

Universidad Empresarial Siglo 21

Trabajo Final de Graduación

Investigación Científica Aplicada

Los hombres y el cuidado de la imagen del cuerpo

Alumna: Privitera, Noelia

Carrera: Licenciatura en Comercialización

Comisión de Evaluación: Ferreras, Susana – Martinez, Alejandra

Año: 2008

Agradecimientos a...

... Mis padres, Daniel y Cristina, por apoyarme incondicionalmente en todas mis decisiones.

...Mi hermano, Andrés, por su sinceridad y soportarme en los buenos y malos momentos.

... Mi hermana, Anita, por ser una gran amiga y consejera.

... Mis amigos y amigas, por compartir toda clase de momentos en esta etapa de mi vida y convertirse en una familia cuando uno está lejos de su ciudad.

... Susana Ferreras y Alejandra Martinez, por ofrecerme sus sugerencias para este trabajo, y por tener un trato muy amable conmigo.

...Ana Porta, por estar siempre disponible para los trámites que este trabajo requirió.

...Aldo Merlino, por enriquecer mis conocimientos y ofrecer sugerencias al comienzo de este trabajo.

Índice

*“El narcisismo de las pequeñas diferencias,
es la obsesión por diferenciarse de aquello
que resulta más familiar y parecido”.*

Sigmund Freud.

1. Introducción	6
2. Justificación	9
3. Objetivos de Investigación	11
4. Marco Teórico	13
4.1. La cultura y el consumo	14
4.2. La cultura y la imagen del cuerpo	18
4.3. El cuidado de la imagen del cuerpo	21
4.4. Necesidades y Motivación	25
4.5. Actitudes. Modelos de 3 componentes	32
5. Metodología	36
6. Análisis de la Información	40
Capítulo 1. Actitudes	42
1.1. Componente Cognoscitivo	42
1.1.1. Opiniones y creencias sobre el cuidado de la imagen del cuerpo	42
1.2. Componente Afectivo	48
1.2.1. Valores Sociales	48
1.2.2. Moda y Consumo	49
1.2.3. Factores Sociales. Opiniones de Pares	52
1.3. Componente de Conducta	57
1.3.1. Medios utilizados para mejorar la imagen del cuerpo	57
1.3.2. Factores de decisión de compra	60
1.3.3. Fuentes de información	62

Capítulo 2. Motivos y Necesidades	64
2.1. Motivos y Necesidades relacionados con el cuidado de la imagen del cuerpo	64
Capítulo 3. Estilos de vida	67
3.1. Actividades de ocio	67
3.2. Consumo	68
3.3. Intereses	70
3.4. Medios de comunicación	71
7. Conclusiones	74
8. Bibliografía	82
9. Anexo	85

Introducción

*“Pocos ven lo que somos,
pero todos ven lo que aparentamos”*
Nicolás Maquiavelo.

Desde hace muchos siglos las personas han realizado prácticas para lucir cada vez más bellas. Con la aparición del comercio esto se fue incrementando durante los siglos, y tanto las mujeres como los hombres comenzaron a ser parte de un mercado que crece día a día y se va modificando debido a las distintas formas de vida que van surgiendo en la sociedad, producto de la globalización.

Uno de los cambios más importantes relacionado con el comportamiento de los consumidores es el cuidado del hombre hacia la imagen corporal. El estereotipo tradicional del hombre que sale a trabajar y de la mujer que sale de compras para gastar lo que el hombre gana caducó hace tiempo. Hoy, además de la presencia progresiva de las mujeres en los diversos ámbitos laborales, es notorio el acceso, sino, creciente, en todo caso mucho más diversificado, de los hombres al consumo de productos y servicios, algunos de los cuales parecían hasta hace pocos años restringidos al mercado femenino. Una de las categorías de mayor crecimiento en ese sentido comprende todo lo relacionado con la estética. En los últimos años el sector masculino ha pasado a ser uno de los segmentos que promete una mayor rentabilidad para las empresas, por lo cual las mismas deben realizar grandes investigaciones para descubrir aquellos motivos inherentes a este fenómeno.

Debido a la poca información fidedigna que se tiene actualmente sobre este tema, surge el interés de realizar este trabajo con la intención de conocer determinadas características que ayudarían a entender el comportamiento de los hombres al momento de adquirir productos y servicios relacionados con el cuidado del cuerpo. Además, se buscarán patrones de consumo, mediante el conocimiento de los estilos de vida que tienen los hombres en relación a productos y servicios que demandan, así como también de los intereses personales.

El análisis de tendencias que se producen en el mercado es clave para garantizar éxitos futuros, debido a que identificar tendencias también significa descubrir oportunidades de posibles negocios. En los últimos años, el sector de productos y servicios destinados a mejorar la apariencia física creció considerablemente, debido a que el sexo masculino comenzó a ser parte de los segmentos a los cuales este sector atiende. Frente a la necesidad de conocer los motivos por los cuales los hombres

cuidan su imagen corporal, entender el comportamiento y poder describir patrones de consumo, surge el problema que da paso al tema de investigación que se realizará:

¿Cuáles son las actitudes que tienen los hombres, de entre 25 y 35 años, hacia el cuidado de la imagen del cuerpo?

¿Cuáles son los patrones de consumo en relación a productos y servicios destinados a mejorar la imagen del cuerpo?

Justificación

*“La autoridad de la moda es tan absoluta
que nos fuerza a ser ridículos para no parecerlo.”*

Joseph Sanial - Dubay.

El cuidado del cuerpo y de la imagen ha sido, en todas las épocas, algo inherente a la naturaleza de las personas. La moda ha ido cambiando, y los estereotipos de belleza han sufrido modificaciones, que hicieron que las personas desarrollen comportamientos para alcanzarlos.

Los hombres siempre han tenido un cuidado sobre su aspecto físico, pero en los últimos años han comenzado a demandar productos y servicios que favorecen el cuidado personal, por lo cual, han empezado a ser un objeto de estudio por parte de las empresas que comercializan los productos relacionados con la estética.

Según un estudio realizado por la consultora D'Alessio Irol (Gándara, 2005), el 87% de los hombres argentinos, reconoce que hace algo para lucir mejor. En el caso de los hombres de 24 a 35 años, el 53% respondió que todos los días le dedica tiempo a su cuidado personal. Además, el 81% de los hombres admitió que compra personalmente los productos para su piel, y sólo el 22% que se lo pide a la pareja.

Se observa de esta manera, un cambio en algunos hombres, quienes admiten tener un cuidado especial para lucir más bellos, sin darle importancia a prejuicios que afirman que solamente las mujeres pueden cuidar la parte estética del cuerpo.

Así como la mujer ha conseguido trabajar y lograr el éxito en ámbitos que se consideraban solamente aptos para hombres, en estos últimos se identifican características y rasgos antes atribuidos solo a las mujeres.

El machismo se está derribando. Pero esa necesidad de cuidarse excede el parámetro gay. También va más allá de la cultura metrosexual.

El entorno social y publicitario le imponen hoy al hombre cuidarse, y él ya tiene conciencia de eso. El tema pasa por cómo la industria se adecua a esas nuevas necesidades. (Dobry, 2006:1)

Surge así en la sociedad un nuevo arquetipo de hombre, que será analizado desde el marketing. Se estudiará el comportamiento de estos consumidores, y los motivos por los cuales adquieren productos y servicios que favorecen el cuidado personal.

Desde este trabajo se intenta acercar a los lectores conocimientos sobre el tema en cuestión, que como vimos, parece ir cobrando relevancia.

Objetivos de Investigación

*“El protagonismo que el cuerpo ha alcanzado
le ha hecho pasar del banquillo de los acusados
al pedestal de los dioses adorados”*
José María Cagigal.

Objetivo general N° 1

Conocer las actitudes de los hombres de la ciudad de Córdoba, de entre 25 y 35 años, hacia el cuidado de la imagen del cuerpo.

Objetivos específicos

- Conocer la opinión que tienen los hombres sobre el cuidado de la imagen por parte de sus pares.
- Identificar los motivos que impulsan a los hombres a realizar actividades relacionadas con el cuidado de la imagen del cuerpo.
- Conocer los valores sociales vinculados con la apariencia física.
- Determinar el grado de importancia que ejerce la moda en las elecciones de consumo por parte de los sujetos.
- Determinar la importancia de la opinión de sus pares y valores que le asignan.

Objetivo general N° 2

Identificar patrones de consumo relacionados con el cuidado de la imagen del cuerpo por parte de los hombres.

Objetivos específicos

- Identificar los medios utilizados para mejorar la imagen del cuerpo.
- Reconocer atributos que tienen en cuenta los sujetos al momento de seleccionar dichos medios.
- Conocer los estilos de vida de los sujetos: actividades realizadas y consumo de productos por gustos y placer.

Marco Teórico

*“Fácilmente se contraen hábitos de lujo
y difícil se hace después prescindir de ellos,
cuando se han convertido en necesidad”.*

Fiodor Dostoievski.

La cultura y el consumo

El primer paso para realizar un análisis de mercado es conocer y entender los rasgos culturales que se presentan en la sociedad en la que estamos inmersos. Antes de caracterizar a la cultura, es necesario conocer su definición y comprender la importancia que reviste para esta investigación. Para esto, acudimos a la definición ofrecida por Gustavo Fischer:

“La cultura es el conjunto de las modalidades de la experiencia social, construidas sobre unos saberes aprendidos y organizados como sistemas de signos, dentro de una comunicación social que proporciona a los miembros de un grupo un repertorio y constituye un modelo de significaciones socialmente compartidas que les permiten comportarse y actuar de manera adaptada en el seno de una sociedad.”(1992:20)

Una de las características que propone G. Fischer (1992) sobre la cultura, es considerarla a ésta como un modelo. El modelo aparece como un referente que se impone al individuo, ya que existen comportamientos estandarizados que son socialmente reconocidos y compartidos. La noción de modelo indica que existen conductas parcialmente idénticas entre los individuos, como las actitudes, actividades y juicios, las cuales implican una manera de vivir, de intercambiar, que han sido legitimadas por la cultura. A pesar de que existen modelos culturales comunes a toda la sociedad, hay modelos propios de las diferentes categorías, así como también ocurre que la estandarización se presenta en distintos grados según las situaciones.

Para las empresas conocer los aspectos de la cultura de la sociedad en la que están inmersas y poder describir modelos de comportamientos que siguen determinados grupos, constituye la base para tomar mejores decisiones empresariales al momento de ofrecer un producto o servicio. En esta investigación se intenta ofrecer las variables y sus respectivas categorías que describan un modelo de comportamiento, basado en las motivaciones y actitudes de los hombres hacia el cuidado del cuerpo. Para lograr esto se debe comenzar por conocer las características de la cultura en la que están inmersos los sujetos. El autor Javier Alonso Rivas

(1997:145 y 146), presenta cinco características de la cultura que ayudan a entender la importancia de la misma en este tipo de análisis.

En primer lugar, la cultura debe ser entendida como el resultado de un proceso de aprendizaje; provee soluciones aprendidas a problemas, incide y facilita la formación y desarrollo de las principales actitudes. Ya sea que el individuo presente una actitud favorable o desfavorable a determinado objeto o idea, esto ayuda a conocer los mecanismos que inciden en el comportamiento.

En segundo lugar, se menciona a la cultura como un fenómeno social. Las personas viven en grupos, en una constante interacción; y la presión motivada por la continua relación entre los integrantes de una sociedad es la que promueve y refuerza los hábitos y normas de consumo.

La tercera característica explica la seguridad que proporciona la cultura al generar satisfacción. Cuando la misma satisface todo los tipos de necesidades, se va reforzando a si misma, y los seres humanos se encuentran cómodos, seguros y producen hábitos de consumo.

En cuarto lugar, se menciona la cultura como adaptativa. Este proceso de adaptación está en constante funcionamiento debido a los cambios que se producen en la sociedad. Y justamente el marketing emplea métodos para conocer estos cambios, identificar variables que evolucionen y aprovechar esta información para anticipar los efectos de los mismos y, de esta manera, desarrollar respuestas que satisfagan las necesidades de los consumidores.

Por último, se menciona la característica normativa de la cultura. La cultura suministra a los individuos normas escritas, no escritas y tácitas que dirigen el comportamiento. Conocer cuales son las directrices que orientan determinadas tendencias resulta de gran importancia para describir patrones de consumo de algún segmento en particular.

Los aspectos culturales han sido analizados en todos los tiempos por diversos investigadores. Desde la década del '20 varios sociólogos plantearon la hipótesis de un cambio profundo en la sociedad, que determinó nuevas formas y estilos de vida, afirmando que comenzaba una era a la que denominaron posmoderna. Uno de ellos fue Gilles Lipovetsky, quién atribuye todos los fenómenos que se producen a un mismo factor: el individualismo. Afirma este autor que “el posmodernismo es el

proceso y el momento histórico en que se inicia una tendencia hacia la personalización” (2002:113). Caracteriza a la posmodernidad como una cultura en donde se mezclan los valores modernos junto con los del pasado, se presenta una sociedad personalizada en lo que lo importante es ser uno mismo.

Una de las causas, quizás la más importante, que provocó este fenómeno fue la aparición del consumo de masas, debido a la industrialización producto de los enormes avances tecnológicos que se produjeron en las últimas décadas.

La era del consumo tiende a reducir las diferencias instituidas desde siempre entre los sexos y generaciones, ello, en provecho de una hiperdiferenciación de los comportamientos individuales, hoy liberados de los papeles y convenciones rígidas. “Los signos tradicionales de lo masculino y de lo femenino tienden a intercambiarse y alimentan el tema de lo andrógino que se afina cada vez mas.” (Le Breton, 1995:156), es así como las diferencias entre el hombre y la mujer han dejado de encontrar su fundamento natural en la división de los géneros.

Hace un decenio los comportamientos masculinos y femeninos estaban muy codificados y compartimentados; la dulzura, la ternura y la afectividad eran atributos exclusivamente a las mujeres; mientras que la competitividad, la fuerza y la ambición eran signos netamente masculinos. Rey (1999) alude a una feminización del arquetipo masculino, que se manifiesta a través de una serie de características tales como la dulcificación de sus rasgos físicos y psíquicos, una mayor preocupación por la indumentaria, una mayor dosis de privacidad y afectividad, una menor importancia del sexo, una mayor presencia en el universo publicitario y una fragmentación de su papel.

Según Monserrat, “El hombre posmoderno consume, luego existe” (2002:1). La tendencia al consumismo produce que los individuos valoricen los bienes no por su utilidad, si no por el símbolo que representan, “compramos cosas no solo por su utilidad, si no por lo que comunican sobre nosotros” (Terence, 1994:71). Y lo que cada producto comunica depende de la cultura de la sociedad, de lo que “está de moda” (entrecomillado nuestro) en una época en particular. Todos estos aspectos hacen que las personas tengan preconceitos sobre los demás de acuerdo a lo que sólo ven, a lo que es visible. “Como ya no es posible definirse por la propia existencia, sólo queda hacer un acto de apariencia sin preocupar por ser, ni siquiera por ser visto.

Ya no: existo, estoy aquí; sino: soy visible, soy imagen – look, look! “ (Montserrat, 2002:1).

Rey (1999) denomina al hombre actual como “el consumidor” (entrecomillado nuestro), hijo de la posmodernidad, orientado por el consumo y confiado en sus instrumentos tecnológicos; al hombre posmoderno, como ya no tiene ninguna necesidad que satisfacer, sólo le queda el afán de inventar. Las principales características de este hombre son, en primer lugar, una estética del placer que genera una cotidianización de la estética; y en segundo lugar, una desorbitada exaltación del consumo, no ya como satisfacción de necesidades materiales sino como asunción y manifestación de la simbología de un status determinado.

Dentro del consumo, existe un valor fundamental en la carga simbólica que sugieren los productos y servicios, hay que entender que detrás de la compra se esconden deseos, y hay que entender como se codifican esos deseos. Estos códigos aluden a un determinado sistema de valores culturales y sociales. Tal como lo afirmamos anteriormente, una cultura está constituida por un conjunto de valores que actúan en una sociedad. “Un valor es una concepción explícita o implícita de lo deseable, específica de un individuo o característica de un grupo y que orienta las modalidades y el sentido de su acción” (Fischer, 1992:.29). En cada sociedad se definen unas categorías ideales, formada por una lista de valores que sirven como criterios de evaluación de los sujetos, las conductas, las formas de vida y los productos. Así, la cultura de cualquier sociedad refleja los bienes de los cuales dispone, las formas en que son utilizados y el significado que se les otorga a las formas de uso, “en cualquier momento el valor de cualquier cosa deriva de la sociedad que lo usa, y no tiene significado fuera de ese contexto” (Terence, 1994:66).

El hombre actual vive en un mundo colmado de ofertas de productos y servicios que satisfacen todo tipo de deseos. Estamos en presencia de una cultura caracterizada por el “síndrome de la cebolla, en donde el hombre se disfraza en sus pertenencias, acabando por identificarse con su ropaje, siendo imposible distinguir entre uno y otro” (Rojas, 1992:102). Estar a la moda, en lo que se refiere a vestimenta, productos tecnológicos, etc., se convierte en uno de los grandes objetivos personales de algunos sujetos, tratando de transmitir características de su

personalidad mediante sus pertenencias. Rojas define a este hombre, el “Hombre Light como un ser humano rebajado a la categoría de objeto, repleto de consumo y bienestar, cuyo fin es despertar admiración o envidia” (1992:17).

Rivas caracteriza a la cultura actual con las siguientes tendencias:

1. “Tendencia a mejorar el aspecto y apariencia física.
2. Tendencia a la actividad deportiva.
3. Tendencia a incorporar belleza a lo que nos rodea.
4. Tendencia a una mejor valoración del tiempo de ocio.
5. Tendencia a la formación integral y la autorrealización.
6. Tendencia al consumismo, hacia nuevas formas de materialismo.
7. Tendencia a la igualdad de sexos. “ (1997:153)

La cultura y la imagen del cuerpo.

“La imagen del cuerpo es la representación que el sujeto se hace del cuerpo” (Le Breton, 1995:146), la manera en que se le aparece más o menos conscientemente a través del contexto social y cultural de su historia personal. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que en todas las épocas las personas han tenido un cuidado especial por el cuerpo para cumplir con los parámetros de belleza que exigía la cultura en ese momento.

El cuerpo ha sido representado de diversas maneras según la época y la cultura de la que se mencione, y se convierte así, en un objeto de culto del cual las personas cuidan mediante distintas técnicas para lograr los ideales que se quieren alcanzar; es como una vara con la que se evalúan las acciones que se llevaron a cabo y las que habrán de producirse, una medida familiar de la relación con el mundo. “Durante siglos, faraones, reyes y zares se enfundaron en pieles y joyas...los lujosos atuendos y la extravagante decoración que rodeaba a los elegidos eran símbolos de estatus.”(Flocker, 2004:12)

Tal como lo afirma Carina Cabo de Donet, este cuidado ha estado presente desde muchos siglos atrás.

“Desde los griegos, el cuerpo representó una preocupación para los hombres. Ya siete siglos antes de Cristo, las dietas, la gimnasia y los

masajes representaban verdaderas esculturas vivientes; de esta manera se convertía en una obra de arte. Los romanos también se preocuparon por el cuidado de sí. Los paganos dedicaban varias horas para baños y afeites y era un privilegio poseer piscina propia. Los demás, incluso esclavos, acudían a piscinas públicas. En ambos pueblos están presentes la estética y el cultivo de uno mismo.”(2005:2)

Resulta difícil definir la belleza. Aplicada al ser humano, se entiende por belleza el conjunto de características que hacen que el aspecto físico de una persona resulte muy atractivo, entendiendo por atractivo el conjunto de características favorables de una persona que despiertan el interés. No se habla de belleza intelectual, si no de la apariencia externa de las cosas, de los que entra directamente por la vista. La belleza se basa en un constructo social, formado por una estructura física dada y rasgos comportamentales. Lo que es juzgado como físicamente atractivo por el individuo depende de los que las personas aprenden a catalogar en un tiempo particular y en una determinada cultura como atractivo, a través de sus experiencias, es así como la belleza se encuentra en los ojos de quien la ve. (Díaz, Pandolfi, Perfetti, 1999)

Una pequeña síntesis sobre la estética realizada desde el arte, en donde la representación de los objetos y de la figura humana en las distintas obras, ayudan a conocer lo que era percibido o sentido como bello en cada época. Ramón Perez Parejo (2006) publicó un estudio sobre los cánones de belleza a través de la historia, comenzando con el arte clásico, que se fraguó en la antigua Grecia, a partir sobre todo de la escultura y persiguió el ideal de belleza basado en el binomio de lo que lo bello es igual a lo bueno. En esta época predominan los desnudos, haciendo exaltación de la figura humana. El ideal masculino estaba basado en los atletas y gimnastas, ya que junto a los dioses, se les atribuían cualidades comunes: equilibrio, voluntad, valor, control y belleza, y se promulga para alcanzar este ideal la realización de ejercicios y gimnasia.

La Edad Media fue un período marcado por un fuerte sentido religioso. No se representan desnudos porque existe un elevado control “moral” por parte de la iglesia. Los hombres eran personificados como auténticos caballeros del mismo estilo que los que leemos en las novelas románticas: pelo largo que indica fuerza, virilidad y libertad. En la siguiente época, la Edad Moderna, caracterizada por el

Renacimiento, los cuerpos se idealizan, buscando la perfección y la ocultación de los sentimientos. El ideal masculino estaba representado por la escultura de David, se basaba sobre todo en la armonía y la proporción, cabellos largos y relucientes, cejas pobladas y marcadas, la mandíbula fuerte y los pectorales anchos. En el siglo siguiente, en la edad del Barroco, la apariencia y la coquetería aparecen como las cualidades más importantes, en donde prolifera el uso y abuso de perfumes, carmines, lunares, peinados. En este siglo, XVIII, es justamente donde nace la palabra “maquillaje”, acompañado del uso de pelucas tanto en hombre como en mujeres, y en donde los hombres fueron representados con mucho pelo, la piel muy blanca y las mejillas rosadas, y sobre todo, trajes lujosos. De esta forma, se observa como los cánones de belleza cambian de acuerdo a cada época y cultura.

La valoración de la belleza está ligada al aspecto del cuerpo y al atractivo físico, determinado por factores tanto faciales como culturales. Estamos en la era de la imagen y, por lo tanto, juzgamos a los demás por la percepción que tenemos de ellos, y, en esta imagen, influyen de manera determinante cuestiones no verbales como el aspecto físico; de ella dependerá mucho el valor que les damos a las personas. Le Breton define valor como la “interiorización que el sujeto hace del juicio social respecto de los atributos físicos que lo caracterizan (lindo/feo, joven/viejo, alto/bajo, flaco/gordo, etc.)” (1995:146). De esta manera el sujeto se apropia de un juicio que marca con su impronta la imagen que se hace del cuerpo y su autoestima, de acuerdo con la historia personal y con la clase social en la que se estructura su relación con el mundo. “Se generan formas inéditas de socialización que privilegian el cuerpo, pero el cuerpo cubierto de signos efímeros, objeto de una creciente inversión” (1995:154)

La percepción de las cualidades y atributos físicos que se tienen de uno mismo constituye lo que se denomina autoimagen corporal. El nivel de discrepancia entre la autoimagen corporal y un ideal de belleza provocará que algunos sujetos acudan a instrumentos que ayuden a reducir ese nivel. Es así como la imagen del cuerpo que el individuo se forja, se moldea de acuerdo con su paso por la vida, un valor que resulta de la influencia del medio.

El ideal de belleza impregna la moda, los comportamientos, los objetos; incluso la elegancia en el vestir responde a la necesidad de sentirse bello y admirado por los

demás. El cuerpo aparece como la vía de identificación con nosotros mismos y la forma de transacción con los otros. (Llaguno, 2002)

El cuidado de la imagen del cuerpo

La consolidación de la sociedad de consumo y de sus valores (hedonismo, materialismo e individualismo) y la integración de la mujer en el mundo laboral producen una mayor importancia a la imagen física del hombre. Poseer una imagen atractiva ha pasado a formar parte de una meta que los individuos quieren lograr, quienes harán todo lo posible para conseguir el cuerpo deseado y lograr una juventud eterna. “La utilización masiva de instrumentos para la transformación del cuerpo es una verdadera religión, supone un ritual y sacrificios cuyo objetivo es el acceso a un nirvana terreno: la eterna juventud, el desafío de la muerte” (Montserrat, 2000:1). Este sentimiento de envejecer, nace de la mirada del otro; “en cuanto la mirada del otro deja de fijarse en uno, en cuanto se produce la supresión mínima en la que se presiente, en un momento, el juego del deseo, entonces comienza la conciencia del envejecimiento” (Le Breton, 1995:149). La apariencia física pasa a depender cada vez mas del cuerpo y el cuidarlo se torna una necesidad, pues cuidar de él es prepararlo para ser mostrado, y “por medio de él, el ser humano está en comunicación con los diferentes campos simbólicos que le otorgan sentido a la existencia colectiva.” (1995:25)

Lipovetsky presenta a Narciso como el símbolo que representa a la generación actual. “El narcisismo designa el surgimiento de un perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo.”(2002:50). El cuerpo pasa a designar la identidad de las personas, y los individuos están dispuestos a realizar todo lo posible para permanecer jóvenes y no envejecer, como menciona el autor: “se unifican las edades bajo el imperativo de la juventud”(2002:114). Según una encuesta presentada en la revista Pymes de (abril) 2006, realizada por la empresa Consumer Trends, especializada en el estudio de nuevas tendencias de consumo, sostiene que en la Argentina se ha producido una especie de extensión de la juventud. Dos de cada tres de los encuestados de entre 26 y 30 años no se consideran adultos.

“Una tonalidad narcisita atraviesa, hoy, la vida social” (Le Breton, 1995:165). Estamos en presencia de un sistema en donde los ideales y valores públicos sólo pueden declinar, dando lugar a la búsqueda del ego y del propio interés, la liberación personal y la obsesión por el cuerpo. “Por el narcisismo, vemos a un ser humano centrado en sí mismo, en su personalidad y en su cuerpo, con un individualismo atroz, desprovisto de valores morales y sociales, y además desinteresado por cualquier cuestión trascendente.” (Rojas, 2002:94). El narcisismo es una ideología del cuerpo, la búsqueda deliberada de una culminación del experimento y de la seducción que obedece a una actitud al mismo tiempo poco formal y voluntaria, a un dualismo que erige al cuerpo como un valor. “Es un narcisismo dirigido, una exaltación dirigida y funcional de la belleza como valor y como intercambio de signos” (Le Breton, 1995:166)

León y Olavarria (1993) mencionan algunas mitologías de esta era, recalcando que en las sociedades éstas se presentan como símbolos de nuevas tendencias. Ellas son:

- Los héroes, en los que se deposita nuestra necesidad de sentir admiración y que son ideales que tanto el hombre como la mujer no pueden alcanzar.
- La juventud, como presente o como tiempo pasado. El evitar que aparezcan rasgos de envejecimiento.
- El placer de seducir, de ser admirado, solicitado, atractivo, buscado con la mirada.
- El narcisismo, que supone una orientación de fuera hacia dentro, autista, y que refleja la forma de consumo.
- La necesidad del cambio, de la variación, de lo nuevo, de la no permanencia. Es el fenómeno de la moda.

Juventud, necesidad del cambio y placer de seducir se presentan como características que identifican la cultura actual. Una cultura en donde van desapareciendo algunos prejuicios y tabúes que se tenían en torno al cuerpo y al individuo, permitiendo que acepten estilos distintos a los estereotipos tradicionales. “El cuerpo es objeto de un mercado floreciente que se desarrolló durante estos últimos años alrededor de los cosméticos, de los cuidados estéticos y de los tratamientos para adelgazar” (Le Breton, 1995:217). El cuerpo parece un objeto que

hay que mimar, se convierte en una propiedad, objeto de todas las atenciones, de todos los cuidados, de todas las inversiones, desde las más simples hasta las que no se imaginaron en décadas pasadas. “El cuerpo se convierte en una propiedad de primer orden, objeto de todas las atenciones, de todos los cuidados, de todas las inversiones” (1995:165)

En la actualidad, los usos y costumbres de la población obligan a los investigadores y autores a acuñar términos que conceptualicen las tipologías de los consumidores a partir de una serie de actitudes, manifestaciones y motivadores claramente definidos. Así fue como el escritor británico Mark Simpson denominó a un segmento de hombres con el término “metrosexuales” (entrecomillado nuestro), y los definió de la siguiente manera:

El típico metrosexual es un joven con dinero para gastar, que vive en las metrópolis, donde están las mejores tiendas, clubs, gyms y las mejores peluquerías. Puede ser oficialmente gay, hetero o bisexual, pero esto no tendría tanta importancia porque se toma a sí mismo como su propio objeto de amor y placer. Son profesionales independientes, modelan, trabajan en los medios y las productoras o en la música pop y, ahora, también en los deportes, pero aman los productos de vanidad masculina. (cit en Constan, 2003:1)

Analizando la definición anterior, podríamos decir que este tipo de hombres tiene las siguientes características:

- i. Posee un nivel socioeconómico que le permite realizar gastos para lucir mejor.
- ii. Vive en ciudades grandes.
- iii. Asiste a las mejores peluquerías y gimnasios.
- iv. Compra ropa de primera marca.
- v. Es de cualquier índole sexual, no necesariamente es gay.
- vi. Es un hombre narcisista, se toma a si mismo como objeto de amor y placer.
- vii. Son profesionales independientes.

Es así como este segmento está formado por hombres que han evolucionado, dejando a un lado los tabúes y prejuicios socialmente asignados al sexo masculino.

Lipovetsky no se equivocaba cuando afirmaba que “lo masculino y lo femenino se mezclan, pierden sus características diferenciadas de antes” (2002:109). En este sentido, si hablamos de una masculinización de la mujer, relacionado con los perfiles y valores de éxito que estaban representados por los hombres, el metrosexual parece asumir una posición igualitaria rompiendo con el estereotipo de hombre varonil y usando armas como belleza y sensibilidad.

Según una encuesta realizada en Argentina en el año 2005 por D'Alessio Irol para la firma L'Oreal (Petersen, 2006):

- 87% de los hombres se preocupan por su imagen, la considera importante para su desarrollo laboral, de pareja y frente a sus hijos; y hace algo para lucir mejor.
- 81% asegura comprar personalmente los productos para su piel.
- 65% de los hombres están interesados en conocer más sobre el mercado.

Otra encuesta realizada por la consultora Consumer Trends en el 2004, arrojó los siguientes datos (Petersen, 2006):

- 90% de los hombres respondió que se preocupa por su apariencia.
- 74% que usa algún tipo de crema facial.
- 69% usa algún tipo de crema corporal.
- 51% que realiza actividades físicas.
- 36% que hace dieta o se cuida en las comidas.
- 35% que usa productos para modelar el cabello.
- 4% asiste a cama solar.
- 3% va a la manicura.

