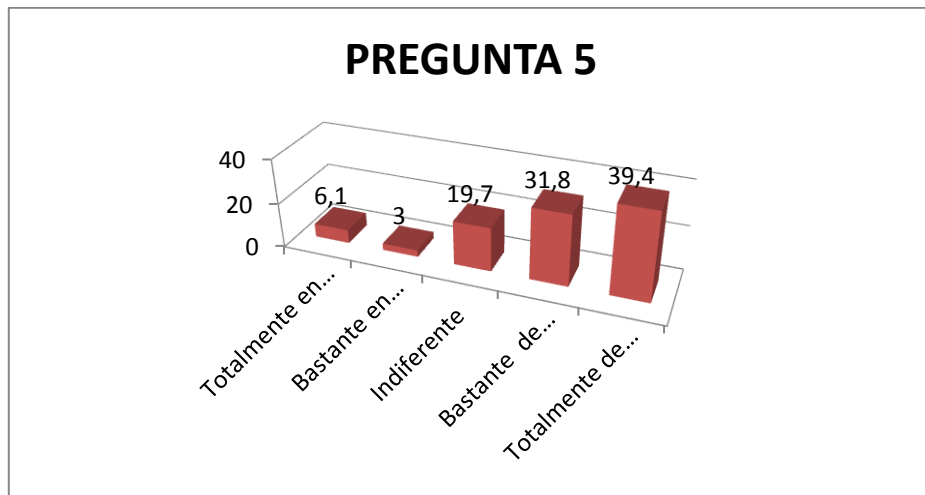


Gráfico N°15, pregunta N°5, Cuestionario de Autovaloración de la Imagen Corporal

Realizado por: Lorena Benavides

**Interpretación:** se podría tomar en cuenta que el evaluar el aspecto como bueno denota buena autoestima, ya que la persona quien lo está juzgando es la persona misma, sin embargo habría que preguntarse bajo que parámetros se lo está juzgando y si esto tiene relación con la aceptación social, ya que la mayoría de las encuestadas pretenden juzgar su aspecto de forma positiva

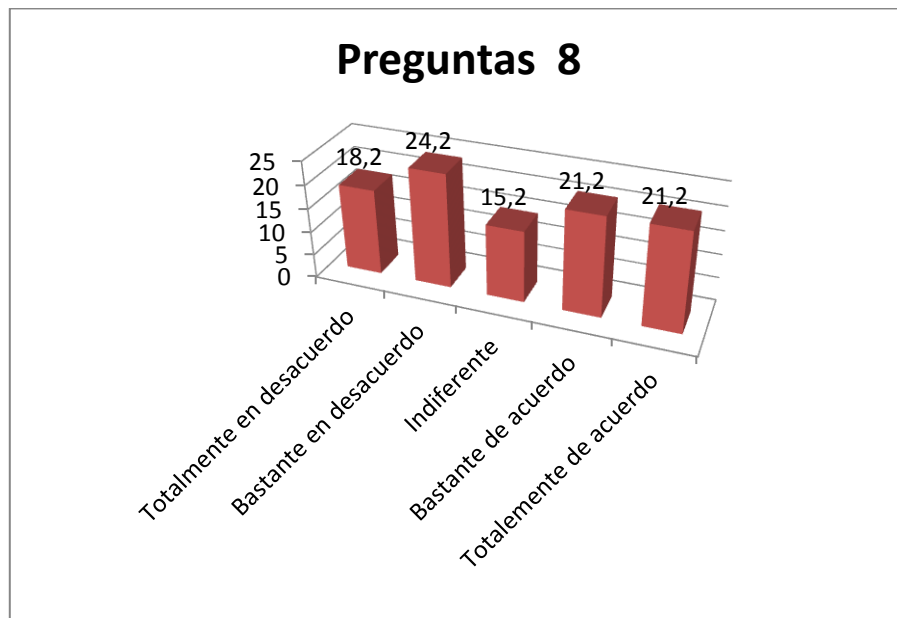
Tabla n°15: pregunta 8

Me pongo lo que tengo a mano sin fijarme en cómo me sienta

Opciones	Porcentaje
Totalmente_en_desacuerdo	18,2
Bastantemente_en desacuerdo	24,2
Indiferente	15,2
Bastantemente_de_acuerdo	21,2
Totalmente_de_acuerdo	21,2
Total	100,0

Cuestionario de Autovaloración de la imagen corporal  
Realizado por: Lorena Benavides

**Análisis:** según la tabla N°18, se observa que el 18,2% de las alumnas contestó que está totalmente desacuerdo, 24,2% bastante en desacuerdo, 15,2% indiferente, 21,2% bastante de acuerdo, 21,2% totalmente de acuerdo.



**Gráfico N°16, pregunta N°8, Cuestionario de Autovaloración de la Imagen Corporal  
Realizado por: Lorena Benavides**

**Interpretación:** en los resultados se observa un balance entre las respuestas de las escogidas, ya que muchas veces se suele escoger las prendas de vestir de manera inconsciente, y que sin embargo si se está relacionado al estado de ánimo y dependerá mucho de la persona en cómo es su estilo en el momento de hacer la elección.

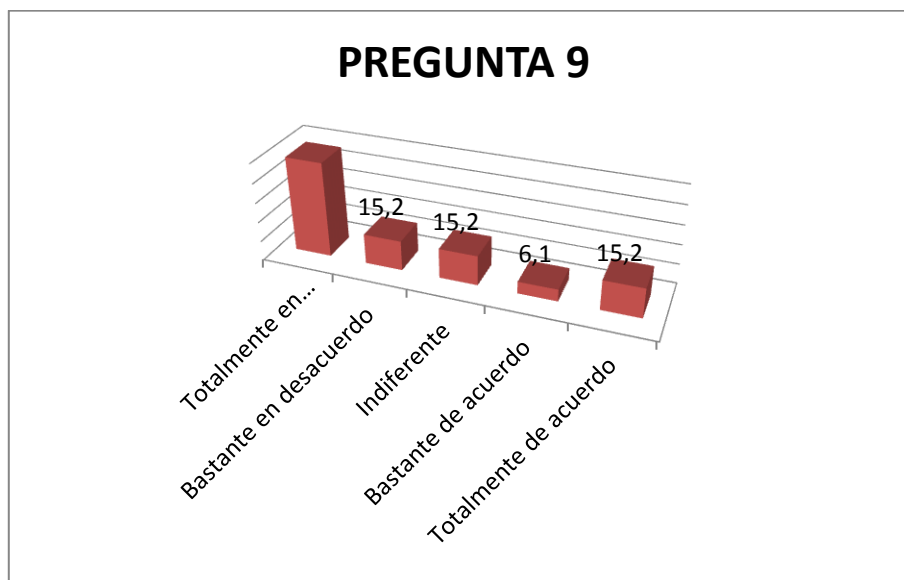
**Tabla n°16: pregunta 9**

No me importa lo que piense la gente de mi apariencia

Opciones	Porcentaje
Totalmente_en_desacuerdo	48,5
Bastantemente_en desacuerdo	15,2
Indiferente	15,2
Bastantemente_de_acuerdo	6,1
Totalmente_de_acuerdo	15,2
Total	100,0

**Cuestionario de Autovaloración de la imagen corporal**  
Realizado por: Lorena Benavides

**Análisis:** según la tabla N°19, se observa que el 48,5% de las encuestadas contesta totalmente en desacuerdo, el 15,2% bastantemente de acuerdo, 15,2% indiferente, 6,1% bastantemente de acuerdo, 15,2% totalmente de acuerdo.



**GráficoN°17, pregunta N°9, Cuestionario de Autovaloración de la Imagen Corporal**  
Realizado por: Lorena Benavides

**Interpretación:** en esta pregunta podemos ver la mayoría de las encuestadas indican que la valoración de su imagen corporal se encuentra dirigido en el exterior, en la brújula que los demás opinan sobre sí.

