



**Licenciatura en Psicología**

**“LA CULTURA DE LA DELGADEZ Y LA AUTOVALORACIÓN DE LA  
IMAGEN CORPORAL EN ADOLESCENTES DE 16 A 18 AÑOS DEL  
COLEGIO SECUNDARIO I.P.B DE LA LOCALIDAD DE BERROTARÁN”**



**Bergonzi, Alejandra Soledad**

**2017**

## ***Agradecimientos***

*A mi familia por estar en cada momento importante de mi vida. Por ayudarme a transitar este camino.*

*A mis amigos que fueron el pilar fundamental en todos estos años. Gracias por levantarme cada vez que caí, por alentarme cada vez que quería bajar los brazos, por estar siempre escuchándome.*

*Al Instituto Berrotaràn por abrirme sus puertas y confiar en mí para que pueda realizar este trabajo. Gracias a los directivos, a las profes de educación física y sobre todo a las alumnas quienes fueron el componente esencial.*

*Por último a mi mamá Raquel y a mi mamá del corazón Laura, que sé que desde el cielo guiaron cada paso que di, me acompañaron y me hicieron sentir su presencia en los momentos más duros. Para ellas miles de abrazos al cielo...*

# Resumen

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad determinar cómo afecta la cultura de la delgadez en la autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 16 a 18 años del colegio I.P.B de la localidad de Berrotarán.

Se analiza la importancia de la imagen corporal en la adolescencia dentro del contexto de una cultura donde el ser delgado está estrechamente relacionado con el atractivo físico. Las adolescentes establecen comparaciones entre su apariencia y los modelos ideales sociales, los cuales, al ser poco realistas, pueden generar insatisfacción corporal y baja autoestima.

Para este estudio se utilizó en la parte Metodológica el Cuestionario llamado “Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ)” teniendo una población de 40 personas, posterior a eso se realizó un análisis con los resultados obtenidos a partir de medias estadísticas. Se encontró que la cultura de la delgadez podría estar influyendo de manera negativa en la autovaloración de la imagen corporal de las adolescentes de 16 a 18 años del colegio secundario I.P.B de la localidad de Berrotarán.

Palabras claves: adolescencia- imagen corporal- estereotipos de belleza- autovaloración.

# Abstract

The present research work aims to determine how the culture of thinness affects the self-evaluation of the body image in adolescent girls aged 16 to 18 years from I.P.B. School in the town of Berrotarán.

The importance of body image in adolescence is analyzed within the context of a culture in which thinness is closely related to physical attractiveness. Adolescent girls establish comparisons between their appearance and ideal social models which, being unrealistic, can generate body dissatisfaction and low self-esteem.

In the Methodological section of this study, the questionnaire called "Multidimensional Body Self-Relationships Questionnaire" (MBSRQ) is used on a population of 40 people and an analysis is conducted with the results obtained through statistical means. It is found that the culture of thinness could be negatively influencing the self-evaluation of the body image of 16 to 18 year-old adolescent girls from I.P.B. Secondary School in the town of Berrotarán.

Keywords: adolescence - body image - stereotypes of beauty - self-evaluation.

# Índice

<u>INTRODUCCION</u> .....	1
<u>ANTECEDENTES</u> .....	4
<u>JUSTIFICACION</u> .....	8
<u>PROBLEMA</u> .....	9
<u>OBJETIVOS</u> .....	9
<u>MARCO TEÓRICO</u> .....	10
Capítulo I Adolescencia.....	10
1.1 Definición.....	10
1.2 Desarrollo de la adolescencia.....	11
1.3 Adolescencia y cuerpo.....	15
Capítulo II: Imagen corporal.....	17
2.1 Definición.....	17
2.2 Componentes de la Imagen Corporal.....	17
2.3 Formación de la Imagen Corporal.....	18
2.4 Alteraciones en la Imagen Corporal.....	19
Capítulo III Autovaloración y Autoestima.....	20
3.1 Autoestima.....	20
3.2 Autovaloración.....	21
Capítulo IV: Estereotipos de Belleza.....	22
4.1 Belleza.....	22
4.2 Cánones de Belleza.....	22
4.3 Estereotipo.....	24
4.4 Influencia Social.....	25
4.5 Medios de Comunicación y Estereotipos de Belleza.....	26
<u>METODOLOGÍA</u> .....	28
<u>ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS</u> .....	32
<u>CONCLUSIÓN</u> .....	52
<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u> .....	55
<u>ANEXOS</u> .....	60
Anexo I: Carta Informativa sobre el consentimiento Informado.....	61
Anexo II: Consentimiento Informado de participación en la investigación.....	62
Anexo III: Cuestionario.....	63

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: pregunta 1.....	33
Gráfico 2: pregunta 7.....	34
Gráfico 3: pregunta 16.....	35
Gráfico 4: pregunta 19.....	36
Gráfico 5: pregunta 27.....	37
Gráfico 6: pregunta 33.....	38
Gráfico 7: pregunta 34.....	39
Gráfico 8: pregunta 44.....	40
Gráfico 9: pregunta 45.....	41
Gráfico 10: pregunta 5.....	42
Gráfico 11: pregunta 13.....	43
Gráfico 12: pregunta 31.....	44
Gráfico 13: pregunta 4.....	45
Gráfico 14: pregunta 7.....	46
Gráfico 15: pregunta 23.....	47
Gráfico 16: pregunta 8.....	48
Gráfico 17: pregunta 15.....	49
Gráfico 18: pregunta 17.....	50
Gráfico 19: pregunta 29.....	51

# Introducción

La adolescencia es un período de transición entre la dependencia de la niñez y la independencia de la edad adulta. En ella, ocurren diferentes cambios biológicos, sociales y psicológicos, en donde se ponen en juego varios factores para el desarrollo de la personalidad, dentro de la cual la imagen corporal es un factor de base en la formación, según (Mora, 2008) la imagen corporal se refiere a la representación mental realizada del tamaño, figura y forma del cuerpo (en general y de sus partes); es decir, cómo se percibe y cómo se cree que los demás lo ven. Además de la percepción, la imagen corporal implica un sentimiento ante el cuerpo (insatisfacción, preocupación, satisfacción, etc.) y cómo se actúa con respecto a este (exhibición, evitación, etc.) (Mora, 2008).

La imagen corporal que se va construyendo en la adolescencia no solo es cognitiva, sino; además, está impregnada de valoraciones subjetivas y determinada socialmente; se produce en forma paralela al desarrollo evolutivo y cultural de la persona (Mora, 2008).

La imagen corporal puede ser entendida como el resultado final de la integración de la totalidad del cuerpo, y obedece a distintas áreas de éste; con respecto a las mujeres las áreas de mayor preocupación son las siguientes: cintura, estómago, peso, pecho, cadera, nalgas, cabello, cara, hombros, brazos, altura, y tono muscular. Todas estas áreas corporales están en relación a los estándares de belleza, y resultan de gran preocupación por parte de las personas (principalmente mujeres) para poder cubrir dichos estándares (Aguilar Quevedo Jaisi, 2004).

Cadena (2013) plantea que dichos estándares de belleza son considerados bastante importantes en esta sociedad, es por eso que en muchas ocasiones las mujeres son descritas por su apariencia o por sus rasgos. La belleza se puede considerar como parte de un estereotipo brindado por la sociedad y la cultura (Cadena, 2013).

De esta manera puede influir en gran medida en la autopercepción de los individuos, tomando como sumamente importante lo que piensan ellos mismos y lo que piensan las personas que los rodean acerca de ellos y de lo que es la belleza (Cadena, 2013).

Se estima que en la época actual se da un culto a la juventud con patrones estéticos corporales delgados (Mora, 2008).

La forma corporal ideal para las mujeres es la tubular, ultraflaca, grácil y esbelta. Estos físicos son estereotipos de un momento histórico el cual depende, en gran parte, de la acción de los medios de comunicación, estos conforman la cultura de la delgadez (Mora, 2008).