Los datos ofrecidos por estas investigaciones, demuestran que en Argentina el grupo de los hombres que cuidan su cuerpo está surgiendo como un segmento del cual muchas empresas ya se están ocupando en satisfacer con algunos productos o servicios. Para lograr persuadir a los individuos que forman parte de este segmento, es necesario entender estas conductas, las cuales son producto de actitudes y elementos motivadores. Por lo tanto, es necesario descubrir y analizar aspectos que ayuden a caracterizar a este segmento, para lograr así, una mejor descripción de los patrones de consumo relacionados con la estética masculina.

Necesidades y Motivación

Para entender el porqué de las decisiones de compra por parte de los individuos las empresas realizan estudios sobre el comportamiento de los consumidores. “El comportamiento del consumidor se refiere a la conducta que los mismos tienen cuando buscan, compran, usan, evalúan y desechan productos y servicios que esperan que satisfagan sus necesidades” (Shiffman, Kanuk, 1997:7). Para entender el comportamiento de los consumidores es necesario abarcar “el análisis de conductas observables y la investigación de conductas que no se pueden observar a simple vista” (Braidot, 2005:105). Por otro lado, un lugar destacado ocupa el “análisis de las necesidades sociales” (2005:106), ya que anuncian tendencias y revelan que el cliente individual casi siempre es influido por la opinión o presión del grupo del que forma parte.

Según Nestor Braidot, “una necesidad es un estado de carencia que, si no se satisface, genera sentimientos de privación, insatisfacción o desequilibrio” (2005:114). Justamente, el estado de insatisfacción es lo que produce que una persona adquiera un producto o servicio para llenar ese vacío o hueco que siente, y, el objetivo de las empresas es lograr que su oferta sea la seleccionada por el consumidor.

Existen dos tipos de necesidades, las genéricas y las derivadas. Las “necesidades genéricas o básicas” (2005:114) se asocian con esa “sensación de carencia”, que no se obtiene con una respuesta puntual, ni se asocia con ningún objeto, producto o servicio. Por ejemplo, un hombre que se levanta un día y descubre frente al espejo que le salieron pequeñas arrugas bajo los ojos, se produce una sensación de vacío que requiere de una acción que ayude a solucionar ese problema. Por otro lado, están “las necesidades derivadas” (2005:114), aquellas que tienen una asociación directa con los que contribuye a resolver la insatisfacción o carencia en forma específica, y es hacia ellas donde se dirige la respuesta comercial concreta de las empresas. En el caso del ejemplo presentado, una crema antiarrugas para hombre de una marca X.

La importancia del estudio de las necesidades, implica un profundo análisis de las necesidades derivadas, las cuales tienen una estrecha relación con los deseos. El deseo humano se define como la forma que toman las necesidades al ser moldeadas por la sociedad, la cultura y la propia personalidad del sujeto. Es así como las

necesidades son estables y limitadas, mientras que los deseos son ilimitados y cambiantes. Los deseos son impulsores de la mayor parte de las compras; existen objetos, servicios e ideas que representan culturalmente un valor simbólico y que los ubican en un nivel superior. El individuo desea adquirir los mismos porque los asocia con una sensación, ya sea de poder, status o belleza, entre otras.

Un producto-satisfactor no es más que la “objetivación” (entrecomillado nuestro) de una de las formas de necesidades y deseos humanos, que son intrínsecamente subjetivos. Y justamente, el objetivo de este trabajo es encontrar aquellos motivos por los cuales los hombres acuden a productos o servicios para lograr una mejor apariencia frente a los demás. Esta preocupación por mantener un cuerpo y una apariencia agradable ha pasado a convertirse en un deseo que bien podría ubicarse en un escalón de gran prioridad para las personas. Diversas investigaciones demuestran, como ya se ha mencionado, esta tendencia hacia el cuidado de la imagen. La empresa Biotherm Homme realizó una investigación, publicada en la revista Infobrand (junio) 2006, de la cual se desprende que el 98% de los hombres considera que lucir bien ayuda a mejorar la calidad de vida; el 55% de los participantes de la encuesta admitió que cuidarse el pelo y la piel constituye un verdadero deber de higiene básica; en el momento de seleccionar productos, el 44% prefiere aquellos cosméticos especializados.

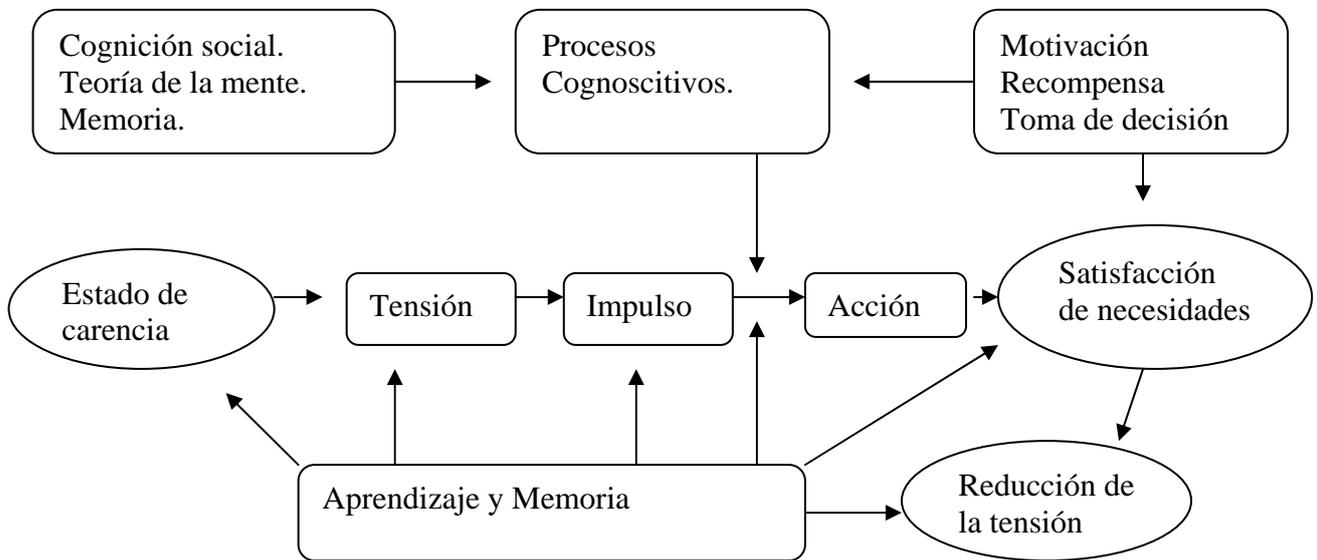
“El término investigación motivacional se refiere a una investigación cualitativa diseñada para descubrir las motivaciones subconscientes o escondidas del consumidor” (Shiffman, Kanuk, 1997:119). Estas investigaciones demuestran que existe una parte de la decisión de compra que puede ser explicada por símbolos no verbales y formar respuestas emocionales que no son del todo conscientes para el individuo. El análisis de estos factores permite a las empresas poder desarrollar campañas de comunicación que puedan penetrar en la conciencia de los consumidores.

“Desde una perspectiva tradicional, la motivación se concibe como una fuerza que actúa dentro del individuo y lo impulsa hacia una acción determinada” (Braidot, 2005:128). Por otro lado, desde la perspectiva de la neuropsicología cognitiva, “la motivación es aquella función mental que permite vincular un determinado objetivo a alcanzar con una recompensa” (2005:128). En este caso, la necesidad de lucir bien

motiva a los hombres a consumir los productos que se ofrecen en el mercado y a realizar actividades que ayudan a conseguir esa meta denominada “belleza” (entrecomillado nuestro). Esta belleza sería el objetivo superficial, pero trae aparejado motivos subjetivos que son los que se deben descubrir para entender esta tendencia, y así poder describir lo que se denominaría belleza en este caso.

Siguiendo con Braidot, para entender el comportamiento de las personas al momento de seleccionar determinados productos o servicios, se recurre a la investigación motivacional, la cual busca encontrar aquellos medios por los cuales los individuos resuelven la tensión que les genera una determinada carencia. De esto, se desprenden 3 disparadores que permiten entender el proceso de motivación:

1. El confort que surge de la satisfacción de las necesidades internas.
2. El placer de reducir la tensión originada por un estado de carencia una vez que éste es resuelto.
3. La búsqueda de estímulos como fin en sí misma. (2005)



Proceso de Motivación (Braidot, 2005:130)

La motivación:

- ❑ Genera una conducta adaptativa y adecuada al entorno.
- ❑ Desencadena un proceso central que regula una función ejecutiva cognitiva.
- ❑ Utiliza otras funciones ejecutivas, entre ellas: claves ambientales y de percepción; anticipación y organización; toma de decisiones.
- ❑ Puede dar una respuesta negativa o positiva. En ambos casos genera un aprendizaje.

Si es negativa, evitaremos conductas similares.

Si es positiva, habrá un feedback .

Diversos autores han redactado teorías sobre el proceso motivacional y la fuerza que ejercen en el mismo las necesidades insatisfechas.

La teoría de Maslow (Braidot, 2005) postula cinco niveles básicos de necesidades humanas, que oscilan en orden de importancia desde las de bajo nivel (biogénicas) hasta las de alto nivel (psicogénicas).

Necesidades de orden inferior (biogénicas)

- ❑ Fisiológicas: incluyen hambre, sed, abrigo, sexo y otras necesidades corporales. Constituyen el nivel básico y su satisfacción es indispensable para el sostenimiento de la vida biológica.
- ❑ Seguridad: si bien involucran la protección contra daños materiales, este tipo de necesidades tiene un fuerte componente emocional.

Necesidades de orden superior (psicogénicas)

- ❑ Sociales: incluye necesidades tales como el amor, el afecto, la pertenencia y la aceptación. Las personas buscan relaciones humanas satisfactorias y los anunciantes apelan a su sensibilidad mediante la publicidad emocional.
- ❑ Estima: incluyen factores internos, como el respeto a sí mismo, la autonomía y la realización, y factores externos, como la posición, el reconocimiento y la atención. En las necesidades de estima muchas veces operan motivos hedonistas que desencadenan la demanda de un sinnúmero de productos y servicios.

- Autorrealización: involucra el impulso por llegar a ser aquello para lo cual se tiene capacidad, es decir, cuando se disfruta de los resultados generados por los logros que derivan del potencial del individuo.

Cuando se satisface una necesidad comienza a dominar la siguiente. Así, el individuo va ascendiendo por los estratos de la pirámide. Desde el punto de vista de la motivación, la teoría establece que, si bien ninguna de las necesidades queda jamás plenamente satisfecha, una necesidad sustancialmente satisfecha ya no motiva.

La explicación de la jerarquía de las necesidades antes mencionada, nos sirve de base para describir dos niveles adicionales que Braidot agrega a esta pirámide, que son “el conocimiento y la belleza” (2005:141), los cuales se ubican en el orden superior de jerarquía.

Las tendencias sociales hacia el cuidado del cuerpo han llevado a las empresas a crear servicios innovadores para responder a la demanda de los clientes preocupados por satisfacer sus necesidades de belleza.

Por otro lado, se agrega a las necesidades de conocimiento, ya que los avances tecnológicos permitieron que muchas de las actividades realizadas normalmente por el hombre se conviertan en mecanizadas. Esto produjo un aumento en la importancia de la preparación intelectual de las personas, quienes pasaron a ser el activo clave de las empresas.



Pirámide de necesidades de Maslow adaptada. (Braidot, 2005:141)

Las personas no demandan determinados productos para satisfacer necesidades puramente básicas, sino también para demostrar a su entorno quiénes son, sus sentimientos, su forma de ser. El ser humano encuentra su propia imagen a través de los productos o servicios que consume, por esta razón, es necesario conocer los satisfactores simbólicos que buscan las personas al momento de la compra, para poder implementar acciones efectivas de comunicación y comercialización.

Mc Guire (cit. en Shiffman y Kanuk, 1997) propone un método para distinguir los factores que influyen en la motivación de los individuos. Ofrece 4 tendencias de motivos bipolares, las cuales son: cognoscitivas, afectivas, activas y pasivas. Estos 4 motivos se emplean juntos para entender diversos factores emocionales que influyen en el comportamiento del consumidor. Los factores que el autor menciona son 16, pero a continuación sólo se mencionarán aquellos relacionados con este trabajo de investigación.

- Autonomía: motivación para buscar el crecimiento individual mediante la autorrealización y adquisición de una identidad bien definida.
- Exploración: buscar estimulación por medio de nuevos eventos o circunstancias.
- Adecuación: crear imágenes mentales de situaciones ideales y luego adecuar las percepciones de las situaciones reales con esos ideales.
- Autoexpresión: motivación para proyectar la propia identidad sobre los demás.
- Defensa del ego: motivación para protegerse contra el ridículo social y otras amenazas de los sentimientos de la autoestima.
- Asertividad: motivación para luchar por la competencia, el poder y el éxito.
- Afiliación: motivación para buscar aceptación, afecto y un contacto personal amigable con los demás.
- Identificación: motivación para obtener nuevas identidades y roles que mejoren el autoconcepto. Al representar esos roles en ambientes sociales, se expresan valores y se adquieren sentimientos de importancia.
- Modelación: motivación para imitar a otras personas con quienes uno se identifica o por quienes siente empatía.

El estudio de la jerarquía de las necesidades y la forma en la que impulsan y motivan la conducta de las personas, ayuda a entender el porque de determinados comportamientos y posibles tendencias que se producen en el mercado. Cuando mencionamos el término comportamiento del consumidor, nos referimos a “la conducta que los consumidores tienen cuando buscan, usan, evalúan y desechan productos y servicios que esperan que satisfagan sus necesidades” (Shiffman y Kanuk, 1997:7).

Según Philip Kotler (1996), para entender la conducta del consumidor se deben conocer los factores culturales, sociales, personales psicológicos que influyen en la misma. En primer lugar, la cultura ejerce influencia en el comportamiento a través de la socialización de las personas, las cuales crecen rodeadas de la familia e instituciones; las personas van aprendiendo de esta manera un conjunto de valores, preferencias y conductas que luego se ven reflejadas en las decisiones de consumo. Otro factor a tener en cuenta para el análisis es el social, en donde los grupos de referencia, la función y la condición son de suma importancia. Un grupo de referencia es definido como “todos aquellos que tienen influencia directa o indirecta en las actitudes o conducta de la persona” (1996:178) Aparecen dentro de estos grupos, los primarios, con los cuales la persona tiene una interacción continua y directa, ya sean la familia o amigos cercanos; por otro lado están los grupos secundarios, con los cuales las relaciones tienden a ser más formales y menos continuas que las anteriores. El factor social también se analiza teniendo en cuenta la función y condición, lo cual explica la posición que ocupa la persona en los grupos a los que pertenece y en la sociedad; “un papel consiste en las actividades que se espera desempeñe una persona, en relación con aquellos que la rodean” (1996:179). De esta forma el consumidor adquiere productos que comuniquen su papel en la sociedad o grupo de referencia. El tercer factor es el personal, integrado por características como la edad, el estilo de vida y la personalidad del sujeto. “El estilo de vida de una persona es su patrón de vida en el mundo, expresado por sus actividades, intereses y opiniones.”(1996:182). Por último se describe el factor psicológico, al cual esta conformado por la motivación, creencias y actitudes, entre otras características.

Actitudes. Modelo de 3 componentes.

Rivas define la actitud de la siguiente manera: “Una actitud es un estado de afectividad del individuo hacia alguna característica u objeto que predispone a la acción.”(1997:348)

Una definición de actitud mas relacionada con la cultura es la que ofrecen Muchnik y Seidman (1983), consideran a la misma como el producto final del procesos de socialización, son aprendidas en el seno social y condicionarán las respuestas del sujeto hacia determinados grupos, objetos, hechos y situaciones.

Otro autor, otorga a la actitud el carácter de duradera, cuando afirma que la misma es “una tendencia o predisposición adquirida y duradera a evaluar de determinado modo a una persona, suceso o situación.” (Vander Sanden, 1986:614)

Las actitudes son importantes porque influyen en la forma en que pensamos sobre la información social y la procesamos; y porque influyen en el comportamiento de las personas. Las mismas se aprenden y se adquieren a través de la experiencia. Una de las fuentes es el “aprendizaje social” (entrecorillado nuestro), definido como el proceso por el cual adquirimos nueva información, nuevas formas de comportamiento o nuevas actitudes a partir de los demás. Otra fuente resulta de la “comparación social” (entrecorillado nuestro), procesos por el cual nos comparamos con los demás para determinar si nuestra perspectiva de la realidad social es o no es la correcta.

Una actitud puede ser analizada a través de sus tres componentes básicos, el componente Cognoscitivo, el Afectivo y el de Conducta. (Rivas, 1997)

- ❑ Componente cognoscitivo: refleja la información, creencias y conocimiento que la persona tiene hacia un determinado objeto o producto, en este caso, los servicios y productos que existen en el mercado para el cuidado de la estética.
- ❑ Componente afectivo: en este sentido, se analiza los sentimientos y emociones, la predisposición del hombre hacia estos productos y servicios antes mencionados.
- ❑ Componente de conducta: este componente es el que más será analizado en este trabajo, representa la tendencia a la acción, a responder ante el objeto de

una determinada manera. La forma en la que los hombres actúan ante el cuidado de la imagen del cuerpo.

REFERENTE	COMPONENTE	MANIFESTACION	BALANCE
Objeto - Idea - Persona - Servicio - Producto - Marca	Cognoscitivo → Afectivo → De conducta →	Experiencias Creencias Opiniones Sentimientos Emociones Valoraciones Intención de compra Respuesta de compra Respuesta de rechazo	ACTITUD

Estructura y componentes de la actitud. (Rivas, 1997:349)

Daniel Katz (cit. en Rivas, 1997) identifica 4 funciones básicas que las actitudes ejercen sobre el individuo. Se agrega una función más, relacionada con el ambiente económico y que es de gran interés para el marketing.

1. **Función de ajuste o de adaptación:** el hombre busca constantemente la satisfacción de las necesidades e intenta evitar las sanciones o penalizaciones. El consumidor producirá actitudes positivas hacia aquellos productos o servicios que ya le generaron satisfacción en el pasado, y cuando se le presenta una idea nueva que le agrade puede llegar a modificar su actitud. Ejemplos de esto, es cuando el individuo adquiere vestimenta por una cuestión de estima y de no sentirse excluido del grupo social con el cual se identifica. Por otro lado, existe un ajuste y repetición de compra de determinado producto cuando este le generó una satisfacción en el pasado; de todas maneras puede llegar a modificar sus gustos si se le presenta algo novedosos, siempre y cuando se cumplan sus deseos y expectativas.
2. **Función de defensa del yo:** las actitudes proporcionan confianza y seguridad. El hombre durante su vida desarrolla actitudes que defiendan su yo, su

autoimagen e irá consumiendo productos que lo ayuden a reafirmar su autoconfianza. En este caso, pueden existir prejuicios que califican a los hombres que cuidan de su cuerpo como gays, o se consideran que este tipo de prácticas solo pueden ser realizadas por las mujeres.

3. **Función expresiva de valores:** las actitudes expresan los valores personales. En este caso, es de suma importancia conocer los valores que se manifiestan en los hombres para determinar si los mismos poseen una actitud favorable o desfavorable hacia el cuidado de la estética del cuerpo. Valores como el hedonismo, la búsqueda del placer con el mínimo esfuerzo reflejan un crecimiento en el tiempo dedicado al ocio. El narcisismo se ve reflejado en gran medida por la importancia que la imagen externa ejerce en el momento de catalogar a las personas.
4. **Función de conocimiento:** las actitudes ayudan al ser humano a mantener el orden en su vida y no tener que estar reestructurando su memoria. En el caso del cuidado de la estética, si el hombre ya posee una actitud favorable hacia esto, no será difícil para las empresas conseguir ventas de productos o servicios destinados a la estética masculina.
5. **Función de predicción del comportamiento:** este punto se refiere a un resultado de las actitudes desarrolladas y del comportamiento o conducta del individuo. De acuerdo a las funciones anteriormente analizadas se puede predecir el comportamiento de los hombres con respecto a acciones que impliquen el cuidado del cuerpo para lograr un aspecto físico determinado.

Recapitulando, para nuestro análisis nos centraremos en las actitudes de los hombres hacia el cuidado de la imagen del cuerpo, entendiendo por imagen del cuerpo, la representación que el sujeto se hace del mismo, la percepción de las cualidades y atributos físicos que se tienen de uno mismo. Conocer las cualidades y atributos físicos que catalogarían a una persona como bella o atractiva, ayuda a encontrar los símbolos que representan a un modelo de persona que los sujetos quieren alcanzar

La belleza es un constructo social que se basa en una estructura física dada y rasgos comportamentales. El individuo cataloga como atractiva a una persona en base a un tiempo particular y una cultura determinada, por eso es que se dice que la

belleza se encuentra en el ojo de la persona que la ve. El nivel de discrepancia que existe entre la autoimagen corporal y el ideal de belleza que el hombre posee, provocará que el mismo recurra a medios que ayuden a reducir ese nivel. En caso de existir una gran diferencia entre la autoimagen y el ideal de belleza, se presenta un estado de carencia que genera sentimientos de insatisfacción o desequilibrio, y aparece el proceso de motivación mediante el cual el sujeto comienza en una búsqueda de estímulos para reducir esa tensión originada en un principio, vinculando determinados objetivos a alcanzar con una determinada recompensa.

Para conocer lo que los hombres son capaces de realizar para satisfacer ese estado de carencia, es importante determinar las actitudes de los mismos. La actitud se puede definir como una tendencia o predisposición adquirida hacia un objeto, persona o situación condicionada por la cultura y el grupo social al que el individuo pertenece. En este caso, el objeto o referente estará compuesto por los medios que son utilizados para mejorar la imagen del cuerpo, así como también los sujetos que realizan estas prácticas; conocer las opiniones que los individuos tienen sobre las costumbres de sus pares ayuda a saber si los mismos imitarían dichas prácticas.

Metodología

“Si el hombre fuese constante sería perfecto”
William Shakespeare.

El trabajo de investigación que se presenta busca conocer y entender las actitudes que tiene los sujetos hacia el cuidado de la imagen del cuerpo. Para cumplir con los objetivos de este trabajo, se seleccionó una Investigación Exploratoria; “el planteo que caracteriza a este tipo de investigación es su intención de entender los acontecimientos, acciones, normas, valores, etc.; desde la perspectiva de los propios sujetos que los producen y experimentan” (Vieytes, 2004:613).

La técnica utilizada será la entrevista en profundidad. Como estamos frente a una investigación exploratoria, no es posible representar a la población, si no, solamente entender un tema en particular; por lo tanto, se utilizará un muestreo intencional, por conveniencia, en donde los sujetos serán seleccionados de acuerdo a los propósitos y objetivos de la investigación. “La noción de representatividad implicada en el muestreo cualitativo es de naturaleza emblemática, busca la ejemplaridad y no la representación estadística” (2004:643). La cantidad de sujetos que se seleccionarán será en base a un criterio subjetivo, se harán las entrevistas necesarias hasta alcanzar el punto de saturación, esto significa, “el poder decir que la muestra ha adquirido un tamaño correcto, que a partir de aquí, seguir seleccionando informantes no tiene sentido”(p.650)

La población seleccionada para este trabajo estará compuesta por personas de género masculino, de entre 25 y 35 años de un nivel socioeconómico medio y medio alto. Según estudios realizados por la marca Biotherm Homme y D’Alessio Irol (Gándara, 2005), el interés por el cuidado personal se acentúa en dos momentos de la vida del hombre: en la juventud y cuando tienen hijos adolescentes, esto es, entre los 24 y 35 años, y entre los 48 y 59. Nosotros nos centraremos en el momento de la juventud.

Población: hombres de la ciudad de Córdoba, de entre 25 y 35 años, de un nivel socioeconómico medio y medio alto.

En síntesis:

Método: Cualitativo.

Técnica: Entrevistas en profundidad.

Instrumento de recolección de datos: Guía de pautas.

Procedimiento de muestreo: No probabilística. Por conveniencia.

Tamaño de la muestra: 12 entrevistas.

La información se recolectará por medio de una guía de pautas. La misma contiene disparadores que podríamos resumir mediante las siguientes áreas de indagación:

Área N° 1: Datos Personales.

- Edad y Ocupación.

Área N° 2: Sociedad y Consumo.

- Valores con los que califica a la sociedad actual.
- Medios de comunicación utilizados para informarse.
- Hábitos de consumo.
- Actividades realizadas en el tiempo libre.

Área N° 3: Sociedad y Cuerpo.

- Vinculación de los valores sociales con la apariencia física.
- Aspectos que consideran que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia.
- Opinión sobre el cuidado de la imagen del cuerpo en los hombres.

Área N° 4: Consumo y Cuerpo.

- Factores relacionados con el cuidado de la imagen del cuerpo.
- Medios utilizados para mejorar la imagen del cuerpo.
- Actividades físicas que realiza.
- Motivos por los realiza actividades físicas.
- Tratamientos estéticos que realiza. Productos corporales que utiliza.
- Importancia que se otorga a la marca de los productos.
- Atributos que se tienen en cuenta al momento de la compra.

- Importancia otorgada a la moda.
- Factores sociales involucrados en los comportamientos (grupos de referencia, y su influencia)

Variables a analizar

1. Actitud

- ◆ Componente Cognoscitivo.
 - ⇒ Opiniones y creencias sobre el cuidado de la imagen corporal.
- ◆ Componente Afectivo.
 - ⇒ Valores sociales.
 - ⇒ El consumo y la moda.
 - ⇒ Valoración otorgada a la opinión de pares.
 - ⇒ Sentimientos relacionados con el cuidado de la imagen del cuerpo.
- ◆ Componente de Conducta.
 - ⇒ Medios utilizados para mejorar la imagen del cuerpo.
 - ⇒ Factores de decisión de compra.
 - ⇒ Fuentes de información utilizadas.

2. Motivos y Necesidades.

- ◆ Motivos y necesidades por las cuales los sujetos realizan acciones para mejorar la imagen del cuerpo.

3. Estilos de vida.

- ◆ Actividades de ocio.
- ◆ Intereses.
- ◆ Consumo.

Análisis de la información

*“El comportamiento es un espejo
en el que cada uno muestra su imagen”*

Johan Wolfgang Goethe.

A continuación se presenta el análisis de los datos cualitativos obtenidos en base a las entrevistas en profundidad realizadas. Los sujetos que participaron de la muestra, es decir, la población de estudio, fueron hombres de, entre 25 y 35 años de un nivel socioeconómico medio, medio alto. Como ya se mencionó en la sección de metodología este segmento de hombres es considerado, por una investigación de mercados realizada previamente, como uno de los segmentos que poseen un interés especial por el cuidado personal, y mediante este análisis conoceremos la problemática de esta posible tendencia.

La información se sistematizará según los componentes actitudinales. En primer lugar, el Componente Cognoscitivo, en donde conoceremos las opiniones y creencias de los sujetos sobre el cuidado de la imagen corporal.

En relación al Componente Afectivo, abarca las siguientes variables: los valores sociales que caracterizan a la sociedad en relación al tema de estudio; la importancia que ejerce la moda en relación al consumo que realizan los sujetos; y por último, los factores sociales, dentro de los cuales se encuentran los grupos de pares, en donde se determinará si los mismos ejercen influencia o no en el comportamiento de los entrevistados.

El Componente de Conducta, abarca las variables relacionadas con la intención de acción de los sujetos para cumplir con sus necesidades. En este caso, las variables de estudio son las siguientes: los medios utilizados por los sujetos para mejorar la imagen del cuerpo; los factores de decisión de compra en el momento de adquirir productos relacionados con este rubro; y las fuentes de información que utiliza la población estudiada.

Luego se analizarán los motivos y necesidades por los cuales los entrevistados recurren a estas prácticas. El último objetivo de esta investigación plantea conocer los estilos de vida de los sujetos, para lo cuál se describirá las actividades de ocio que se realizan; el consumo por placer; los temas de interés en los grupos de pares de los sujetos; y, por último, los medios de comunicación que utilizan frecuentemente los sujetos, ya sea para informarse o utilizados como distracción.

Es importante recordar, que la información obtenida en este análisis, no puede ser representativa de una población ya que se utilizó un procedimiento no probabilístico, ni tampoco puede ser cuantificada por tratarse de una investigación exploratoria.

A continuación se presenta el análisis realizado en base a la información recabada de las entrevistas en profundidad.

1. Actitudes.

1.1. Componente Cognoscitivo.

1.1.1. Opiniones y creencias sobre el cuidado de la imagen corporal.

Para comenzar con este análisis es preciso conocer las opiniones que tienen los sujetos sobre el grado de importancia que tiene el cuidado de la imagen corporal. Se les preguntó a los entrevistados sobre el cuidado del cuerpo en las personas en general. En la pregunta se mencionó sólo “cuidado del cuerpo” (entrecomillado nuestro), y si bien esto abarca varios aspectos, como la salud, la mayoría dejó de lado esa característica e hizo referencia a los cuidados estéticos.

Todas las respuestas llevan a pensar que el cuidado del cuerpo es importante, en menor o mayor grado. Para algunos, el cuidado de la imagen del cuerpo beneficia la imagen que los demás pueden percibir, convirtiéndose en un criterio más para evaluar las capacidades de una persona. La imagen sería, para unos, la carta de presentación de un individuo.

“Lo considero importante porque como reza la frase, no hay una segunda oportunidad para causar una buena impresión. Todo ingresa por los ojos” (Martín, 27 años)

“...las personas a veces reflejan su momento interior con su aspecto exterior; uno sin ser exacto puede advertir como es una persona por su aspecto exterior, sin que esto llegue a ser un prejuicio” (Pablo, 26 años)

Otras creencias que tienen algunos de los entrevistados, es que el tener un cuidado especial por el cuerpo beneficia a una persona para ser exitosa, más allá de las capacidades intelectuales. Se menciona que el tener un aspecto saludable y el ser atractivo ayuda a conseguir logros, en comparación a quien no tiene estas cualidades.

“Todo lo que sea para mejorar el cuerpo es beneficioso en la vida, una persona con belleza física puede lograr más cosas que alguien que no la tiene” (Ricardo, 35 años)

“...si uno se cuida en el aspecto físico se ve saludable, luces más joven, no se, hace a la persona, somos un cuerpo que no sólo necesita de capacidad intelectual” (Fernando, 33 años)

En las opiniones, los sujetos sienten que la sociedad marca pautas de conducta, modelos que hay que seguir, y uno de ellos es el ser delgado y bello. Si una persona cumple con esos parámetros podría conseguir más logros que quién no lo hace.

“...parece que si uno no es delgado no es exitoso, la sociedad presiona mucho para eso” (Alejandro, 30 años)

“...actualmente existen modelos que muchos seguimos y una de las características de estos modelos es ser delgado y lindo” (Jaime, 32 años)

Por otro lado, los sujetos expresaron opiniones diversas cuando se les indagó sobre sus pares que realizan actividades para cuidar el cuerpo. Las opiniones favorables expresadas se fundamentan en base a la importancia que otorgan los sujetos al cuidado del aspecto físico; los cuales saben y expresan que algunas características de la cultura actual se han ido modificando, y por lo tanto han variado determinados hábitos de las personas; algunos conocen la existencia de los metrosexuales, de que existen hombres que realizan prácticas para mejorar el aspecto físico, y asumen, muchos de ellos, que también las realizan.