**Tabla n°17: pregunta 11**

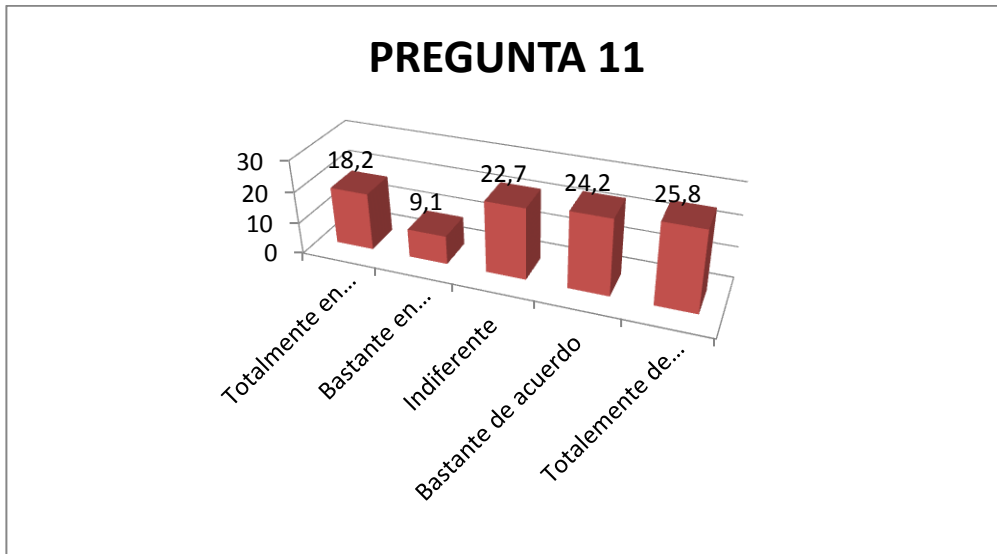
Siempre trato de mejorar mi aspecto físico

Opciones	Porcentaje
Totalmente_en_desacuerdo	18,2
Bastantemente_en desacuerdo	9,1
Indiferente	22,7
Bastantemente_de_acuerdo	24,2
Totalmente_de_acuerdo	25,8
Total	100,0

**Cuestionario de Autovaloración de la imagen corporal**

**Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis:** según la tabla N°19, se observa que el 18,2% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 9,1% bastantemente en desacuerdo, 22,7% indiferente, el 24,2% bastantemente de acuerdo, 25,8% totalmente de acuerdo.



**GráficoN°18, pregunta N°10, Cuestionario de Autovaloración de la Imagen Corporal**  
 Realizado por: Lorena Benavides

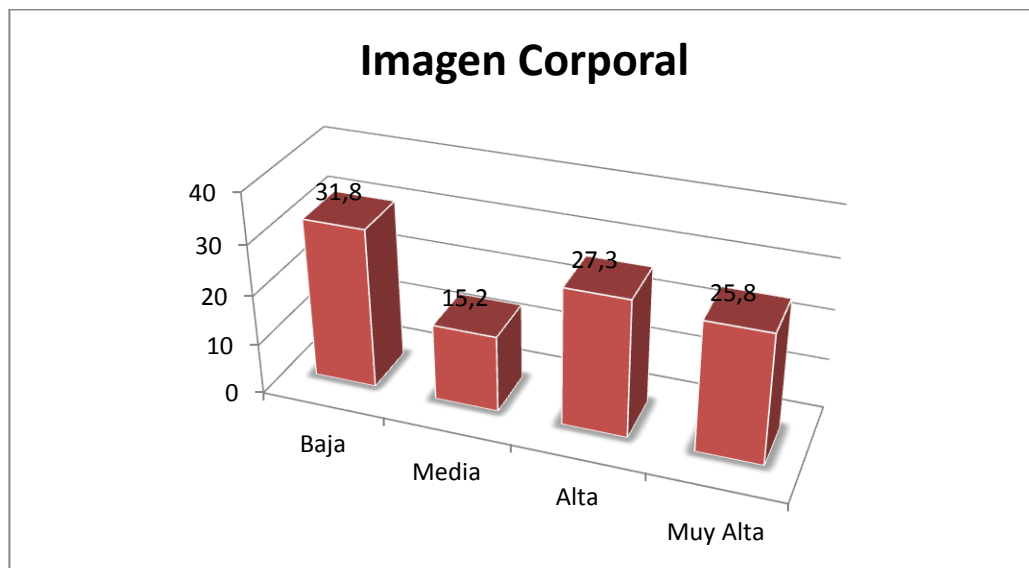
**Interpretación:** el proyectar una imagen cada vez más parecida a los cánones de belleza conlleva a un gran consumismo en las mujeres ya sea de cosméticos, tratamientos de belleza e incluso cirugías estéticas por esta estar a la altura de las exigencias sociales.

**Tabla N°18: Autovaloración de la Imagen corporal**

Rangos	Porcentaje
Baja	31,8
Media	15,2
Alta	27,3
Muy_alta	25,8
Total	100,0

**Resultados del test Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ).**  
Realizado por: Lorena Benavides

**Análisis:** el 31, 8 % de las alumnas presenta una valoración de la imagen corporal baja; el 15,2% muestra una autovaloración media; el 27,3% corresponde a la valoración alta y el 25.8% a muy alta.



**Gráfico N°19: Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ).**  
Realizado por: Lorena Benavides

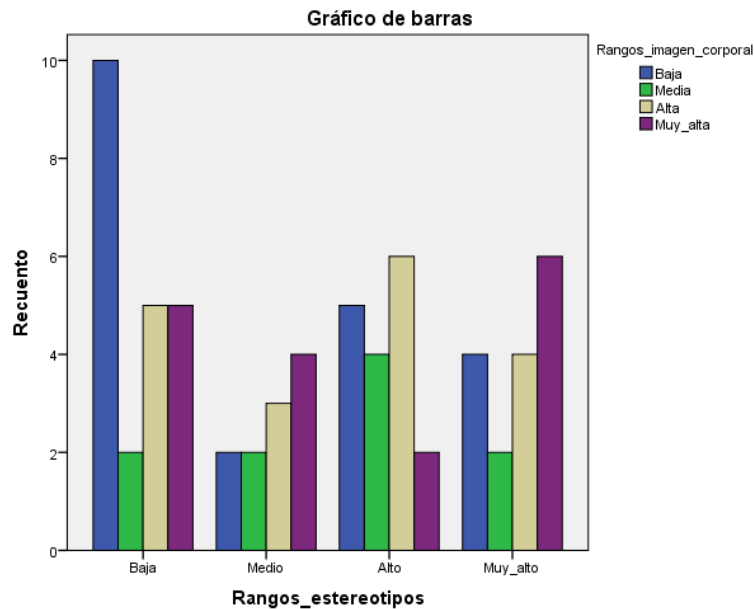


**Tabla N°19: Tabla de contingencia entre estereotipos de belleza y autovaloración de la imagen corporal.**

Estereotipos	Imagen Corporal				Total
	Baja	Media	Alta	Muy alta	
Baja	10	2	5	5	22
Medio	2	2	3	4	11
Alto	5	4	6	2	17
Muy altos	4	2	4	6	16
Total	21	10	18	17	66

**Tabla de contingencia entre estereotipos de belleza y autovaloración de la imagen corporal.  
Realizado por: Lorena Benavides**

**Análisis.-** Los datos obtenidos revelan que 10 de las 22 examinadas (45%) que se encuentran pobremente influenciadas por los estereotipos de belleza, presentan una imagen corporal baja. Paralelamente 4 de las 11 examinadas (36%) que presentaron influencia media por parte de los estereotipos, poseen una imagen corporal muy alta; mientras que 6 de las 17 examinadas (35%) altamente influenciadas por los estereotipos manifiestan tener una imagen corporal alta. Finalmente 37 % (6 de 16 examinadas), de la población muy altamente influenciada por los estereotipos, señala poseer una imagen corporal muy alta.