Por su parte, la manera en que afecta o no dicho estereotipo, en la autovaloración de la imagen corporal, tiene que ver, en gran medida con el autoestima y la autovaloración que el sujeto tenga de sí mismo.

La autovaloración es una configuración de la personalidad que integra de modo articulado un concepto de sí mismo (cualidades, capacidades, intereses, motivos), preciso, generalizado, con relativa estabilidad, y comprometido en la realización de las aspiraciones más significativas del sujeto en las diferentes esferas de la vida (Fernández Ríos, L., 2005).

La meta en el aspecto de la autovaloración consiste entonces en identificar aquellos medios adecuados que satisfagan la necesidad que tiene la persona de verse a sí misma en forma positiva, de tal manera que le otorgue mayor valor y atención a las dimensiones realmente importantes de su personalidad (Naranjo Pereira, M. L. 2007).

El presente Proyecto de Investigación Aplicada (PIA) tiene como objetivo determinar en qué manera la cultura de la delgadez afecta la autovaloración de la imagen corporal de adolescentes de 16 a 18 años de la localidad de Berrotarán.

En cuanto al marco conceptual, se toman como variables: Adolescencia, Imagen Corporal y Estereotipos de belleza.

Dicho trabajo se aborda desde una metodología cuantitativa, y se desarrolla mediante un estudio descriptivo. Como población se considera a las estudiantes adolescentes del colegio secundario I.P.B, de la localidad de Berrotarán. De la población total se tomará una muestra de 40 mujeres. A su vez se contemplará que la edad de las mismas, se encuentre entre 16 y 18 años de edad. Para seleccionar la muestra, se realizará un muestreo probabilístico, de tipo aleatorio simple.

Se realizará un cuestionario a las adolescentes, en donde se llevará a cabo mediciones sobre la autopercepción de la imagen corporal. Una vez obtenida la información necesaria, se llevará a cabo el análisis de la misma a fines de poder describir la influencia que ejerce la cultura de la delgadez en la autovaloración de la imagen corporal.

## Antecedentes

De acuerdo a la revisión de investigaciones realizadas el ideal estético corporal femenino actual, desde el fenómeno «Twiggi» en los años sesenta, es la extrema delgadez. La mujer en su ansia de conseguir ese ideal, prácticamente inalcanzable, se ha sometido a una serie de normas que la esclavizan y la mantienen permanentemente en un alto nivel de preocupación con el cuerpo y la estética. El deseo frustrado de parecerse a una mujer alta, con largas piernas y caderas estrechas genera en la población femenina, en general, una gran insatisfacción corporal. El hecho de no encajar a la perfección con lo que la sociedad actual impone o pide, genera frustración, rechazo, depresión, baja autoestima y lo que es aún peor convierte a la persona en un ser susceptible a desarrollar enfermedades relacionadas con la alteración de la imagen (Valerie Alvarado Steller- Kristel Sancho Bermúdez, 2011).

Mora (2008) en su artículo “Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez” describe el estado de satisfacción corporal en un grupo de adolescentes costarricenses de ambos sexos. Analiza la importancia de la imagen corporal en la adolescencia dentro del contexto de una cultura donde el ser delgado está estrechamente relacionado con el atractivo físico. Los resultados demuestran que casi la mitad del grupo en estudio está disconforme con su peso, les gustaría pesar menos y ser más altos. Estos resultados apuntan a un físico sin tejido adiposo, delgado y alto, parecido al modelo valorado socialmente. Las investigaciones describen a estos modelos como jóvenes, pues

en la época actual se da un culto a la juventud con patrones estéticos corporales delgados (Mora, 2008).

La forma corporal ideal para las mujeres es la tubular, ultra flaca, grácil y esbelta. Para los hombres, es un cuerpo donde predomina el tejido muscular y con espalda ancha. Estos físicos son estereotipos de un momento histórico el cual depende, en gran parte, de la acción de los medios de comunicación, estos conforman la cultura de la delgadez (Mora, 2008)

Cabrera García- Ochoa (2010) en su artículo “El cuerpo femenino en la publicidad”, plantea cómo, en los medios de comunicación en general y en la publicidad en particular, se detecta un constante flujo de imágenes y expresiones que subyugan especialmente a la mujer y la obligan a regirse por unos cánones de belleza que son restrictivos e incluso nocivos para su salud. Inmersos en una sociedad de consumo, donde la imagen corporal es a veces mejor valorada que un buen currículum, son muchas las personas que sucumben a los cantos de sirena lanzados desde los comerciales invitándonos a conseguir un cuerpo más deseable. Los resultados obtenidos de la investigación demuestran que los modelos publicitarios transmitidos a través de diferentes formatos influyen de manera clara en la valoración que los sujetos hacen de su propio cuerpo y atributos físicos sobre todo durante la infancia y la adolescencia. En el caso de las mujeres el atributo físico más valorado y asociado a la belleza es la delgadez, mientras que en el caso del hombre lo sería la fortaleza asociada a un cuerpo musculoso como se ha visto en algunas de las campañas analizadas. Los publicitarios a través de los mensajes transmitidos

están modelando o enmarcando la imagen, no sólo de la persona, sino del entorno completo en el que se vive (Cabrera García- Ochoa ,2010).

En el artículo Modelos actuales de belleza: La experiencia del cuerpo en las mujeres de diferentes generaciones (Marcús J, Zicavo E, Cyunel V, Felice M, Schiavoni, y Urroz M, 2011), se analizan los códigos culturales que intervienen en la construcción de los modelos de belleza femenina en la actualidad y cómo éstos inciden en los comportamientos de las mujeres de clase media que habitan en la ciudad de Buenos Aires. Se realizaron entrevistas en profundidad a mujeres heterosexuales de 21 a 30 años y de 31 a 40 años de edad.

Los resultados de la investigación determinan que las mujeres coinciden en que la carrera por alcanzar dicho paradigma estético se convierte en una preocupación en las generaciones más jóvenes en relación a las generaciones pasadas, debido a que hay una necesidad constante de “querer pertenecer, querer ser aprobado y querer atraer” no por la vía de otros recursos, sino a partir de lo meramente estético.

En el desarrollo de la ponencia se ha visto cómo el modelo de belleza socialmente legitimado aparece una y otra vez en el discurso de las entrevistadas como un modelo ligado con la delgadez. Estar flaca es lo que permite discernir, entre lo bello y lo feo (Marcús J, et al. 2011).

Cruz Sáez, Maganto Mateo (2002) llevaron a cabo un análisis sobre “Índice de masa corporal, preocupación por la delgadez y satisfacción corporal en adolescentes”

La obsesión por la delgadez y la insatisfacción corporal son variables asociadas a los trastornos de alimentación en adolescentes. Ambas variables están vinculadas al modelo estético corporal vigente. Se desconoce en qué medida este modelo está afectando a sujetos sin trastornos alimenticios. Esta investigación pretende conocer el nivel de satisfacción corporal en adolescentes, y su asociación con la edad, sexo, índice de masa corporal y preocupación por la delgadez. La muestra no clínica está compuesta por 200 adolescentes de 14 a 17 años, 104 chicos y 96 chicas. Los resultados presentan correlaciones significativas entre las variables estudiadas. El sexo es una variable diferenciadora, mostrando las chicas mayor nivel de insatisfacción corporal, y puntuaciones más elevadas en las subescalas de EDI-insatisfacción y de EDI-Obsesión por la delgadez. A su vez el índice de masa corporal mediatiza la preocupación por la delgadez y la satisfacción corporal de forma diferente para chicos y chicas (Cruz Sáez, et al. 2002).

## Justificación

En función de lo investigado hasta el momento pareció pertinente abordar dicha temática en el contexto espacial de Berrotarán, ya que aún no ha sido investigado en dicha localidad. El interés del tema surge a partir de la necesidad de evidenciar si, la cultura de la delgadez, que rige actualmente en la sociedad, influye en la manera en que las mujeres valoran su imagen corporal.