“Hay prácticas de estética masculinas muy común en nuestra época, que hace 30 años atrás hubieran sido inconcebibles.”(Diego, 31 años)

Uno de los motivos expuestos es que no se debe sólo exigir a las mujeres estar delgadas y lindas, si no que también los hombres deben realizar prácticas para lograr un aspecto físico atractivo, ya que comienzan a observar que para ser exitoso no basta sólo con una carrera profesional, si no que el cuidado de la imagen del cuerpo, el estar siempre arreglados y el dejar de demostrar una masculinidad dura, son aspectos que los benefician en el momento de conseguir determinadas metas o socializar con los demás. Prevenir el paso de los años, verse más lindos, ya no son logros solamente para las mujeres, si no que los hombres están en todo su derecho de verse con un aspecto saludable y cuidado.

“...que cuando uno llega a esta edad, aparte de cuidar un poco la salud, debe tener otros cuidados para no envejecer demasiado rápido, para que las señales por así decirlo, de la vejez no aparezcan cuando uno tenga 40, si no...un poco más de años.” (Daniel, 35 años)

“Las cuestiones de estética están encasilladas como si fueran sólo para la mujer, pero el hombre también tiene derecho y debe cuidar su cuerpo y su apariencia.” (Federico, 27 años)

Algunos de los sujetos mencionaron su opinión sobre los roles que ocupan la mujer y el hombre en la actualidad. Admiten que existen cambios; uno de ellos es que la mujer se ha insertado en el ámbito laboral y compite con él por un puesto porque posee las capacidades necesarias para hacerlo, y esto ha generado en un principio un pequeño rechazo por parte del género masculino, rechazo que con el tiempo fue disminuyendo porque ellas demostraron lo que son capaces de realizar.

“En un comienzo cuando vi que las mujeres estaban ocupando puestos importantes, me generó un poco de rechazo, es por el machismo que tenemos. Pero con el tiempo demostraron que son buenas y muy capacitadas.”(Adrián, 35 años)

Otras opiniones aluden a los cambios en la sociedad, que provocan que el hombre sienta la necesidad de incursionar en otros ámbitos más allá del profesional, y de cambiar características de su personalidad, y dejar de ser ese arquetipo masculino, serio y ajeno a la sensibilidad.

...“el hombre, empieza a ver que no solo ser buen hombre o ser atractivo para por ser un buen profesional, si no que el cuidado del cuerpo, o el ser más compañero de la mujer son armas de seducción también.”(Alejandro, 30 años).

Al mezclarse los comportamientos catalogados como femeninos o masculinos, se produce una disminución en la diferenciación de géneros. Le Breton afirmaba ya esta tendencia, “los signos tradicionales de los masculino y de lo femenino tienden a intercambiarse y alimentan el tema de los andrógino que se afina cada vez más.” (1995:156), La mujer independiente y con capacidades intelectuales, y un hombre más sensible, con nuevas preocupaciones. Según algunos de los entrevistados, el hombre de hoy no se conforma con capacitarse sólo intelectualmente, ya que le faltan armas para competir en los diferentes ámbitos, entonces acude al cuerpo, a un cuerpo cuidado que comunique seducción, y que sea admirado tanto por mujeres como por hombres.

“La mujer va a querer demostrar que puede ser más eficiente que el hombre, y éste lo será para no perder su posición y a la vez competir con ellas, por eso es que no solo basta con ser buen profesional. Ellas se metieron en el ámbito laboral, nosotros nos meteremos en sus ámbitos, eso ya está aceptado.”. (Martín, 27 años)

Volviendo al tema de la opinión de los sujetos sobre el cuidado de la imagen del cuerpo por sus pares, se observa en algunos de los entrevistados una “envidia sana” (entrecomillado nuestro) hacia aquellos hombres que, sin darle importancia a las opiniones de los demás, o a que los cataloguen como gays por el hecho de realizar este tipo de prácticas, asumen que lo hacen y se sienten orgullosos de verse más lindos, y cuidar su aspecto estético...

“...pero por otro lado se que hay hombres bien hombres que se cuidan excesivamente a pesar de las críticas que pueden recibir, y en algún aspecto les envidio eso” (Adrián, 35 años)

Por otro lado, las opiniones desfavorables expresadas por los sujetos fueron hacia aquellos hombres que realizan cuidados excesivos, argumentando que solamente las mujeres los deben realizar. Conservar la masculinidad y no ser catalogado como gay, implica, para algunos, no realizar prácticas como colocarse crema en el cutis, no pintarse las uñas y no realizarse operaciones estéticas.

... “pero no acepto que se pinten las uñas por ejemplo, y que los hay, los hay de esos.” (Juan, 25 años)

“No confundamos con aquellos aparatos que se producen y parecen muñecos de torta. El hombre debe saber combinar ciertos cuidados de su imagen sin perder masculinidad” (Martín, 27 años)

En general, las opiniones desfavorables que expresan los sujetos entrevistados se ven influenciadas por factores sociales. A pesar de que existe un avance en la cultura con respecto al rol que ocupa la mujer y el hombre, y los comportamientos estandarizados que son socialmente reconocidos y compartidos; en muchas ocasiones los sujetos necesitan que la publicidad refleje estos cambios culturales para que puedan ser percibidos como normales.

... “se que hay hombres o los llamados metrosexuales que se exceden y se cuidan como si fueran mujeres. Uno no ve en la televisión publicidades de cremas o cosméticos para hombres, a lo mejor si fuera mas normal todo lo haríamos, pero por ahora es solo para mujeres.” (Adrián 35, años)

Por último, en las opiniones expresadas por los sujetos se pudieron encontrar contradicciones; mientras se habla de un cuidado excesivo de la imagen, con prácticas que se califican sólo para mujeres, los mismos sujetos luego admiten que realizan esas mismas prácticas.

“Existen hombres que se exceden con los cuidados, usando cremas, hasta se que algunos usan maquillaje, eso ya me parece demasiado, porque es para las mujeres” (Ricardo, 35 años)

“No te rías pero uso una crema antiarrugas por las noches, es lo único. Al principio usaba la que usaba mi mujer, ahora ya me compre una que es para hombres.” (Ricardo, 35 años)

La percepción de la belleza está ligada al atractivo físico, el cual está determinado por diversos factores, uno de los cuales es mantener un cuerpo saludable, pero ¿qué es la imagen corporal? ¿Cuál es la percepción que tienen los sujetos sobre lo que es un mantener una buena imagen?

Dentro de las conductas que se presentan en relación a la imagen corporal, los sujetos expresaron sus creencias sobre los elementos determinantes que definen el poseer una buena imagen.

En primer lugar, la indumentaria y los accesorios como una marca de estilo personal, considerados como un símbolo de status y de diferenciación. No sólo el estar a la moda es importante, si no también, vestido de acuerdo a la ocasión que se le presenta al sujeto, con ropa limpia, y hasta algunos sujetos mencionan que debe estar bien planchada.

“Primero que todo debe estar bien aseado y bien vestido, con ropa sobre todo limpia y planchada.” (Federico, 27 años).

Un accesorio por excelencia en esta sociedad actual es el teléfono celular, convertido ya en un objeto que todos deben poseer, y usado como un símbolo de status y de juventud. El deseo de ser admirado por tener lo último en tecnología es una meta que tienen los hombres, quienes adquieren estos aparatos no por su función esencial, si no por el diseño y las funciones adicionales que ofrecen; el último celular que salió o el más caro siempre es el mejor, y utilizado como un adorno que otorga prestigio.

“...tratar de tener por ejemplo el último celular, o un celular relativamente nuevo, pero es una cuestión personal de querer estar actualizado”. (Manuel, 29 años)

“En lo que mas invierto dinero es en cosas de tecnología, celular, pareceré frío pero es así, y no es que sea materialista.”(Fernando, 33 años)

En segundo lugar, mantener un peso adecuado, estar delgado y con un cuerpo trabajado, producto de la actividad física es, para algunos de los sujetos, un aspecto esencial para lucir una buena imagen.

“... al primer contacto, el tener un cuerdo delgado, bien arreglado y aspectos como la higiene personal, la vestimenta, son los más relevantes.”(Pablo, 26 años)

El tercer elemento, es un cutis sin arrugas, así como un cutis humectado evitando que luzca con un aspecto de grasitud. Se observa que desde jóvenes, algunos de los sujetos comienzan a preocuparse por el paso de los años y tratan de prevenir con mayor anticipación los síntomas de la vejez manteniendo un rostro atractivo por más tiempo.

”La vestimenta impecable, el cutis limpio, con aspecto de juventud, no se, se pueden usar cosas o tener algún cuidado para que la cara luzca bien”(Ricardo, 35 años)

En cuarto lugar, un buen corte de cabello y estar bien peinado favorece a lograr un mejor aspecto visual ante las miradas de los demás. Otro punto relacionado con el cabello es la calvicie, problema que forja a que se busquen soluciones mediante tratamiento o productos, o simplemente que algunos lleguen a raparse cuando ya observan los primeros síntomas de la caída del cabello.

“Debe estar siempre arreglado, con un buen corte de pelo, vestimenta adecuada a la ocasión que se le presente...” (Manuel, 29 años)

Sintetizando lo anterior, los elementos que definen, según los sujetos entrevistados, tener una buena imagen son los siguientes:

- ◆ La indumentaria y los accesorios.
- ◆ Un cuerpo saludable. (delgado y tonificado)
- ◆ Un buen cutis. (sin arrugas)
- ◆ Un buen corte de cabello.

1.2. Componente Afectivo.

1.2.1. Valores sociales.

Una de las secciones de nuestra entrevista, presentaba a los sujetos una imagen en la cual se podía observar a un hombre en un lugar, que podía llegar a ser un instituto de belleza, peluquería, etc., el cual se estaba realizando un tratamiento de pedicura. Los entrevistados debían emitir palabras que la imagen les sugiera.

La situación representada en la fotografía tuvo varias connotaciones para los sujetos;

juventud y soltero, fueron palabras que nos hacen pensar que los hombres consideran esta actividad apta para personas jóvenes, o personas que temen envejecer rápidamente, que tienen un tiempo destinado a esto, ya que no poseen compromisos, como una familia a la cual atender. Por otro lado, los sujetos consideran que esta práctica es llevada a cabo por hombres con una buena posición económica y que viven en ciudades grandes, cuando mencionan palabras como dinero, urbanidad y empresario. Para algunos hombres, este tipo de actividades son realizadas para despejarse y se relacionan con el hedonismo, ya que la imagen les connota cuidado, placer y ocio. Por último, el cuidado del cuerpo es visto como una actividad que otorga status y éxito al hombre que la realiza. Los sujetos relacionan estas prácticas con hombres que mantienen una buena posición económica, no porque conozcan esta información, si no por los símbolos que representan estas prácticas.

Se puede observar así que el cuidado de la imagen del cuerpo representa para los sujetos valores como juventud, éxito, hedonismo, alto status, y un alto poder adquisitivo.

Por otro lado, se indagó a los entrevistados sobre si ellos pensaban que lucir bien estéticamente trae aparejado algún beneficio, y cuales serían los mismos. De acuerdo a las expresiones emitidas, se observa una tendencia al “narcisismo” (entrecomillado nuestro), reflejado por la influencia que ejerce la imagen física ejerce en el momento de catalogar o rotular a una persona, más allá de las características implícitas de la personalidad y las capacidades intelectuales. Aspectos como la vestimenta y la imagen física son utilizados para definir a una persona.

“Generalmente el cuerpo a nivel formal y estético demuestra ciertas características implícitas de la persona. (Federico, 27 años)

La imagen física, para algunos sujetos, ayuda a conseguir objetivos que de otra manera no se podrían lograr, es como un plus a las capacidades intelectuales de las personas. El cuerpo se coloca como la carta de presentación de una persona, es lo primero que los demás ven de uno, es así como se dice que la primera impresión es lo que muchos tienen en cuenta. Surge el placer de seducir, de ser admirado, solicitado, atractivo, buscado con la mirada.

“conseguir algunas cosas que de otra forma no se lograrían, y sobre todo que los demás te vean impecable, la imagen puede decir muchas cosas de una persona” (Adrián, 35 años)

Según lo expresado por algunos de los entrevistados, un cuerpo cuidado o una imagen atractiva es sinónimo de éxito, tanto profesional como social, y beneficia a las personas al momento de ser aceptados por los demás, de entrar en determinados grupos sociales.

“... tener más seguridad con el resto de las personas y a ser aceptado por el resto de la sociedad.”(Diego, 31 años)

Ser delgado y tener un cuerpo atractivo es, para algunos de los sujetos entrevistados, sinónimo de belleza, y la belleza es un valor utilizado para evaluar si una persona es exitosa o no. Ser bello es ser exitoso.

“Todo lo que sea para mejorar el cuerpo es beneficioso en la vida, una persona con belleza física puede lograr mas cosas que alguien que no la tiene”.(Ricardo, 35 años).

1.2.2. Moda y Consumo.

El consumismo es una de las características de nuestra cultura; los sujetos no consumen productos, consumen los símbolos que representan estos productos, símbolos ya sea de status, prestigio o juventud, entre otros. Algunos sujetos valorizan los bienes por el símbolo que representan; los objetos pasan a adornar el cuerpo y formar parte de la identidad de una persona. Al indagar sobre el consumo que realizan los sujetos, fuera del necesario de todos los días, es decir, compras realizadas por placer, se observa un interés por la tecnología, productos electrónicos como teléfonos celulares, reproductores de música y plasmas, los cuales son

satisfactores de comodidad y de novedad, el sujeto siente que es una persona actualizada cuando tiene el último modelo de algún producto de este tipo.

Otro de los objetos que ocupa lugar en esta lista, es la vestimenta, elemento que posiblemente no sea valorizado por su utilidad, si no, por lo que representa. Al mencionar la vestimenta, no se debe dejar de lado la moda y el grado de importancia que ésta constituye para los sujetos entrevistados. Cuando se les preguntó a los hombres de nuestra muestra sobre la importancia que tenía el “estar a la moda” (entrecomillado nuestro) en lo que se refiere a la indumentaria, diversas fueron las respuestas. Algunos de ellos, reconocen que las personas son víctimas de lo que el mercado impone en cuanto a estilos, y admiten ellos mismos comprar ropa por el hecho de mantenerse actualizados en los diseños que salen a la venta.

“Además de eso, todos sabemos que hay que estar si o si un poco a la moda...que se yo, tengo zapatos que ya no se usan, y bueno...me tengo que comprar otros, es así.” (Daniel, 35 años)

Otras opiniones que salen a la vista entre los sujetos, corresponde a mantener un estilo propio, pero sin dejar de lado lo que impone la moda. Algunos de los entrevistados prefieren no vestir lo que usan todos, y tratan de respetar y estar acorde a lo que el mercado de la moda ofrece, manteniendo un estilo que les permita diferenciarse del resto.

“Mira, uno es victima de la moda, pero me gusta cuando la gente mantiene su estilo a pesar de estar a la moda, y no me gusta ver a todos uniformados como suele pasar muchas veces. Yo trato de mantener mi propio estilo, pero admito que siempre estoy comprándome ropa para estar a la moda.”(Manuel, 29 años)

“Me interesa el estar a la moda, pero adecuándome a lo que me gusta y no usar cualquier cosa solo porque esté de moda.”(Fernando, 33 años)

Las opiniones emitidas por los sujetos sobre el tema vestimenta y moda, se podrían resumir en base a una categorización de la vestimenta, de acuerdo a la valoración que se realiza sobre la misma y el uso que se le otorga:

- La vestimenta como un atributo para definir a la persona: Para algunos sujetos la apariencia es más importante que las capacidades intelectuales, lo

que produce un gran esfuerzo en aparentar, en este caso, mediante la vestimenta.

“...estar bien aseado, y estar vestido a la moda, son parámetros que pueden tenerse en cuenta a la hora de definir el perfil de una persona.”(Federico, 27 años)

- La vestimenta como un simple accesorio, sin importancia de la moda. Estilo adecuado a cada uno. Individualismo: Desinterés por lo que la moda impone, acompañado de un individualismo, reflejado en la necesidad de crear estilos adecuados a los gustos de cada persona.

“...uno es victima de la moda, pero me gusta cuando la gente mantiene su estilo a pesar de estar a la moda, y no me gusta ver a todos uniformados como suele pasar muchas veces.”(Manuel, 29 años)

- La vestimenta, como una regla a seguir por lo que la moda impone: Se cree que se debe si o si usar lo que se impone en cada temporada, con la creencia de que si uno no se adecua queda excluido.

“...todos sabemos que hay que estar si o si un poco a la moda...que se yo, tengo zapatos que ya no se usan, y bueno...me tengo que comprar otros, es así.” (Daniel, 35 años)

Un elemento importante en el análisis de la moda en relación a la vestimenta, es el grado de importancia que ejercen las marcas en este rubro. Desde el marketing se tiene el conocimiento de que la imagen que otorga una marca es valorizada, a veces, más que cualquier característica extrínseca de posea el producto que se comercializa. Cuando nos referimos al rubro indumentaria esta regla del marketing es de gran uso, es por eso que existen marcas que se venden sólo por el nombre o logotipo, ya que representan símbolos con los cuales las personas se identifican o grupos sociales a los cuales muchos quieren pertenecer.

Los sujetos entrevistados respondieron sobre los motivos por los cuales se consumen marcas de vestimenta de primera línea, lo que permite realizar una división en base a dos atributos: la buena calidad y diseño, y por otro lado, el status que otorga.

- **Calidad y Diseño:** muy pocos de los sujetos entrevistados prefieren estas marcas por las características extrínsecas de las prendas. Según ellos, las primeras marcas son las de mejor calidad. Algunos comprobaron esto

comprando marcas de bajo precio, las cuales no los satisficieron porque las prendas se arruinaron en poco tiempo. Además, explican alguno de los sujetos que las primeras marcas ofrecen mejores diseños, y prendas únicas.

“...aunque cueste reconocerlo por otras personas es mucho mejor la calidad y los diseños se destacan” (Juan, 25 años)

“por la calidad que tiene, me pasó de comprar marcas baratas y que al poco tiempo se arruinen, en cambio nunca tuve problemas con marcas de gran reconocimiento” (Adrián, 35 años)

- Status: para algunos de los sujetos, las marcas de primera línea permiten, o bien diferenciarse de determinados grupos, o bien pertenecer a otros grupos de referencia. Consumir las mejores marcas refleja un status determinado; unos opinan que las mismas son anclajes de seguridad y refuerzan el ego de una persona. Varios entrevistados mencionan la necesidad de “aparentar” (entrecomillado nuestro) mediante estas marcas; según ellos, muchos, a pesar de no tener una buena posición socioeconómica, adquieren este tipo de marcas para simular que se posee dinero y así demostrar un status deseado, pero que no es el de la realidad.

“Aunque muchas veces pasa que aunque no se tenga el dinero, se compra este tipo de marcas por el solo hecho de aparentar” (Ricardo, 35 años).

“...dan prestigio, dan una buena imagen, una imagen de éxito, de querer ser el mejor, aunque no lo sea” (Fernando, 33 años)

“...consume primeras marcas por no saber o no tener definido un estilo propio, y piensa que, por ejemplo en el caso de la vestimenta, comprándose primeras marcas siempre éstas le quedarán bien. Esto también es un signo de inseguridad social y piensa que el usar productos de primeras marcas lo hacen pertenecer a uno u otro grupo.”(Diego, 31 años)

1.2.3. Factores Sociales. Opinión de pares.

En base a las expresiones pronunciadas por los sujetos en relación a la realización de prácticas que favorezcan la imagen del cuerpo o el atractivo físico, se puede establecer una serie de sentimientos, tanto de rechazo como de aceptación, que influyen en el momento de decidir si van a realizar o no dichas prácticas. Estos sentimientos provienen del entorno, y se puede deducir de esta manera, la

importancia que los sujetos otorgan a las opiniones y características de la sociedad. En relación a los sentimientos de aceptación, los sujetos creen que un cuidado de la imagen corporal ayuda a seducir, y de esta manera poder conseguir estar en la mira de todas las mujeres, lo que para ellos significa ser tomado como referente por sus pares, quienes los respetaran por el simple hecho de ser solicitado por las mujeres.

Otro sentimiento alude al cambio cultural, a la aceptación por parte de la sociedad de los cambios en los estereotipos masculinos y femeninos; esto produce que los hombres tengan acceso a otros ámbitos, en este caso, al de la estética, y esto, sienten, es aceptado por el entorno.

Por último, se puede observar una necesidad por parte de todos de mantener una buena imagen motivada por la sociedad, que demanda además de personas con capacidades intelectuales, personas atractivas y con buena presencia; reiterándose así el cambio de algunos valores sociales con los cuales se califica a las personas.

Sentimientos de Aceptación	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación de un cambio en los estereotipos de hombres y mujeres. <p><i>“El sentido de la estética masculina, al igual que el rol de la mujer en la sociedad, ha cambiado también, ha ido evolucionando. Hay prácticas de estética masculinas muy común en nuestra época, que hace 30 años atrás hubieran sido inconcebibles.”(Diego, 31 años)</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Aspiraciones a ser tomado como referente. <p><i>“El hombre que es pretendido por las mujeres, automáticamente es respetado por sus pares masculinos y tomado como referente”.(Martín, 27 años)</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener una buena imagen, para seducir y convencer. <p><i>“...desde cuidar el peso, hasta cuidar mi vestimenta, la presentación en si, hacia los demás. La primera imagen es muy importante muchas veces, sobre todo para seducir“(Jaime, 32 años)</i></p>

Con respecto a los sentimientos de rechazo, los sujetos perciben un prejuicio por parte de la sociedad que opina que el cuidado estético es sólo para mujeres, lo cual provoca que los hombres no realicen determinadas prácticas por temor a recibir burlas o no ser bien visto por el entorno. Algunos demuestran una importancia a las críticas que puedan llegar a recibir de su entorno más pequeño, producto de los prejuicios que existen. Esto hace que muchos eviten que se perciban cambios físicos que demuestren que realizaron algún tratamiento estético o cuidados especiales en relación a la imagen.

Además, existe un temor a ser catalogado como homosexual, ya que algunas personas etiquetan de esta manera a los hombres que realizan prácticas como usar cremas o pintarse las uñas, entre otras.

Por último, los sujetos reclaman la falta de productos de estética destinados al sexo masculino, y consideran que si existiera más oferta y por lo tanto, más comerciales en los medios de comunicación de productos de cosmética destinados exclusivamente a ellos, la sociedad tomaría con mayor normalidad estas prácticas y no existirían prejuicios como los que mencionamos anteriormente.

Sentimientos de rechazo	<ul style="list-style-type: none"> • Prejuicios de que el cuidado estético es sólo para las mujeres. <p><i>“...no creo que si me pongo una crema en la cara me vean como un hombre, eso es solo para las mujeres” (Fernando, 33 años)</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Temor a ser catalogado como homosexual. <p><i>“Existen hombres que se exceden con los cuidados, usando cremas, hasta se que algunos usan maquillaje, eso ya me parece demasiado, porque es para las mujeres o te pueden ver como gay” (Ricardo, 35 años)</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de oferta en los medios. <p><i>“Uno no ve en la televisión publicidades de cremas o cosméticos para hombres, a lo mejor si fuera mas normal todo lo haríamos, pero por ahora es solo para mujeres, o para los gays.” (Adrián, 35 años)</i></p>

La conducta de los sujetos se ve influenciada por factores sociales como los grupos de referencia y la función y condición social.

En relación al grupo primario que ejerce una influencia directa sobre el individuo, en esta investigación, está formado por un lado por mujeres, ya sea hermanas, novias o esposas y por los amigos más cercanos.

Cuando los sujetos necesitan saber si lucen adecuadamente, esto es, si están bien vestidos, bien peinados, si lucen atractivos; o simplemente tomar decisiones en diferentes ámbitos de la vida, confían y se sienten influenciados por las opiniones de su familia. En el aspecto estético y en la vestimenta acuden a pedir consejos a las mujeres que integran su familia (hermanas, novias o esposas), y a sus amigos. Según la mayoría de los sujetos, las mujeres son las más expertas en este tema, y los productos que usan son de buena calidad; esto hace que muchas veces ellos usen los productos de ellas, a veces también por un prejuicio de ir a comprar ellos mismos estos productos.

“...cuando tengo alguna cita o una ocasión importante generalmente le pido consejos a mi hermana para saber la opinión de una mujer, aparte de que ella no me va a mentir.”(Manuel, 29 años)

“Lo importante es saber vestirse, combinar, que la ropa que uno se ponga le quede bien... y es por eso que la opinión de los demás es importante, porque uno solo no puede decidir si está o no bien vestido. Siempre es necesaria otra opinión.” (Diego, 31 años)

En relación a los grupos secundarios; los sujetos no mencionaron demasiado la presencia de ellos en sus decisiones. Sólo pocos de ellos se sienten influenciados por la opinión de un experto, o cuando se trata de una opinión de alguien calificado en el tema, por ejemplo, personas especializadas en moda o estética.

“No suelo darle mucha importancia a las críticas pero si viene de alguien que se que sabe de moda por ejemplo, o de combinaciones si puedo llegar a cambiarme, pero si viene de cualquiera ni me importa.”(Jaime, 32 años)

Con respecto a la función y condición del sujeto, se apunta al papel que ocupa el hombre en la sociedad. Las personas que rodean a un individuo, y el entorno en general espera que la persona desempeñe determinadas actividades de acuerdo a los

modelos que se imponen. En este caso, algunos sujetos aluden a la falta de cambio en la mentalidad de las personas, con relación a la estética. El cuidado del cuerpo es visto como una acción que sólo pueden llevar a cabo las mujeres; el hombre debe ocuparse del trabajo profesional, y la mujer ser un ama de casa y verse bella

“...hay costumbres que de romperse no se ven bien, o sea que el hombre que demora mas que una mujer, o queda como histérico vueltero o como maricon, el que te guste” (Alejandro, 30 años).

Ante esta situación, los hombres reciben comentarios de las mujeres que, pueden o no, ejercer una influencia en ellos. En relación a la frase presentada emitida por algunas mujeres: “No me gusta el hombre que demora mas tiempo que yo arreglándose” (entrecomillado nuestro); los sujetos expresaron diferentes opiniones: en primer lugar, algunos admitieron haberla escuchado en su entorno y, precisamente, dirigida hacia ellos, quienes argumentan que las mujeres creen que sólo ellas tienen el derecho a arreglarse y cuidar la imagen.

“Les molesta que el hombre se cuide, estarán celosas, no se, que nos miren como las miran a ellas. Y creo que deberán aceptarlo porque cada vez hay mas hombres que se cuidan, y ya se esta repartiendo la atención entre el hombre y la mujer, lo ves en la televisión, en las revistas. “(Jaime, 32 años).

En segundo lugar, se culpa esta reacción del sexo femenino a la sociedad en general, explicando que desde los medios se sigue transmitiendo los estereotipos masculinos y femeninos bien definidos, en donde los productos de cosmética están solamente dirigidos hacia las mujeres.

“...la sociedad en general, porque si vos te fijas en la tele, y es algo que yo siempre digo y no entiendo porque, los comerciales de estos productos son solo para mujeres, una sola vez creo que vi un comercial de shampoo por ejemplo para hombre, en la que aparecía un hombre mejor dicho, y era porque era un shampoo para la caspa” (Federico, 27 años).

Por otro lado, otros sujetos creen que a pesar de que las mujeres emitan ese tipo de expresiones, disfrutan de tener a su lado a un hombre que se cuide, y les gusta sentirse envidiadas por las demás mujeres, por tener al lado a una persona atractiva.

“¡Si habré escuchando esa frase. En serio, la escuché muchas veces, mas precisamente dirigidas a mi, pero bueno, creo que después se arrepienten porque aunque lo nieguen les gusta tener al lado a alguien que esté bueno, como ellas dicen, y que les miren el novio” (Manuel, 29 años).

En cuarto lugar, se observa que existen parejas en donde los dos, tanto la mujer como el hombre se cuidan, y comparten estas prácticas. Algunos sujetos comentaron que la mujer al ver que su pareja cuida su aspecto físico, los imitan y también realizan este tipo de cuidados; las razones podrían ser diversas, desde sentir que no puede el hombre estar mejor arreglado que ellas, por una regla en la sociedad, hasta sentir que ellos las podrían dejar por otro tipo de mujer, estas son sólo suposiciones, que podrían ser analizadas, pero requieren una investigación en donde se indague a las mujeres.

“Yo noto que a mi mujer le gusta que me cuide un poco, es mas, hasta veo que ella se cuida mas ahora que yo empecé a preocuparme por mi físico.”(Ricardo, 35 años).

Por último, sólo un sujeto expresó estar de acuerdo con esta expresión de las mujeres, explicando que ellas son las que se tienen que cuidar más que ellos.

“Y algo de razón tienen. En casa si demorara mucho creo mi mujer se separa de mi.”(Adrián, 35 años)

1.3. Componente de Conducta

1. 3. 1. Medios utilizados para mejorar la imagen del cuerpo.

Este punto se refiere a los instrumentos que utilizan los sujetos para mejorar su apariencia física, ya sean productos o servicios. Vale aclarar que productos como shampoo, jabón espuma de afeitar y desodorantes no están incluidos en la lista porque se consideran productos básicos que cumplen con las necesidades de higiene personal.

✓ Actividad física. (Gimnasios – Deportes).

La actividad física incluye la asistencia a gimnasios, salidas a trotar y la realización de deportes, entre ellos, tenis, paddle y fútbol. Según la frecuencia con la que se realizan las actividades, podemos dividir en dos categorías: aquellos que asisten 2 o 3 veces por semana, otros de 4 a 5 veces y, por otro lado, los que asisten todos los días.

Los motivos por los que los sujetos asisten a gimnasios y salen a trotar son, mantener un buen peso (algunos quieren bajar el asado y el alcohol del fin de

semana), y bajar de peso quemando calorías mediante la actividad física; junto a esto también se quiere lograr un cuerpo con músculos marcados y bien definidos. Una preocupación que tienen los sujetos es la “pancita” (entrecomillado nuestro), evitar un exceso de grasa en el abdomen.

Otros motivos observados son mantener un cuerpo saludable para llegar en buen estado a la vejez, y también descargar energías para evitar el estrés que produce el trabajo o los estudios. Por otro lado, la realización de deportes simplemente es realizada por los sujetos con el fin de pasar un momento de dispersión y diversión, ya que son deportes que se realizan en grupos y se comparte tiempo con los amigos.

“Justamente pasa por un tema estético, y tratar de no tener esa pancita de casado” (Daniel, 35 años)

“...espero seguir haciendo actividad física hasta tener 70 años o mas, no me gustaría ser un viejo que apenas pueda caminar, tampoco tener una panza de casado o de viejo, por eso desde ahora me cuido” (Jaime, 32 años).

- ✓ Cremas faciales y corporales. (Crema humectante para manos y cuerpo – Crema antiarrugas)

Las cremas faciales y corporales también son adquiridas por los sujetos; cremas humectantes con los motivos de evitar la sequedad en manos y codos, y evitar la grasitud en el cutis; y cremas antiarrugas para evitar los síntomas del paso del años en el rostro. Los sujetos acuden a dermatólogos para informarse y conocer que productos pueden usar para mejorar el aspecto de la piel.