**Gráfico N°20: Gráfico de barras de la correlación entre estereotipos de belleza y autovaloración corporal**

Elaborado por: Lorena Benavides

**Interpretación:** Debido a que en la población con baja influencia de estereotipos, la imagen corporal se encuentra considerablemente afectada, se evidencia la existencia de un tercer factor oculto, probablemente ligado al duelo por el cuerpo perdido propio de la adolescencia, en la etiología de la baja imagen corporal. Existe otra posibilidad para explicar el fenómeno encontrado, relacionada con el “potencial de motivación al logro”, el cual señala que las personas que se ven a sí mismas como carentes de posibilidades de competición (en este caso social), desisten como una forma de autolimitación a entrar en competencia (en este caso por obtener popularidad social), razón por la cual, renuncian a dejarse influir por el canon social en boga, llegando incluso a buscar espacios marginales a nivel social (subculturas). Lo descrito, también explica los resultados obtenidos en los tres grupos restantes.

## 4.2 VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS

TablaN°20: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	6,961 <sup>a</sup>	9	,641	,666		
Razón de verosimilitudes	7,072	9	,630	,694		
Estadístico exacto de Fisher	6,991			,657		
Asociación lineal por lineal	,980 <sup>b</sup>	1	,322	,338	,173	,021
N de casos válidos	66					

Tabla de contingencia entre estereotipos de belleza y autovaloración de la imagen corporal.  
Realizado por: Lorena Benavides

### Interpretación

Se rechaza la hipótesis porque los estereotipos de belleza y la autovaloración de la imagen corporal, no se relacionan de acuerdo a la prueba chi cuadrado, [ $X^2(9)=6,961$ ,  $N=66$ ,  $p>0.05$ ], puesto que para que exista una distorsión en la percepción es necesario varias determinantes en la historia de la persona.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 CONCLUSIONES

- Dentro de la sociedad todos manejamos una imagen donde proyectamos lo mejor de cada cual y por lo tanto, esperamos ser aceptados; durante la adolescencia es la etapa en donde se refuerza los modelos y roles aprendidos durante la infancia, los estereotipos aparecen como indicadores de comportamiento, pensamiento, actitudes que están considerados como modelos a seguir, y existen reforzadores que prestan ganancias, en muchos de los casos sucede a nivel inconsciente. Dentro la investigación realizada en los puntajes obtenidos se muestran que el 33% de las estudiantes corresponde a una estereotipia baja, lo que significaría que un grupo de estudiantes no son influenciadas por el imaginario social de belleza moderna, seguida por la estereotipia alta (25,8%) y muy alta (24,2%) que indica un grupo más grande donde se puede observar que las influencias sociales son importantes para ellas, por lo tanto existen dos grupos en extremos muy marcados, en los cuales suceden fenómenos sociales diferentes.
- Durante la existencia del ser humano se ha proyectado la influencia de la sociedad como un mecanismo de sobrevivencia y también de trascendencia de la especie, y es posible que las nuevas tendencias del mercado, lleven aun exagerado ritual por la belleza, siendo cada vez más estricta y perfeccionista, donde la identidad de las personas deben adaptarse a ella, ya que el no hacerlo llevaría a ser marginado por los que le rodean, sin embargo las personas que poseen los recursos necesarios podrán acceder a ella con más facilidad, por el contrario las otras mujeres que no lo hagan, sublimarán y encontrarán

identidad en otros grupos sociales, según los datos obtenidos el 31,8 % de las estudiantes presenta una valoración de la imagen corporal baja lo que quiere decir que pertenecen al grupo de mujeres que no se adaptan a las exigencias sociales de belleza, el 27,3% corresponde a la valoración alta y el 25,8% a muy alta, que correspondería a mujeres que se sienten conformes consigo mismas comparadas a las exigencias sociales.

- Los resultados demuestran que no hay relación debido a que revelan que 10 de las 22 examinadas (45%) se encuentran pobremente influenciadas por los estereotipos de belleza, presentan una imagen corporal baja. Paralelamente 4 de las 11 examinadas (36%) que presentaron influencia media por parte de los estereotipos, poseen una imagen corporal muy alta; mientras que 6 de las 17 examinadas (35%) altamente influenciadas por los estereotipos manifiestan tener una imagen corporal alta. Finalmente 37 % (6 de 16 examinadas), de la población muy altamente influenciada por los estereotipos, señala poseer una imagen corporal muy alta. De lo anterior se desprende que la hipótesis no se cumple pues lo que se planteaba en la hipótesis ser la causa (estereotipos de belleza), resulto ser el efecto de la autovaloración colectiva, como se lo puede observar en el gráfico 19.
- Existe otra posibilidad para explicar el fenómeno encontrado, relacionada con el “potencial de motivación al logro”, el cual señala que las personas que se ven a sí mismas como carentes de posibilidades de competición (en este caso social), desisten como una forma de autolimitación a entrar en competencia (en este caso por obtener popularidad social), razón por la cual, renuncian a dejarse influir por el canon social en boga, llegando incluso a buscar identidad en espacios poco comunes a nivel social.
- Debido a que en la población con baja influencia de estereotipos, la imagen corporal se encuentra considerablemente afectada, se evidencia la existencia de un tercer factor oculto, probablemente ligado al duelo por el cuerpo perdido en la que siente un fenómeno de des-personificación y se halla incómodo con su cuerpo el adolescente se siente seguro en uniformidad que el

grupo le da. Más tarde irá adoptando roles cambiantes y participando activamente en el grupo, y es así, que de a poco mediante estas proyecciones e introyecciones va asimilando y desechando identificaciones hasta llegar a formar una propia.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- Es necesario aplicar el mismo tipo de estudio en diferentes colegios para comparar influencias estereotipadas del entorno, en las clases sociales, como son las clases alta, media y baja y de qué manera afecta en su valoración de la imagen corporal
- Además se recomienda hacer un seguimiento a las estudiantes encuestadas para conocer de qué manera se desenvuelven y afecta en su vida futura los resultados conocidos y el éxito que consigue en ella.
- Es importante realizar charlas con los padres para que sean ellos quienes se involucren de mejor manera en el desarrollo de las habilidades sociales y personales y brindar una mejor identidad a sus hijos y evitar posibles trastornos en un futuro.
- Realizar campañas de sensibilización y prevención a nivel de la Ciudad con el fin de promover la construcción de la salud mental y de identidades estables con el fin de crear competencias sanas entre las personas y no discriminatorias a partir de las que se desarrollan importantes trastornos a nivel social.

## CAPÍTULO VI

### PROPUESTA

#### 6.1 DATOS INFORMATIVOS

**Tema:**

PLAN DE MEJORA DE AUTOVALORACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN LAS ADOLESCENTES DEL COLEGIO AGROPECUARIO LUIS A. MARTÍNEZ DE LA CIUDAD DE AMBATO.

**Institución Ejecutora:** COLEGIO AGROPECUARIO LUIS A. MARTÍNEZ

**Beneficiarios:**

Directos: Estudiantes

Indirectos: Padres de familia, Profesores, Sociedad

**Ubicación:**

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Lugar: Colegio Agropecuario Luis A. Martínez

Dirección: Av. Rumiñahui y los Shyris

**Tiempo estimado para la ejecución:**

Inicio: marzo

Fin: mayo

### **EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE:**

Egda. Lorena Fernanda Benavides Pinto

Departamento de Orientación y Bienestar Estudiantil

**COSTO:** \$2000

### **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

El Dr. Patricio José Ruiz Lázaro, quien ha obtenido el Primer Premio de la Sociedad Española de la Medicina de Familia y Comunitaria (SEMFYC) formo el proyecto de nombre “Proyecto de Promoción de la Salud Mental para Adolescentes y Padres de Adolescentes en el año1998. España los adolescentes de 12 a 16 años contaban en el centro de salud con la posibilidad de acudir a una consulta de demanda exclusiva para ellos, dentro de la consulta del pediatra del turno de tarde. A partir de las carencias detectadas en dicha consulta (falta de adaptación, pobre autoconcepto, baja autoestima, asertividad insuficiente) y de las demandas de algunos padres y profesionales sanitarios del centro de salud (“hay que hacer algo”) surgió el proyecto. Dos enfermeras (una de pediatría y otra de adultos) se unieron al pediatra de la tarde en la coordinación del proyecto. Dentro del proyecto se encuentra planteadas de varias actividades entre las cuales trabaja tanto con padres como hijos actividades separados y otras en conjunto lo que permite tener una mayor ampliación de la propuesta de solución y también un trabajo a nivel integral,

De acuerdo con la experiencia piloto, se realizaron dos ciclos de tres talleres:

- Un taller para padres o tutores titulado “Ayudándonos a promover la adaptación saludable de nuestros adolescentes”, que constó en el primer ciclo de tres sesiones y en el segundo ciclo de cuatro.
- Un taller para adolescentes titulado “Aprendiendo a aceptarnos”, que constó de cinco sesiones.