Se encontraron antecedentes que investigaron ciertos aspectos del problema que se plantea, como por ejemplo Adolescencia, Imagen Corporal, Estereotipos de Belleza y Autovaloración, pero no se ha encontrado ningún antecedente que contemple todas las variables del problema de investigación, solo han sido estudiados por separado.

Los antecedentes encontrados son en su mayoría recientes, ya que fueron realizados hace menos de 15 años, son principalmente de otros países, por dicha razón se considera apropiado realizar la investigación en el contexto de Argentina, específicamente en la localidad de Berrotarán.

Se tomó como referencia un análisis llevado a cabo acerca de adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez, llevado a cabo en Costa Rica.

Se considera que dicha investigación podría contribuir al conocimiento, y que la misma sería de utilidad para los Adolescentes, ya que pretende aportar comprensiones acerca de ciertas creencias impuestas por la sociedad. Además se considera que será importante para el sector de la educación en general, dicha investigación podría servir a psicólogos y profesionales que trabajen en el ámbito de la salud, con esta población.

## Problema

¿Cómo afecta la cultura de la delgadez en la autovaloración de la imagen corporal de las adolescentes de 16 a 18 años del colegio I.P.B de Berrotarán?

## Objetivos

□ Objetivo general

- Determinar cómo afecta la cultura de la delgadez en la autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes de 16 a 18 años del Colegio I.P.B de Berrotarán.

□ Objetivos específicos

- Describir la imagen corporal de las estudiantes del Colegio I.P.B de Berrotarán.
- Detectar los niveles de valoración de la imagen corporal en las adolescentes de 16 a 18 años del Colegio I.P.B de Berrotarán.
- Conocer la influencia del estereotipo de belleza ligado a la delgadez en la población adolescente.

## Hipótesis

- La cultura de la delgadez influye de manera negativa en la autovaloración de la imagen corporal en las adolescentes del colegio I.P.B de Berrotarán

# Marco Teórico

## CAPÍTULO I: ADOLESCENCIA

### **1.1 Definición**

El término adolescencia deriva del latín *adolescere* que significa crecer hacia la adultez. La adolescencia es aquella etapa del desarrollo ubicada entre la infancia y la adultez, en la que ocurre un proceso creciente de maduración física, psicológica y social que lleva al ser humano a transformarse en un adulto. En este período, en el que ocurren cambios rápidos y de gran magnitud, la persona se hace tanto biológica, como psicológica y socialmente madura y capaz de vivir en forma independiente.

La adolescencia ha sido definida tradicionalmente por la Organización Mundial de la Salud como el período comprendido entre los 10 y 19 años de edad.

Sin embargo en los últimos años un nuevo informe de la OMS indica que la adolescencia se ha prolongado, indicando que la duración de la misma se ha ampliado hasta los 25 años.

Es indispensable pensar que los adolescentes hoy poco se parecen a los de algunas décadas atrás. Los ímpetus de la globalización, imponen sus coordenadas al actual tránsito adolescente. La tendencia a la homogeneidad atraviesa las fronteras geográficas e impregna a los adolescentes de regiones distantes con estilos, modas, músicas, hábitos de consumo y anclajes identificadorios que los igualan (Susana Sternbach, 2006).

A diferencia de otros periodos históricos, en los cuales la adolescencia se consideraba un tiempo de tránsito que culminaría en la adultez, actualmente es la juventud

y aun la adolescencia aquello a alcanzar. Por esta razón el modelo adolescente se impone y convoca al mundo adulto a intentar permanecer lo más cerca posible de esta etapa (Susana Sternbach, 2006).

## **1.2 Desarrollo de la adolescencia**

Arminda Aberastury (2006) quien junto a Mauricio Knobel escribe el libro llamado “La adolescencia normal”, proponen aceptar la adolescencia, no como una etapa estabilizada, sino como proceso y desarrollo. El adolescente, explican, atraviesa por desequilibrios e inestabilidad extrema. La adolescencia es: “...la etapa de la vida durante la cual el individuo busca establecer su identidad adulta, apoyándose en las primeras relaciones objétales parentales internalizadas y verificando la realidad que el medio social le ofrece, mediante el uso de los elementos biofísicos en desarrollo a su disposición y que a su vez tienden a la estabilidad de la personalidad en un plano genital, lo que sólo es posible si se hace el duelo por la identidad infantil” (Aberastury, 2006 p.39).

El duelo es uno de los fenómenos de importancia en esta etapa. Su importancia radica en la redefinición que aporta a los procesos de desarrollo: aparece ante cualquier pérdida y provoca una reconfiguración objetal (Moujàn, O.F. 1997).

Los adolescentes luchan, sufren, se esfuerzan, no solo a causa de los objetos externos que tienen que ser abandonados y adquiridos, sino también a las identificaciones infantiles que tienen que dejar y a la adquisición de las nuevas, que configuran la

identidad adulta. Los duelos siempre implican pérdidas en tres áreas (mente, cuerpo y ambiente) y en los tres tiempos, pasado, presente, futuro (Moujàn, O.F. 1997).

Aberastury (2006) habla de los duelos que debe pasar el adolescente para desprenderse de su mundo infantil, de la relación de dependencia en que permanecía, teniendo sus necesidades satisfechas y sus roles establecidos claramente. Los divide en tres duelos fundamentales:

1) El duelo por el cuerpo infantil perdido: Se considera que en este periodo existen variadas modificaciones biológicas que el adolescente observa con impotencia. Se produce una despersonalización por encontrarse en un cuerpo de adulto y mantener un pensamiento de niño.

Esta falta lleva a realizar un cambio de su pensamiento, en que la pérdida de los objetos reales es sustituida por símbolos verbales, las palabras. Lo simbólico reemplaza a lo concreto real egocéntrico. Comienza en el adolescente a existir un mayor manejo de las ideas, ideales, religión, política, estas llenan el discurso tras la falta de ser.

2) El duelo por el rol y la identidad infantil: En la infancia existe una situación de dependencia natural, los niños aceptan que sean otros quienes se hagan cargo de ellos, tanto físicamente como en sus decisiones. "...que su yo se vaya enriqueciendo mediante el proceso de introyección y proyección que configura la identificación" (Aberastury, 2006 pág. 145).

Ocurre que en la adolescencia existe una confusión de los roles, pues se adquiere cierta autonomía con relación a los padres, pero no se alcanza una independencia completa,

un rol adulto, lo que genera un fracaso de personificación. No tienen el espacio necesario para actuar como adultos, como en un ensayo, por lo cual se escinden para responder ante sus padres sólo por las obligaciones y responsabilidades y mostrar ante sus compañeros sus cualidades y atributos jugando a ser en el grupo distintas personas. Es este el lugar que cobra importancia, pues pueden desplegar sus múltiples roles, sentir apoyo de otros que pasan lo mismo e identificarse.

3) El duelo por los padres de la infancia: El abandono de la dependencia provoca una negación de los cambios tanto corporales como de pensamiento y roles. También existe una negativa a la separación misma del seno familiar, tanto de los adolescentes, como de la pérdida de los padres de la relación de sometimiento que tenían sus hijos, existiendo entonces un doble duelo.

Los adolescentes siguen esperando la protección, el control, la ayuda económica y emocional que le brindan sus padres, pero a la vez anhelan la libertad de decidir, de hacer, y el reconocimiento que puedan hacer sus padres de estos como adultos.

Pero sus padres no les ofrecen este espacio. Deben dejar de lado estas figuras creadoras de identidad en la infancia y encontrar otros adultos que sirvan como estas figuras, como imagen paterna idealizada. Es lo que proyectan en profesores, músicos, ídolos deportivos, filósofos. Estos son sustitutos de sus objetos perdidos.

Con el duelo tenemos entonces las dos tareas fundamentales del adolescente: la lucha por la reconstrucción de su realidad psíquica (mundo interno) y la lucha por la reconstrucción de sus vínculos con el mundo externo, ambas suspendidas a una tercera, la lucha por la identidad (reconstruir sin perder de vista el fin fundamental, ser uno mismo en el tiempo y el espacio en relación con los demás y con el propio cuerpo) (Moujàn, O.F. 1997).