Otro aspecto relacionado con la piel, es el uso de cremas depilatorias, para evitar los bellos en el pecho. Uno de los sujetos, comentó que acudía a un instituto de depilación pero ahora se compra él la cera depilatoria y realiza ese trabajo en su hogar.

“...uso una crema antiarrugas por las noches, es lo único.”(Ricardo, 35 años)

“Lo que si hago es depilarme el pecho, me fui a veces a una señora, pero ahora aprendí a hacerlo yo solo. “(Diego, 31 años)

- ✓ Loción o Shampoo para evitar la caída del cabello.

Otro instrumento tenido en cuenta por los hombres, son las lociones y los shampoo que evitan la caída del cabello. La calvicie, es un problema que preocupa a

los sujetos, quienes recurren a estos productos, así como también a institutos especializados en el tema. Pero por otro lado, algunos sujetos solucionan el problema más fácilmente, con un rapado, cuando aparecen los primeros síntomas de la calvicie; la explicación a esto, es que todavía tienen algún prejuicio o temor a lo que puedan opinar los demás si se enteran de que consumen algún producto o realizan algún tratamiento para evitar la caída del cabello.

“...me compro lociones y shampoo para evitar la caída del cabello.”(Daniel, 35 años)

- ✓ Alimentación (Régimen para bajar de peso – Régimen para subir de peso – Régimen para mantenerse)

Otro instrumento utilizado por los sujetos es la alimentación, realizada con los motivos de subir de peso, mantenerse en el peso actual y bajar de peso, y también evitar el exceso de grasa en el abdomen.

“... me cuesta subir de peso, entonces llevo una dieta y gimnasia adecuada que me permita estar bien tonificado.”(Federico, 27 años)

- ✓ Otros. (Dermatólogos – Solariums – Peluquerías)

Un buen bronceado, según los sujetos, da un aspecto más saludable al cuerpo, favorece que los músculos luzcan más tonificados, y es por esto, que acuden a solariums.

“...siempre voy a la dermatóloga a full para cuidar un poco la piel de la cara, aunque no tenga acné, si no por la piel grasa mas que todo, como ya te dije”. “(Manuel, 29 años)

“... tener un buen color de piel, bronceado, es algo que no lo puedo evitar, me gusta estar bronceado, tampoco excesivamente.” (Federico, 27 años)

El uso de baños de crema para el cabello y la asistencia a peluquerías es algo frecuente en los sujetos, ya que muchos expresan que al cabello hay que mantenerlo bien cuidado y arreglado y con un buen corte de pelo.

Los sujetos no asisten a institutos en donde se realicen tratamientos específicos. Muchos de ellos admitieron que si existieran o si ellos conocieran la existencia de institutos sólo para hombres no dudarían en asistir.

Con respecto a las cirugías estéticas, ninguna de los hombres recurrió al quirófano. Algunos de los entrevistados tienen una actitud totalmente negativa hacia

ellas, admitiendo que sólo son para mujeres. Otros, afirmaron que si en algún momento sintieran la necesidad de realizarse una cirugía, lo harían, siempre y cuando se aseguren de que no sea tan evidente la misma. El único motivo por el que algunos de los sujetos se someterían a una cirugía es para eliminar arrugas en el rostro.

1. 3. 2. Factores de decisión de compra.

Al momento de la decisión de compra de determinada marca de productos cosméticos o de perfumería los sujetos entrevistados tienen cuenta los siguientes atributos:

- Marca reconocida: tener una marca reconocida es, por lo visto, beneficioso para determinadas empresas; una marca de renombre es percibida por algunos de los sujetos entrevistados como sinónimo de calidad.

“...lo único que tengo en cuenta es la marca, si es conocida o no, y si es conocida si es de buena calidad.”(Federico, 27 años)

- Relación precio – calidad. La relación precio-calidad; cuando el sujeto desconoce las marcas que existen en el mercado y, por lo tanto, no puede hacer una evaluación de la eficacia del producto, acude a una elección en donde un precio alto es sinónimo de buena calidad.

“...como no se mucho del tema, calculo que compraría por el precio, un precio alto es sinónimo de que es de buena calidad” (Adrián, 35 años)

- Experiencia previa. Otro elemento importante alude a la experiencia que el consumidor ya tuvo al usar el producto; si el mismo cumplió con las expectativas que el sujeto tenía antes de la compra va a ser elegido nuevamente.

“Pienso en el resultado que espero obtener usando ese producto, en general compro los que ya use en algún momento y me dieron buenos resultados.” (Pablo, 26 años)

- Beneficios que ofrece. Existen consumidores que analizan las características de los productos y lo que cada marca promete y basa su elección en la que

ofrece mayor convicción o esté mas cerca de satisfacer lo que el sujeto quiere conseguir con el su compra.

“... si es conocida por ser una buena marca y ofrecer buenos resultados, para eso suelo leer las características de los productos en los empaques.” (Juan, 25 años)

En relación al consumo habitual de los sujetos, esto es, los productos corporales que utilizan generalmente, se observó que los hombres son fieles a las marcas que utilizan, siempre y cuando hayan cumplido con los resultados que ellos esperaban.

Los sujetos se interesan por seleccionar marcas que satisfagan sus necesidades, y cuando las encuentran mantienen un cierto nivel de fidelidad con las mismas. Sin embargo, este nivel varía entre una o varias marcas que el sujeto tiene en mente. Algunos expresaron que se manejan entre dos o tres marcas, al momento de la compra.

“No soy de cambiar mucho de marcas, siempre tengo 2 o 3 que uso siempre.” (Federico, 27 años)

Otros, en cambio, poseen un alto nivel de fidelidad hacia una sola marca, ya que si no encuentran en un punto de venta la que consumen, acuden a otro local en busca de la misma.

“Si tengo en cuenta la marca, si no las encuentro trato de buscarlas en otros lugares. Aunque se que al lugar que voy a comprar siempre las encuentro.(Jaime, 32 años)

Algunos de los entrevistados están abiertos a cambios y a probar todo lo novedoso que ofrezcan las empresas, pero si lo nuevo no cumple los resultados que ellos esperaban, vuelven a adquirir sus marcas o marca preferida.

“...en mi botiquín hay productos de todas las marcas, desde las mejores o más caras, hasta las mas baratas, pero la verdad es que siempre terminando usando las mismas.” (Daniel, 35 años)

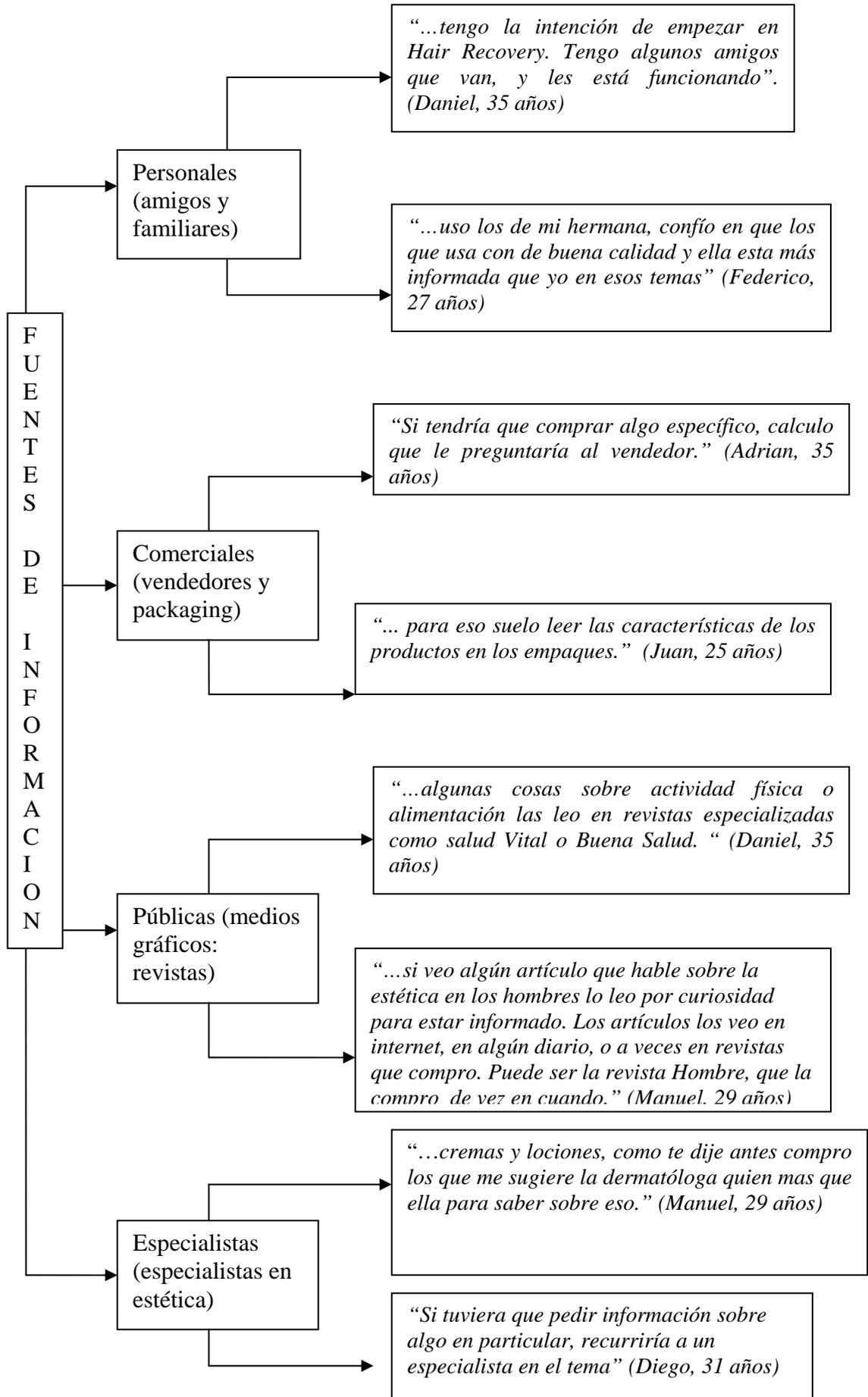
“...siempre uso las mismas marcas. Es muy difícil que las cambie, salvo que salga algo nuevo en el mercado, y me compro para probar si es mejor a lo que ya uso.” (Manuel, 29 años)

1. 3. 3. Fuentes de información.

Con respecto a las fuentes de información que utilizan los sujetos para conocer temas relacionados con el cuidado de la imagen del cuerpo, algunos de ellos manifiestan que existe una falta de publicidades o comerciales destinados al segmento de hombres. Los anuncios de cosméticos, productos de perfumería o servicios afines, apuntan más que todo al sexo femenino, y algunos hombres sienten que el mercado no se ocupa de sus necesidades o desconocen lo que ellos desean.

“Siempre salen artículos o información para las mujeres, muy poco para hombres” (Adrián, 35 años)

Cuando los sujetos necesitan obtener información sobre algún producto o tema relacionado con la estética acuden y confían en las siguientes fuentes: en primer lugar, las fuentes personales, compuesta por el grupo de amigos y los familiares, quienes recomiendan productos o servicios que utilizan y los sujetos, de acuerdo a esta información recibida, realizan su elección. En segundo lugar, las fuentes comerciales, esto es, vendedores y empaques; los sujetos se informan en el lugar de venta, preguntando al vendedor, en donde admiten, tener mas confianza con un vendedor varón que de sexo femenino, ya que entienden mejor sus inquietudes; por otro lado el packaging es utilizado como fuente de información, los hombres directamente leen las características y lo que ofrece el producto para decidir si comprarlo o no. En tercer lugar, las fuentes públicas, en donde se mencionan las revistas de salud y las revistas dirigidas exclusivamente a los hombres; este medio es utilizado mas que todo para conocer las novedades en relación a las ofertas estéticas y, sobre todo, para recibir consejos sobre alimentación y actividad física. Por último, las fuentes de especialistas, en este caso, especialistas en estética, por ejemplo, dermatólogos a quienes se les pregunta sobre las cremas y lociones que existen y deben usar de acuerdo a las necesidades de la piel.



2. Motivos y Necesidades relacionadas con el cuidado de la imagen del cuerpo.

Como se mencionó en el marco teórico, la teoría el proceso de motivación comienza con el placer de reducir una tensión originada por un estado de carencia, lo cual produce que los sujetos busquen estímulos para satisfacer sus necesidades internas. En el caso de productos y servicios relacionados con el cuidado de la imagen del cuerpo, no se tendrán en cuenta las necesidades de orden inferior, es decir, fisiológicas y de seguridad, ya que corresponden a necesidades satisfechas y relacionadas con otros temas no acordes a este trabajo.

En las entrevistas se indagó sobre los motivos por los cuales los sujetos recurrían a la utilización de diferentes medios para mejorar la imagen del cuerpo. Los motivos expuestos fueron, mantener un buen peso y lograr un cuerpo tonificado en el caso de la actividad física. Los diferentes tipos de cremas son usados con el motivo de evitar sequedad, sequedad y arrugas. Los sujetos también buscan disminuir la caída del cabello mediante el uso de algún shampoo o loción. Otro medio mencionado fue el cuidado en la alimentación, ya sea para bajar o subir de peso. Algunos entrevistados asisten a solariums para lograr un buen bronceado explicando que el motivo es tener un buen color de piel y que el cuerpo luzca más tonificado.

En el párrafo anterior se tuvo una descripción general de los motivos que los entrevistados explicaron. Pero, desde el marketing, se busca descubrir las motivaciones subconscientes o escondidas en las personas, aquellas que ejercen una gran influencia en la compra, y llevan a que el sujeto adquiera productos o realice actividades que tiene un valor simbólico cultural. Por lo tanto, en este punto se tendrá en cuenta aquellos motivos internos, que se encontraron en expresiones de los sujetos, y que permiten observar cuáles con son los verdaderos impulsores para satisfacer las necesidades.

A continuación se presentan las categorías de necesidades que impulsan o motivan a adquirir los productos o realizar actividades que favorecen el cuidado de la imagen corporal:

- Sociales

Motivada por diversos factores; uno de ellos es la “afiliación” (entrecomillado nuestro), los sujetos buscan la aceptación de sus pares, así como también el afecto, pensando que lo conseguirán mediante la seducción y al verse más lindos. Pertenecer a un grupo social, requiere de algunas condiciones y, por lo expresado por algunos de los sujetos, una de ellas es tener una imagen atractiva.

“...ser aceptado por algunas personas, ayuda también a ser exitoso, la imagen vende mucho, a veces mas que el conocimiento y la capacidad.”(Fernando, 33 años)

La búsqueda por ser aceptado lleva implícito otro factor; la “defensa del ego” (entrecomillado nuestro), que motiva a realizar prácticas para mejorar la imagen del cuerpo, con el fin de protegerse del ridículo social y amenazas de los sentimientos de la autoestima, producidos por el sentimiento de no sentir que los demás sienten atracción por uno o sentirse excluidos de determinados grupos de referencia.

“Lucir bien estéticamente ayuda a ser sociablemente mas aceptado que otras personas no tan bien parecidas” (Alejandro, 30 años)

- Estima.

Los sujetos necesitan sentirse admirados y reconocidos por sus pares.

Surge una “autonomía” (entrecomillado nuestro) para buscar el crecimiento individual mediante una identidad bien definida. Esta identidad se transmite mediante el consumo de un sinfín de productos que le otorga un status deseado al hombre para poder ser reconocido por los demás. Además de los productos que se consumen, tener una imagen atractiva para los demás otorga una posición que, para muchos, se logra siendo bellos y delgados, parámetros actualmente exigidos por determinados grupos en la sociedad. Al ser atractivos, poseer un aspecto jovial, se sienten en una posición superior en relación a los hombres que no lucen de esa manera; pudiendo así, conseguir mejores logros, como ser pretendido por las mujeres, según algunos de los entrevistados. Esto produce que los pares los tomen como referentes y los admiren; todo esto ayuda a mejorar el autoestima de los sujetos.

“También está el hecho de sentirse bien con uno mismo, creo que las personas a veces reflejan su momento interior con su aspecto exterior; uno sin ser exacto puede advertir

como es una persona por su aspecto exterior, sin que esto llegue a ser un prejuicio”. (Pablo, 26 años)

“...por un simple objetivo: mujeres. El hombre hoy también sabe jugar al histeriqueo, a la seducción y lo hace mediante la belleza. El hombre que es pretendido por las mujeres, automáticamente es respetado por sus pares masculinos y tomado como referente”.(Martín, 27 años)

- Belleza:

Al sujeto no le basta con ser un profesional exitoso y sentirse autorrealizado, observa que no sólo las capacidades intelectuales son la base del éxito; por lo tanto, existe una “identificación” (entrecomillado nuestro) por parte de ellos, una motivación para obtener nuevas identidades y roles que mejoren el auto concepto. Estas nuevas identidades se refieren a un hombre que demuestre que se preocupa por su imagen, por su aspecto físico, y transmitirá esos roles en los ambientes en los que esté presente.

La autorrealización no sólo se logra mediante el éxito en la vida profesional, si no que, la belleza pasa a ser también un objetivo para sentirse realizado en la vida.

“Todo lo que sea para mejorar el cuerpo es beneficioso en la vida, una persona con belleza física puede lograr mas cosas que alguien que no la tiene” (Ricardo, 35 años).

“...si uno se cuida en el aspecto físico se ve saludable, luces más joven, no se, hace a la persona, somos un cuerpo, que no solo necesita de capacidad intelectual, la cual es muy importante, si no que también hay que lucir bien por afuera, cuerpo sano, mente sana” (Fernando, 33 años).

3. Estilos de Vida

3.1. Actividades de ocio

El hedonismo, es una característica de la cultura, la búsqueda del placer no sólo se realiza mediante el cuidado de la imagen del cuerpo, el placer también se encuentra en los momentos de descanso, y los sujetos le dan una gran importancia a estos momentos. Las actividades realizadas por los hombres para divertirse incluyen; en primer lugar, actividades sociales, son las salidas nocturnas con amigos a boliches y bares, salidas en pareja a restaurantes, bares y cine; por otro lado, se realizan viajes de fines de semana, mas que todo con la pareja, ya sea esposa o novia; en tercer lugar, los juegos electrónicos, a pesar de admitir que no están en una edad adecuada para esto, reconocen que es algo que los entretiene y los distrae, juegan ya sea solos o con amigos; en cuarto lugar, los deportes en grupo, como jugar al paddle y al fútbol, no por un cuidado del físico, si no para socializar y divertirse con amigos, en general es un momento de deporte y luego siguen reunidos, ya sea tomando algo o alimentándose; por último, la Internet y la televisión, además de medios para informarse, son usados como elementos de distracción, los sujetos admiten ser adictos y estar conectados las 24 horas del día a Internet.

- Vacaciones.

“La verdad disfruto y gasto mucho en viajes, siempre que tenemos unos días libres con mi mujer viajamos a algún lugar, o simplemente nos vamos a un lugar cerca y disfrutamos de una estadía en un buen hotel” (Adrián, 35 años)

“En actividades de goce personal, tales salidas nocturnas sobre todo y muy de vez en cuando alguna que otra escapada a las sierras”.(Martín, 27 años)

- Juegos electrónicos.

“... ir al cine, ver televisión, internarme a jugar a un juego en la computadora aunque muchos digan que ya estamos grandes...disfruto mucho las salidas con mis amigos”. (Juan, 25 años)

- Salidas nocturnas (boliches, bares, cine)

“Después tengo mis días de paddle con amigos, salidas al cine, salidas a bares, hago muchas cosas, me gusta variar de todo.” (Fernando, 33 años)

“... salidas ya sea con amigos o con mi pareja, ya sea a algún restaurante o al cine, y algunos espectáculos como obras de teatro”(Adrián, 35 años)

- Televisión, Internet.

“Depende del estado de ánimo que tenga, a veces me pongo a acomodar mis cosas, salir a comprar algo, ver tele, estar un tiempo en internet.”(Manuel, 29 años)

- Deportes con amigos.

“...me tomo mi tiempo para despejarme un poco y salgo a correr, a jugar al paddle con amigos. Casi todos los días me junto con alguno de ellos a cenar o almorzar. Llevo una vida social muy agitada, pero es lo que me gusta.” (Jaime, 32 años)

3.2. Consumo.

Si bien las actividades mencionadas en el punto anterior implican, alguna de ellas, un gasto monetario y podrían considerarse como parte del consumo de los sujetos, se les preguntó sobre las compras que realizaban por placer. La mayor parte de los sujetos consume productos de tecnología, entre ellos se encuentran los celulares, elemento mencionado anteriormente como un accesorio de moda, que otorga a algunos sujetos un cierto status deseado; equipos de música, reproductores de DVD, plasmas, y otros artículos de música como CD y DVD. Algunos de los sujetos, disfruta de comprar indumentaria, elemento que fue analizado con mayor profundidad anteriormente.

Otro consumo, por parte de los sujetos, está integrado por las bebidas alcohólicas, específicamente los vinos. De acuerdo a lo expresado por algunos de los entrevistados, podemos deducir, que son vinos de buena calidad y un alto precio, ya que los compran, y los guardan para ocasiones especiales y para tenerlos en pequeñas bodegas en sus hogares.

Por último, algunos sujetos, adquieren libros, ya sea para incrementar su conocimiento en las profesiones que ejercen y por distracción o diversión.

- Tecnología

“En lo que mas invierto dinero es en cosas de tecnología, celular, pareceré frío pero es así, y no es que sea materialista. Hace poco me compre un plasma por ejemplo, pero es para poder ver mejor películas que es algo de lo cual disfruto mucho.”(Fernando, 33 años)

- Indumentaria.

“Me da mucha satisfacción, vestirme bien, por ende ropa, siempre me compro algo de ropa.”

(Federico, 27 años)

- Vinos.

“disfruto comprando libros, también soy un amante de los buenos vinos, tengo una pequeña bodega en casa, y ahí es donde los voy colocando, mas que todo me gusta tener siempre algún buen vino por si se me presenta una reunión o algo inesperado.” (Daniel, 35 años)

- Libros.

“Suelo comprar muchos libros, pero mas que todo para formarme y actualizarme en mi profesión” (Adrián, 35 años)

Volviendo al tema de la indumentaria, si bien esto es una investigación cualitativa y por lo tanto no se obtienen datos descriptivos y cuantificables, se pudo obtener una aproximación de la frecuencia en la compra de vestimenta por parte de los sujetos. Las categorías encontradas fueron las siguientes:

1. Ocasionalmente. Cada 2 o más meses, o en los comienzos de temporadas.

“Como te dije es lo único en lo que se refiere a imagen en lo que invierto, soy de comprarme bastante ropa, más que todo camisas. Una camisa cada dos meses, o a veces más que una” (Adrián, 35 años)

2. Frecuentemente. Todos los meses.

“Uno siempre compra mas cuando empiezan las temporadas, pero después me compro una prenda por mes, aparte de lo que ya me compre al comienzo.”(Federico, 27 años)

3. Muy Frecuentemente. Se trata de una compra compulsiva en la que el sujeto compra ropa siempre que vea algo de su agrado o tenga ganas de adquirirlas.

“puedo salir y comprar tres camisas en un día, y después paso un mes sin comprarme nada. Lo que si te puedo decir es que me gusta la ropa” (Daniel, 35 años)

3.3. Intereses. Grupo de pares

Al analizar los estilos de vida de los sujetos, se busca conocer los intereses de los mismos. Para lograr esto, se centrará el análisis de los grupos de pares. En este sentido, vamos a considerar la variable “amigos” (entrecomillado nuestro), es decir, aquellas personas con las cuales se comparten actividades sociales, reuniones, o simplemente charlas. Se tomó en cuenta, específicamente, los contenidos tratados en estas charlas con los pares, para lo cual se preguntó directamente a los sujetos sobre cuales eran los temas que surgían en las reuniones con sus amigos.

De acuerdo a las respuestas otorgadas por los entrevistados, las cuestiones que más salen a la luz en el círculo de amigos son las relacionadas con mujeres y fútbol; este último presente en todas las reuniones, en donde las cargadas nunca faltan, y es lo que le otorga un plus de diversión a la situación. El tema mujeres está siempre presente en las charlas, aunque algunos de los sujetos que están casados comentan que desde que contrajeron matrimonio, el tema mujeres pasó a otro nivel y se tratan temas mas serios como los hijos, la vida marital y aspectos de la salud, porque sus preocupaciones van cambiando a medida que crecen y las ocupaciones o responsabilidades son mayores; distinto es el caso de los solteros, que admiten que siempre se habla de ellas.

“Como todos los hombres siempre hablamos de mujeres, También fútbol que es cuando empiezan las discusiones divertidas. Y después algún otro tema que surja en el momento.”
(Manuel, 29 años)

*“Antes siempre hablábamos de mujeres, ahora eso cambio, ya nos preocupan otras cosas, como te dije, los hijos, cuestiones de salud y hasta algunas cosas estéticas aunque suene raro, parecemos mujeres...pero nunca faltan las discusiones o cargadas por el fútbol”**(Ricardo, 35 años)*

Otro punto expresado por algunos de los sujetos, tiene que ver con la farándula, los chismes que surgen, y sobre los programas actuales, más que todo los realities, donde se mencionan “Gran hermano” y “Bailando por un sueño”. Es importante destacar que ningún sujeto menciona temas de actualidad, relacionados con la política, la economía y la situación actual del país.

“hablamos de las parejas, las mujeres, es inevitable no entrar en ese tema. Y aunque me cueste decirlo últimamente hablamos mucho de estos programas de televisión, como gran

hermano o bailando por un sueño, yo odio que pase esto, pero uno se termina enganchando con estas boludeces.”(Jaime, 32 años)

En las charlas también, comentaron algunos, se actualizan entre ellos sobre los productos tecnológicos que surgen en el mercado, admitiendo que parecen obsesivos con este tema; por otro lado, los aspectos relacionados con la moda y la estética son mencionados, pero en menor proporción. Por último, los sujetos expresan que en las reuniones con sus amigos prefieren hablar de temas superficiales, y no de cuestiones relacionadas con el ámbito laboral o el estudio y, que al momento de tener que hablar de sus problemas personales, solo lo hacen con uno o dos de ellos, con sus amigos mas íntimos.

“... hablamos sobre productos nuevos que salen relacionados con la tecnología, parecemos obsesivos con esos temas” (Juan, 25 años)

“hablamos de temas de actualidad, asuntos laborales y porque no de temas personales o íntimos, eso si, no con todos uno habla de eso, mas que todo cuando salgo con 2 amigos que son mas confiables. Si hay reuniones de 6 o 7 amigos se habla muy poco de temas personales, mas que todo íntimos.”(Adrián, 35 años)

De esta manera, podemos observar como se asemejan estos sujetos a los que se conoce como el hombre Light, aquel hombre frívolo, trivial, en donde no hay debate ideológico ni inquietudes culturales; una sociedad dominada por la frivolidad, centrada en el consumo, infantilizada e influenciada por los personajillos de los medios de comunicación. Dentro del terreno intelectual, sólo se busca aquello que tiene relación con su vida profesional y existe un desinterés por otros temas, ajenos al ámbito laboral o de estudios universitarios.

3.4. Medios de comunicación.

Otra de las variables que se tuvieron en cuenta para describir los estilos de vida de los sujetos, fueron los medios de comunicación que utilizan para mantenerse informados sobre temas de su interés. Los medios de comunicación mencionados por los sujetos fueron los siguientes:

- ◆ *Internet y Televisión:* todos los sujetos entrevistados expresaron que utilizan Internet como medio para informarse y para entretenerse. Algunos,

consideran que es el medio que ofrece la mas amplia información sobre los distintos ámbitos de interés, y ofrece gran cantidad de datos cuando se está interesado en algún tema específico. De acuerdo a expresiones emitidas por ciertos sujetos sujetos en otra área de la entrevista, podemos expresar que Internet es un medio utilizado, por algunos de ellos, para realizar compras de productos, como por ejemplo, DVD de música.

La televisión es otro de los medios audiovisuales mencionados por algunos de los entrevistados como un medio para informarse. Sin embargo, muchos de ellos califican a este como un medio masivo, considerando esto una desventaja, ya que no ofrece mucha información sobre temas específicos, y sólo esta dirigido a los intereses de las masas.

“En la actualidad utilizo la web, ingresando por la mañana apenas me despierto. Creo que va a llegar un momento en el que la gente solo va a comprar los diarios por los clasificados, que es lo que no sale en Internet.” (Juan, 25 años)

“Tv, internet. Soy un adicto a estos dos medios, en mi casa la computadora nunca se apaga, estoy conectado las 24 horas del día. Eso no significa que esté sentado frente a la compu todo el día.” (Jaime, 32 años)

- ◆ *Diarios:* este medio impreso es también mencionado por los sujetos, pero en menor proporción que Internet. Según algunos de ellos, el diario todavía es un medio masivo por los clasificados, ya que toda la demás información se obtiene en Internet.

“Para informarme, reviso en casa todos los días La voz del interior, pero cuando llego a mi oficina entro a algunas páginas de Internet, en donde puedo encontrar algunas informaciones mas detalladas y leer las noticias desde distintas perspectivas.” (Daniel, 35 años)

“Para informarme compro La voz del Interior todos los días, y 3 veces por semana el diario La Nación para tener información mas general.” (Adrián, 35 años)

- ◆ *Revistas:* este medio es adquirido por los sujetos solamente cuando se necesita información específica o cuando se mantiene un interés sobre temas de alguna rama en particular. Además de eso, sirve como un medio de dispersión. Si bien, las revistas son adquiridas en menor proporción por los

sujetos entrevistados, en relación a los medios antes mencionados, los individuos no compararon a esta con Internet, como lo hicieron con los diarios.

*“Diarios no compro, solamente uso Internet. Lo que si compro son algunas revistas.
“(Manuel, 29 años)*

“El medio que mas uso es Internet, ya casi ni compro los diarios impresos. Lo que si compro son revistas, eso nunca deje de comprar” (Ricardo, 35 años)

En complemento de la tercera fuente antes mencionada, es decir, revistas, se pidió a los sujetos que mencionen las que resulten de su interés. Las mencionadas (repetidas por lo menos 2 veces) son las siguientes, a las cuales las podemos clasificar, según el rubro al que pertenecen:

1. Interés General: Noticias, Caras, Gente, Tendencia, Hombre.
2. Especializadas: Buena Salud (salud), Tendencia, Hombre (estas dos últimas son dirigidas exclusivamente al género masculino).
3. Deportes: Gráfico, Olé.

Conclusiones

*“Después de todo, ¿qué es la moda?
Desde el punto de vista artístico una forma de fealdad tan intolerable
que nos vemos obligados a cambiarla cada 6 meses”
Oscar Wilde.*

Al comenzar este trabajo surgió el problema de conocer cuales son las actitudes de los hombres, de entre 25 y 35 años, hacia el cuidado de la imagen del cuerpo. Acompañado a esto, surgió la necesidad de identificar patrones de consumo existentes en este rubro.

Luego de realizar las entrevistas y analizar la información recabada en las mismas, se pudo conseguir los objetivos planteados en esta investigación, lo cual se explicará a continuación.