– Un taller para adolescentes titulado “Aprendiendo a comunicarnos, resolver conflictos y tomar decisiones”, que constó de cinco sesiones.

Las sesiones fueron de hora y media, los jueves de 19:00 a 20:30 horas en la sala multiusos del centro de salud, por tanto, dentro de la jornada laboral de los coordinadores de las sesiones. Semanalmente, se reservó un día de 14 a 15 horas para la evaluación de las actividades realizadas y la preparación de las siguientes.

Tubo un total de 112 personas participando en un promedio de 2 años, quienes fueron evaluadas antes de la intervención conjuntamente con la evaluación post-intervención obteniendo resultados muy positivos en relación al cambio y a la acogida de las personas que recibieron voluntariamente las sesiones, mejorando calidad de vida en estudiantes y padres.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

Las normas sociales son necesarias para vivir de armónicamente dentro de la misma, pero el regirnos mucho a ella hace que el ser humano se vuelva una máquina, que simplemente repite y obedece sin cuestionarse porque lo hace y saber cuál es el significado de cada acción que realiza durante, muchas veces se vive ilusiones impuestas por ella, formas de vida tan plásticas y monótonas, que aparentemente la mayoría actúa en un guión ya establecido, porque esa es la manera en la que se refleja la felicidad, es por ello que se debe ir conociendo cómo funciona el mundo del capital y como el vivir en una sociedad de consumo, nos consume a nosotros y al lugar donde vivimos, tratando de llenar nuestro vacío existencial con miles de artículos que nos prometen hacernos felices por siempre, y al igual como una droga controla al adicto vamos necesitando de más y de más objetos para sentir el mismo placer que sentimos en algún momento, sin valorar lo que realmente nos hace ser humanos. Y el tomar conciencia nos formara una idea más libre, más propia y respetuosa de quienes somos y que es lo que queremos de nuestra vida.

## **6.4 OBJETIVOS**

### **6.4.1 General**

- Aportar recursos y fórmulas a los adolescentes que les facilite el desarrollo personal y adaptación saludable.

### **6.4.2 Específicos**

- Conocer mejor a los compañeros
- Fomentar una visión realista y positiva de sí mismo y de las propias posibilidades
- Facilitar el desarrollo de una pensamiento crítico frente al modelo estético corporal dominante impuesto socialmente.

## **6.5 Análisis de Factibilidad**

La aplicación de esta propuesta es factible ya que se cuenta con la apertura de la institución, se cuenta con el espacio adecuado y con la colaboración de cada una de las estudiantes y de los profesores, existe también aulas de audiovisuales que facilitaran el proceso de aprendizaje, un espacio exclusivo y privado para entrevistas psicológicas en el caso de las terapias individuales para los casos detectados en problemas con la autoaceptación de la imagen corporal.

## **6.6 Fundamentación teórica**

Es de importancia de enseñar a las y los adolescentes estrategias para autoimpulsar su adaptación saludable al entorno donde se pretende:

“1) Ayudar a que los chicos y las chicas asuman con alegría los cambios de la adolescencia, reconozcan las implicaciones que conllevan en su situación presente,

los acepten positivamente y tengan la competencia suficiente como para afrontar las situaciones que puedan derivarse de ello.

2) Favorecer que tomen sus decisiones de un modo libre y responsable dentro de sus circunstancias de riesgo. Es su vida. Son sus decisiones. Ellos son los protagonistas.

Pero para que esto sea posible y tengan los menores riesgos requieren una capacitación específica.

3) Dotar de recursos efectivos a los jóvenes para que sean capaces de afrontar las inevitables situaciones de riesgo, que relacionadas con su desarrollo personal y psicosexual, se encuentran en la adolescencia y se encontrarán con posterioridad. La existencia o no de problemas, particularmente en lo que respecta al nivel de gravedad, depende en parte de la vulnerabilidad que los jóvenes tienen a ese respecto.

Quizás el hecho de conocer de antemano los riesgos y las dificultades probables, permitirá que se puedan afrontar con más tranquilidad y eficacia. Para que esto sea posible, es muy conveniente que los jóvenes sepan que pueden hacerlo, porque tienen las capacidades necesarias para aprender. Hay que favorecerles el caldo de cultivo adecuado. Saber que se les puede ayudar y que esa ayuda les será de utilidad. El tránsito a la etapa adulta será más armónico y les ayudará a crecer más. De lo contrario la probabilidad de que aparezcan desajustes y sufrimientos es más elevada. Cuanto más recursos dispongan menos vulnerables serán a las adversidades.

4) Aproximarse a otras personas con sinceridad y honestidad, provoca en el otro las mismas cualidades.

5) Las expectativas, positivas o negativas, de una persona influyen realmente en la otra persona con la que aquella se relaciona (efecto Pygmalion). La clave es la autoestima, pues las expectativas positivas o negativas del emisor se comunican al receptor, el cual, si las acepta, puede y suele experimentar un refuerzo positivo o negativo de su autoconcepto o autoestima, que, a su vez, constituye una poderosa fuerza en el desarrollo de la persona.

6) Para Malekoff, el grupo en sí mismo es un factor protector, de ahí la conveniencia de educar para la salud en grupos en centros educativos (educación formal y no formal) y en el propio centro de salud.

7) Son necesarios espacios donde los adolescentes se entrenen en las habilidades necesarias para elegir las conductas más saludables y donde puedan expresar sus necesidades, dudas o temores sobre los temas que les interesen, de forma confidencial, y a los que puedan acudir solos o acompañados de sus amigos.

8) También son necesarios espacios donde se trabaje con padres y educadores los factores de desarrollo y deterioro del adolescente, cómo mejorar sus habilidades de diálogo con los adolescentes, y cómo ayudarles a aceptarse, comunicarse y resolver los conflictos.” (SEC), 2001).

## 6.7 Modelo operativo

ETAPA	SESIÓN	OBJETIVO GENERAL	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
1.- Taller para padres y tutores	<b>UNO</b>	Formar orientaciones para ayudar a los adolescentes a evitar comportamientos potencialmente nocivos y a ser firmes antes la presión de los demás en las decisiones tomadas.	<b>1.- "Mi bandera personal":</b> se escribirán los gustos de la familia, cualidades del hijo, del padre, de la madre y que se espera del taller	Materiales: papelotes, marcadores, cinta scotch, cuaderno de 30 hojas que se utilizara durante todo el taller	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	30 min
			<b>2.- "De que época es este texto":</b> se juega a adivinar cuando se escribón un texto que describe cómo son los adolescentes. Se termina explicando qué les inquieta a los adolescentes de hoy, qué necesitan y que buscan en las distintas etapas de la adolescencia	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	30 min
			<b>3.- "Que entendemos por salud y adolescencia":</b> se lee un texto y al final se reflexiona sobre el concepto de salud, como forma de vivir que busca que las personas puedan participar activamente en la vida de la comunidad a la pertenecen.	Cuadernos de apuntes, esferos, pizarra y marcadores	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	30 min