La adolescencia entrama el cuerpo, lo psíquico y lo social. Es un complejo que resignifica la historia, la sexualidad, el narcisismo, las pulsiones, las relaciones, el armado identificadorio y autoorganiza la subjetividad. Hay una exigencia de trabajo psíquica que implica esfuerzo, energía y creación de algo nuevo. Si el adolescente puede reapropiarse de su historia infantil estableciendo nuevas alianzas con su cuerpo, con la realidad, con su mundo relacional y con las distintas instancias psíquicas, habrá transformación y creación subjetiva. Es un proceso histórico singular y no una etapa predeterminada (Rother Hornstein, M. C., Lerner, H. S., Susana Ungar, V. R., Ricardo, P., Liliana Trilnik de Merea, A. C., Elsa, S. R.,... & Islas, O., 2008).

Para Piera Aulagnier (1991), construir un pasado adviene como condición de posibilidad para, desde el presente, configurar un proyecto de futuro que no supone una simple reedición lineal de la representación de un tiempo pasado, de un origen que determina, sino que incluye la posibilidad de resignificar lo heredado instituido y crear, en tanto invención del trabajo de la imaginación, nuevas ligazones. En esta línea, “el yo se

abre a un primer acceso al futuro debido a que puede proyectar en él el encuentro con un estado y un ser pasado” (Aulagnier, 1977, pág. 169).

### **1.3 Adolescencia y cuerpo**

El trayecto adolescente conlleva la elaboración de las significativas transformaciones del cuerpo que signan este tiempo de la vida. Tratar el tema del cuerpo en el escenario actual conlleva a la noción de un cuerpo que se construye en el seno de los vínculos y del campo histórico-social (Sternbach, S, 2006).

Este cuerpo, a la vez biológico, sensorial, erótico, imaginario y hablado, es por consiguiente indisociable tanto del psiquismo como del encuentro incesante con los otros investidos y con el lazo social ampliado. El cuerpo se produce desde una realidad cultural y no meramente natural (Sternbach, S, 2006).

El adolescente se encuentra en una constante búsqueda de identidad y la misma contiene facetas caracteriales e imágenes corporales. Esta búsqueda de la identidad se da solo a partir del reconocimiento del otro y por trámites de identificación que siguen las vías de facilitación que ofrecen los dispositivos sociales, encontrando su referencia ejemplar en las modelos publicitarias (Rodulfo, M, 2008).

La búsqueda del ideal se objetiviza a través de la búsqueda del cuerpo ideal, que de esta manera se construye en soporte del ideal del yo. Pero, a la vez, el alcanzar un ideal respondería a un estereotipo, a una uniformidad que podría llevar a una pérdida de identidad. Sin embargo, esta alienación en la imagen ideal debe entenderse como una

tentativa de curación del adolescente como un intento de ser reconocido por el otro. O sea que se alcanza el ideal a riesgo de perder la identidad en tanto diferencial, pero de esta manera, por identificación, se puede obtener el reconocimiento del otro (Rodulfo M, 2008).

La relación con el cuerpo propio es inseparable de la relación con los otros. El cuerpo en general y el cuerpo adolescente en particular resultan hoy fuertemente investidos desde los discursos sociales. Se trata antes que nada, del cuerpo en su dimensión estética. “El cuerpo como imagen ocupa un lugar tan central en la contemporaneidad que llega a construir un verdadero capital estético, que opera a menudo como criterio clasificador y organizador fundamental de las relaciones afectivas y sociales” (Sternbach, S, 2006 pág. 70).

Todo esto se ensambla con una multiplicidad de operaciones del imaginario social que promueve al cuerpo como objeto de culto, dándose, una idolatría corporal que despoja al cuerpo de su alteridad. Allí funcionan las imágenes televisivas, por ejemplo, convirtiendo lo que hubieran sido cuerpos libidinales en cuerpos de muñecas, muñecas de porcelana de similar espectralidad, planas y angostas, que no comen, ni menstrúan, ni evacúan. El cuerpo propio queda apresado en los procedimientos de una estética-dietética racionalizada por un discurso de lo saludable, bajo la égida de modelos imperativamente directivos (Rodulfo, M, 2008).

## **CAPÍTULO II: IMAGEN CORPORAL**

### **2.1 Definición**

La clásica definición de Imagen corporal se le atribuye a Schilder (1923) quien la describe como la figura del propio cuerpo que se forma en la mente, es decir, la forma en la cual el cuerpo presenta al individuo.

De acuerdo a García (2004) la imagen corporal se refiere a la representación mental realizada del tamaño, figura y de la forma del propio cuerpo (en general y de sus partes); es decir, cómo se percibe y cómo se cree que los demás lo ven. Además de la percepción, la imagen corporal implica cómo el sujeto se siente con su cuerpo (insatisfacción, preocupación, satisfacción, etc.) y cómo se actúa con respecto a este (exhibición, evitación, etc.) (García, 2004).

### **2.2 Componentes de la imagen corporal**

Según plantea Contreras (2009) la imagen corporal es un constructo formado por tres componentes.

**El perceptivo:** Incluye información sobre cómo se percibe el tamaño y la forma de del cuerpo y de sus partes, tanto de las partes como de la globalidad. La alteración de este componente puede dar lugar a sobreestimaciones (percepción mayor que la realidad) o subestimaciones (percepción menor que la realidad).

**El cognitivo-afectivo:** Está referido a los pensamientos, automensajes, sentimientos, actitudes, creencias y valoraciones sobre el cuerpo (satisfacción, insatisfacción, ansiedad, etc.).

El conductual: Lo constituyen las conductas derivadas de la percepción positiva o negativa del cuerpo y de los sentimientos de satisfacción o insatisfacción asociados a esa percepción, ya sean conductas de exhibición, de evitación, etc. (Contreras, 2009).

### **2.3 Formación de la Imagen Corporal**

La imagen corporal comienza a formarse gradualmente desde el nacimiento. No es fija e inamovible, sino que puede ser diferente a lo largo de la vida, teniendo una mayor relevancia durante la infancia y adolescencia (Salaberria, K., Rodríguez, S., & Cruz, S., 2007).

Los bebés hacia los 4-5 meses empiezan a distinguir entre ellos, los objetos externos y sus cuidadores, hacia los 12 meses comienzan a andar y explorar el entorno. Los niños entre el año y los 3 años experimentan la relación entre el cuerpo y el ambiente, con el desarrollo de habilidades motoras y el control de esfínteres. A partir de los 4-5 años, los niños comienzan a utilizar el cuerpo para describirse a sí mismos y vivenciarlo en sus fantasías, se integran así los sentidos de la vista, el tacto, el sistema motor y sensorial (Salaberria, K. et al. 2007).

En la adolescencia se vive el cuerpo como fuente de identidad, de auto-concepto y autoestima. Es la etapa de la introspección y el auto-escrutinio, de la comparación social y de la autoconciencia de la propia imagen física y del desenvolvimiento social, que podrá dar lugar a la mayor o menor insatisfacción con el cuerpo (Salaberria, K. et al. 2007).

## **2.4 Alteraciones en la Imagen Corporal**

Según Salaberria, K. (et al. 2007) las alteraciones de la imagen corporal pueden concretarse en dos aspectos:

Alteración cognitiva y afectiva: insatisfacción con el cuerpo, sentimientos negativos que el cuerpo suscita. Alteraciones perceptivas que conducen a la distorsión de la imagen corporal. Inexactitud con que se estima el cuerpo, su tamaño y su forma (Salaberria, K. et al. 2007).

En general cuando la preocupación por el cuerpo y la insatisfacción con el mismo no se adecúan a la realidad, ocupan la mente con intensidad y frecuencia, y generan malestar interfiriendo negativamente en la vida cotidiana se habla de trastornos de la imagen corporal (Salaberria, K. et al. 2007).