En el marco teórico se definió a la actitud como una tendencia o predisposición adquirida hacia un objeto, persona o situación, influenciada por la cultura, en este caso, hacia el cuidado de la imagen del cuerpo. Según el análisis realizado, los sujetos de la población de estudio, poseen una actitud favorable, fundamentada a continuación mediante los 3 componentes actitudinales que se tomaron como referencia.

En el primer Componente, el Cognoscitivo, se buscó conocer las creencias y opiniones de los sujetos hacia el cuidado de la imagen del cuerpo. En primer lugar, los entrevistados expresaron las características que, según ellos, definen una buena imagen en un hombre. La manera de vestir, se debe estar siempre impecable, con vestimenta acorde a cada situación y poseer estilo al elegir la indumentaria; un segundo elemento importante lo constituye la figura física, el hombre debe tener un peso adecuado, el cuerpo debe lucir delgado y tonificado; en tercer lugar, el cabello, el cual debe estar bien peinado, limpio, mantener un buen corte, y tratar de evitar la calvicie. En menor medida, pero también mencionado por algunos sujetos aparece un cutis cuidado y un buen bronceado como aspectos que ayudan a tener una buena imagen.

En relación a las opiniones de los sujetos sobre sus pares que realizan prácticas concernidas al cuidado de la imagen corporal, varias fueron las expresiones emitidas. Entre las opiniones favorables se encuentran; la creencia de que el hombre debe cuidarse, ya que para ser exitoso no sólo basta con tener una carrera profesional, si no que, además debe lucir atractivo. Además, se mencionó el cambio que existe en los roles masculinos y femeninos en la actualidad, que permite que los hombres recurran a medios para mejorar el aspecto físico, y que provocó una disminución en los prejuicios que existen por parte de la sociedad hacia estas prácticas.

Sin embargo, la mayoría de los sujetos entrevistados, a pesar de tener estas opiniones favorables, expresaron estar en contra de aquellos que recurren a las cirugías estéticas y a la práctica de pintarse las uñas. Estas dos, fueron las únicas características que algunos de los sujetos mencionaron como “no aptas” para el género masculino. Por esto, es que, desde el Componente Cognoscitivo, se puede afirmar que la población de este estudio tiene una actitud favorable hacia el cuidado de la imagen del cuerpo, exceptuando, en algunos casos, las prácticas de pintarse las uñas y realizarse una cirugía estética.

El segundo Componente Actitudinal, el Afectivo, se manifiesta mediante los sentimientos, emociones y valoraciones de los sujetos hacia el objeto.

Como ya se mencionó, las personas están inmersas en una sociedad que posee una cultura determinada y en donde existen valores que orientan las modalidades y el sentido de las acciones de las mismas. Según lo expresado por los sujetos, se pudieron identificar algunos valores relacionados con el cuidado de la imagen del cuerpo. Belleza y Juventud, son dos de ellos, altamente identificados con el éxito, una elevada posición económica y una imagen de status alto. Esto lleva a pensar en un hombre narcisista, interesado por su aspecto físico y que consume productos que representan estos símbolos antes mencionados.

El hedonismo es otro valor que surge entre algunos de los entrevistados, mediante el gusto por actividades que generan placer, descanso y no requieren de grandes esfuerzos.

La indumentaria es identificada en esta investigación como uno de los elementos de gran importancia dentro del consumo, para algunos de los sujetos. Según las expresiones, la vestimenta sirve como un atributo para definir las personas; así como también es una regla a seguir por lo que la moda impone. Otras expresiones califican a la vestimenta como un simple accesorio, sin otorgar importancia a la moda, prefiriendo mantener un estilo propio.

Cuando se indagó a los sujetos sobre el consumo de las marcas de primera línea en el rubro indumentaria, se pudo observar que a pesar de fundamentarse este consumo en base a la buena calidad y diseños únicos que ofrecen estas marcas, la mayoría de los entrevistados valoran a las mismas por los símbolos que representan.

Surgen los valores de status, juventud y la necesidad de ser identificado con determinados grupos.

Dentro del Componente Afectivo, uno de los objetivos planteados fue conocer la importancia de la opinión de los pares y los valores que se les asignaban. Mediante las opiniones de los entrevistados se pudo detectar sentimientos que expresan la influencia que ejerce lo que los demás pueden llegar a apreciar.

Los sentimientos de aceptación, esto es, aquellas creencias que tienen los entrevistados para pensar que serán aceptados por los demás, son los siguientes: en primer lugar, algunos sujetos expresaron que en la sociedad existe un cambio en los estereotipos que definen los roles de la mujer y el hombre; también se alude a las aspiraciones de ser tomado como referente por sus pares masculinos, relacionado esto con el deseo de mantener una buena imagen para poder seducir.

Los sentimientos de rechazo que sienten los entrevistados incluyen, los prejuicios que existen en la sociedad, de que el cuidado estético es sólo para las mujeres; además, existe un temor a ser catalogado como homosexual si los demás perciben que ellos realizan determinadas prácticas para mejorar el aspecto físico; por último, expresaron que existe una falta de oferta en los medios y, que si existieran más publicidades destinadas al género masculino en este rubro, sería percibido de mejor manera por los demás.

Los entrevistados mencionaron a las mujeres de su entorno como el grupo que ejerce más influencia en sus decisiones relacionadas con el cuidado de la imagen del cuerpo. Ellas están para aconsejar, prestar sus productos a ellos, y también para las compras, ya que varios de los sujetos tienen un poco de temor a las opiniones que pueden surgir si recurren a determinados lugares de venta de productos de cosmética. Los amigos también fueron mencionados, pero en menor proporción dentro de los grupos primarios.

En relación a los grupos secundarios, fueron muy pocos mencionados; sólo algunos de los sujetos admitieron recurrir a especialistas, ya sean dermatólogos, nutricionistas o expertos en moda, cuando necesitan algún consejo u opinión.

El último Componente Actitudinal es el de Conducta. Los medios utilizados por los sujetos entrevistados para mejorar la imagen del cuerpo son los siguientes:

Actividad física, incluye la asistencia a gimnasios y la práctica de deportes. Los motivos expresados son disminuir el peso, aumentar de peso, reducir el abdomen y aumentar la masa muscular. La frecuencia con la que se realiza actividad física varía de 2 a 3 veces por semana, 4 a 5 y, 6 veces por semana.

Cremas faciales y corporales. Los sujetos adquieren cremas para evitar la sequedad; cremas antiarrugas; y cremas depilatorias, aunque sólo un sujeto admitió utilizar estas últimas.

Loción o Shampoo para evitar la caída del cabello.

Alimentación, esto incluye regímenes para bajar de peso; algunos también realizan dietas específicas para aumentar de peso y lograr una mejor masa muscular, acompañada con la actividad física.

La concurrencia a dermatólogos y la asistencia a Solariums para tener un buen bronceado también están dentro de esta lista, pero en menor medida que las anteriores.

En el momento de la compra de un producto para el cuidado de la imagen del cuerpo, los entrevistados admitieron tener en cuenta los siguientes atributos: en primer lugar, les proporciona seguridad cuando se trata de una marca reconocida; segundo, una relación precio-calidad (a mayor precio, mejor calidad), factor decisivo cuando no se tiene demasiada información o cuando se adquieren productos que nunca antes fueron consumidos; en tercer lugar, la experiencia previa en el uso, esto es, si el sujeto ya adquirió el producto, lo probó, y quedó satisfecho con los resultados, lo volverá a adquirir; y por último, los beneficios que ofrece la marca, se refiere a la información proporcionada en los empaques o en publicidades.

Las fuentes de información que utilizan los sujetos en temas relacionados con los cuidados estéticos son las siguientes: Fuentes personales, acuden a amigos y familiares y dentro de los familiares las mujeres sobre todo; Fuentes Comerciales, esto es, los vendedores que se encuentran en el punto de venta, y la información que otorga el packaging del producto; Fuentes Públicas, la información otorgada por las revistas; y Fuentes de Especialistas, algunos sujetos recurren a dermatólogos, peluqueros u otro especialista del rubro.

Entre las preocupaciones estéticas que fueron más mencionadas por los sujetos entrevistados aparecen: el peso, más que todo, evitar el exceso de grasa en el

abdomen; las arrugas en el rostro; la calvicie; la sequedad, por un lado, y la grasitud de la piel, por otros; exceso de pelos en el pecho; y tener una piel sin bronceado.

Mediante el cuidado de la imagen del cuerpo, los sujetos buscan satisfacer las necesidades de estima, los sujetos quieren sentirse admirados y reconocidos por sus pares. Afirmaban esto León y Olavaria (1993) cuando mencionaban la mitología de la nueva era, una de ellas referida al placer de seducir, de ser admirado, buscado con la mirada. El tener una imagen atractiva otorga una posición buscada por los sujetos. Las necesidades sociales también surgen entre los entrevistados, motivada por la afiliación, los hombres necesitan la aceptación de sus pares y buscan afectos; ser atractivos les permite pertenecer a determinados grupos, y protegerse del ridículo social si no son aceptados. Las necesidades de belleza también surgen cuando los sujetos no sólo se conforman con autorrealizarse profesionalmente, si no que acuden a diversas prácticas para lograr ser cada vez más atractivos y mantenerse joven. La juventud y la belleza son símbolos de éxito.

El estilo de vida de los sujetos entrevistados, analizado desde el consumo, permite caracterizar al mismo mediante distintos patrones.

Como ya se mencionó previamente, el hedonismo es uno de los valores predominantes en la cultura actual. Los sujetos realizan diversas acciones en búsqueda de placer y descanso. Las actividades de ocio efectuadas incluyen, vacaciones ya sea por varios días o fines de semana y estadías en hoteles que ofrezcan spa. Las salidas nocturnas es otra manera de dispersión; salidas a boliches, bares, restaurantes, cines, ya sea con amigos o en pareja. Por otro lado, la televisión, Internet y los juegos electrónicos son un medio de diversión utilizados con gran frecuencia. Por último, los sujetos practican deportes para compartir momentos con los amigos, dentro de los cuales el fútbol y el paddle son los más preferidos.

En relación al consumo de productos por placer, los sujetos disfrutaban de la tecnología, la indumentaria, los vinos y los libros. Dentro de la tecnología se encuentran los celulares, equipos de música, reproductores de DVD, plasmas, y otros relacionados con la música como los CD y los DVD. Estos objetos son adquiridos por el placer que genera tener lo último que sale en el mercado afín a este rubro. La indumentaria es otra compra que los sujetos efectúan con gran frecuencia, influenciados por la moda, aunque muchos también expresan que tratan de mantener

un estilo propio. Otro producto adquirido por placer son los vinos; los sujetos los adquieren, obviamente para consumirlos, pero con el afán, también, de tener siempre a mano una bebida de calidad por si se presenta alguna ocasión inesperada en donde un vino siempre debe estar. El último producto mencionado por los entrevistados son los libros, compra motivada para incrementar el conocimiento intelectual o, en otros casos, para tener un momento de dispersión.

En relación a los intereses detectados en las conversaciones con sus pares, se pudo observar que los temas tratados son diversos, entre ellos, mujeres, fútbol, programas de entretenimiento en la televisión. La tecnología está muy presente en las charlas, en donde se comentan todos los productos novedosos que salen al mercado. Los casados, por su parte, declararon hablar sobre su vida marital, hijos, y aspectos de la salud. El cuidado de la imagen no es un tema habitual de charla entre los entrevistados.

Con respecto a los medios de comunicación que utilizan los sujetos, ya sea para informarse o entretenerse, se mencionaron los gráficos, diarios y revistas; y los audiovisuales, Internet y televisión. Sin embargo, se observa un crecimiento en el uso de Internet, y una disminución en la compra de diarios.

La información obtenida nos permite hacer una pequeña segmentación en base a las actitudes frente al cuidado de la imagen corporal que poseen los entrevistados.

Tipo 1

- ◆ No aceptan cuidados excesivos de la imagen del cuerpo en el hombre.
- ◆ Utilizan los productos corporales tradicionales.
- ◆ El nivel de fidelidad hacia las marcas de los productos corporales es medio.
- ◆ Bajo interés en obtener información relacionada con el cuidado de la imagen.
- ◆ Realizan actividad física moderada. (2 a 3 veces por semana).

Tipo 2

- ◆ Aceptan el cuidado de la imagen del cuerpo en el hombre.
- ◆ Utilizan gran cantidad de productos corporales.
- ◆ El nivel de fidelidad hacia las marcas de los productos corporales es alto.

- ◆ Un grado medio de interés hacia la información relacionada con el cuidado de la imagen.
- ◆ Realizan actividad física con gran frecuencia. (4 - 5 veces por semana).

Tipo 3

- ◆ Aceptan el cuidado de la imagen del cuerpo en el hombre.
- ◆ Utilizan todo tipo de productos corporales.
- ◆ El nivel de fidelidad hacia las marcas de los productos corporales es muy alto.
- ◆ Buscan información relacionada con el cuidado de la imagen del cuerpo.
- ◆ Realizan actividad física muy frecuentemente. (6 veces por semana).

Si bien esta segmentación distingue a los sujetos en relación a sus actitudes, la mayoría reclama una mayor oferta de productos y servicios destinados al género masculino, ya que o no existen o no conocen la existencia de los mismos.

Esta pequeña segmentación puede ayudar a realizar futuros estudios, sobre todo una investigación descriptiva para obtener información más específica. Las empresas dedicadas al rubro de la estética podrían planear sus estrategias, diferenciando las características de cada grupo. Es importante aclarar que debido a las características de esta investigación se requiere de una o varias posteriores, si se desea utilizar algunos datos con fines comerciales.

Bibliografía

“Nada es permanente a excepción del cambio”
Heráclito de Efeso

1. BRAIDOT, Nestor. (2005) *Neuromarketing*. Madrid, España: Puerto Norte-Sur.
2. CABO DE DONET, Carina. (2005). *El cuerpo: una construcción social*. El portal educativo del Estado. www.educ.ar.com.
3. CONSTAN, Albert. (2003) *El metrosexual*. www.gaygdl.com/metrosexual.html.
4. DELLA BITTA, Albert y LOUDON, David. (4º Edic.) (1997). *Comportamiento del Consumidor*. México: Mc Graw Hill.
5. DIAZ, Pablo; PANDOLFI, Paola y PERFETTI, Romina. (1999) *El atractivo físico*. www.udec.cl/ivalfano/apsique/soci/attractivo.html.
6. DROBY, Hernán (2006). *El nuevo consumo masculino*, TENDENCIA, 17, 92-93.
7. FISCHER, Gustavo (1992) *Campos de Intervención en la Psicología Social*. Madrid: Narcea.
8. FLOCKER, Michael. (2004) *El metrosexual*. Mexico: Pinter.
9. GANDARA, Mariana. (2005). *Hombre mirando al espejo*, Revista Tendencia, 11, 79-80.
10. KOTLER, Philip. (8º Edic.) (1996) *Dirección de mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
11. LE BRETON, David. (1995) *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.
12. LEON, José Luis y OLABARRIA, Elena. (1993) *Conducta del Consumidor y Marketing*. Buenos Aires, Argentina: Deusto.
13. LIPOVETSKY, Gilles. (2002) *La era del vacío*. Barcelona, España: Anagrama.
14. LLAGUNO, Marta. (2002). *La tiranía de la apariencia en la sociedad de las representaciones*. www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina50mayo/5005/mllaguno.htm.
15. MACKINLAY, de Patricia. (2000) *Los Narcisos de la Posmodernidad*. Justiniano.com.

16. MC PHAIL FANGER, Elsie. (2002). *Cuerpo y cultura*. Revista Electrónica Razón y Palabra.
www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n25/emcplail.html.
17. MONSERRAT, Herrero. (2002) *La moda en la posmodernidad*. .
www.humanitas.cl/biblioteca/articulos/d0101
18. MUCHINIK, G. y SEIDMAN. (1983)*La noción de actitud*. Ficha de Cátedra de psicología social, Universidad de Belgrano. Buenos Aires.
19. PEREZ PAREJO, Ramon.(2006) *El canon de belleza a través de la historia..*
[www.sexualidad.wordpress.com/2006/11=06/el-canon-de-belleza-a-traves-de-la-historia/html](http://www.sexualidad.wordpress.com/2006/11/06/el-canon-de-belleza-a-traves-de-la-historia/html)
20. PETERSEN, Javier Rodríguez. (2006) *El hombre, cada vez mas lejos del oso*. Revista Mercado, N° 1054. www.mercado.com.ar
21. REY, Juan (1999) Un nuevo arquetipo (masculino) para un nuevo consumidor (masculino). Red de Revistas Cientificas de America Latina y el Caribe. Grupo Comunicar. www.redalvc.uaemex.mx
22. RIVAS, Javier Alonso.(1997) *Comportamiento del Consumidor*. Madrid, España: Esic.
23. ROJAS, Enrique.(2002) *El hombre light*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.
24. SHIFFMAN, León y KANUK, Leslie. *Comportamiento del Consumidor*. México: Prentice Hall.
25. TERENCE, Qualter.(1996) *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*. España: Paidós Ibérica.
26. VANDER ZANDEN, James.(1986) *Manual de psicología social*. Barcelona, España: Paidós.
27. VIEYTES, Rut.(2004) *Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad*. Buenos Aires, Argentina: De las Ciencias.

Anexo

“Haz sólo lo que amas y serás feliz, y el que hace lo que ama, está benditamente condenado al éxito, que llegará cuando deba llegar, porque lo que debe ser será, y llegará naturalmente.”

Facundo Cabral

Guía de Pautas

Sociedad y Consumo.

- Valores con los que califica a la sociedad actual.

Cuénteme como ve a la sociedad en general.

¿Con qué valores caracterizaría a la sociedad en la que vivimos?

- Medios de comunicación utilizados para informarse.

¿Qué medio de comunicación utiliza para mantenerse informado o leer sobre temas de su interés?

Mencione 3 nombres de revistas que recuerde.

- Hábitos de consumo.

¿Cuáles son las compras que le generan placer realizar?

¿En qué actividad o producto gasta su dinero fuera del consumo necesario?

Si visita un hipermercado, ¿qué sección es la que mas visita?

- Actividades realizadas en el tiempo libre.

¿Qué actividades realiza en su tiempo libre?

Sociedad y Cuerpo.

- Vinculación de los valores sociales con la apariencia física.

Lucir bien estéticamente ayuda a.....

¿Considera importante el cuidado de la imagen del cuerpo en las personas? ¿Por qué?

Un hombre es exitoso cuando....

- Aspectos que consideran que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia.

¿Qué aspectos considera que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia frente a los demás?

- Opinión sobre el cuidado de la imagen del cuerpo en los hombres.

¿Qué opinión tiene respecto a los hombres que poseen un cuidado especial sobre su apariencia física? ¿Por qué cree que lo hacen?

Mencione palabras que la siguiente imagen le sugiera (Imagen presentada en la siguiente página)

Consumo y Cuerpo.

- Factores relaciones con el cuidado de la imagen del cuerpo.

¿Cuáles son las partes del cuerpo, o los detalles de su imagen por las cuales más se preocupa?

¿Se mantiene informado sobre los productos o servicios que salen al mercado dedicados a mejorar el aspecto físico? ¿De dónde obtiene esa información?

- Instrumentos utilizados para mejorar la imagen del cuerpo.

¿Realiza algún tipo de tratamiento para el cuidado de la estética de su cuerpo?

- Actividades físicas que realiza.

¿Realiza algún tipo de actividad física?

¿Con qué frecuencia?

- Motivos por los realiza actividades físicas.

¿Cuáles son los motivos por los cuales realiza algún tipo de actividad física?

- Productos corporales que utiliza.

¿Qué productos utiliza para el aseo corporal? ¿Qué productos utiliza para el cuidado del cuerpo?

¿Quién los compra? ¿En dónde los compra?

- Importancia que se otorga a la marca de los productos.

Un hombre consume marcas de primera línea porque.....

Al momento de la compra de un producto para el cuerpo, ¿tiene en cuenta la marca de estos productos?

- Atributos que se tienen en cuenta al momento de la compra.

Al comprar un producto cosmético, ¿qué atributos analiza o tiene en cuenta antes de realizar la compra?

- Importancia otorgada a la moda.

¿Considera que es importante estar a la moda en lo que se refiere a vestimenta?

¿Con qué frecuencia compra algún tipo de vestimenta?

- Factores sociales involucrados en los comportamientos (grupos de referencia, y su influencia)

Al momento de tomar decisiones un hombre debe dar importancia a la opinión de.....

En una reunión de amigos o pares, ¿Cuáles son los temas de los cuales mas se hablan?

¿Pide consejos a alguna persona sobre la manera de vestir?

¿A qué personas acude para pedir consejos al momento de realizar compras de productos para el cuidado de la imagen del cuerpo?

¿Cuál es su reacción ante opiniones desfavorables sobre su manera de vestir?

Muchas mujeres dicen: “No me gusta el hombre que demora mas tiempo que yo arreglándose” ¿por qué cree que opinan así?

Imagen presentada en la entrevista



	Entrevista N° 1. Juan	Entrevista N° 2. Martin
Edad Ocupación.	25 años. Estudiante de Diseño Gráfico.	27 años Estudiante de Ciencias Económicas.
La sociedad en general	<p><i>“ somos rehenes a un chat o a un celular en donde han desaparecido considerablemente las relaciones cara a cara”</i></p> <p><i>“El hombre se ha convertido en un consumista desesperado, hoy en día lo material esta en primer plano y representa para la gran mayoría de la sociedad un nivel de status”.</i></p>	<p><i>“...con claras fuerzas que tiran hacia el individualismo”</i></p>
Valores		<p><i>“...con una alta velocidad que no da tiempo a los procesos de comprensión y asimilación de la persona como tal.”</i></p> <p><i>“No importa si no sabes que hacer de tu vida, o que querés para ella, lo que interesa es que estés haciendo algo porque sino perdés el colectivo del éxito.”</i></p>
Opinión respecto a que la mujer ocupe puestos y lugares que antes eran ocupados solo por hombres.	<p><i>“Ya es tiempo de que nos demos cuenta de que las diferencias de sexo no tienen nada que ver con el potencial que uno tiene”.</i></p>	<p><i>“Me parece perfecto...”</i></p> <p><i>“La mujer va a querer demostrar que puede ser más eficiente que el hombre, y éste lo será para no perder su posición y a la vez competir con ellas , por eso es que no solo basta con ser buen profesional. Ellas se metieron en el ámbito laboral, nosotros nos meteremos en sus ámbitos, eso ya esta aceptado.”</i></p> <p><i>”.</i></p>
Medios de comunicación utilizados para informarse.	<p><i>“En la actualidad utilizo la web, ingresando por la mañana apenas me despierto”</i></p> <p><i>“Creo que va a llegar un momento en el que la gente solo va a comprar los diarios por los clasificados, que es lo que no sale en Internet.”</i></p>	<p><i>“Internet”</i></p>
3 nombres de revistas.	<p><i>“Muy interesante, Pc Users, Gente”</i></p>	<p><i>“Gente, caras, nacional geographic”</i></p>
Persona que realiza las compras de uso diario.	<p><i>“Como vivo solo y no tengo a nadie que me lo haga, siempre me encargo yo de hacer las compras. Si tuviera a alguien que me haga las compra, no</i></p>	<p><i>“Mis padres”</i></p>

	<i>las haría”</i>	
Compras por placer	<i>“Ningún tipo de compra me genera placer, al contrario me da mucha fiaca hacerlas.”</i>	<i>“Aquellas que se relacionan con productos que refuerzan el ego. Cualquiera que sea, que logre diferenciarme del resto”. “Ropa de marca, tecnología, automóviles”</i>
Secciones mas visitadas en un hiper.	<i>“La sección de fiambres, y la de tecnología.”</i>	<i>“Sector de tecnología, música y libros”</i>
Gastos fuera del consumo necesario.	<i>“gasto mucho en salir de noche los fines de semana” “Y en relación a un producto me gusta mucho gastar en tecnología y en ropa. “</i>	<i>“En actividades de goce personal, tales salidas nocturnas sobre todo y muy de vez en cuando alguna que otra escapada a las sierras”.</i>
Actividades en el tiempo libre.	<i>“... ir al cine, ver televisión, internarme a jugar a un juego en la computadora aunque muchos digan que ya estamos grandes”. “disfruto mucho las salidas con mis amigos”.</i>	<i>“Generalmente realizo actividades que tienen que ver con el deporte. Salidas a correr y jugar al fútbol”.</i>
Temas tratados en reuniones de amigos.	<i>“Mujeres obviamente” “ hablamos sobre productos nuevos que salen relacionados con la tecnología, parecemos obsesivos con esos temas”</i>	<i>“Desde hace un tiempo el tema más tratado es el laboral, seguido por relaciones de pareja, mujeres y fútbol”.</i>
Un hombre es exitoso cuando...	<i>“...hace lo que realmente le gusta y disfruta hacerlo día a día”.</i>	<i>“logró cumplir sus objetivos personales que se plantó”</i>
Lucir bien estéticamente ayuda a ...	<i>“dar una buena imagen”</i>	<i>“generar una buena imagen”</i>
Al momento de tomar decisiones un hombre debe dar importancia a la opinión de...	<i>“sus viejos en el caso de ser soltero o a su familia en el caso de ser casado pero como dice el dicho, el diablo sabe más por viejo que por malo”.</i>	<i>“aquellas personas a las que le otorga autoridad en los temas tratados. Para temas laborales a quien considera importante, para temas personales a quien considere importante, y así para el resto”</i>
Un hombre consume marcas de primera línea porque...	<i>“tiene el poder adquisitivo para adquirirlas y aunque cueste reconocerlo por otras personas es mucho mejor la calidad y los diseños se destacan”.</i>	<i>“le brindan seguridad, refuerzan el ego y lo diferencian de quienes no lo hacen”</i>
Palabras que la imagen sugiere	<i>“Belleza. Juventud. Dinero. Ocio. Feminismo. Placer. Descanso. Metrosexual”</i>	<i>“Uñas, Cuidado, Delicadeza, Esteticismo, Exageración, Posmodernismo, Urbanidad, Comodidad.”</i>

<p>Aspectos que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia.</p>	<p><i>“estar bien vestido, de acuerdo a la ocasión que se le presente, cortadito el pelo, bien peinado y afeitado”.</i></p>	<p><i>“Debe poseer estilo. Sofisticación”.</i> <i>“Cuidarse de no caer en el absurdo (grasa) y tampoco de pecar de simplista”.</i></p>
<p>Opinión sobre el cuidado del cuerpo en las personas.</p>	<p><i>“Si, muy importante. Un cuerpo bien cuidado, ya sea delgado, no importa que sea tampoco demasiado, da la impresión de una persona sana. A las mujeres se les exige demasiado con este tema, pero nosotros los hombres deberíamos cuidarnos un poco mas, y dejarles de exigir solo a ellas.”</i></p>	<p><i>“lo considero importante porque como reza la frase no hay una segunda oportunidad para causar una primera impresión. Todo ingresa por los ojos”.</i></p>
<p>Opinión respecto al cuidado de la apariencia física en los hombres.</p>	<p><i>“Me parece bien que tanto la mujer como el hombre se cuiden. Si lo que se quiere lograr es mantenerse joven, con una buena presencia, con un buen estado físico, me parece perfecto.”</i> <i>“Pero no acepto que se pinten las uñas por ejemplo, y que los hay, los hay de esos. “</i> <i>“... pero algunos pueden catalogarse de gays, la gente los cataloga así.”</i></p>	<p><i>“Me parece bien el hombre que goza de estilo y sofisticación (valores altamente reiterados e importantes) pero sin perder la imagen masculina. No confundamos con aquellos aparatos que se producen y parecen muñecos de torta. El hombre debe saber combinar ciertos cuidados de su imagen sin perder masculinidad”</i> <i>“Lo hacen por un simple objetivo: mujeres”.</i> <i>“El hombre hoy también sabe jugar al histeriqueo, a la seducción y lo hace mediante la belleza”</i> <i>“El hombre que es pretendido por las mujeres, automáticamente es respetado por sus pares masculinos y tomado como referente”.</i></p>
<p>Actividad física que realiza.</p>	<p><i>“Trato de realizar actividad física todas las semanas, 3 o 4 veces a la semana”</i> <i>“Hago de todo un poco, voy al gimnasio, y practico deportes con amigos, como jugar al tenis. Como vivo cerca del parque salgo a correr, es algo que me despeja mucho”.</i></p>	<p><i>“salgo a correr, juego al fútbol, y suelo ir al gimnasio. Una o dos veces por semana para cada actividad.”</i></p>
<p>Motivos por los que realiza actividad física.</p>	<p><i>“Primero como una cuestión estética, para mantenerme en un buen peso, para bajar el alcohol de los fines de semana (risas), y el asadito también. Y segundo para mejorar mi estilo de vida y sentirme mejor de salud”.</i></p>	<p><i>“El motivo principal es para quemar calorías y energías, de otra manera sería muy sedentario. Esto trae como resultado sentirme a gusto conmigo mismo”.</i></p>

Detalles de la imagen que más cuida.	<i>“La ropa, o sea...la manera de vestir en general”.</i>	
Tipo de tratamiento estético que realiza. (si los realiza)	<i>“... cuando lo necesite calculo que iré, o cuando sea mas normal que los hombres vayan a institutos. Deberían haber algunos solo para hombres, o por lo menos yo no se que existen”.</i>	
Productos corporales que utiliza.	<i>“Los tradicionales, jabón y shampoo, una crema enjuague, espuma para afeitarse. Algunas veces llegue a usar crema, porque tenia las manos paspadas, pero no era mía”.</i>	<i>“Jabón y shampoo”</i>
Persona que compra los productos corporales que utiliza. Lugar en donde compra.	<i>“Siempre los compro yo, ya te dije hago las compras yo., o sea que si o si tengo que ir a comprar yo estas cosas”.</i> <i>“En un supermercado, o en alguna farmacia o perfumería. Todo depende de si encuentro o no las marcas que yo uso”.</i>	<i>“los compra mi vieja en el hipermercado”</i>
Importancia de la marca de los productos corporales.	<i>“Con los jabones generalmente cambio de marcas, pero si tengo mis marcas preferidas, una o dos de shampoo y crema enjuague. Con respecto a la crema de afeitarse hace ya dos años que compro la misma marca, a pesar de haber probado algunas nuevas.”</i>	<i>“la marca no me interesa”</i>
Importancia que otorga a la moda.	<i>“No lo considero sumamente importante, si no que depende de los gustos de las personas”.</i> <i>“Por mi parte, trato de estar a la moda, pero manteniendo mi estilo, no me gusta que todos se vistan de la misma manera”.</i>	<i>“Si, me parece muy importante estar actualizado con respecto a la moda”.</i>
Muchas mujeres dicen: “No me gusta el hombre que demora más tiempo que yo arreglándose”, ¿por qué cree que opinan así?	<i>“Porque pierden el protagonismo (risas). En realidad pienso que las mujeres dan por hecho que el hombre tiene que demorar mucho menos debido a que no se tiene que peinar ni pintarse y agarran una camisa y en pantalón y listo...”</i>	
Reacción ante opiniones		

desfavorables sobre la manera de vestir.		
Tiempo que ocupa en arreglarse para asistir a una reunión social.	<i>“Entre el baño y el proceso de selección de la indumentaria unos 30 minutos”.</i> <i>“...el día que tenga algo importante, como mi casamiento, seguramente demoraré mas (risas)”</i>	<i>“45 minutos con baño incluido”</i>
Frecuencia con la que compra vestimenta.	<i>“...me da mucha fiaca salir de compras, vestimenta me compro cuando tengo plata y ganas”.</i>	<i>“Cada 8 – 12 meses”.</i>
3 marcas del rubro indumentaria.	<i>“Ona Saez, Bowen, Levis”</i>	<i>“Bensimon, Nasa, Bokura”</i>
Opinión respecto de las cirugías estéticas. Intención de realizarse alguna.	<i>“Si puede ser no lo descarto más adelante cuando tenga más años”.</i>	<i>“No”</i>
Atributos que tiene en cuenta en la compra de un producto cosmético.	<i>“No suelo comprar productos cosméticos si llego a usar alguno normalmente se lo pido prestado a algún integrante de mi familia”.</i> <i>“...si tendría que comprar tendría en cuenta la marca del producto, si es conocida o no, si es conocida por ser una buena marca y ofrecer buenos resultados, para eso suelo leer las características de los productos en los empaques.”</i>	<i>“Ninguno, no compro”</i>
Información sobre el cuidado del cuerpo.	<i>“La verdad que no me interesa mucho, no te voy a mentir que no escucho de esos temas pero no le doy tanta importancia”.</i>	<i>“no me mantengo informado”</i>
Personas a los que pide consejos.	<i>“A nadie normalmente, en una de esas puedo consultar donde se consiguen a algún amigo o conocido”.</i>	<i>“A ninguna”</i>