			<p><b>4.- "Diagnóstico del desarrollo Integral del adolescente":</b> mientras se expone la escala del desarrollo-deterioro de Aizpiri, cada padre o tutor a través de la escucha activa, va rellenando una plantilla que les ayudará a diagnosticar el grado de desarrollo de su adolescente.</p>	<p>Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>30 min</p>
	DOS		<p><b>1.- "Etiquetas en el entorno familiar":</b> se discute en grupo cómo repartir los limitados recursos con los que cuenta una hipotética asociación entre dos campañas de prevención dirigidas a padre de adolescentes: una de drogodependencias y otra de prevención de trastornos de la conducta alimentaria. Cada participante lleva en la espalda una etiqueta que él desconoce y el resto del grupo lo trata conforme a la etiqueta. Traz 15 minutos de discusión cada padre va diciendo y logrando adivinar lo que dice en su etiqueta y expresar lo que ha sentido ante las reacciones de los demás.</p>	<p>Cinta masquin, marcadores, pizarra, marcadores para pizarra</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	

			<p><b>2.- "Que es la asertividad":</b> Se reflexiona sobre las formas típicas de respuesta no asertividad, las habilidades asertivas y porque no se es asertivo.</p>	<p>cuadernos de apuntes, esferos, pizarra y marcadores</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>20 min</p>
			<p><b>3.- "Como educar la asertividad":</b> se explican distintas formas indirectas y directas de enseñar la asertividad. Se realizan ensayos conductuales por parejas de técnicas de asertividad</p>	<p>cuadernos de apuntes, esferos, pizarra y marcadores</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>20 min</p>
			<p><b>4.- "Estrategias para afrontar conductas problemáticas habituales y resolver conflictos":</b> explicar y enseñar el método REC, para afrontar conductas problemáticas habituales y resolver conflictos, y compartir estrategias particulares que en su experiencia como tales les han sido eficaces.</p>	<p>cuadernos de apuntes, esferos, pizarra y marcadores</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>30 min</p>

			<p><b>5.- "Evaluación del taller":</b> es escribir en una hoja las siguientes preguntas: Que hemos aprendido, que nos ha gustado, expectativas cumplidas, expectativas no cumplidas, propuesta de mejora. En grupo se discuten si ha cambiado en algo su actitud, si les gustaría repetir o tratar otros temas de salud y a quien recomendaríamos se apunte al taller.</p>	cuadernos de apuntes, esferos, pizarra y marcadores, hojas y esferos	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min
2.- Taller para adolescentes	<b>UNO</b>	Mejoramiento de las relaciones interpersonales y del autoestima, incluyendo generar un mayor análisis de las exigencias sociales	<p><b>1.-"Lo importante de ponerse en el lugar de otro":</b> por parejas representan distintas situaciones y se reflexiona cómo se debe haber sentido la otra persona</p>	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min
			<p><b>2.-"Aprendiendo a ser tolerante":</b> se presentan distintas situaciones por escrito y se descubre en grupos posibles prejuicios y comportamientos intolerantes, y cómo se debería afrontar a situación aceptando las diferencias.</p>	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min



				anotaciones		
			<b>3.-"Mi compromiso":</b> Cada adolescente escribe en un contrato una meta a cumplir en dos semanas. Habla sobre su meta con un compañero y hace una lista de tres objetivos o pasos específicos que le ayudarán a lograr su meta. Firma el contrato y su compañero o atestigua.	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min
			<b>4.-"Lo que más me cuesta aceptar de los demás"</b> Se realiza un listado individual de las cosas que se soportan peor de los demás. Se comparte y se propone soluciones adecuadas	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min

			<p><b>5.- "También nosotros podemos ser rechazados porque somos diferentes":</b> se hace un nuevo listado de las cosas de uno mismo que los demás aceptan peor. Se pone en común y todos ayudan a encontrar soluciones adecuadas</p>	<p>Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>20 min</p>
	<b>DOS</b>	<p>Mejoramiento de las relaciones intrafamiliares y comunicación</p>	<p><b>1.-"Los valores de mi familia y mi entorno:</b> comparten que les dice cada uno de su familia y sus compañeros o amigos acerca de distintas opciones.</p>	<p>Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>20 min</p>
			<p><b>2.-"Mis valores personales":</b> se divide la estancia en tres áreas : "esto de acuerdo", "estoy inseguro" y "no estoy de acuerdo". Se leen varias frases de valores. Para cada una de ellas, adoptarán individualmente la posición en el salón que responda a lo que piensa</p>	<p>Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>20 min</p>

			<p><b>3.-"¿Cómo se toman decisiones?":</b> Lluvia de ideas sobre las formas en que las personas toman las decisiones. Reflexión posterior de las ventajas y desventajas y consecuencias posibles de cada una de las formas.</p>	<p>Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>20 min</p>
			<p><b>4.-"El buzón":</b> Cada adolescente cuenta con una caja. Buzón con su nombre en la que los demás van introduciendo mensajes de apoyo, agradecimientos o propuestas de amistad. No es obligatorio firmar los mensajes.</p>	<p>Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>20 min</p>
			<p><b>5.-"Evaluar para mejorar":</b> Cada adolescente dice como se ha sentido en el taller, lo que le ha gustado, lo que no y propone mejoras.</p>	<p>Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones</p>	<p>Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos</p>	<p>20 min</p>

	<b>TRES</b>	Manejo de las proyecciones hacia el futuro	<b>1.- "Entrevista conmigo mismo dentro de diez años":</b> se imaginan que tienen diez años más y se entrevista unos a otros, contestando preguntas sobre su vida y como llegaron a ser así.	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min
			<b>2.- "El juego de las bolsas" (elegimos regalos):</b> debe elegir entre distintas bolsas que contienen regalos, sin conocer el contenido y reflexionar por qué y lo difícil de tomar decisiones si no se tiene toda la información	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min
			<b>3.- "Pronóstico de resultados":</b> reflexionar sobre que pasaría en la vida de cada uno se se llevan a cabo diversas decisiones o acciones.	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min

			<b>4.- Tarea para casa: conoce a tus padres como personas.</b> Intenta responder a preguntas sobre la niñez, la adolescencia, gustos, relaciones y valores de sus padres. Luego les pregunta lo mismo a cada uno de sus padre y que comprueben sus respuestas.	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min
	<b>CUATRO</b>		<b>1.- Análisis de los estereotipos:</b> a través de un video se realizará una discusión sobre los estereotipos y en grupos de trabajo se realizarán preguntas en relación a su contenido, que seran expuestas para toda la clase	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min
			<b>2.- ¿Y ahora, qué?:</b> se evalua el taller en grupo, compartiendo lo que cada uno a aprendido o descubierto y como piensa trasladarlos a la vida real	Sala de audiovisuales, Infocus, computadora, pizarra, marcadores para pizarra, cuadernos de anotaciones	Egr. Lorena Benavides, Ps. Cl. Edwin Bustillos	20 min

Tabla N°21: Cuadro de Modelo Operativo

Elaborado por: Lorena Benavides

### 6.7.1.- Metodología de la propuesta

<b>ETAPA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSIBLE</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>Logística</b>	Identificar el espacio físico donde se aplicará el método	Preparación del material teórico práctico	Material de oficina Material bibliográfico	Investigadora	Del 4 al 8 de marzo
<b>Encuadre</b>	Establecimiento de normas y objetivos	Reunión con el equipo de trabajo	Material de oficina, Material bibliográfico, Recursos Humanos	Investigadora	Del 20 al 30 de marzo
<b>Empatía</b>	Establecimiento y fortalecimiento de las relación terapéutica	Recolección de la información estudio amnésico	Entrevista informativa Material de oficina Humanos	Investigadora	Del 25 de Marzo al 25 de abril
<b>Proceso de intervención inicial</b>	Conocimiento y socialización de la técnica	Exposición de la técnica Entrenamiento para padres, madres o representante/s	Lugar a trabajar Material Bibliográfico Material de oficina Humanos (internos)	Investigadora	Del 22 de abril al 8 de mayo
<b>Proceso de intervención</b>	Conocimiento y socialización de la	Entrenamiento para alumnas en	Lugar a trabajar Material	Investigadora	Del 8 de mayo al 8 de junio