## **CAPITULO III: AUTOVALORACION Y AUTOESTIMA**

### **3.1 Autoestima**

Santrock (2002, p. 114) define a la autoestima como: “La evaluación global de la dimensión del Yo. La autoestima también se refiere a la autovalía o a la autoimagen, y refleja la confianza global del individuo y la satisfacción de sí mismo” (Santrock, 2002, p. 114).

Por otra parte Mézerville (2004, p.61) plantea que la autoestima “es la percepción valorativa y confiada de sí misma, que motiva a la persona a manejarse con propiedad, manifestarse con autonomía y proyectarse satisfactoriamente en la vida” (Mézerville 2004, p. 61).

La autoestima es un factor importante a considerar en la vida de las personas ya que la misma configura la representación que cada uno tiene de sí mismo.

Está configurada por factores tanto internos como externos. Se entiende por factores internos a aquellos que son creados por el individuo, tales como ideas, creencias, prácticas o conductas. Los factores externos tienen su relación con el entorno, los mensajes transmitidos verbal o no verbalmente, las experiencias transmitidas por los padres, los educadores, las personas significativas y la cultura (Naranjo Pereira, M. L. 2007).

Según Güell y Muñoz (2000, p. 118), la persona tiene la capacidad de establecer su propia identidad y atribuirse un valor y, a esa valoración se le llama autoestima. Señala que

“Si conseguimos mantener un buen nivel de autoestima resistiremos las críticas, nos abriremos mejor a los demás, aprenderemos a pedir ayuda y, en general, nos resultará mucho más gratificante vivir, lo que contribuirá también a prevenir cualquier proceso depresivo” ( Güell y Muñoz, 2000, p. 118).

### **3.2 Autovaloración**

La autovaloración es una configuración de la personalidad que integra de modo articulado un concepto de sí mismo (cualidades, capacidades, intereses, motivos), preciso, generalizado, con relativa estabilidad, y comprometido en la realización de las aspiraciones más significativas del sujeto en las diferentes esferas de la vida (Fernández Ríos, L., 2005).

La autovaloración es determinada en última instancia por las condiciones de vida y educación del sujeto; entre las cuales ocupa un lugar primordial la valoración social. Desde la infancia temprana, a través de sus relaciones de comunicación y actividad con adultos y pares, el niño recibe diferentes valoraciones de su comportamiento, que se convierten en importante fuente de formación de la autovaloración (Domínguez, L. 1999).

La meta en el aspecto de la autovaloración consiste entonces en identificar aquellos medios adecuados que satisfagan la necesidad que tiene la persona de verse a sí misma en forma positiva, de tal manera que le otorgue mayor valor y atención a las dimensiones realmente importantes de su personalidad. (Naranjo Pereira, M. L. 2007).

## **CAPÍTULO IV: ESTEREOTIPOS DE BELLEZA**

### **4.1 Belleza**

La belleza es según el diccionario de la Real Academia Española (2001):

*“Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual.*

*Esta propiedad existe en la naturaleza y en las obras literarias y artísticas”.*

Para Aristóteles, la belleza es “armonía”, es “medida” y “orden”. Lo bello considerado como algo más que lo útil, pues esto es bueno para un solo individuo, pero lo bello es bueno para todos. Lo bello es lo valioso, lo que es útil por sí mismo y que a la vez agrada, pero como él mismo afirmaba, lo bello es agradable, pero no todos los placeres son bellos ni todo lo bello es bueno, por lo tanto, lo que es bello, es bueno y agradable ( De Arroyabe, M. L. A. F. 2014).

### **4.2 Cánones de Belleza**

“Los patrones estéticos corporales han sido valorados de manera distinta en ciertas épocas de la historia. Actualmente, en el mundo occidental está de moda un modelo estético corporal caracterizado por un cuerpo delgado, denominado “tubular” (Mora, 2008, pág. 2).

La existencia de este ideal de belleza, establecido y compartido socialmente, supone una presión significativa para la población en general y, especialmente, para la adolescente quien se encuentra en la etapa de integración de la imagen corporal. De tal manera, si se es delgado o delgada hay razones para valorarse positivamente; sin embargo,

aquellos y aquellas quienes se apartan del modelo delgado sufren y suelen padecer baja autoestima (Mora, 2008).

“Cuando se asume la delgadez como valor altamente positivo, como modelo corporal por imitar, como criterio de evaluación estética del propio cuerpo, el ser delgado significa triunfo, éxito, control sobre sí mismo” (Mora, 2008; pag.2 ).

La cultura actual demanda a las mujeres una creciente preocupación sobre la representación de la belleza femenina en ideales limitados a la apariencia física. Es la época de la anti-edad y el anti-peso (Alvarado Steller, V., & Sancho Bermúdez, K. 2012).

Principalmente aparece la preocupación por cuidar el peso, lo cual se vive como una lucha y autocensura constante para mantenerse en un peso adecuado, se involucran diversas prácticas relacionadas como hacer ejercicio, comer bien, tomar agua, hacer dietas. El sobrepeso, genera por lo tanto sentimientos de culpa con afectación directa a su autoestima. El ritual de embellecimiento, es importante al establecer un contacto cercano con su cuerpo desde el momento del baño, la vestimenta y hasta los últimos detalles. El principal objetivo perseguido es ser vistas y admiradas (Piñón y Cerón, 2007).

### **4.3 Estereotipo**

Se entiende por estereotipo, aquellas creencias populares sobre los atributos que caracterizan a un grupo social, y sobre las que hay un acuerdo básico (Sevilla, 1999).

Los estereotipos constituyen, por tanto, herramientas socioculturales sobre las que se asientan normas de funcionamiento social a la vez que sirven de referente para estructurar la identidad de los sujetos (Bravo, 2007).

Sevilla (1999) sostiene que los estereotipos tienen una función muy importante para la socialización del individuo: facilitan la identidad social, la conciencia de pertenencia a un grupo social, ya que el aceptar e identificarse con los estereotipos dominantes en dicho grupo es una manera de permanecer integrado en él (Sevilla, 1999).

El estereotipo de la mujer ideal es considerado bastante importante en esta sociedad, es por eso que en muchas ocasiones las mujeres son descritas por su apariencia o por sus rasgos. La belleza se puede considerar como parte de un estereotipo brindado por la sociedad y la cultura, la cual puede ser fácilmente relacionada con la moda, hábitos y tendencias (Cadena, 2013).

De esta manera puede influir en gran medida en la autopercepción de los individuos, tomando como sumamente importante lo que piensan ellos mismos y lo que piensan las personas que los rodean acerca de ellos y de lo que es la belleza (Cadena, 2013).

Existen estereotipos que relacionan el ser bello con el éxito y el ser feo con el fracaso. La presión social es tan grande, que no ser bello o estar excedido de peso puede

resultar un obstáculo para la soltura en el desenvolvimiento de estas mujeres, imposibilitando que desarrollen incluso en el ámbito del trabajo, otro tipo de potencialidades que nada tienen que ver con el aspecto exterior (Marcús, J., Zicavo, E., Cyunel, V., Felice, M., Schiavoni, B., & Urroz, M., 2011).

#### **4.4 Influencia Social**

Esnaola Etxanz (2005) plantea que el problema actual, propio de la sociedad de consumo, es el culto al cuerpo y a su valor estético. Existe una obsesión por un cuerpo perfecto que ha conducido, especialmente a grupos de jóvenes, a una tiranía de la belleza. Ello dificulta en unos casos, e impide en otros, la existencia de otros valores de mayor urgencia y necesidad en la formación humana. Tener un físico agradable se ha convertido en una obligación, pues ello supone prestigio, seguridad y superioridad, aunque a veces, se alcance a costa del sacrificio de otros valores más humanizantes (Esnaola Etxanz, 2005).

“Nunca el cuerpo ha influido tanto en el yo, y en el autoconcepto. La mujer hoy se siente obligada a vivir en la perfección. Hoy el cuerpo, "la percha", en mayor o menor grado, se encuentra asociado a todo o casi todo” (Esnaola Etxanz, 2005; pág.3).