	Entrevista N° 3. Alejandro.	Entrevista N° 4. Daniel.
Edad	30 años	35 años
Ocupación.	Contador	Empresario.
La sociedad en general	<i>“ la codicia del hombre”</i>	
Valores		<i>“Esta sociedad maneja valores que son el poder, el tener plata y el placer”</i>
Opinión respecto a que la mujer ocupe puestos y lugares que antes eran ocupados solo por hombres.		<i>“no creo que me podría haber casado con una mujer que no tenga sus propias metas y proyectos.”</i>
Medios de comunicación utilizados para informarse.	<i>“Internet, diarios, los diarios los compran en casa. A Internet entro todos los días, y leo de todo un poco, visito distintas páginas”.</i>	<i>“Para informarme, reviso en casa todos los días La voz del interior, pero cuando llego a mi oficina entro a algunas páginas de Internet, en donde puedo encontrar algunas informaciones mas detalladas y leer las noticias desde distintas perspectivas.”</i>
3 nombres de revistas.	<i>“Hombre, Gente y Diario OLE”</i>	<i>“Te voy a mencionar más que todo revistas que compro para despejarme un poco. Parabrisas, que es sobre autos. Revista Noticias y Buena salud. “</i>
Persona que realiza las compras de uso diario.	<i>“Obviamente que mi vieja”</i>	<i>“En casa tenemos una mujer que cocina y es ella la que hace las compras necesarias para todos los días. A pesar de eso, igual con mi mujer una vez por mes vamos al hiper a hacer una compra grande.”</i>
Compras por placer	<i>“me gusta ir al super de vez en cuando”</i>	<i>“disfruto comprando libros, también soy un amante de los buenos vinos, tengo una pequeña bodega en casa, y ahí es donde los voy colocando, mas que todo me gusta tener siempre algún buen vino por si se me presenta una reunión o algo inesperado.”</i>
Secciones mas visitadas en un hiper.	<i>“Todo lo que tiene que ver con comida” “La parte de tecnología, electrodomésticos, informática.”</i>	<i>“Cuando vamos al hiper con mi mujer siempre nos separamos, ella va por las secciones de</i>

		<p>limpieza y comidas y yo me escapo para la sección de bebidas. Otra sección que visito y me olvide de nombrarte en la pregunta anterior es la de perfumería, me gustan los perfumes, y aunque en un hipermercado uno no puede encontrar mucha variedad de perfumes, igual visito esa sección. “</p>
<p>Gastos fuera del consumo necesario.</p>	<p>“En deporte y salidas sociales” “En lo que se refiere a deportes, hablo de jugar al paddle por ejemplo, esas salidas también cuestan, aparte....generalmente después ir a jugar nos vamos a tomar algo, y terminamos cenando también. Y salidas sociales, son los fines de semana, desde el jueves, siempre salgo a tomar algo con mis amigos, después a bailar, o salir al cine por ejemplo con alguna chica”.</p>	<p>“adornar e ir renovando partes de la casa, nos dedicamos los fines de semana a arreglar las plantas del jardín o comprar algunas nuevas, somos clientes fieles de un vivero” “me gusta hacerme pequeños regalos, como algo de ropa, o un buen perfume, más que todo es en eso en lo que mas gasto.”</p>
<p>Actividades en el tiempo libre.</p>		<p>“trato de disfrutarlo con mi familia, salgo mucho con mis hijos varones” “Después salimos con parejas amigas, y a veces nos juntamos también los varones solos, y las mujeres por otro lado, sabemos que cada sexo habla de temas distintos también “.</p>
<p>Temas tratados en reuniones de amigos.</p>	<p>“De todo, deporte, política, sociales, mujeres, filosofamos también, algo de religión, no se porque siempre hablamos de religión, pero cuestionando la religión.”</p>	<p>“hablamos de asuntos personales, desde los hijos y hasta a veces de la pareja, aunque muchos crean que los hombres no hablamos de esos temas, lo hacemos”. “ estamos todos cerca de los 40 y ya hay temas de la salud que nos empiezan a preocupar, o nos enteramos de personas cercanas que ya empiezan a tener ciertos problemas de salud relacionados con la edad, y bueno...uno tiene que empezar a tomar algunos recaudos para evitar eso”.</p>

Un hombre es exitoso cuando...	<i>“logra lo que se propone y lo que siempre quiso hacer, hablando de negocios, mujeres etc.”</i>	<i>“consigue formar una buena familia y tiene una situación económica que te permita vivir tranquilo.”</i>
Lucir bien estéticamente ayuda a ...	<i>“ser sociablemente mas aceptado que otras personas no tan bien parecidas”</i>	<i>“que los demás te vean mas joven. Y sentirse bien con uno mismo.”</i>
Al momento de tomar decisiones un hombre debe dar importancia a la opinión de...	<i>“las personas que el piensa que lo quieren y que sean idóneas en el tema, familia y amigos cercanos”</i>	<i>“las personas que le importen, en mi caso...mi familia, y algunos amigos mas allegados.”</i>
Un hombre consume marcas de primera línea porque...	<i>“supuestamente es la mejor calidad de producto, otro poco para diferenciarse del resto”</i>	<i>“es complicado porque sabemos que no es por la calidad. Yo consumo este tipo de marcas, pero uno sabe que está comprando mas que todo por la marca y no por la calidad, de todas maneras igual lo compramos.”</i>
Palabras que la imagen sugiere	<i>“comodidad, ostentación, perfeccionista, exageración, cuidado, trabajo, rebajarse o necesidad”</i>	<i>“Estética. Preocupación. Status. Juventud. Éxito. Spa. Placer. Ocio. “</i>
Aspectos que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia.	<i>“la salud, el sentido común, los modales, la simpatía, la figura física”</i>	<i>“estar seguro de uno mismo, en mi profesión aprendí mucho de eso, la seguridad vende, y yo vendo”. “todos compramos la imagen de otro, o nos vendemos como queremos que nos vean, de la seguridad de uno depende que los demás nos vean como queremos que nos vean.”</i>
Opinión sobre el cuidado del cuerpo en las personas.	<i>“Lo considero importante siempre que sea en términos normales” “Porque parece que si uno no es delgado no es exitoso, la sociedad presiona mucho para eso. “</i>	<i>“Y en estos tiempos, tener una buena presencia requiere también de una estética o un cuidado del cuerpo aunque sea mínimo. Muchas veces, y me incluyo, uno contrata a secretarias por ejemplo, mas que todo por la apariencia y no por la capacidad, obviamente en unos meses uno se da cuenta del error que cometió” “el cuidar el aspecto físico es bueno, porque aparte de</i>

		<i>ayudarnos en la vida, nos ayuda a sentirnos mejor y más seguros.”</i>
Opinión respecto al cuidado de la apariencia física en los hombres.	<i>“...me parece muy bueno, siempre que sea en los términos normales” “...empatan la salud y la vanidad” “...para verse lindos”</i>	<i>“Me parece que tanto el hombre como la mujer deben cuidar su imagen, su cuerpo, mantenerse saludable, por lo tanto estoy de acuerdo en que el hombre debe preocuparse por su físico y otras cuestiones que tienen que ver con la apariencia” “...porque no para seducir, a pesar de no estar buscando a alguien o de ser personas casadas por ejemplo, igual nos gusta que nos halaguen. También es cierto que cuando uno llega a esta edad, aparte de cuidar un poco la salud, debe tener otros cuidados para no envejecer demasiado rápido , para que las señales por así decirlo, de la vejez no aparezcan cuando uno tenga 40, si no...un poco mas de años.”</i>
Actividad física que realiza.	<i>“gimnasio y deportes como fútbol, tenis y padel” “normalmente sería tres días a la semana, aunque aspiro a que sean mas días”</i>	<i>“Lo único que hago de actividad física es ir a un gimnasio tres veces por semana, una hora, porque no tengo más tiempo. En realidad, me debería buscar un tiempito y hacer más actividades”</i>
Motivos por los que realiza actividad física.	<i>“...el primero es por gusto, el segundo es por salud y tercero por verse mejor”</i>	<i>“Justamente pasa por un tema estético, y tratar de no tener esa pancita de casado” “Lo que pasa es que llevamos una vida muy agitada, como sabrás una de las grandes enfermedades de ésta época es el estrés, la depresión, y bueno...no quiero caer en eso”.</i>
Detalles de la imagen que más cuida.	<i>“...la panza” (risas). “Y trato de quemar calorías, ya sea haciendo deporte o en el gimnasio, después estoy bastante conforme con mi cuerpo.”</i>	<i>“Obviamente que a los 40 uno no se fija en las mismas cosas que a los 20” “A los 20 quería tener un físico marcado, ahora aparte de eso,</i>

		<p>también me ocupo de cuidarme mas en las comidas, parece que cuando uno se pone grande engorda más. Voy a sincerarme y te voy a contar que uso las cremas antiarrugas que usa mi mujer, y me compro lociones y shampoo para evitar la caída del cabello.”</p> <p>“las tengo a mano y no tengo que ir yo a comprármelas, a lo mejor lo haga algún día.”</p>
<p>Tipo de tratamiento estético que realiza. (si los realiza)</p>	<p>“No realizo”.</p> <p>“...no tendría ningún problema”</p>	<p>“No, en este momento no realizo ningún tratamiento, pero si estoy averiguando y tengo la intención de empezar en Hair Recovery.”</p> <p>“Tengo algunos amigos que van, y les está funcionando”.</p>
<p>Productos corporales que utiliza.</p>	<p>“...desodorante, jabón, shampoo, perfume, maquinita de afeitarse, espuma de afeitarse, dentífrico, crema de enjuague para el pelo etc.”</p>	<p>“La verdad que el botiquín de mi baño esta repleto de productos cosméticos, algunos de mi mujer, la mayoría. Pero yo también suelo comprar, bueno...shampoos de varias marcas, estas lociones que te dije, lociones para después de afeitarse, muchos perfumes, y después todo lo que usa una persona.”</p>
<p>Persona que compra los productos corporales que utiliza. Lugar en donde compra.</p>	<p>“...yo me encargo generalmente”</p>	<p>“Yo suelo comprar varias de esas cosas, salvo los jabones o los dentífricos, lo que compro son los perfumes o las lociones para el pelo”.</p> <p>“Y por ejemplo, los perfumes, depende de que perfume sea, tengo importados, y otros que no. Los importados los compro en una perfumería, y los demás, en farmacias, o también en catálogos. Ahora no, pero hace un tiempo una secretaria de mi empresa vendía por catálogo y le pedíamos varias cosas de ahí. “</p>
<p>Importancia de la marca de los productos</p>	<p>“si, siempre”</p> <p>“...cambio muy poco, generalmente la misma”</p>	<p>“Como te dije, en mi botiquín hay productos de todas las marcas, desde las mejores o</p>

<p>corporales.</p>		<p><i>más caras, hasta las mas baratas, pero la verdad es que siempre terminando usando las mismas.”</i></p>
<p>Importancia que otorga a la moda.</p>	<p><i>“si, porque es a lo que te empuja la sociedad”</i></p>	<p><i>“actualizado, y también un poco juvenil. Mis hijos son chicos, tengo 35 años, y creo que uno debe mantenerse juvenil para los hijos también, y influye mucho la vestimenta. Además de eso, todos sabemos que hay que estar si o si un poco a la moda...que se yo, tengo zapatos que ya no se usan, y bueno...me tengo que comprar otros, es así.”</i></p>
<p>Muchas mujeres dicen: “No me gusta el hombre que demora más tiempo que yo arreglándose”, ¿por qué cree que opinan así?</p>	<p><i>“porque estamos en una sociedad machista, y hay costumbres que de romperse no se ven bien, o sea que el hombre que demora mas que una mujer, o queda como histérico vueltero o como maricon, el que te guste.”</i></p>	<p><i>“Y porque están acostumbradas a ser el centro de la elegancia, y no les gusta ver que su pareja se arregle como ellas, o mejor dicho...que demore el mismo tiempo arreglándose. Creo que es algo que nunca van a entender: Reconozco que deben haber hombre que demoran o se dedican excesivamente a arreglarse, pero también nosotros tenemos el derecho de lucir bien. Deberían estar orgullosas de eso, y no renegando por eso. Y tenes totalmente razón con esto, porque lo escuche, y porque se de mucho que son así, y de mujeres que hicieron alguna vez este comentario. Por suerte mi mujer no es así”.</i></p>
<p>Reacción ante opiniones desfavorables sobre la manera de vestir.</p>	<p><i>“puede ser que me moleste, pero nunca lo haría saber, yo me río y le resto importancia”</i></p>	<p><i>“Y obviamente que depende de quien venga esa crítica. No suelo darle mucha importancia, pero si vienen de mis hijos por ejemplo si porque ellos me ayudan a verme un poco mas juvenil, aunque no lo creas.”</i></p>
<p>Tiempo que ocupa en arreglarse para asistir a una reunión social.</p>	<p><i>“si no me afeito, media hora. con afeitada unos 45 minutos”</i></p>	<p><i>“Soy una persona que tiene muchas reuniones sociales, y demoro más o menos una hora o quince minutos más, es más o</i></p>

		<i>menos el tiempo que planeo antes de tener que salir.”</i>
Frecuencia con la que compra vestimenta.	<i>“Depende la época, ahora que comenzaron los días frescos por ejemplo me fui a comprar algunas cosas, y en un día me compre tres prendas, pero después puedo pasar un mes sin comprarme nada. “</i>	<i>“puedo salir y comprar tres camisas en un día, y después paso un mes sin comprarme nada. Lo que si te puedo decir es que me gusta la ropa”</i>
3 marcas del rubro indumentaria.	<i>“nasa, legasi, levis”</i>	<i>“La Martina, Adidas y Levis.Son las que mas uso yo.”</i>
Opinión respecto de las cirugías estéticas. Intención de realizarse alguna.	<i>“nooooo, nunca”</i>	<i>“No, todavía no, pero si alguna vez lo necesitara, lo haría. A lo mejor si se que no se va a notar o que no me va a quedar super estirada la cara por ejemplo, en algún momento me sacaría un poco de arrugas, me estoy sincerando (risas). Pero tendría que ver que sea un excelente cirujano y que tenga buenas referencias obviamente.”</i>
Atributos que tiene en cuenta en la compra de un producto cosmético.	<i>“la calidad del producto, o sea la marca, con características que necesite para mis cuerpo”</i> <i>“mira las cosas que preguntas cheee”</i>	<i>“Y generalmente tengo en cuenta la marca, que sea conocida. Va, hay muchas marcas conocidas, pero compro alguna que este entre las mejores o mas caras, en ese caso seria precio calidad”</i> <i>“al no tener tanta información creo que uno hace eso, vas y compras alguna de las que este entre las mas caras.”</i>
Información sobre el cuidado del cuerpo.	<i>“solo me interesa el tema de los alimentos”</i>	<i>“No estoy buscando constantemente información sobre eso, pero si, cuando encuentro artículos los leo porque me interesan. Y cuando veo en alguna farmacia o perfumería algún producto nuevo que me interese directamente voy y lo compro para probarlo. Veo que ahora recién están saliendo algunos para los hombres, y eso esta bueno...igual no son tantos los que hay. “</i> <i>“Más que todo en Internet. Y algunas cosas sobre actividad</i>

		<i>física o alimentación las leo en revistas especializadas como salud Vital o Buena Salud. “</i>
Personas a los que pide consejos.	<i>“siempre es bueno el consejo de alguien, pero yo compro lo que me gusta y lo que me calza bien”</i>	<i>“Si, a mis hijos...ellos me acompañan generalmente, más el varón”</i>

	Entrevista N° 5. Jaime.	Entrevista N° 6. Manuel.
Edad	32 años	29 años
Ocupación.	Dj	Chef
La sociedad en general	<i>“consumidora, egoísta”.</i>	<i>“Otro tema que podría mencionar y que la verdad no entiendo como puede pasar, que justo hoy mire un informe es la bulimia y la anorexia, que cada vez se producen en edades mas jóvenes, y parece que en los hombres también, pero eso es producto de la exigencia que se tiene por verse cada días mas flacos, como si ser flaco fuera ser lindo y exitoso. “</i>
Valores	<i>“Una sociedad ignorante que solo se interesa por los reality. Las 24 horas del día los medios se ocupan de este tipo de programas, y cada vez menos de informar o educar, pero será que la gente necesita distracción.” “materialismo, reflejado en el gran consumo de productos y en la importancia que le damos mas halla del uso básico. También creo que somos egoístas, individualistas, pensamos solamente en nuestro bien, sin pensar en el bien de todos.”</i>	<i>“relacionándolo con lo anterior te diría que es una sociedad estética, todo pasa por el cuerpo. “</i>
Opinión respecto a que la mujer ocupe puestos y lugares que antes eran ocupados solo por hombres.	<i>“Me parece correcto, velo por la igualdad de condiciones, pero también puedo ver que anteriormente vivíamos en una sociedad machista y debido a eso surge el movimiento feminista, ambos términos son discriminadores”</i>	<i>“al principio uno tiene un poco de rechazo y siente que están ocupando lugares que solo son nuestros, pero ya demostraron que son igual de capaces que nosotros. Ya es tiempo de que se deje de pensar que la mujer solo tiene que ser ama de casa, eso es para las generaciones viejas. “</i>
Medios de comunicación utilizados para informarse.	<i>“Tv, internet. Soy un adicto a estos dos medios, en mi casa la computadora nunca se apaga, estoy conectado las 24 horas del día. Eso no significa que esté sentado frente a la compu todo el día. “</i>	<i>“Diarios no compro, solamente uso Internet. Lo que si compro son algunas revistas. “</i>
3 nombres de revistas.	<i>“Gente, Gráfico y Caras”</i>	<i>“La revista de Gourmet, por mi profesión. Revista Tendencia y el Gráfico obviamente. “</i>
Persona que realiza	<i>“Yo, porque vivo solo. Aunque cuando</i>	<i>“Generalmente mi madre,</i>

las compras de uso diario.	<i>voy a la casa de mis padres también suelo hacer mis compras. En esto parezco un ama de casa, pero me gusta hacer las compras. “</i>	<i>aunque yo suelo hacer algunas compras cuando ella no puede ir o estoy de pasada por el super. “</i>
Compras por placer	<i>“Todo lo relacionado con la electrónica. Parte de mi profesión que me exige que este actualizado con la música por ejemplo, disfruto mucho de ver todo lo nuevo que sale sobre productos de tecnología. Compro mucha música por Internet, porque a veces no consigo en las diskerias lo que estoy buscando. “</i>	<i>“Ropa y más ropa”. “ Y obviamente productos gastronómicos”</i>
Secciones mas visitadas en un hiper.	<i>“Y la parte de electrónica. Está bueno de ir a hacer compras de alimentos por ej, y dar una vueltila viendo otras cosas que a uno le gusta. “</i>	<i>“La sección de perfumería, me gusta ver si hay nuevos productos.” “También trato de ver si hay algo que se sirva para probar nuevas recetas de comida, aunque muy pocas veces encuentro cosas nuevas, así que los compro en negocios específicos. “</i>
Gastos fuera del consumo necesario.	<i>“Y sigo con lo mismo, electrónica, parezco un obsesivo con esto, pero es así. “</i>	<i>“Y como te dije antes gasto mucho dinero en ropa. También gasto demasiada plata en productos gastronómicos, pero es necesario para mi profesión, aunque muchas veces compre productos solo porque me gustan o me parecen diseños novedosos.” “Otra de las cosas que me interesan puede ser la tecnología, tratar de tener por ejemplo el último celular, o un celular relativamente nuevo, pero es una cuestión personal de querer estar actualizado. “</i>
Actividades en el tiempo libre.	<i>“me tomo mi tiempo para despejarme un poco y salgo a correr, a jugar al paddle con amigos. Casi todos los días me junto con alguno de ellos a cenar o almorzar. Llevo una vida social muy agitada, pero es lo que me gusta.”</i>	<i>“Depende del estado de ánimo que tenga, a veces me pongo a acomodar mis cosas, salir a comprar algo, ver tele, estar un tiempo en internet.”</i>
Temas tratados en reuniones de	<i>“hablamos de las parejas, las mujeres, es inevitable no entrar en ese tema. Y</i>	<i>“Como todos los hombres siempre hablamos de mujeres,</i>

amigos.	<i>aunque me cueste decirlo últimamente hablamos mucho de estos programas de televisión, como gran hermano o bailando por un sueño, yo odio que pase esto, pero uno se termina enganando con estas boludeces.”</i>	<i>También fútbol que es cuando empiezan las discusiones divertidas. Y después algún otro tema que surja en el momento. “</i>
Un hombre es exitoso cuando...	<i>“Tiene logros personales, sociales, económicos, reconocimiento.”</i>	<i>“logra tener todo lo que en algún momento soñó”</i>
Lucir bien estéticamente ayuda a ...	<i>“Sentirse bien, alimentar el ego, ser aceptado por ciertos grupos donde la estética es un valor principal.”</i>	<i>“tener una buena imagen frente a los demás, y muchas veces conseguir cosas que de otra manera no conseguiríamos.”</i>
Al momento de tomar decisiones un hombre debe dar importancia a la opinión de...	<i>“nadie a no ser que sea experto.”</i>	<i>“las personas de su círculo mas cercano, las que a él le importen.”</i>
Un hombre consume marcas de primera línea porque...	<i>“Aunque hablen de calidad, la verdad es que las primeras marcas son anclajes de seguridades y status.”</i>	<i>“son de buena calidad, y a veces simplemente por el prestigio de la marca.”</i>
Palabras que la imagen sugiere	<i>“Hombre, Estética, Pies, Status, Ego, Dinero, Descanso, Cuidado”</i>	<i>“Tratamiento, Cuerpo, Metrosexual, Adinerado, Soltero, Empresario, Spa, Juventud. “</i>
Aspectos que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia.	<i>“Orden y coherencia desde lo físico hasta lo social. Todo lo que se refiera a indumentaria y accesorios, estar limpio, arreglado, una buena conducta también siempre es bueno para tener una buena imagen.”</i>	<i>“Primero que todo, debe mantenerse seguro de sí mismo, una buena postura siempre refleja seguridad. Debe estar siempre arreglado, con un buen corte de pelo, vestimenta adecuada a la ocasión que se le presente, estar limpio, con un buen aroma, un perfume siempre seduce. “</i>
Opinión sobre el cuidado del cuerpo en las personas.	<i>“actualmente existen modelos que muchos seguimos y una de las características de estos modelos es ser delgado y lindo. “</i>	<i>“Primero en principal creo que el cuidado del cuerpo debe ser algo que todos deberían tener por una cuestión de salud, para evitar posibles enfermedades cuando uno se hace mas grande. Por otro lado, es lindo verse bien, y ver bien a los demás, debe ser importante, pero no traumático. “</i>
Opinión respecto al cuidado de la	<i>“Estoy de acuerdo en que los hombres nos cuidemos, no me parece que esté</i>	<i>“Me parece perfecto, pero a veces no lo asumen y yo</i>

<p>apariencia física en los hombres.</p>	<p><i>mal, y ahora es más normal que un hombre use una crema por ejemplo, que antes. “</i> <i>“Tengo mi teoría sobre eso, y es que las mujeres antes estaban solo en la casa, y no competían con el hombre, ahora la mujer salió a trabajar y demostraron que son buenas profesionales. Por lo tanto, el hombre, empieza a ver que no solo ser buen hombre o ser atractivo para por ser un buen profesional, si no que el cuidado del cuerpo, o el ser mas compañero de la mujer son armas de seducción también. “</i></p>	<p><i>también soy un poco así, porque algunos te ven como trolo. Lo que si veo es que las agencias de publicidad o los que se dedican a la imagen de las marcas pusieron el término metrosexual, porque suena bien y no queda como trolo. Mas o menos esa es la onda, tratar de hacer pensar distinto a la sociedad o hacer ver que los hombres también nos podemos cuidar y seguir siendo hombres”.</i></p>
<p>Actividad física que realiza.</p>	<p><i>“Corro, juego paddle. Mínimo una vez por semana, máximo 5 por semana”</i> <i>“Mira, a correr si o si voy tres veces por semana. Y jugar al paddle casi siempre es una vez por semana, raras veces vamos más de un día por semana. Lo que si ese día que vamos con mis amigos, estamos tres horas jugando. “</i> <i>“Y te podría decir que a la actividad física le dedico, si saco que salgo a correr 3 veces por semana, y después me junto una vez con mis amigos, una vez por semana a jugar al paddle, que estamos 3 horas mas o menos, tienes 6 horas, mira ...casi una hora por día...no está nada mal, pero tampoco es lo ideal...a lo mejor empiezo a aumentar un poco las horas, conozco algunos que están 2 horas por día”</i></p>	<p><i>“Hago actividad física, como correr o ir al gimnasio a hacer un poco de pesas. Voy al gimnasio de lunes a viernes, aunque como todos algunas veces falto alguno de esos días. Y correr, salgo generalmente 3 veces por semana.”</i></p>
<p>Motivos por los que realiza actividad física.</p>	<p><i>“Por una cuestión de salud, espero seguir haciendo actividad física hasta tener 70 años o mas, no me gustaría ser un viejo que apenas pueda caminar, tampoco tener una panza de casado o de viejo, por eso desde ahora me cuido. También lo hago por diversión y para despejarme un poco.”</i></p>	<p><i>“Ahora a esta edad el motivo por el que hago es para tener un buen físico, mantenerme en un peso saludable, aparte me gusta tener el cuerpo con los músculos marcados, no como una físico culturista, pero si que se vea bien. Calculo que hacer actividad física siempre me va a ayudar a que cuando llegue a la vejez pueda tener un buen estado y buena salud.”</i></p>
<p>Detalles de la imagen que más</p>	<p><i>“No tengo alguna parte o algo en particular, trato de hacer un cuidado</i></p>	<p><i>“Mira, cuido mas que todo mi limpieza, hay veces que me</i></p>

<p>cuida.</p>	<p><i>general de todo, tanto físico, mental. No se, desde cuidar el peso, hasta cuidar mi vestimenta, la presentación en si, hacia los demás. La primera imagen es muy importante muchas veces, sobre todo para seducir“</i></p>	<p><i>baño tres veces por día, mas en el verano. Después, cuido bastante mi cutis, lo tengo un poco graso y es algo que no me gusta por lo tanto hago algunas cosas para evitar eso. Y bueno, después lo normal, estar vestido de acuerdo a cada ocasión, estar bien vestido, tener un aspecto físico agradable, eso sería lo normal a todos, por lo menos estoy seguro que todos se cuidan en eso.”</i></p>
<p>Tipo de tratamiento estético que realiza. (si los realiza)</p>	<p><i>“Si trato de cuidarme con pequeñas cosas en mi casa, pero no voy a ningún lugar a realizar un tratamiento específico. Calculo que tengo los cuidado que todos tenemos, bueno...a lo mejor un poco mas de lo normal, pero es bueno y yo la verdad que me siento bien teniendo cuidados para verme bien.”</i> <i>“Y el tema de la actividad física es un cuidado, después trato de alimentar bien”</i> <i>“Después tengo cuidados como estar siempre bien aseado, con el pelo limpio, bien afeitado, como te digo...cuidados que son normales en todos, por lo menos así lo veo yo. “</i></p>	<p><i>“Cuando estoy de humor voy a la peluquería, pero solo para cortarme el pelo. Otra cosa, es que siempre voy a la dermatóloga a full para cuidar un poco la piel de la cara, aunque no tenga acné, si no por la piel grasa más que todo, como ya te dije. “</i></p>
<p>Productos corporales que utiliza.</p>	<p><i>“Jabón Palmolive, Shampoo y Crema de enjuague Pantene, Barro vegetal Antiall, Afeitadora Bown, After shave Dove, Gel L’oreal. Mira, te los describí a todos.”</i></p>	<p><i>“Shampoo, jabón, crema para afeitarse y crema enjuague como básicos. Después algunas veces me pongo un baño de crema. Crema para el piel, mas en las manos y codos que es lo que mas se seca. Y a veces, cuando la dermatóloga me sugiera alguna crema o loción astringente la compro.”</i></p>
<p>Persona que compra los productos corporales que utiliza. Lugar en donde compra.</p>	<p><i>“Yo los compro, todo compro yo.”</i> <i>“Los compro en super y farmacias. Tengo un farmacity cerca, casi siempre voy ahí.”</i></p>	<p><i>“A todos los productos los compro yo, ya que se que marcas uso. Cuando no puedo ir a comprarlos mando a alguien de casa, pero siempre les especifico las marcas.”</i> <i>“Me gusta comprar este tipo de</i></p>