<b>intermedia</b>	técnica	relaciones interpersonales	Bibliográfico Humanos (internos)		
<b>Proceso de intervención avanzada</b>	Reforzamiento de la técnica	Entrenamiento para alumnas en relaciones intrapersonales	Lugar a trabajar Material Bibliográfico Material de oficina Humanos (internos)	Investigadora	Del 8 de junio al 22 de junio
<b>Proceso de intervención práctica</b>	Evaluar la técnica	Lluvia de ideas Participación dinámica Aplicación de encuesta	Lugar a trabajar Material bibliográfico Material de oficina Humanos (internos)	Investigadora	Del 22 de julio al 20 de agosto

**Tabla N° 22: Metodología de la propuesta**

**Elaborado por: Lorena Fernanda Benavides Pinto**

## 6.8 METODOLOGÍA

### 6.8.1 Plan de monitoreo

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
QUÉ EVALUAR	Autoimagen Corporal
POR QUÉ EVALUAR	Conocer los niveles de aceptación de la propia imagen
PARA QUÉ EVALUAR	Para mejorar los niveles de aceptación de la imagen corporal
CON QUÉ CRITERIOS	AUTOESTIMA, AUTOCENCEPTO, AUTOVALORACION
INDICADORES	Cualitativos ya que se explora un problema conductual social y Cuantitativos porque se buscará estadísticas
QUIÉN EVALUA	Egda. Lorena Benavides
CUANDO EVALUAR	Período enero-marzo 2015
CÓMO EVALUAR	A través del cuestionario del MBRSQ
FUENTES DE INFORMACIÓN	Estudiantes que asisten a esta institución educativa, departamento de Psicología del centro
CON QUÉ EVALUAR	A través del cuestionario del MBRSQ

**Tabla N°23: Plan de monitoreo de la propuesta**

Elaborado por: Lorena Benavides

### 6.8.2. Marco Administrativo

- **Institucionales:**

Universidad Técnica de Ambato

Facultad de Ciencias de la Salud

Carrera de Psicología Clínica



Colegio Agropecuario Luis A. Martínez

Departamento de Bienestar estudiantil

Dr. Edwin Bustillos

Alumnas de 14 a 17 años

- **Humanos**

Lorena Fernanda Benavides Pinto

Ps. Cl. Edwin Bustillos

15 alumnas del Colegio Agropecuario Luis A. Martínez

- **Materiales**

Equipos tecnológicos: computadora, infocus, cámara fotográfica

Viáticos

Servicios Personales

Materiales de escritorio: hojas, esferos y lápices

- **Financieros**

Alícuotas del investigador

### 6.8.3 Presupuesto

<i>RUBRO DE GASTOS</i>	<i>VALOR</i>
Personal de apoyo	\$1100
Adquisición de equipos	\$100
Material de escritorio	\$200

Viáticos	\$400
Imprevistos	\$200
<b>Total</b>	2000

**Tabla N°24: Presupuesto**

**Elaborado por: Lorena Benavides**

#### 6.8.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	Meses	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
	Actividades							
1	Elaboración del proyecto							
2	Elaboración del marco teórico							
3	Recolección de Información							
4	Procesamiento de Datos							
5	Análisis de Resultados							
6	Formulación de la propuesta							
7	Presentación del Informe							

Tabla N°25: Cronograma de Actividades

Elaborado por: Lorena Benavides

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 7.1 BIBLIOGRAFÍA

- Bandura, A., & Richard, W. (1983). *Aprendizaje social y desarrollo*. Madrid: Alianza.
- Baron, R., & Byrne, D. (. (1998). *Psicología social*. Madrid: In R. Baron & D. Byrne.
- Baron, R., & Byrne, D. (1998). Influencia social. En R. Baron, & D. Byrne, *Psicología Social*. Madrid: In R. Baron & Byrne.
- Horrocks, J. (2008). *Psicología de la Adolescencia*. México D.F.: Trillas.
- Myers, D. (1995). *Psicología Social*. México: Mc Graw Hill/Iberoamericana de México.
- Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2009). *Desarrollo Humano*. Mexico: McGraw-Hill.
- Vigarelo, G. (2005). *Historia de la belleza, el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Argentina: Nueva visión Argentina.

### 7.2 LINKOGRAFÍA

- Aguilar, J. (2004). *Trastorno de la Imagen corporal en relación a la presencia de sintomatología del trastorno alimentario anoréxico en adolescentes mujeres de 15 a 19 años*. México.
- Amossy, R., & Hershberg, P. (1997). *Stéréotypes et clichés. Langue discours société*. Paris: Nathan.
- Asch, S. (1956). The doctrine of suggestion, prestig and imitation in social psychology. En S. Asch, *Psychological Monographs: General Applied* (pág. 70).

- Aube, J., & Koestner, R. (1992). Gender characteristics and adjustment: A longitudinal study. En J. Aube, & R. Koestner, *Journal of Personality and Social Psychology*. (págs. 63, 485-493).
- autores, V. (2001). *Real Academia de la Lengua Española*. Madrid: Espasa Calpe.
- Ayala, D. (2007). *La sexualidad y la salud sexual reproductiva de las y los adolescentes con énfasis en prevención de VIH/SIDA*. Costa Rica.
- Ballesteros, S. (1982). *El esquema corporal*. Madrid: Tea.
- Bandura, A., & Richard, W. (1983). *Aprendizaje social y desarrollo*. Madrid: Alianza.
- Baron, R., & Byrne, D. (. (1998). *Psicología social*. Madrid: In R. Baron & D. Byrne.
- Baron, R., & Byrne, D. (1998). Influencia social. En R. Baron, & D. Byrne, *Psicología Social*. Madrid: In R. Baron & Byrne.
- Basow, S. (1992). *Gender Stereotypes and roles*. California: Cole publishing company Pacific Grove.
- Bobo, L. (1983). White's opposition to busing: Symbolic racism or realist group conflict? En L. Bobo, *Journal of Personality and Social Psychology* (págs. 45, 1196-1210).
- Bordo, S. (1993). *Unbearable Weight. Feminism, Western culture and the body*. USA: University of California Press.
- Cabrera, Y. (2009). *Publicidad e Industria Cultural: Las marcas y la representación de género*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Calaf, M., Hilero, C., & Rodríguez, J. (2005). *Inventory Body Image for Teens Femeninas*.
- Carrasco, T. (2000). *Material del curso sobre tratamiento de la anorexia y la bulimia nerviosas*. Centro de Psicología Atlair.
- Chatterjee, J., & McCarrey, . (1991). Sex-role attitudes, values, and instrumental-expressive traits of women trainees in traditional vs. non-traditional programs. *Applied Psychology: An international Review*, 40, 282-297.
- Cho, H., Lee, S., & Wilson, K. (2010). Mujeres bronceadas estereotipos y actitudes de bronceado. *Exposition Magazine*.
- Crooks, R., & Baur, K. (2000). *Nuestra sexualidad*. México, D.F.: International Thompson.
- Douglas, M. (1966). *Purity and danger*. Londres: Routledge.