La sociedad actual manifiesta un claro culto a la belleza del cuerpo, por lo que ésta, en buena parte, condiciona, y hasta determina, el placer, el éxito, amistades, sexo, etc. Hoy quienes gozan de buena presencia, poseen mayores posibilidades laborales, de relaciones humano-afectivas y de aceptación social (Castillo, 2003).

El culto a la belleza parecía ser un valor de una importancia tal que llega a convertirse en un súper-valor o valor primero. De este modo, todo, o casi todo, está al servicio de la fuerza de la belleza. La sociedad así lo demanda, el modo de ser debe seguir el modelo estético socialmente reconocido, asociado a la dualidad delgadez juventud (Castillo, 2003).

#### **4.5 Medios de Comunicación y Estereotipos de Belleza**

Los medios de comunicación masiva han implementado un concepto de belleza muy distinto del que se está acostumbrado a escuchar. Casi siempre la belleza ha sido entendida como aquella imagen que genera placer y armonía en el otro (Vaca Eugez, 2013).

En la actualidad el significado cambió, la hermosura está ligada a la construcción de la mujer- tipo, es decir una especie de maniquíe diseñado por los medios de comunicación, adoptado en principio por una actriz, cantante o modelo de mucha fama, para después convertirse en una cadena de persecución por parte de la población hasta convertirse en una tendencia que permanece en la historia. (Vaca Eguez, 2013).

El discurso publicitario es hoy más que nunca un discurso ligado a la belleza. Las mujeres que anuncian los productos que se aprecian en la televisión o en las páginas de las revistas, las modelos, presentadoras, etc., son mujeres bellas (García, M. R., & Algarra, J. C. 2004).

El mensaje publicitario, dirigido a todas las mujeres sin distinción de clase o edad, hace identificar el consumo de una enorme gama de productos (ropa, alimentos, cosméticos, artículos deportivos, productos médicos y farmacéuticos, etc.) con estas mujeres. Si las mujeres lo compran podrán parecerse a ellas. La cultura de la belleza es sin duda reforzada por los medios de comunicación (García, M. R., et al; 2004).

Las campañas publicitarias actuales combinan la utilización de modelos “reales” con la de cuerpos cada vez más delgados y desvalidos transmitiendo una imagen enfermiza y deteriorada que contrasta con lo que debería entenderse por bello a la par que saludable. El público más fácilmente influenciado por estos modelos suelen ser jóvenes adolescentes o personas muy perfeccionistas y exigentes consigo mismas que intentan a cualquier precio asemejar su cuerpo al ideal estético publicitario. A veces con trágicas consecuencias para su salud y su autoestima (Cabrera García-Ochoa, 2009).

## Metodología

Se llevará a cabo un análisis cuantitativo de la información recabada.

En esta investigación la variable a analizar está determinada por el efecto que produce la cultura de la delgadez en la autovaloración de la imagen corporal de las adolescentes de 16 a 18 años del colegio secundario I.P.B, de la localidad de Berrotarán.

### *Participantes*

La población está compuesta por las estudiantes adolescentes de 16 a 18 años del colegio secundario I.P.B, de la localidad de Berrotarán.

De la población total se tomará una muestra de 40 mujeres. A su vez se contemplará que la edad de las mismas, se encuentre entre 16 y 18 años de edad.

Para seleccionar la muestra, se realizará un muestreo probabilístico, de tipo aleatorio simple. Se pedirá un listado de las alumnas inscriptas en dicha institución, del mismo se elegirán al azar las 40 participantes.

### ***Técnicas de recolección de datos e instrumentos***

Se utilizarán como instrumento para la recolección de datos el Cuestionario de Imagen Corporal MBSRQ, Versión Española (Emma Ribas, Luis Botella y Jesús Benito, 2008).

En su versión final, el Cuestionario de Imagen Corporal se compone de 45 ítems agrupados en cuatro factores, un primero más genérico y otros tres más específicos: (1) Importancia Subjetiva de la Corporalidad (ISC, 30 ítems), (2) Conductas Orientadas a Mantener la Forma Física (COMF, 7 ítems), (3) Atractivo Físico Autoevaluado (AFA, 3 ítems) y (4) Cuidado del Aspecto Físico (CAF, 5 ítems).

### ***Procedimiento***

En primer lugar se tomará contacto con los directivos del colegio I.P.B para poder acceder al número de adolescentes mujeres que se necesitan para la muestra.

Una vez obtenido el permiso de los directivos, se tomará contacto con el listado de alumnas que concurren a dicho establecimiento, del mismo se seleccionarán al azar diferentes participantes.

Las participantes seleccionadas serán retiradas de sus respectivos cursos para explicarles en que consiste la investigación y poder entregarles el cuestionario que deben realizar.

*Plan de trabajo*

Actividades	Meses	1				2				3				4				5			
	Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Ampliación del Marco Teórico		■	■	■																	
Recolección de Datos										■	■	■	■								
Análisis de Datos														■	■	■	■				
Conclusiones																		■	■	■	■

### *Cuestiones Éticas*

Es necesario remarcar la importancia de las cuestiones éticas en este tipo de investigación, ya que, “implica un equilibrio entre los derechos de los participantes y los beneficios del conocimiento científico” (León y Montero, 2003, pág. 66).

En la presente investigación, se le hará firmar a cada participante un consentimiento informado, en donde se explicita el fin de la investigación y los derechos que posee. También se entregará una carta informativa que hace hincapié en que la participación en esta investigación es estrictamente voluntaria y que la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación (Ver anexo)

## Análisis e interpretación de resultados

### **ANÁLISIS CUANTITATIVO**

Para explicar con mayor claridad el análisis realizado y los resultados obtenidos, es necesario centrarse en la hipótesis propuesta.

Se empezará analizando los datos obtenidos en cada uno de los factores del instrumento, en los que se analizan cuestiones específicas del cuestionario de evaluación empleado, siendo consideradas las preguntas de mayor relevancia para el análisis de las mismas y al final se presentará el análisis global de la investigación.

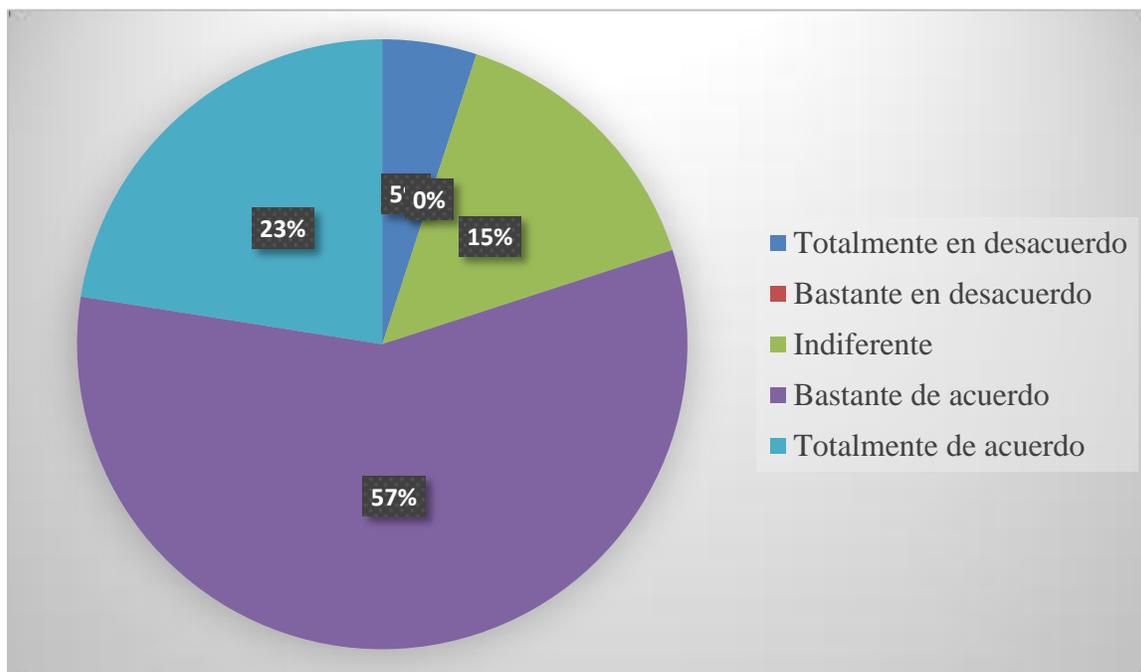
#### **FACTOR ISC (IMPORTANCIA SUBJETIVA DE LA CORPORALIDAD)**

Este factor mide tanto la importancia atribuida al aspecto físico, a la salud y a la buena forma física como el concepto que se tiene de uno mismo en esas dimensiones.