		<i>productos en perfumerías porque encuentro mas variedad y siempre encuentro las marcas que yo uso. “</i>
Importancia de la marca de los productos corporales.	<i>“Si tengo en cuenta la marca, si no las encuentro trato de buscarlas en otros lugares. Aunque se que al lugar que voy a comprar siempre las encuentro. Y también a veces suelo cambiar para probar algunas cosas nuevas que salen. Lo que si cambio, que tengo 3 marcas mas o menos que uso es el shampoo, casi siempre uso Pantene, pero a veces cambio porque dicen que es malo usar siempre el mismo, y hay que ir cambiándolo, no se...es lo que dicen.”</i>	<i>“Siempre tengo en cuenta la marca, y siempre uso las mismas marcas. Es muy difícil que las cambie, salvo que salga algo nuevo en el mercado, y me compro para probar si es mejor a lo que ya uso.”</i>
Importancia que otorga a la moda.	<i>“No, cada uno tiene que mantener su estilo y vestirse de acuerdo a lo que le gusta, y no lo que la moda impone. Hay que cosas que se usan que a algunos les queda mal o nos queda mal, y solo porque este de moda no lo voy a usar. Cada uno tiene su estilo y hay que tratar de mantenerlo. “</i>	<i>“Mira, uno es victima de la moda, pero me gusta cuando la gente mantiene su estilo a pesar de estar a la moda, y no me gusta ver a todos uniformados como suele pasar muchas veces. Yo trato de mantener mi propio estilo, pero admito que siempre estoy comprándome ropa para estar a la moda.”</i>
Muchas mujeres dicen: “No me gusta el hombre que demora más tiempo que yo arreglándose”, ¿por qué cree que opinan así?	<i>“Y como ellas siempre fueron el centro de atención de la estética, tanto en la publicidad, comerciales, en la vida en general. Les molesta que el hombre se cuide, estarán celosas, no se, que nos miren como las miran a ellas. Y creo que deberán aceptarlo porque cada vez hay mas hombres que se cuidan, y ya se esta repartiendo la atención entre el hombre y la mujer, lo ves en la televisión, en las revistas. “</i>	<i>“¡Si habré escuchando esa frase!” “En serio, la escuché muchas veces, mas precisamente dirigidas a mi, pero bueno, creo que después se arrepienten porque aunque lo nieguen les gusta tener al lado a alguien que esté bueno, como ellas dicen, y que les miren el novio. Eso sí, no creo que les guste que miren mas al novio que a ellas, son cuestiones de las mujeres, les gusta ser ellas las que llaman la atención en una reunión. Lo que si no me gusta, que no se porque veo que nosotros nos cuidamos mas que ellas, y no estoy hablando de los gays, bueno, ellos si que se cuidan todos, y vos vas a verlos a todos perfectos.”</i>

<p>Reacción ante opiniones desfavorables sobre la manera de vestir.</p>	<p><i>“Depende de quien venga la crítica. No suelo darle mucha importancia a las críticas pero si viene de alguien que se que sabe de moda por ejemplo, o de combinaciones si puedo llegar a cambiarme, pero si viene de cualquiera ni me importa. “</i></p>	<p><i>“Te digo la verdad, me importa muy poco lo que me digan, a mi me gusta como me visto, y la verdad nunca o muy pocas recibí críticas sobre mi manera de vestir, recibí mas halagos que críticas.”</i></p>
<p>Tiempo que ocupa en arreglarse para asistir a una reunión social.</p>	<p><i>“Casi siempre una hora. Para eventos muy importantes media hora más. “</i></p>	<p><i>“Depende que tipo de reunión. Todos los días entre bañarme y vestirme demoro una hora y media, que algunos se quejan de eso. Y si tengo algo especial o muy importante puedo llegar a demorar dos horas.”</i></p>
<p>Frecuencia con la que compra vestimenta.</p>	<p><i>“Todos los meses alguna vestimenta compro, desde una remera hasta un jean. “</i></p>	<p><i>“Todos los meses algo me compro, aunque no lo necesite. Si paso por alguna vidriera y veo alguna camisa que me guste trato de comprarla, soy amante de la ropa.”</i></p>
<p>3 marcas del rubro indumentaria.</p>	<p><i>“Yves Saint Laurent, Tascani y Polo.”</i></p>	<p><i>“Tascani, Ona Saez y Levis.”</i></p>
<p>Opinión respecto de las cirugías estéticas. Intención de realizarse alguna.</p>	<p><i>“Estoy a favor de que las personas se cuiden, pero las cirugías estéticas no son de mi agrado. “</i></p>	<p><i>“No lo pensé nunca, todavía creo que no me hace falta, pero si la necesitaría me la haría sin dudar.”</i></p>
<p>Atributos que tiene en cuenta en la compra de un producto cosmético.</p>	<p><i>“Calidad, relación precio beneficio.”</i></p>	<p><i>“Los productos para la piel, como cremas y lociones, como te dije antes compro los que me sugiere la dermatóloga, quien mas que ella para saber sobre eso.”</i> <i>“Después si yo tengo que elegir algo, me llevo por la reputación que tiene la marca, generalmente asocia que se buena cuando mas cara es.”</i></p>
<p>Información sobre el cuidado del cuerpo.</p>	<p><i>“No estoy pendiente de si sale o no alguna información sobre el tema. Pero si me encuentro con artículo que me interese lo leo. “</i></p>	<p><i>“No estoy buscando constantemente información sobre el tema, pero si veo algún artículo que hable sobre la estética en los hombres lo leo por curiosidad para estar informado.”</i> <i>“Los artículos los veo en internet, en algún diario, o a veces en revistas que compro.”</i></p>

		<i>Puede ser la revista Hombre, que la compro muy de vez en cuando, no siempre.”</i>
Personas a los que pide consejos.	<i>“No pido consejos.”</i>	<i>“Casi nunca pido consejos, pero cuando tengo alguna cita o una ocasión importante generalmente le pido consejos a mi hermana para saber la opinión de una mujer, aparte se que ella no me va a mentir.”</i>

	Entrevista N° 7. Federico.	Entrevista N° 8. Fernando.
Edad Ocupación.	27 años Arquitecto	33 años Abogado
La sociedad en general	<p><i>“la sociedad se encuentra inmersa en un mundo, donde el sentido de la de la palabra globalización, ha ido mas allá de su propio significado, y ha logrado quedarse en la sociedad provocando la perdida de los valores humanos.”</i></p> <p><i>“las personas han perdido su identidad que las caracteriza y se dejan guiar el consumo, por lo material.”</i></p>	
Valores	<i>“una sociedad consumista, individualista, y es como que se perdieron los valores de solidaridad, y los asociados a las capacidades intelectuales.”</i>	
Opinión respecto a que la mujer ocupe puestos y lugares que antes eran ocupados solo por hombres.	<i>“sacar el tema es ya afirmar que la mujer tiene menos capacidades y no creo que sea así, simplemente que por cuestiones culturales nunca tuvo la posibilidad de estudiar o trabajar fuera del hogar.”</i>	<p><i>“uno está acostumbrado a que en el ámbito laboral estés rodeado mas de hombres que de mujeres.”</i> <i>“a uno le cuesta ver que alguna mujer es más capaz que uno, que es hombre, pero supongo que es algo del machismo en el que crecimos y que también nos criaron.”</i></p> <p><i>“ hay que aceptarlo, y aceptar por ejemplo que una mujer pueda ser jefa en el trabajo de algún hombre, aunque nos cueste, lo tendremos que aceptar.”</i></p>
Medios de comunicación utilizados para informarse.	<i>“Utilizo mucho Internet, tengo prendida la computadora las 24 horas del día., por lo tanto leo todos los diarios, y páginas que me interesen. Y también me informo por la televisión.”</i>	<p><i>“Lo que mas utilizo es Internet, y el diario, cuando lo compro, porque no lo compro todos los días.”</i></p> <p><i>“uno se da cuenta que con internet te mantenés más informado y tenes todo actualizado.”</i></p>
3 nombres de revistas.	<i>“El Gráfico, revista Noticias y Tendencia , la de hombre”</i>	<p><i>“No suelo comprar muchas revistas”</i></p> <p><i>“Noticias, Hombre y Olé.”</i></p>
Persona que realiza las compras de uso diario.	<i>“En mi caso en particular, convivo con mi hermana mayor. Ella en un principio hace las compras básicas.”</i>	<i>“Todas las compras las realizo yo, vivo solo, pero no es la razón, estoy seguro que si viviera con mi pareja o con mis padres igual haría las compras yo.”</i>

<p>Compras por placer</p>	<p><i>“Me da mucha satisfacción, vestirme bien, por ende ropa, siempre me compro algo de ropa.”</i></p>	<p><i>“En lo que mas invierto dinero es en cosas de tecnología, celular, pareceré frío pero es así, y no es que sea materialista.”</i></p> <p><i>“Hace poco me compre un plasma por ejemplo, pero es para poder ver mejor películas que es algo de lo cual disfruto mucho.”</i></p> <p><i>“me gusta comprarme remeras y camisas, pantalones no.”</i></p> <p><i>“Todo es por placer, porque necesidades en realidad no tengo, por suerte.”</i></p>
<p>Secciones mas visitadas en un hiper.</p>	<p><i>“La de vinos, y a veces perfumería.”</i></p>	<p><i>“la de tecnología, aunque en un hipermercado no compro ese tipo de productos, prefiero los lugares especializados.”</i></p> <p><i>“nunca me compre nada de tecnología en un hiper.”</i></p> <p><i>“Lo que compro en el hiper es la comida, las cosas de limpieza, y nada mas.”</i></p>
<p>Gastos fuera del consumo necesario.</p>	<p><i>“Siempre trato de invertir en actividades que me provoquen satisfacciones, invierto mucho en mis amigos, porque ellos son el eje de mi vida, ya sea compartiendo un almuerzo o saliendo a disfrutar de una noche. A su vez invierto en todo lo que es necesario para sentirme bien conmigo mismo.”</i></p> <p><i>“Gasto mucho dinero en ropa, hasta me llego a comprar camisetitas por Internet. Y suelo gastar en cama solar porque soy muy blanco, y me gusta tener un tono de piel que no sea tan blanco como el mío.”</i></p>	<p><i>“gasto en las cosas que te dije que me generan placer, mucha tecnología, mucha ropa, y muchas salidas, soy una persona muy sociable, salgo mucho, igual no dejo de trabajar obviamente, no afecta en mi trabajo las salidas, en ese aspecto soy muy responsable.”</i></p> <p><i>“gasto en libros también, mas que todos relacionados con la política o de historia.”</i></p>
<p>Actividades en el tiempo libre.</p>	<p><i>“Generalmente en mis tiempos libres, trato de buscar actividades relacionadas a mi desarrollo como persona, tanto a nivel físico como intelectual. En algunas ocasiones salgo a comer con mis amigos, salgo a boliches, durante el día voy al shopping.”</i></p>	<p><i>“Mirar televisión, pero no estos programas de realitys, más que todo veo noticieros o programas relacionados con la política.”</i></p> <p><i>“ Me gusta leer, leo bastante”</i></p> <p><i>“Después tengo mis días de paddle con amigos, salidas al cine, salidas a bares, hago muchas cosas, me gusta</i></p>

		<i>variar de todo."</i>
Temas tratados en reuniones de amigos.	<i>"Cuando nos juntamos con mis amigos hablamos de muchos temas, no se, mujeres obviamente." "Ahora hablamos hasta de gran hermano" "Pero si tenemos nuestras charlas serias, sobre las cosas que nos pasan, si tenemos algún problema, para eso también están los amigos, no sólo para divertirse."</i>	<i>"en mi grupo de amigos, los amigos más íntimos, se hablan de muchos temas. Tratamos de no hablar de temas laborales, pero si de nuestras cosas, de nuestros problemas, buenos o malos, nos damos consejos" "temas de los que hablan todos los hombres, fútbol, mujeres"</i>
Un hombre es exitoso cuando...	<i>"consigue tener una excelente posición económica producto de su profesión."</i>	<i>"es el mejor en la profesión que ejerce."</i>
Lucir bien estéticamente ayuda a ...	<i>"mantener una buena imagen, a lucir mas joven, por ende que los demás te vean como uno quiere."</i>	<i>"ser aceptado por algunas personas, ayuda también a ser exitoso, la imagen vende mucho, a veces mas que el conocimiento y la capacidad."</i>
Al momento de tomar decisiones un hombre debe dar importancia a la opinión de...	<i>"sus personas mas cercanas, que son las que siempre te van a decir no sólo las cosas positivas, si no también las negativas."</i>	<i>"nadie, debe estar seguro de las decisiones que toma. Y si se equivoca, aprenderá de sus errores."</i>
Un hombre consume marcas de primera línea porque...	<i>"quiere demostrar que tiene dinero y buen gusto, aunque hay muchos que no tienen dinero pero hacen todo lo posible para comprarse ropa de marca."</i>	<i>"dan prestigio, dan una buena imagen, una imagen de éxito, de querer ser el mejor, aunque no lo sea"</i>
Palabras que la imagen sugiere	<i>"Cuidado. Belleza. Estética. Cansancio. Estrés. Ocio. Dinero. Juventud."</i>	<i>"Éxito. Cuidado. Estética. Hedonismo. Aparentar. Juventud. Spa. Metrosexual."</i>
Aspectos que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia.	<i>"Primero que todo debe estar bien aseado y bien vestido, con ropa sobre todo limpia y planchada. Además de eso, tener un buen corte de pelo, o el pelo bien arreglado." "El cuerpo también es importante, estar delgado, que luzca saludable, a esto ayuda un buen bronceado, aunque no lo creas con un bronceado el cuerpo luce mas tonificado" "el tener una buena presencia"</i>	<i>"Depende la situación, pero en general estar bien vestido ayuda mucho a tener una buena imagen." "También ser simpático, agradable, tener conocimientos sobre los temas de los cuales se hablan, todo eso influye en la imagen, porque uno puede estar bien vestido pero si abres la boca y decir cualquier barbaridad o no tenes idea de lo que pasa en el mundo se fue toda la elegancia a cualquier lado."</i>

	<i>depende de la seguridad que uno tenga sobre si mimos, si uno no está seguro, te pongas lo que te pongas, esa inseguridad los demás lo perciben.”</i>	
Opinión sobre el cuidado del cuerpo en las personas.	<i>“Generalmente el cuerpo a nivel formal y estético demuestra ciertas características implícitas de la persona, y a su vez todo se ve vinculado al tema de salud, por ello me parece importante.”</i>	<i>“es importante verse bien y para eso hay que cuidarse.” “si uno se cuida en el aspecto físico se ve saludable, luces mas joven, no se, hace a la persona, somos un cuerpo, que no solo necesita de capacidad intelectual, la cual es muy importante, si no que también hay que lucir bien por afuera, “cuerpo sano, mente sana””</i>
Opinión respecto al cuidado de la apariencia física en los hombres.	<i>“Estoy de acuerdo. Me parece correcto y yo soy uno de ellos.” “Yo en mi caso lo hago para sentirme bien, para verme bien. Otras personas de mayor edad lo harán para sentirse más jóvenes y prevenir el paso del tiempo.” “Las cuestiones de estética están encasilladas como si fueran solo para la mujer, pero el hombre también tiene derecho y debe cuidar su cuerpo y su apariencia.”</i>	<i>“Me parece muy bien, yo lo hago pero sin exagerar, todo tiene un limite.” “Conozco hombres que usan cremas para las manos, esas cosas ya no, ya pasan al ámbito del gay” “ se que no sólo los gays lo hacen, los bien hombres también, no quiero decir que los gays no sean hombres, si no me refiero a heterosexuales, leí muchas cosas sobre los metrosexuales, y es un poco exagerado ese cuidado excesivo.” “será para verse perfectos, no digo que esté mal, es mas, me gustaría que se vea normal, pero es como que eso es para las mujeres, y nosotros debemos mostrar algo de masculinidad, y no creo que si me pongo una crema en la cara me vean como un hombre bien masculino.”</i>
Actividad física que realiza.	<i>“Si, voy constantemente al gimnasio, y por ahí realizo actividades aeróbicas.” “Al gimnasio voy de lunes a viernes una hora y media.”</i>	<i>“voy al gimnasio, salgo a correr, practico deportes con amigos, vamos a jugar al paddle, al fútbol.” “Al gimnasio voy tres veces por semana nada mas, y después los demás días salgo a correr, eso lo hago mas que todo porque me descargo” “paddle y fútbol son mas los fines de semana.”</i>

<p>Motivos por los que realiza actividad física.</p>	<p><i>“Mira, realizo mucha actividad relacionada con la musculación, soy una persona flaca y me cuesta subir de peso, entonces llevo una dieta y gimnasia adecuada que me permita estar bien tonificado.”</i></p>	<p><i>“ lo que hago por motivos en particular es el gimnasio y las salidas a correr, por una cuestión de mantener un peso adecuado, estar saludable, como todos creo”</i> <i>“Después los deportes los hacemos para divertirnos, es un momento que se aprovecha para pasarlo con los amigos, es mas por diversión”</i></p>
<p>Detalles de la imagen que más cuida.</p>	<p><i>“Cuido mucho mi peso, no porque engorde, por el contrario, para no estar tan flaco, no es que coma porquerías, trato de subir de peso pero con una buena alimentación.”</i> <i>“tratar de estar arreglado siempre, considero que el estar aseado, bien vestido, en fin...impecable, habla mucho de una persona”.</i> <i>“tener un buen color de piel, bronceado, es algo que no lo puedo evitar, me gusta estar bronceado, tampoco excesivamente.”</i></p>	<p><i>“Cuido mi cuerpo en general”</i> <i>“ Me cuido en las comidas, es mas, cuando como algo que se que engorda mucho me genera un cargo de conciencia insoportable y creo que salir a correr y jugar al paddle tienen que ver con esto”</i> <i>“Otra cosa que cuido, mejor dicho, que evito es que se me note la pelada, cuando vi que se me empezaron a caer algunos pelos me rapé , y ahora siempre me pelo”</i></p>
<p>Tipo de tratamiento estético que realiza. (si los realiza)</p>	<p><i>“la actividad y la dieta como te dije, tomo algunos suplementos que ayudan a subir de peso, ojo que no son anabólicos, si no suplementos que no son dañinos.”</i> <i>“no voy a ningún instituto de estética. Si asisto a solariums que está relacionado con el cuerpo, con el verse bien.”</i></p>	<p><i>“no realizo ninguno, cuando comencé a quedarme pelado si se me paso por la cabeza hacer algo para evitar eso, pero al raparme y ver que me quedaba bien, lo deje así y no fui a ningún lado para hacer algún tratamiento.”</i> <i>“ Y la verdad que es mejor, medio que después los otros me van a mirar mal si aparezco un día con mas pelo”</i></p>
<p>Productos corporales que utiliza.</p>	<p><i>“Uso todos los productos básicos que una persona utiliza, además algún baño de crema pero no lo compro yo, si no que los compra mi hermana.”</i> <i>“también uso alguna crema humectante, pero tampoco la compro yo, si no que uso la de mi hermana.”</i></p>	<p><i>“Uso los comunes a todos, no se, shampoo, crema enjuague no porque soy pelado, crema de afeitar, una buena loción para después de afeitar, buenos perfumes.”</i> <i>“A lo mejor utilizaría mas cosas, o me compraría otras cosas, pero no me gustaría que me encasillen de gay.”</i> <i>“cremas si hicieran para hombres, por lo menos no se si hay, ese tipo de cosas. Si fuera normal las usaría.”</i></p>

<p>Persona que compra los productos corporales que utiliza. Lugar en donde compra.</p>	<p><i>“los compra mi hermana.”</i> <i>“también uso alguna crema humectante, pero tampoco la compro yo, si no que uso la de mi hermana.”</i> <i>“Compramos todo en farmacia, o sea una mezcla de farmacia y perfumería.”</i></p>	<p><i>“Me encargo yo de comprar todas las cosas que uso, porque se lo que uso.”</i> <i>“En perfumerías mas que todo, algunas veces en los supermercados, pero mas en perfumerías.”</i></p>
<p>Importancia de la marca de los productos corporales.</p>	<p><i>“Lamentablemente tengo que decirte que soy muy influyente por la publicidad, compro las marcas conocidas, y dentro de las conocidas las mas caras porque las asocio con calidad.”</i> <i>“No soy de cambiar mucho de marcas, siempre tengo 2 o 3 que uso siempre.”</i></p>	<p><i>“siempre compro las mismas marcas, ya me acostumbre a esas marcas y no las pienso cambiar.”</i></p>
<p>Importancia que otorga a la moda.</p>	<p><i>“No me parece de suma importancia, pero considero que vestirse bien, estar bien aseado, son paramentos que pueden tenerse en cuenta a la hora de definir el perfil de una persona”</i> <i>“es de mucha ayuda en los distintos ámbitos estar aseado y bien vestido.”</i></p>	<p><i>“Me interesa el estar a la moda, pero adecuándome a lo que me gusta y no usar cualquier cosa solo porque esté de moda.”</i></p>
<p>Muchas mujeres dicen: “No me gusta el hombre que demora más tiempo que yo arreglándose”, ¿por qué cree que opinan así?</p>	<p><i>“Porque la sociedad está un poco acostumbrada a que nosotros no nos tomemos el tiempo para vernos mejor, para lucir bien, que se yo”.</i> <i>“Y mas las mujeres, creen que son las únicas que pueden ponerse una crema o usar una crema enjuague.”</i> <i>“ es como te digo, la sociedad en general, porque si vos te fijas en la tele, y es algo que yo siempre digo y no entiendo porque, los comerciales de estos productos son solo para mujeres, una sola vez creo que vi un comercial de shampoo por ejemplo para hombre, en la que aparecía un hombre mejor dicho, y era porque era un shampoo para la caspa, nunca vi un comercial de shampoo para hombre, o que aparezca un hombre usándolo.”</i></p>	<p><i>“Te digo que yo opino mas o menos así, se que hay hombres que se cuidan excesivamente, mas que cualquier mujer.”</i> <i>“No digo que esté mal, pero no te ven bien si lo haces”</i> <i>“...creo que ya llegará algún momento en que será normal que nos cuidemos o que hallan mas productos o ese tipo de cosas para nosotros, ¿es una tendencia no?, yo creo que si.”</i></p>

	<p>“... ese tipo de cosas hacen que no se vea normal que nosotros nos arreglemos, y nos tomemos nuestro tiempo para vestirnos o algo de eso.”</p>	
<p>Reacción ante opiniones desfavorables sobre la manera de vestir.</p>	<p>“depende de quien venga esa opinión, aunque mucho no me importa.” “Mis amigos por ejemplo me cargan mucho, sobre que me arreglo mucho, o sobre lo que me pongo, pero demasiado no me interesa, como podrás ver.”</p>	<p>“Lamentablemente me llegan algunos comentarios, trato de que no me afecten, pero si veo que la otra persona tiene razón lo puedo llegar a cambiar.” “no me voy a poner cualquier cosa, pero si alguien me dice que me queda mal, a lo mejor tiene razón.”</p>
<p>Tiempo que ocupa en arreglarse para asistir a una reunión social.</p>	<p>“Suelo demorar bastante, entre bañarme, elegir lo que me voy a poner, vestirme y peinarme, en promedio demoraré una hora y media.” “el tema de la ropa, ya la tengo pensada desde antes, siempre se que me voy a poner un viernes y un sábado por ejemplo, que son los días que mas salgo a bailar.”</p>	<p>“Muy poco, me baño en quince minutos y en otros quince ya estoy listo, y eso que salgo bastante arreglado, pero soy bastante práctico y rápido en esas cosas.”</p>
<p>Frecuencia con la que compra vestimenta.</p>	<p>“Uno siempre compra mas cuando empiezan las temporadas, pero después me compro una prenda por mes, aparte de lo que ya me compre al comienzo.”</p>	<p>“La verdad no se, cuando necesito algo” “la última vez que me compré algo fue la semana pasada, una camisa, y antes como hace un mes, así que no se, sería cada mes o cuando necesito” “. Si hay alguna ropa que me compre porque necesite, por ejemplo para el trabajo, porque no suelo usar la misma ropa de trabajo, que con la que ando el resto del día o cuando salgo, soy mas que todo informal, pero para el trabajo no puedo ser así, entonces esa ropa si me compro mas que todo por obligación.”</p>
<p>3 marcas del rubro indumentaria.</p>	<p>“Tascani, Levis, La Martina.”</p>	<p>“Adidas, eso me compro mas que todo para andar durante el día, me gusta lo formal y deportivo, y después Levis y Lacoste.”</p>
<p>Opinión respecto de las cirugías estéticas. Intención de realizarse alguna.</p>	<p>“Hasta hora nunca lo pensé, cuando se me noten las arrugas, que faltan todavía unos años, calculo que será muy normal sacárselas, así que no elimino esa</p>	<p>“no se me cruzó nunca la idea esa por la cabeza.” “no conozco algún caso cercano de hombres por ejemplo.” “Pero no se, a mi no se me cruzó</p>

	<i>posibilidad.”</i>	<i>nunca la idea ni de pensar en esa posibilidad, ni ahora, ni cuando sea mucho mas grande.”</i>
Atributos que tiene en cuenta en la compra de un producto cosmético.	<p><i>“La verdad que lo único que tengo en cuenta es la marca, si es conocida o no, y si es conocida si es de buena calidad.”</i></p> <p><i>“A veces si me sugirieron probar alguna o me la recomendaron pero si lo tengo que decidir solo voy por lo seguro.”</i></p>	<p><i>“No soy de comprar muchos productos cosméticos, pero como no se mucho del tema, si tengo que comprar algo, o tuviera que comprar alguno, me llevaría mas que todo por los precios, depende si es para algo muy importante o no, si es un jabón no me importaría mucho que sea caro o barato, pero si es una crema para algo en especial por ejemplo, si me llevaría o trataría de comprar alguna cara.”</i></p>
Información sobre el cuidado del cuerpo.	<p><i>“No, la verdad que no estoy buscando constantemente temas relacionados con los cuidados físicos, pero si justo encuentro algo relacionado con los cuidados, lo leo o lo miro, generalmente en la televisión e Internet.”</i></p>	<p><i>“La verdad que no, no me mantengo informado sobre ese tema, tampoco sabría en donde buscar ese tipo de información.”</i></p> <p><i>“si veo por casualidad algún artículo o algo relacionado con eso y que me interese, si lo leo.”</i></p>
Personas a los que pide consejos.	<p><i>“No soy de pedir muchos consejos con el tema de la ropa, es mas prefiero hacer estas compras solo.”</i></p> <p><i>“ con los productos, como te dije uso los de mi hermana, confío en que los que usa con de buena calidad y ella esta mas informada que yo en esos temas”</i></p> <p><i>“prefiero ser un poco distinto al resto en la forma de vestir, lo asocio con tener personalidad.”</i></p>	<p><i>“no es algo que me haga sentir mal, me gusta escuchar opiniones.”</i></p> <p><i>“Obviamente en los negocios no pido opiniones porque siempre te dicen que te queda bien con tal de que les compres, pero si pido consejos a algunos amigos, o a mi pareja, ahora no tengo, pero cuando tengo pareja si le pido consejos sobre esas cosas.”</i></p> <p><i>“No me molesta que me digan si algo me queda mal.”</i></p>

	Entrevista N° 9. Pablo.	Entrevista N° 10. Adrián.
Edad	26 años.	35 años
Ocupación.	Licenciado en Publicidad.	Abogado.
La sociedad en general		
Valores	<i>“en la sociedad actual emergen valores como el individualismo, el egoísmo, la superficialidad.”</i>	<i>“Se perdió el respeto al otro, y lo veo en la calle, en los medios, hasta en el gobierno” “Las personas buscan hacer el menos esfuerzos, están desinteresadas por crecer, pero desde el aspecto intelectual, quieren ganar dinero sin estar bien formados para eso.”</i>
Opinión respecto a que la mujer ocupe puestos y lugares que antes eran ocupados solo por hombres.	<i>“Me parece bárbaro ya que primero en principal no hay ninguna ley ni nada por el estilo que impida que eso suceda, eso en el sentido de los derechos.”</i>	<i>“En un comienzo cuando vi. que las mujeres estaban ocupando puestos importantes, me generó un poco de rechazo, es por el machismo que tenemos. Pero con el tiempo demostraron que son buenas y muy capacitadas.”</i>
Medios de comunicación utilizados para informarse.	<i>“Internet creo que es el medio por excelencia en cuál leo o veo lo que me interesa; igual hago una diferenciación entre lo que es Internet y la televisión.” “La televisión creo que es el medio masivo por excelencia para todas las personas, ya viéndolo desde el punto de vista de la accesibilidad al medio, como también por su audiencia.”</i>	<i>“Para informarme compro La voz del Interior todos los días, y 3 veces por semana el diario La Nación para tener información mas general. “ “A Internet suelo entrar pero solo para buscar temas especializados”</i>
3 nombres de revistas.	<i>“Revista Muy Interesante, Tendencia, Rolling Stone”</i>	<i>“Noticias, Gráfico, Caras.”</i>
Persona que realiza las compras de uso diario.	<i>“Mi hermana, porque vivimos solos dos.”</i>	<i>“Generalmente mi mujer es la que las realiza.” “Yo suelo ir acompañándola sólo cuando tenemos que hacer compras para alguna reunión familiar, o un asado, pero al super no voy mucho porque no tengo tiempo. Y ella sabe mas que yo ese tipo de cosas.”</i>
Compras por placer	<i>“Hay 2 compras que me generan mucho placer y es la de comprar música, ya sea algún CD o dvd, y ropa, dentro de la cual lo que mas placer me genera es comprar camisas y remeras para salir.”</i>	<i>“Amo comprar plantas, la jardinería me desestresa” “Algo de ropa nunca viene nada mal, las camisas son mis preferidas”. “Suelo comprar muchos libros, pero mas que todo para</i>

		<i>formarme y actualizarme en mi profesión”</i>
Secciones mas visitadas en un hiper.	<i>“Dentro de un hipermercado, creo que la sección que más me interesa es la parte de tecnología, la sección donde se venden equipos de sonido, plasmas, reproductores de mp3 y que generalmente tiene la sección de CDS.”</i>	<i>“No suelo ir mucho al supermercado, pero cuando voy las zonas que mas visito son las de carnes, y las bebidas, no puedo irme de un super sin comprarme un buen vino.”</i>
Gastos fuera del consumo necesario.		<i>“La verdad disfruto y gasto mucho en viajes, siempre que tenemos unos días libres con mi mujer viajamos a algún lugar, o simplemente nos vamos a un lugar cerca y disfrutamos de una estadía en un buen hotel” “Tengo muchos gastos en todo lo referido a la música, amo escuchar música, por eso gasto en equipos y Cd”</i>
Actividades en el tiempo libre.	<i>“...disfruto mucho hacer actividad física, escuchar música, navegar en Internet, mirar televisión. También me gusta compartir con mis amigos alguna salida.</i>	<i>“Como te dije antes, trato de viajar cuando tengo un tiempo libre.” “En lo cotidiano de todos los días, disfruto leer libros, salidas ya sea con amigos o con mi pareja, ya sea a algún restaurante o al cine, y algunos espectáculos como obras de teatro”</i>
Temas tratados en reuniones de amigos.	<i>“Depende el tipo de reunión son los temas que se comentan; es obvio que cuando nos juntamos a ver un partido de fútbol, la mayoría de los comentarios son respecto a eso.” “En general los temas que más se tocan son el fútbol, temas referidos a nuestras carreras o profesiones los que ya están referidos, moda, tecnología, música.”</i>	<i>“por la edad que tengo es normal que nos juntemos y algunos empiecen a hablar de los hijos, yo no tengo por lo tanto mucho no puedo opinar, pero por lo menos me sirve para aprender algunas cosas cuando me toque tenerlos” “hablamos de temas de actualidad, asuntos laborales y porque no de temas personales o íntimos, eso si, no con todos uno habla de eso, mas que todo cuando salgo con 2 amigos que son mas confiables. Si hay reuniones de 6 o 7 amigos se habla muy poco de temas personales, mas que todo íntimos.” “Obviamente el fútbol no falta en ninguna reunión y el tema de</i>