- El\_Hoy. (6 de enero de 2011). Anorexia afecta a mujeres. *Anorexia, el mal de los muy jóvenes*.
- Ensanut. (2013). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición*. Quito.
- Fisher, A., Heilman, M., Block, C., & Lucas, J. (1992). Presumed Incompetent: Stigmatization and Affirmative Action Efforts. En A. Fisher, M. Heilman, C. Block, & J. Lucas, *Journal of Applied Psychology*.
- García, A. (6 de mayo de 2009). Argentina es el esgundo país con mas casos de anorexia. *La Gaceta*.
- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. New York: Harper and Row.
- Harter, S. (1999). *The contruction of the self: A developmental perceptive*. New York: Guilford Press.
- Hilton, J., Klein, J., & von Hippel, W. (1991). Attention allocation and impression formation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17.
- Horrocks, J. (2008). *Psicología de la Adolescencia*. México D.F.: Trillas.
- Johnston, L., & Hewstone, M. (1992). Cognitive models of stereotype change (3). Subtyping and the perceived typicality of disconfirming group members. En L. Johnston, & M. Hewstone, *Journal of experimental Social Psychology* (págs. 28, 360-386).
- Kaplan, E. A. (1987). *Rocking around the clock. Music, television, postmodernism and consumer culture*. . Londres y New York: Routledge.
- Knapp, M. (1982). El cuerpo y el entorno. En M. Knapp, *La comunicación no verbal*. (pág. 83). Barcelona: Paidós Ibérica.
- La\_Hora. (22 de noviemnbre de 2010). En Ecuador el 59% de adultos sufren de obesidad. *La\_Hora*.
- La\_Hora. (11 de Diciembre de 2011). Desordenes alimenticios afecta a niños. *La hora*.
- Lagarde, M. (2000). *Claves feministas para la mejora de la autoestima*. Horas y horas.
- Le Breton, D. (1995). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lindgren, H. (1990). *Psicología Social*. México: Trillas.
- Lippman, W. (1992). *Public opinion*. Nex York: Mc Millan.

- Major, B., & Konarr, E. (1984). An investigation of sex differences in pay expectations and their possible causes. En B. Major, & E. Konarr, *Academy of Management Journal* (págs. 27, 777-792).
- Major, B., Carnevale, P., & Deaux, K. (1981). A different perspective on androgyny: Evaluations of masculine and feminine personality characteristics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 598-608.
- Markus, H., & Wurf, E. (1987). The dynamic self-concept: A social Psychological perspective. *Annual review of Psychology*, 38, 299,337.
- Mejia, C., & Rojas, A. (2012). *Estereotipos de belleza física que tiene los adolescentes de diferente género y estrato socioeconómico pertenecientes a colegios de la localidad de suba, Bogotá*. Bogotá.
- Mischel, W. (1966). A social learning view of sex differences in behavior. En W. Mischel, *The development of sex differences* (págs. 56-81). Macoby.
- Monteith, J. (1993). Self-regulation of prejudiced responses: Implications for progress in prejudice-reduction efforts. En J. Monteith, *Journal of Personality and Social Psychology* (págs. 65, 469-485).
- Morales, J. (2007). *Psicología Social*. Madrid: McGraw Hill.
- Morgan, D. (1998). Women and the knife. Cosmetic Surgery and Colonization of Women's bodies. *The politics of women's bodies*.
- Myers, D. (1995). *Psicología Social*. México: Mc Graw Hill/Iberoamericana de México.
- Nacional, C. (2003). *Código de la Niñez y adolescencia*. Ley N° 100.
- Nieto, M. (1999). La anorexia afecta a medio millón de personas en España y alcanza a niñas de nueve años. *El país*.
- OMS. (2008). *CIE-10*. Madrid.
- Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2009). *Desarrollo Humano*. Mexico: McGraw-Hill.
- Pinazo, S. (1999). *Psicología Social*. Valencia: Gules.
- Polivy, J., & Herman, C. (2002). *Causes of eating disorders*. *Annual Review of Psychology*.
- Prager, K., & Bailey, J. (1985). Androgyny, ego development, and psychosocial crisis. En K. Prager, & J. Bailey, *Sex Roles* (págs. 13, 175-184).

- PROTEGELES, O. (2010). Campaña "Tu eres mas que una imagen". *Basta de pro-ana y pro-mia*.
- Reischer, E., & Koo, K. (2004). The Body Beautiful: Symbolism and Agency in the Social World. *Annual Review of Anthropology*, 298.
- Rivera, G. (2006). *Crisis emocionales*. Madrid: Espasa Calpe.
- Robinson, I., & Hastie, R. (1985). Revisión of beliefs when a hipótesis is eliminated from consideration. En I. Robinson, & R. Hastie, *Journal of Experimental Psychology* (págs. 11, 443-456).
- Roca, A. (2003). *Cuerpo y medios de comunicación. Viejas obsesiones y nuevas tecnologías: el cuerpo en revistas femeninas argentinas*. Buenos Aires: Universidad de Buenos aires.
- Rodríguez, S., & Cruz, M. (2004). *Insatisfacción corporal en adolescentes latinoamericanas y españolas*. España: Psicothema.
- Rosen, J. (1995). The nature of body disborphic, disorder and tretmente with cognitive-behavoir therapy. En C. a. practice, *Rosen, J.C.* (págs. 143-166).
- Rothbart, M. (1981). Memory processes and social beliefs. En M. Rothbart, *Cognitive processes in stereotuping and intergroup behavior* (pág. 145.181). New York: D.L. Hamilton.
- Ruiz, E. (2008). Los imaginarios de cultura somática que construyen los jóvenes escolarizados de Medellín a partir de las representaciones que transmite la televisió que ellos consumen. *Revista Luciérnaga Audiovisual*.
- Schvili-Mann, S., & Dayán-Nahmad, A. (2000). Trastornos de alimentación: la anorexia nerviosa. En S. Schvili-Mann, & A. Dayán-Nahmad, *Medicina Interna* (págs. 16(2), 90-7).
- SEC), S. E. (2001). *Manual de Salud Reproductiva en la Adolescencia, aspectos básicos y clínicos*. Zaragoza.
- Slade. (1994). Body image in anorexia nervosa. *British Journal of Psychiatry*, 153.
- Solis, A. (1997). Autoestima y autoconcepto. *Revista Psicología y Salud mental*, 1-9.
- Stephen, S. (1990). La gordura es todavia un tema pra feministas. *Revista del sur*, 1-4.



- Suarez C., P. (2013). *La Belleza estereotipada una influencia que afecta a las adolescentes que presentan trastornos alimenticios en el Colegio la Imaculada de la ciudad de Ambato en la provincia de Tungurahua período 2010-2011*. Ambato.
- Tasset, J. (1980). *Teoría y práctica de la psicomotricidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Taylor, S. (2007). Conductas que mejoran la salud. En S. Taylor, *Psicología de la Salud* (pág. 16.39). México: McGraw-Hill.
- Thompson, J., Heinberg, L., & Altabe, M. (2002). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washintong: American Psychological Association.
- Toro, J. (2004). *Riesgos y causas de la anorexia nerviosa*. Barcelona: Ariel.
- Tortajada, I. (2013). *Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales*. Huelva: Grupo Comunicar.
- Ussher, M. (1992). *The perfect body: activating the impossible*. London and New York Routledge.
- Varios, A. (2011). *Controversias sobre los trastornos alimentarios*. Madrid: International Marketing & comunicacion S.A.
- Vigarello, G. (2005). *Historia de la belleza, el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Argentina: Nueva visión Argentina.
- Weber, R., & Crocker, J. (1983). Cognitive processes in the revision of stereotypic beliefs. En R. Weber, & J. Crocker, *Journal Personality and Social Psychology* (págs. 45, 961-977). Free Press.
- White, R. (1977). Misperception in the Arab-Israeli conflict. En R. White, *Journal of Social Issues* (págs. 33, 190-221).

### **7.3 CITAS BIBLIOGRÁFICAS- BASE DE DATOS UTA**

- Cabrera, Y. (2009). *Publicidad e Industria Cultural: Las marcas y la representación de género*. Valencia: Universitat de Valencia.

Tomado el: 25 de enero 2014

Disponible en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/10335>

- Gómez, X. (2012). *Contenidos musicales en programación televisiva cultural. Un análisis de la representación del género en BBC, PBS y RTVE*. Bellaterra. Universidad Autónoma de Barcelona.