Se analizarán las preguntas más relevantes del reactivo, utilizando medias estadísticas.

**Gráfico 1**

**1. Antes de estar en público siempre compruebo mi aspecto.**

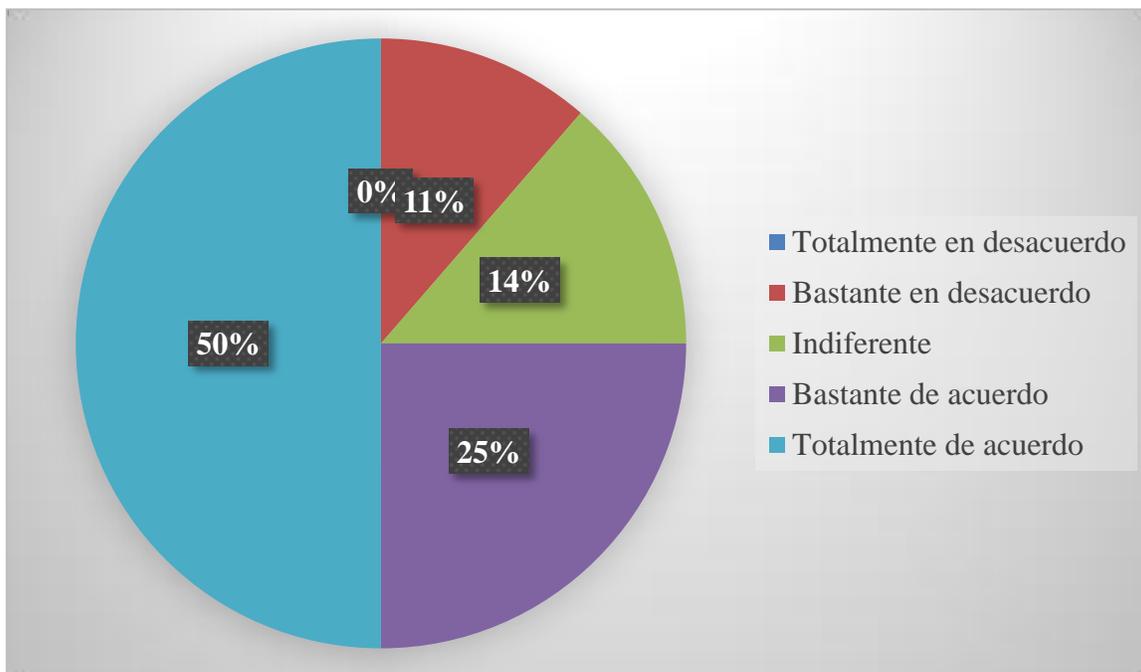


**Análisis:** se observa que el 5% de las encuestadas contesta totalmente en desacuerdo, el 0% bastante en desacuerdo, 15% indiferente, 57% bastantemente de acuerdo, 23% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** en esta pregunta se puede observar que la mayoría de las encuestadas indican que la valoración de su imagen corporal se encuentra dirigida en el exterior, su aspecto parecería ser juzgado por los demás.

**Gráfico 2**

**7. Me preocupa constantemente poder llegar a estar gorda/o.**



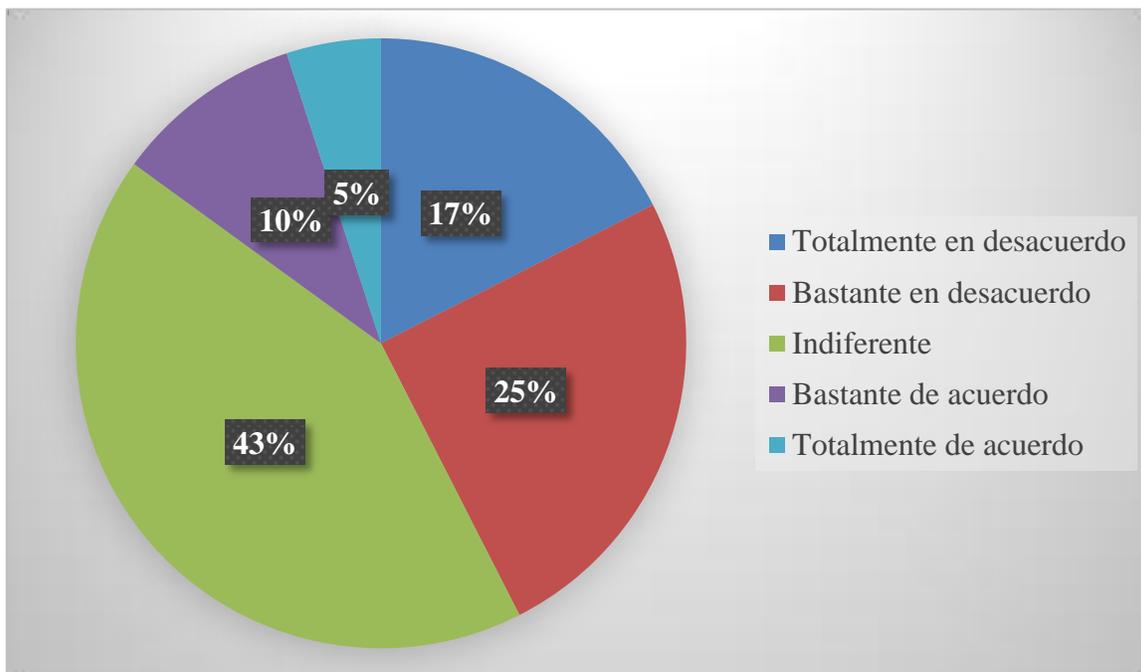
**Análisis:** se observa que el 0% de las encuestadas contesta totalmente en desacuerdo, el 11 % bastante en desacuerdo, 14% indiferente, 25% bastantemente de acuerdo, 50% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** la mayoría de las estudiantes expresa preocupación por llegar a estar gorda. Esto podría estar asociado con los cánones de belleza que presenta la sociedad, en donde los cuerpos delgados y esbeltos son los triunfantes. La cultura actual propone identificarse con cuerpos esbeltos que prometen el éxito.

En la etapa adolescente hay una constante búsqueda de identificaciones con los otros, ¿Qué pasaría si una adolescente no puede identificarse con ese cuerpo? Podría pensarse que el ser gorda implicaría quedar fuera de ese sistema, lo que podría afectar directamente su autoestima.