		<i>las cargadas es lo mas divertido”</i>
Un hombre es exitoso cuando...	<i>“...le va bien en su profesión y por ende tiene una buena situación económica.”</i>	<i>“consigue alcanzar un nivel de vida en donde es posible darse con todos los gustos que uno tiene”</i>
Lucir bien estéticamente ayuda a ...	<i>“...generar una buena impresión en los demás”</i>	<i>“conseguir algunas cosas que de otra forma no se lograrían, y sobre todo que los demás te vean impecable, la imagen puede decir muchas cosas de una persona”</i>
Al momento de tomar decisiones un hombre debe dar importancia a la opinión de...	<i>“...personas que el considera respetables, o que pertenecen a su círculo de confianza”</i>	<i>“aquellas personas de las cuales uno tiene admiración y su opinión es muy valiosa. En mi caso es mi familia, y colegas de prestigio”</i>
Un hombre consume marcas de primera línea porque...	<i>“...quiere estar a la moda y verse bien”</i>	<i>“por la calidad que tiene, me pasó de comprar marcas baratas y que al poco tiempo se arruinen, en cambio nunca tuve problemas con marcas de gran reconocimiento”</i>
Palabras que la imagen sugiere	<i>“Cuidado personal, Salud, Salón de belleza, Imagen, Estética, Pedicura”</i>	<i>Metrosexual, Cuidado, Status, Éxito, Placer, Descanso, Spa, Estética.</i>
Aspectos que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia.	<i>“Si bien no me parece excluyente, creo que el aspecto personal es muy importante; me parece muy importante la primera impresión que podemos generar en las otras personas, igualmente es muy relativo porque después juegan otros factores que generan una imagen en los demás; pero creo que al primer contacto, el tener un cuerdo delgado, bien arreglado y aspectos como la higiene personal, la vestimenta, son los más relevantes.” “Después de esa primera impresión por fuera, uno puede revertir a favor o en contra su imagen, una persona puede pasar de ser alguien elegante a ser una persona arrogante en cuestión de un momento.”</i>	<i>“Principalmente la seguridad es la mejor arma ara convencer, seducir y de esta forma lograr una buena presencia. En todos los ámbitos te digo, tanto en lo profesional como cuando uno trata de conquistar a una mujer.” “Obviamente toda primera impresión después debe ser renovada o demostrada mejor dicho” “Mas allá de todo lo que uno pueda hacer como mantenerse delgado, arreglado, impecable o ser lindo, la seguridad creo que ocupa el primer lugar en estas cosas.”</i>
Opinión sobre el cuidado del cuerpo en las personas.	<i>“Me parece que si, que es muy importante. Y creo que se relaciona con lo anterior. La mayoría de las personas, cuando cambian su aspecto</i>	<i>“Considero que toda persona debe tener un cuidado con su cuerpo, por cuestiones de salud”</i>

	<p><i>estético o lo cuidan lo hacen para lograr una buena impresión de los demás.”</i></p> <p><i>“También está el hecho de sentirse bien con uno mismo, creo que las personas a veces reflejan su momento interior con su aspecto exterior; uno sin ser exacto puede advertir como es una persona por su aspecto exterior, sin que esto llegue a ser un prejuicio”.</i></p>	<p><i>“El cuidado del cuerpo por temas estéticos lo acepto siempre y cuando sea con un cuidado, valga la redundancia, y que no hayan casos de chicas con anorexia o bulimia por ejemplo; eso ya son obsesiones extremas con el cuerpo y con querer ser bellas cueste lo que cueste, hasta a veces la vida, como se vieron casos de algunas modelos que murieron por esta presión que tienen.”</i></p>
<p>Opinión respecto al cuidado de la apariencia física en los hombres.</p>	<p><i>“Creo que el generar buena impresión en los demás hace que algunos hombres se preocupen demasiado por su apariencia física, a veces asemejándose al cuidado que tienen las mujeres.”</i></p> <p><i>“ En cuanto a mi opinión a mi me parece que cada uno tiene que hacer lo que sienta para sentirse bien con uno mismo, creo que lo principal para gustar a los demás es empezar por gustarse a uno mismo.”</i></p>	<p><i>“Los hombres, como todas las personas debemos tener un cuidado normal, pero se que hay hombres o los llamados metrosexuales que se exceden y se cuidan como si fueran mujeres”</i></p> <p><i>“Uno no ve en la televisión publicidades de cremas o cosméticos para hombres, a lo mejor si fuera mas normal todo lo haríamos, pero por ahora es solo para mujeres.”</i></p> <p><i>“...pero por otro lado se que hay hombres bien hombres que se cuidan excesivamente a pesar de las criticas que pueden recibir, y en algún aspecto les envidia eso”</i></p>
<p>Actividad física que realiza.</p>	<p><i>“En este momento voy al gimnasio, y hago únicamente musculación, ya que tengo una lesión que me impide realizar deportes aeróbicos; sino fútbol y paddle son los deportes que generalmente realizo.”</i></p> <p><i>“La frecuencia es de 3 veces por semana.”</i></p>	<p><i>“En este momento lo único que hago es salir a correr por el parque tres veces a la semana.”</i></p>
<p>Motivos por los que realiza actividad física.</p>	<p><i>“Los motivos por los que realizo actividad física podría decir que son un poco diversos; el deporte que más practico es el fútbol, y lo único que me motiva hacerlo es el placer.”</i></p> <p><i>“ También el compartir con amigos un buen momento puede ser un motivo importante para hacerlo”</i></p> <p><i>“. Diferente es el caso del gimnasio, otro deporte o actividad física que practico; en este caso el objetivo es</i></p>	<p><i>“3 veces a la semana salir a correr es poco, debería hacer algo mas, pero en estos meses estoy con mucho trabajo. Lo hago por una cuestión de despejarme y también para mantener un buen peso y evitar problemas respiratorios, ya que fumo, y por lo menos algo de actividad tengo que hacer. Creo que si no saldría a correr</i></p>

	<i>otro, es sentirme bien conmigo mismo, estéticamente hablando.”</i>	<i>fumaría mas de lo que fumo.”</i>
Detalles de la imagen que más cuida.	<i>“Lo que más me interesa es en general el aspecto de mi cuerpo, por eso trato de ir al gimnasio frecuentemente para estar en forma.” “También el pelo y la piel son cosas que trato de no descuidarlas.”</i>	<i>“No soy muy detallista con mi imagen, solamente trato de estar siempre bien vestido, de todas maneras tan perfeccionista no soy...simplemente la ropa limpia, planchada y buena ropa, de acuerdo a la ocasión.”</i>
Tipo de tratamiento estético que realiza. (si los realiza)	<i>“tratamientos específicos con productos especiales no. Por el momento no, porque creo que soy joven todavía para usar productos.”</i>	<i>“No realizo ningún tratamiento., Aparte no hay institutos para hombres, salvo los dedicados a la calvicie, pero que se dediquen a otros problemas no conozco. Y tampoco voy a ir a un instituto de belleza para mujeres.” “Si cuando viajamos, nos quedamos en buenos hoteles en donde generalmente ofrecen un día de spa, buenos masajes, pero es solo para relajarme”</i>
Productos corporales que utiliza.	<i>“Jabón, shampoo, crema de enjuague, baño de crema, desodorantes, perfumes, talco, en realidad los mas comunes, los que usa todo el mundo”</i>	<i>“Los básicos, los que todos usamos, pero no me vengan con cremas ni nada de esas cosas.”</i>
Persona que compra los productos corporales que utiliza. Lugar en donde compra.	<i>“Generalmente soy yo el que compra esos productos, lo hago en el momento de reponerlos.” “Generalmente compro en farmacity”</i>	<i>“Como te dije, mi mujer es la que compra todo, ella ya sabe lo que yo uso y las marcas que uso, así que no tiene que andar pensando, solo ir y comprar.” “Mi mujer va casi siempre a hipermercados, ahí es donde compra todo de una vez”</i>
Importancia de la marca de los productos corporales.	<i>“Sí, tengo en cuenta las marcas para hacerlo. Trato de no cambiar mucho, generalmente mantengo la marca de cada tipo de producto, creo que es por cuestión de costumbre y porque son buenas para lo que yo espero.”</i>	<i>“No soy una persona marquista, pero si cuando pruebo algo y estoy conforme sigo usando lo mismo. Y en el caso de los desodorantes por ejemplo, hace 3 años te diría que uso la misma marca, estoy conforme por lo tanto no voy a cambiarla.”</i>
Importancia que otorga a la moda.	<i>“Más que importante creo que es el deseo de cada persona, una persona puede estar o querer estar</i>	<i>“No creo que le de mucha importancia a la moda. Si me gusta comprarme ropa,</i>

	<i>a la moda por diferentes motivos.”</i>	<i>entonces te debería decir que en forma indirecta uso lo que está de moda, porque es lo que venden los negocios, pero soy dentro de todo clásico, tampoco me compro y uso cosas extravagantes”</i>
Muchas mujeres dicen: “No me gusta el hombre que demora más tiempo que yo arreglándose”, ¿por qué cree que opinan así?	<p><i>“Creo que es un prejuicio que hay con los hombres que se arreglan demorando igual o más tiempo que las mujeres.”</i></p> <p><i>“Creo que la mujer lo que busca es un hombre poco femenino digamos, y en esta sociedad hay un prejuicio con este tipo de hombres que se cuida mucho, y a veces las mujeres creo que pueden sentir que ese papel, de cuidarse al extremo, debe ser cumplido por ellas solamente.”</i></p>	<p><i>“Y algo de razón tienen. En casa si demorara mucho creo mi mujer se separa de mi.”</i></p> <p><i>“Capaz los solteros o los que viven solos, como tienen mas tiempo y nadie los esta esperando tienen la posibilidad de demorar un poco mas, o se deben arreglar mas para conseguir conquistarse , depende del tipo de persona”</i></p> <p><i>“Igual creo que en una pareja nunca el hombre tiene que demorar mas en arreglarse que las mujeres, a ellas si les perdonamos eso.”</i></p>
Reacción ante opiniones desfavorables sobre la manera de vestir.	<i>“A mi no me importan en absoluto”</i>	<p><i>“Al ser clásico para vestirme nunca recibí críticas sobre lo que me pongo o no, así que en eso estoy tranquilo”</i></p> <p><i>“A veces me gustaría que los comentarios no me importaran, pero calculo que nadie es así, todos queremos que los demás piensen bien de uno, o mas que todo uno desea que lo tomen como ejemplo o referente a seguir”</i></p>
Tiempo que ocupa en arreglarse para asistir a una reunión social.	<i>“Desde que entro a bañarme, hasta que salgo del departamento, aproximadamente 1:15 hs”</i>	<p><i>“Me arreglo en el menor tiempo posible, soy muy práctico.”</i></p> <p><i>“Calculo que demoraré 40 minutos en bañarme y cambiarme, y eso que estoy exagerando.”</i></p>
Frecuencia con la que compra vestimenta.	<i>“Aproximadamente 2 veces por mes. “</i>	<i>“Como te dije es lo único en lo que se refiere a imagen en lo que invierto, soy de comprarme bastante ropa, mas que todo camisas. Una camisa cada dos meses, o a veces mas que una”</i>
3 marcas del rubro indumentaria.	<i>“Adidas, tascani, levis.”</i>	<i>“Lacoste, Polo Ralph Lauren, La Martina”</i>
Opinión respecto de las cirugías estéticas. Intención		<p><i>“Las acepto solo en las mujeres.”</i></p> <p><i>“Nunca pensé en hacerme, ni</i></p>

de realizarse alguna.		<i>me haría una.”</i>
Atributos que tiene en cuenta en la compra de un producto cosmético.	<i>“Pienso en el resultado que espero obtener usando ese producto, en general compro los que ya use en algún momento y me dieron buenos resultados.”</i>	<i>“Yo no suelo comprar estos tipos de productos, los únicos que uso los compra mi mujer.” “Si debería ser yo quien comprara, como no se mucho del tema, calculo que compraría por el precio, un precio alto es sinónimo de que es de buena calidad”</i>
Información sobre el cuidado del cuerpo.	<i>“No soy una persona de estar al tanto de ese tipo de productos, me entero casualmente en alguna revista, o cuando acudo a un lugar a hacer las compras.”</i>	<i>“No leo ni busco mucho sobre cuidados, solamente algunas veces leo artículos mas que todo de salud, pero no de cuidados estéticos, tampoco hay tantos. Siempre salen artículos o información para las mujeres, muy poco para hombres”</i>
Personas a los que pide consejos.	<i>“siempre uso lo que yo creo necesario, o de mi gusto.” “Generalmente no pido consejos para ese tipo de compras, en el caso de hacerlo lo hablo con mis amigos.”</i>	<i>“Si tendría que comprar algo específico, calculo que le preguntaría al vendedor, siempre y cuando sea hombre. Me daría un poco de vergüenza o no se que, si quisiera comprar una crema, aunque ya te dije que no uso, me daría vergüenza preguntarle a una vendedora.” “Y me pasa cuando voy a la peluquería por ejemplo, prefiero y tengo un peluquero hombre, no haría que me corte una mujer, no porque piense que corten mal, si no porque uno se siente mas cómodo, calculo que a las mujeres les pasara lo mismo con respecto a esto.”</i>

	Entrevista N° 11. Diego	Entrevista N° 12. Ricardo
Edad Ocupación.	31 años Licenciado en Administración	35 años Arquitecto
La sociedad en general	<i>“Las relaciones entre los miembros de esta sociedad es despersonalizada, fría, es recurrente el uso de frases hechas, de clichés combinadas con un diálogo del sin sentido. Sin embargo, esta individualidad también trae valores positivos, como ser el cuidado del cuerpo, el verse bien, la salud, el disfrutar más tiempo al aire libre, con amigos, entre otras cosas.”</i>	
Valores		<i>“Observo una individualidad como nunca antes vi, cada uno vive por y para sus intereses, sin importar el bien colectivo, el bien de todos.” “Mientras los objetivos personales sean cumplidos, nada mas importa, sería algo así como, lograr el fin, sin que importen los medios”</i>
Opinión respecto a que la mujer ocupe puestos y lugares que antes eran ocupados solo por hombres.	<i>“Me parece bien, las mujeres se han dado el lugar que les correspondía a través de muchas generaciones de lucha social. Pero me parece que más que a la lucha los lugares que ocupan actualmente es debido a una evolución mental y social por parte de toda la sociedad...”</i>	<i>“Esto es producto de un avance cultura, en otras décadas la mujer se queda en su casa atendiendo sus hijos y su marido, pero ahora salio a estudiar a prepararse y no lo veo mal” “Creo que las mujeres deben estar orgullosas de este cambio, se pudieron independizar. Antes las mujeres vivían, económicamente hablando, de lo que ganaba su marido, en cambio ahora ellas ganan su propio sueldo. Y no se, pareciera que ahora hay mas mujeres solteras por eso, no se fue, una idea” (risas)</i>
Medios de comunicación utilizados para informarse.	<i>“Internet, televisión, radio y revistas.”</i>	<i>“Por suerte aprendí a usar Internet hace mucho tiempo, y conozco los beneficios que aporta, mas allá de la diversión.” “El medio que mas uso es Internet, ya casi ni compro los diarios impresos” “Lo que si compro son revistas, eso nunca deje de comprar”</i>
3 nombres de revistas.	<i>“Noticias- Caras-Gente”</i>	<i>“Tendencia, Buena Salud y Noticias.</i>

<p>Persona que realiza las compras de uso diario.</p>	<p><i>“Yo mismo.”</i></p>	<p><i>“Generalmente las realiza mi mujer, aunque yo a veces la acompaño, y también suelo ir solo cuando hay que comprar algo específico, o cuando tengo que comprar algo para mi. “</i> <i>“Los productos de limpieza por ejemplo si los compra ella, yo no tengo idea sobre eso.”</i></p>
<p>Compras por placer</p>	<p><i>“Ropa, perfumes, calzados, vinitos y libros...”</i> <i>“... aunque hace mucho que no me compro un libro, es como que le doy prioridad a la ropa, sin embargo, todavía me da placer comprar libros“</i> <i>“También me gusta comprar algún que otro disco que me llame la atención por la música.”</i></p>	<p><i>“No puedo ir a un supermercado y no comprar un buen vino, aunque no los tome y los deje guardados, siempre los compro”</i> <i>“Soy un amante de la ropa, así que siempre estoy comprándome algo de eso, mas que todo calzados”</i> <i>“Me gusta actualizarme con la tecnología, ya sean celulares, equipos para escuchar música y accesorios para la computadora”</i></p>
<p>Secciones más visitadas en un hiper.</p>	<p><i>“No voy casi nunca a un hipermercado, pero me llama la atención la parte de muebles y la de bazar (cristalería, utensilios de cocina, etc)”</i></p>	<p><i>“Si voy con mi mujer recorremos todo el hipermercado, son así las mujeres” (risas)</i> <i>“Cuando voy solo, voy al sector de bebidas, de vinos, y también suelo ir a la parte de perfumería”</i></p>
<p>Gastos fuera del consumo necesario.</p>	<p><i>“En joda... jajaja. Salir me encanta”</i></p>	<p><i>“Muchos gastos en vestimenta como te dije antes”</i> <i>“Con mi familia salimos muchos a comer afuera, en restaurantes. También lo hago con grupo de amigos.”</i> <i>“En general todo lo que tenga que ver con diversión, o despejarse un rato y pasar un buen momento justifica gastar algo de dinero”</i></p>
<p>Actividades en el tiempo libre.</p>	<p><i>“Salir, ir al cine, a bailar, salir a correr, ir al gimnasio, chatear”</i></p>	<p><i>“salir a cenar con mi familia y amigos”</i> <i>“Lo que hago cotidianamente es ir al gimnasio, por suerte conseguí uno al que no va tanta gente y eso me gusta, así que ahora voy casi todos los días”</i> <i>“A mis hijos los saco a pasear por algún lado, eso disfruto mucho hacer, son momentos que no hay que dejar pasar por nada del mundo, ni por el trabajo”</i></p>
<p>Temas tratados en reuniones de amigos.</p>	<p><i>“Parejas, estética, chismes de la tele, chismes personales, sexo... nada comprometido. Si bien es al principio interesante, luego ya se</i></p>	<p><i>“y ahora mas que todo hablamos de la familia, todos estamos en nuestros primeros años de casados, y con hijos chicos, y esto se</i></p>

	<i>torna aburrido y siempre es recurrente el mismo tema.”</i>	<i>convirtió en los temas de charla. Nos resulta raro, y nos reímos a veces porque parecemos mujeres, hablando de temas así, pero bueno, son cambios que se producen en nuestras vidas”</i> <i>“Antes siempre hablábamos de mujeres, ahora eso cambio, ya nos preocupan otras cosas, como te dije, los hijos, cuestiones de salud y hasta algunas cosas estéticas aunque suene raro, parecemos mujeres”(risas)</i> <i>“...pero nunca faltan las discusiones o cargadas por el fútbol”</i>
Un hombre es exitoso cuando...	<i>“...ha alcanzado todas sus metas y se ha realizado tanto en el plano sentimental, profesional y económico.”</i>	<i>“... ha logrado lo que se propuso, una buena familia, una buena posición económica que te permita vivir tranquilo, sin preocupaciones”</i>
Lucir bien estéticamente ayuda a ...	<i>“...sentirse mejor con uno mismo, tener más seguridad con el resto de las personas y a ser aceptado por el resto de la sociedad.”</i>	<i>“...a ser exitoso en la vida”</i>
Al momento de tomar decisiones un hombre debe dar importancia a la opinión de...	<i>“...él mismo y su entorno.”</i>	<i>“ de los seres importantes para él, su familia y sus amigos, y porque no, personas del ambiente laboral”</i>
Un hombre consume marcas de primera línea porque...	<i>“...puede ser por varias razones: una, por comodidad, ya que tiene la idea que al ser el producto de primera marca, tendrá una alta calidad y no tiene que estar preocupándose por si será bueno o malo el producto una vez que lo use.</i> <i>Por otra parte, consume primeras marcas por no saber o no tener definido un estilo propio, y piensa que, por ejemplo en el caso de la vestimenta, comprándose primeras marcas siempre éstas les quedarán bien. Esto también es un signo de inseguridad social y piensa que el usar productos de primeras marcas lo hacen pertenecer a uno u otro grupo.”</i>	<i>“...porque tiene el dinero para hacerlo, y porque son las de mejor calidad”.</i> <i>“Aunque muchas veces pasa que aunque no se tenga el dinero, se compra este tipo de marcas por el solo hecho de aparentar”</i>

<p>Palabras que la imagen sugiere</p>	<p>“ Relax- Estética masculina- Tiempo libre- Negocios- Empresario- “</p>	<p>“Juventud, Éxito, Descanso, Estética, Belleza, Metrosexual, Apariencia, Spa”</p>
<p>Aspectos que una persona debe tener en cuenta para lograr una buena presencia.</p>	<p>“La forma de expresarse, la gestualidad, los buenos modales, el buen vestir, la amabilidad, la simpatía, la humildad, el buen humor, la sinceridad.”</p>	<p>“Estar impecable, que significa estar bien vestido, con un aspecto saludable, o sea...arreglado desde la punta de los pies hasta el cabello” “La vestimenta impecable, el cutis limpio, con aspecto de juventud, no se , se pueden usar cosas o tener algún cuidado para que la cara luzca bien” “Por supuesto que la actitud influye, hay que mantener buenos modales y expresar seguridad, transmitir seguridad”</p>
<p>Opinión sobre el cuidado del cuerpo en las personas.</p>	<p>“Si, es importante, por todo lo dicho anteriormente; es decir en primer lugar el sentirse bien con uno mismo a través de la actividad física, la buena alimentación, la gimnasia, el cuidado del cuerpo y la salud... son todos factores que conllevan a una mejor calidad de vida.” “Por otro lado interviene el aspecto social... todos estos factores son bien vistos por la sociedad actual, tan estética, que tiene una cultura por lo físico y por el cuerpo casi ritual diría yo.”</p>	<p>“Todo lo que sea para mejorar el cuerpo es beneficioso en la vida, una persona con belleza física puede lograr mas cosas que alguien que no la tiene”.</p>
<p>Opinión respecto al cuidado de la apariencia física en los hombres.</p>	<p>“Me parece bien que tengan este cuidado, aunque hay muchos que abusan ya, como por ejemplo las operaciones quirúrgicas innecesarias. “ “El sentido de la estética masculina, al igual que el rol de la mujer en la sociedad, ha cambiado también, ha ido evolucionando. Hay prácticas de estética masculinas muy común en nuestra época, que hace 30 años atrás hubieran sido inconcebibles.” “El hombre, de alguna forma, fue también fue adoptando prácticas u ocupando lugares, que tiempo</p>	<p>“todo cuidado siempre y cuando sea prudente es aceptable” “Existen hombres que se exceden con los cuidados, usando cremas, hasta se que algunos usan maquillaje, eso ya me parece demasiado, porque es para las mujeres o te pueden ver como gay” “creo que el cuidado de la estética pasa por algo cultural, las personas lindas y delgadas son mas aceptadas que una gorda por ejemplo, y el hombre no esta ajeno a eso. Antes no nos hacíamos problemas por tener una pancita, ahora si, ya no es sexy tener esa pancita de casado”</p>

	<p><i>atrás eran de dominio exclusivo para las mujeres como salas de masajes, peluquerías, quirófanos, spa, depilación, etc.”</i></p> <p><i>“Es como si entre hombres y mujeres se estuvieran cerrando estas brechas de roles y actividades exclusivos para cada sexo...”</i></p> <p><i>“Los hombres adoptan cada vez más estas prácticas porque son aceptadas socialmente, y el paradigma de la belleza va cambiando. Todo es una cuestión de gustar al otro y así mismo.”</i></p>	<p><i>“También está el miedo a ser viejo, a que nos vean como viejos, yo todavía no me acostumbro a la edad que tengo, y eso que soy joven, pero a veces por comentarios uno se da cuenta que esta creciendo, y eso lleva a que algunos recurran a hacerse un botox por ejemplo, eso ya es demasiado, y ni hablar de los que se tiñen”</i></p>
Actividad física que realiza.	<p><i>“Si, voy al gym y salgo a correr. Gym: todos los días. Salir a correr: 2 o 3 veces a la semana.”</i></p>	<p><i>“Voy al gimnasio todos los días, de lunes a viernes, una hora, es lo recomendable”</i></p>
Motivos por los que realiza actividad física.	<p><i>“Quiero bajar de peso y verme mejor.”</i></p>	<p><i>“para mantenerme en el estado en el que estoy, comencé para bajar la panza y ya lo logre así que ahora hay que mantenerse”</i></p>
Detalles de la imagen que más cuida.	<p><i>“No tengo una parte del cuerpo que cuide más que otra... no sé, en realidad no soy de cuidarme tanto.”</i></p>	<p><i>“Cuido mucho el aspecto físico, el estar en forma, tampoco tan excesivamente es un cuidado normal”</i></p> <p><i>“también trato de estar presentable, de acuerdo a cada ocasión que se presenta, obviamente en el trabajo uno se presenta de una forma, cuando sales a cenar de otra, y así”</i></p>
Tipo de tratamiento estético que realiza. (si los realiza)	<p><i>“una vez a la semana, puedo usar alguna que otra crema corporal y para la cara.”</i></p> <p><i>“Lo que si hago es depilarme el pecho, me fui a veces a una señora, pero ahora aprendí a hacerlo yo solo. “</i></p>	<p><i>“no voy a ningún lugar a realizar algún tratamiento específico, pero si lo hago en mi casa. No te rías pero uso una crema antiarrugas por las noches, es lo único. Al principio usaba la que usaba mi mujer, ahora ya me compre una que es para hombres. “</i></p>
Productos corporales que utiliza.	<p><i>“Los productos de aseo habituales: jabón, shampoo, crema de enjuague, esponja exfoliante, cremas. “</i></p>	<p><i>“Bueno, los que usa todo el mundo, shampoo, crema de afeitar, si uso una crema para peinar, alguna crema humectante para después de afeitar, una crema antiarrugas, y nada mas”</i></p>
Persona que compra los productos corporales que	<p><i>“Los compro en el súper o en farmacity.”</i></p>	<p><i>“Las cosas básicas las compra mi mujer, yo solo me compro los perfumes, cuando no me los regala</i></p>

utiliza. Lugar en donde compra.		<i>ella. Si suelo ir a comprarme yo a veces la crema para las arrugas, pero como siempre me compro la misma, a veces si esta de pasada se la encargo a mi mujer”</i>
Importancia de la marca de los productos corporales.	<i>“Si, para esos productos siempre uso primeras marcas.”</i>	<i>“En eso si somos exigentes, le damos importancia la marca, siempre usamos las mismas”</i>
Importancia que otorga a la moda.	<i>“Importante... no, no es tan importante. Lo importante es saber vestirse, combinar, que la ropa que uno se ponga le quede bien... y es por eso que la opinión de los demás es importante, porque uno solo no puede decidir si está o no bien vestido. Siempre es necesaria otra opinión.” “Pero volviendo al tema de el estar a la moda, uno siempre cae en la moda, porque si vas a un lugar a comprarte ropa, te venden lo que se está usando.”</i>	<i>“no soy un esclavo de la moda pero si me actualizo, en realidad uno cuando va a comprarse ropa, en los negocios venden lo que se esta usando, y como soy de comprarme con frecuencia algo de ropa, siempre estoy a la moda como dicen algunos.” “Obviamente no me voy a poner algo que no me guste porque este de moda, me compro solamente las cosas de acuerdo a lo que me gusta” “...estoy a la moda, pero siempre manteniendo mi estilo, soy algo clásico”</i>
Muchas mujeres dicen: “No me gusta el hombre que demora más tiempo que yo arreglándose”, ¿por qué cree que opinan así?		<i>(risas) “...es cierto eso, pero en casa mucho no lo escucho. Yo noto que a mi mujer le gusta que me cuide un poco, es mas, hasta veo que ella se cuida más ahora que yo empecé a preocuparme por mi físico. Esta bueno eso de ser una pareja que se vea bien, uno porque este casado no debe dejarse estar en la imagen, muchos porque se casan ya dejan de arreglarse, pero no debería ser así. “</i>
Reacción ante opiniones desfavorables sobre la manera de vestir.	<i>“Hago como que no me importa, pero en realidad me siento frustrado y pienso que en verdad no me favorece lo que tengo puesto.”</i>	<i>“La verdad nunca recibí criticas sobre como me visto, pero si le pido opinión a mi mujer, a los que atienden los negocios no, ellos te mienten con tal de venderte”</i>
Tiempo que ocupa en arreglarse para asistir a una reunión social.	<i>“No demoro nada, soy muy rápido para eso. Aparte ya tengo acomodado y pensado lo que me voy a poner. No me pongo a último momento a pensar con que ropa me voy a vestir para salir.”</i>	<i>“No demoro mucho, casi o un poco menos que mi mujer, salimos bien vestidos pero no demoramos, somos bastante puntuales. En una hora yo estoy listo, incluyendo el baño”</i>
Frecuencia con la que compra vestimenta.	<i>“Una vez cada dos semanas (promedio)”</i>	<i>“Todos los meses me estoy comprando algo de ropa”</i>
3 marcas del rubro	<i>“Bowen, Bensimon, Ricky</i>	<i>“Lacoste, Levis y Nike”</i>

indumentaria.	<i>Sarkany.</i> ”	
Opinión respecto de las cirugías estéticas. Intención de realizarse alguna.		<p>“Un poco de miedo me producen, no pensé nunca en hacerme una, a los mejor si supiera que no se va a notar me haría en un futuro algo para las arrugas, pero por ahora no”</p> <p>“...el otro día por ejemplo vino un cliente y apenas lo vi note que se había hecho algo, y no me gustaría que si yo me hago se note así, por eso debería ser un excelente medico o algo casi imperceptible”</p>
Atributos que tiene en cuenta en la compra de un producto cosmético.	<p>“Los beneficios que promete, la calidad de los ingredientes, el packaging, el precio.”</p>	<p>“Generalmente compro por la marca, uno va conociendo cuales son las mejores, mas que todos porque son las mas caras”</p> <p>“Si no conociera nada , pienso que preguntaría a alguien que sepa, una mujer (risas)</p>
Información sobre el cuidado del cuerpo.	<p>“Catálogos, televisión, farmacity.”</p> <p>“Si tuviera que pedir información sobre algo en particular, recurriría a un especialista en el tema”</p>	<p>“Soy de comprarme revistas en donde salen algunos artículos sobre estas cosas, pero no estoy todos los días leyendo”</p> <p>“Si salen artículos en el diario o en alguna pagina de Internet también suelo leerlos”</p>
Personas a los que pide consejos.	<p>“Amigos, los buenos amigos te dicen la verdad. “</p>	<p>“Primero que todo a mi mujer, también suelo pedirle a mi hermana consejos, ella no me miente nunca, aunque a veces no me guste eso, pero hay ocasiones en las que uno debe saber si te queda bien algo o no”</p> <p>“...para los productos no pido consejos casi, me dejo llevar por lo que leo.”</p>