Tomado el: 17 de noviembre 2013

Disponible en: <http://www.tdx.cat/handle/10803/96829>

- Tortajada, I. (2013). *Estereotipos publicitarios y representación de género en las redes sociales*. Huelva-España. Grupo comunicar

Tomado el: 20 de marzo 2014

Disponible en:

<http://search.proquest.com/prisma/docview/1436980217/3AE9E118791844A7PQ/3?accountid=36765>

- Moreno, M.; Ortiz, O. (2009). *Trastorno Alimentario y su Relación con la Imagen Corporal y la Autoestima en Adolescentes*. Universidad Veracruzana. México.

Tomado el: 11 de enero 2013

Disponible en: <http://www.scielo.cl/pdf/terpsicol/v27n2/art04.pdf>

Roca, A. (2003). *Cuerpo y medios de comunicación. Viejas obsesiones y nuevas tecnologías: el cuerpo en revistas femeninas argentinas*. Buenos Aires. Universidad de Buenos Aires

Tomado el: 28 de octubre 2014

Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1850-275X2003000100008&lang=pt](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2003000100008&lang=pt)

## ANEXOS

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

#### Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ)

A continuación encontrará una serie de preguntas acerca de cómo la gente piensa, siente o se comporta. Indique por favor su grado de acuerdo con cada afirmación con respecto a usted.

No hay respuestas verdaderas o falsas. Dé la respuesta que más se ajuste a usted mismo.

Use la escala que encontrará al principio del cuestionario para puntuar las afirmaciones.

Anote el número en la casilla que se encuentra a la izquierda de cada afirmación.

Por favor sea lo más sincero posible.

Gracias.

**1 Totalmente en desacuerdo 2 Bastante en desacuerdo 3 Indiferente 4 Bastante de acuerdo 5 Totalmente de Acuerdo**

- 1. Antes de estar en público siempre compruebo mi aspecto
- 2. Procuro comprar ropa que me haga mejorar mi aspecto
- 3. Podría superar la mayoría de pruebas de estar en buena forma física
- 4. Para mi es importante tener mucha fuerza
- 5. Mi cuerpo es sexualmente atractivo
- 6. No hago ejercicio regularmente
- 7. Controlo mi salud
- 8. Sé mucho sobre las cosas que afectan a mi salud física
- 9. He adoptado deliberadamente un estilo de vida saludable
- 10. Me preocupo constantemente de poder llegar a estar gordo/a
- 11. Me gusta mi aspecto tal y como es
- 12. Compruebo mi aspecto en un espejo siempre que puedo
- 13. Antes de salir invierto mucho tiempo en arreglarme
- 14. Tengo una buena capacidad de resistencia física
- 15. Participar en deportes no es importante para mi
- 16. No hago cosas que me mantengan en forma
- 17. Tengo altibajos inesperados de salud
- 18. Tener buena salud es una de las cosas más importantes para mi
- 19. No hago nada que pueda ser dañino para mi salud
- 20. Soy muy consciente de cambios en mi peso aunque sean pequeños

- 21. Casi todo el mundo me considera guapo/a
- 22. Es importante para mí que mi aspecto sea siempre bueno
- 23. Uso pocos productos de belleza
- 24. Adquiero fácilmente nuevas habilidades físicas
- 25. Estar en forma no es una prioridad en mi vida
- 26. Hago cosas que aumenten mi fuerza física
- 27. Raramente estoy enfermo
- 28. Doy por supuesto que estoy sano (no me preocupo innecesariamente)
- 29. A menudo leo libros y revistas de salud
- 30. Me gusta el aspecto de mi cuerpo sin ropa
- 31. Soy muy consciente de si no voy bien arreglado/a
- 32. Me pongo lo que tengo a mano sin fijarme en como me sienta
- 33. No soy bueno en deportes o juegos
- 34. Raramente pienso en mis aptitudes deportivas
- 35. Me esfuerzo en mejorar mi resistencia física
- 36. De un día a otro no sé como se sentirá mi cuerpo
- 37. Si me encuentro mal, no presto mucha atención a los síntomas
- 38. No me preocupo de llevar una dieta equilibrada
- 39. Me gusta como me sienta la ropa
- 40. No me importa lo que piense la gente de mi apariencia
- 41. Presto especial atención al cuidado de mi pelo
- 42. No me gusta mi físico
- 43. No le doy importancia a mejorar mis habilidades en actividades físicas
- 44. Trato de estar físicamente activo
- 45. A menudo me siento vulnerable a la enfermedad
- 46. Presto atención a cualquier signo que indique que puedo estar enfermo
- 47. Si me encuentro mal por un resfriado o gripe, lo ignoro y trato de seguir igual
- 48. No soy físicamente atractivo/a
- 49. Nunca pienso en mi aspecto
- 50. Siempre trato de mejorar mi aspecto físico
- 51. Me muevo de forma armónica y coordinada
- 52. Sé mucho sobre cómo estar bien físicamente
- 53. Hago deporte regularmente a lo largo del año
- 54. Soy una persona físicamente sana
- 55. Soy muy consciente de pequeños cambios en mi salud
- 56. Al primer signo de enfermedad voy al médico
- 57. Estoy a dieta para perder peso

*A continuación marque el número con el que esté más de acuerdo*

- 58. He tratado de perder peso con ayuno o con “dietas milagro”

1. Nunca
2. Raramente
3. A veces
4. A menudo
5. Muy a menudo

59. Pienso que estoy

1. Muy por debajo del peso normal
2. Algo por debajo del peso normal
3. Normal
4. Con sobrepeso
5. Obeso/a

60. Al mirarme, la mayor parte de la gente piensa que estoy

1. Muy por debajo del peso normal
2. Algo por debajo del peso normal
3. Normal
4. Con sobrepeso
5. Obeso

6. Use una escala del 1 al 5 para mostrar el grado de satisfacción o insatisfacción con cada una de las partes del cuerpo que aparecen a continuación

1. Muy insatisfecho
2. Bastante insatisfecho
3. Punto medio
4. Bastante satisfecho
5. Muy satisfecho

— 61. Cara

— 62. Pelo

— 63. Parte inferior del cuerpo (nalgas, muslos, piernas, pies)

— 64. Parte media del cuerpo (abdomen y estómago)

— 65. Parte superior del cuerpo (pecho, hombros, brazos)

— 66. Tono muscular

— 67. Peso

— 68. Altura

— 69. Aspecto general



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD**  
**CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA**

**CUESTIONARIO DE ESTEROTIPOS DE BELLEZA PARA MUJERES**

**INSTRUCCIONES**

Marque con (X) la respuesta que considere se ajusta más a usted.

No hay respuestas verdaderas o falsas.

Por favor sea lo más sincera posible.

Gracias ☺

	Siempre	Casi siempre	A veces	nunca
1. ¿Cuándo estas viendo una película, ¿miras a las actrices fijándote en si son gordas o delgadas?				
2. ¿Tus amigas o compañeras siguen alguna dieta adelgazante?				
3. ¿Envidias el cuerpo de alguna de tus compañeras, amigas y/o de otras mujeres de tu entorno social?				
4. ¿Te angustia ver pantalones, vestidos u otras prendas que te han quedado pequeñas o estrechas?				
5. ¿Te angustia salir a la calle sin maquillaje?				
6. Cuando vas por la calle, ¿te fijas en las personas que pasan para ver si están gordas o delgadas?				
7. Te molesta que te digan que estas “llenita”, “gordita”, “redondita” o cosas parecidas, aunque sea un comentario positivo?				
8. ¿Alguna vez tus compañeros se han burlado de tu cuerpo o de alguna parte de él?				
9. ¿Has pensado que no es justo que otras chicas sean mas delgadas que tu?				
10. ¿Te resultan más simpáticas y atractivas las personas delgadas que las que no lo son?				
11. ¿Hablas con tus amigas y compañeras acerca de productos o actividades adelgazantes?				
12. ¿Crees que las personas delgadas son más aceptadas por los demás que las que no lo son?				
13. ¿Si te invitan a comer te preocupas por la cantidad de comida que debes consumir?				
14. ¿Te has fijado más en tu figura estando en compañía de otras personas?				
15. ¿Llaman tu atención los anuncios que invitan adelgazar?				