Gráfico 3

16. Casi todo el mundo me considera guapo/a.



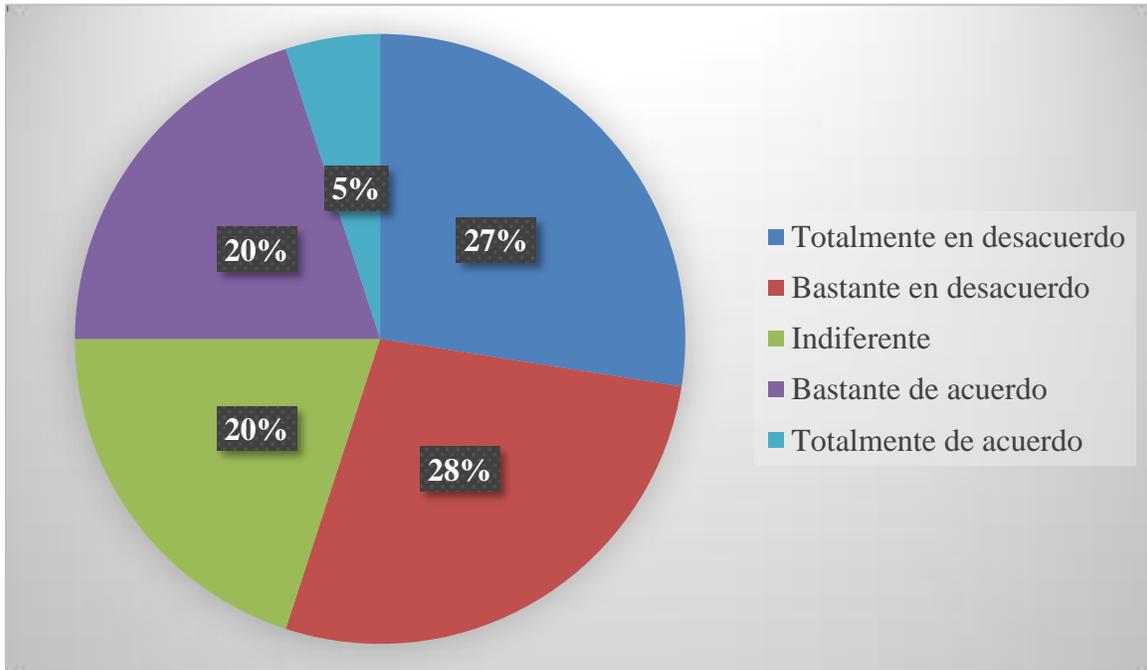
**Análisis:** se observa que el 17% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 25% bastante en desacuerdo, 43% indiferente, el 10% bastante de acuerdo, 5% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** esta pregunta parece tener controversias con las demás, en donde si importaba la mirada del otro y como se presentan frente a los demás.

Aquí parecería, que la mirada del otro es indiferente para ellas. O quizás podría responder a no saber cómo son vistas por los demás.

**Gráfico 4**

**19. Estar en forma no es una prioridad en mi vida.**

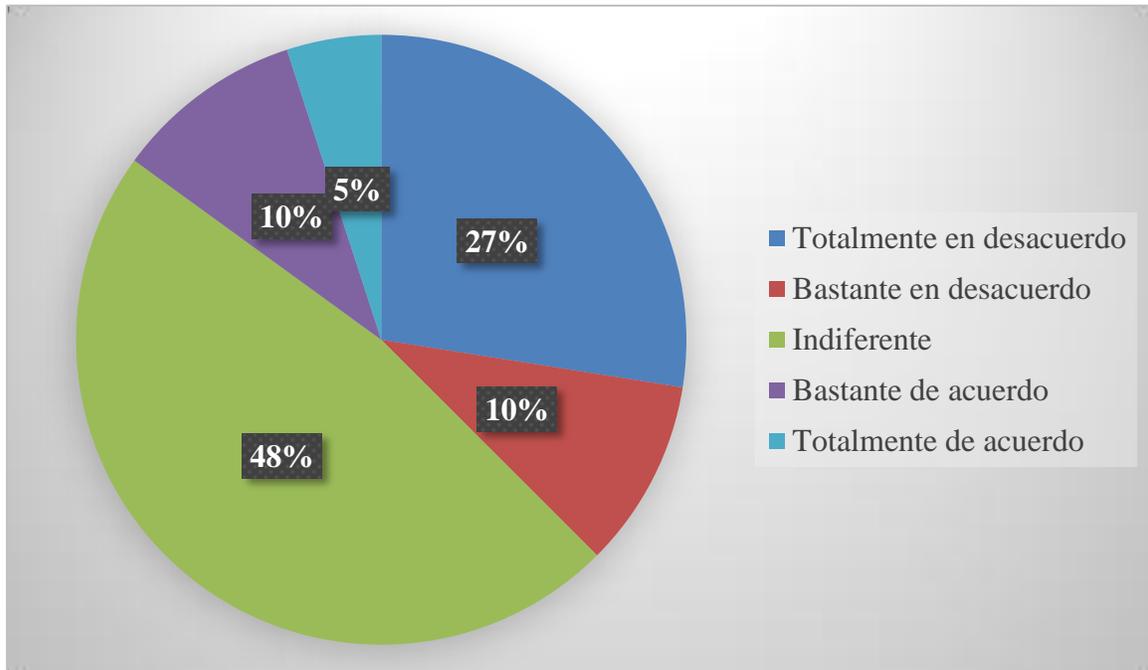


**Análisis:** se observa que el 27% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 28% bastantemente en desacuerdo, 20% indiferente, el 20% bastante de acuerdo, 5% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** se puede pensar que el estar en forma, forma parte de uno de los objetivos a alcanzar. Pensar que el estar en forma es una de las prioridades en la vida podría responder la búsqueda de esa imagen idealizada que imponen los nuevos estereotipos de belleza.

**Gráfico 5**

**27. No me preocupo de llevar una dieta equilibrada.**

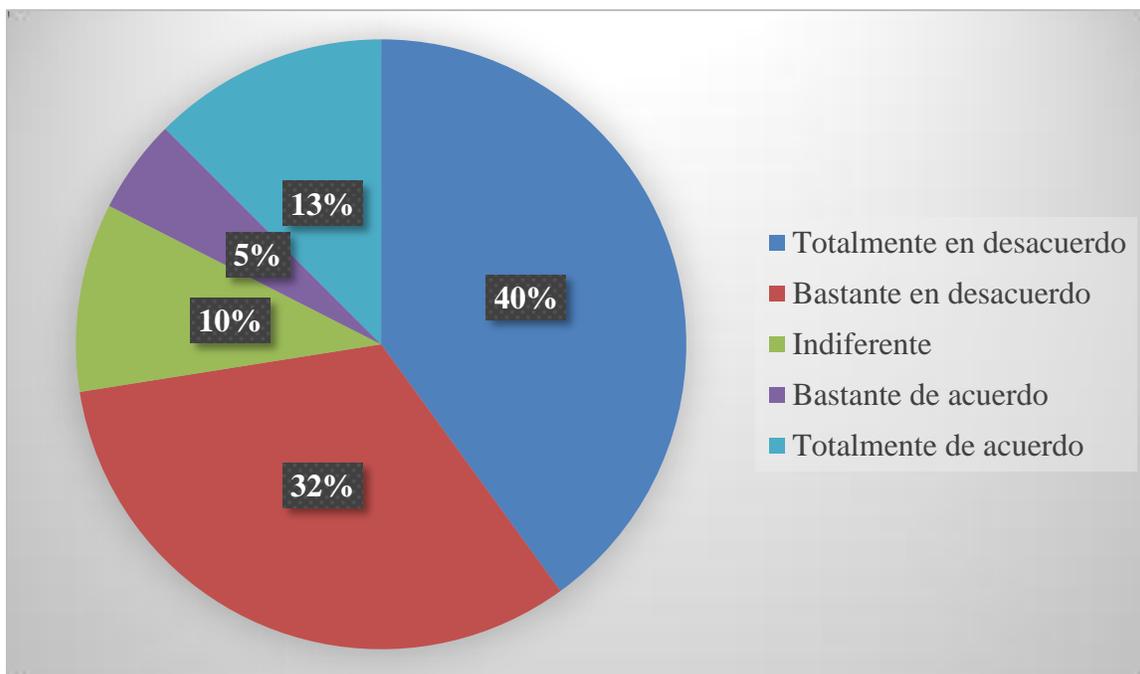


**Análisis:** se observa que el 27% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 10% bastante en desacuerdo, 48% indiferente, el 10% bastante de acuerdo, 5% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** llevar una dieta equilibrada responde al cuidado de la salud. Parecería que no hay conciencia por parte de las adolescentes, que el tener una alimentación saludable podría prevenir futuros desequilibrios alimenticios.

**Gráfico 6**

**33. Nunca pienso en mi aspecto.**

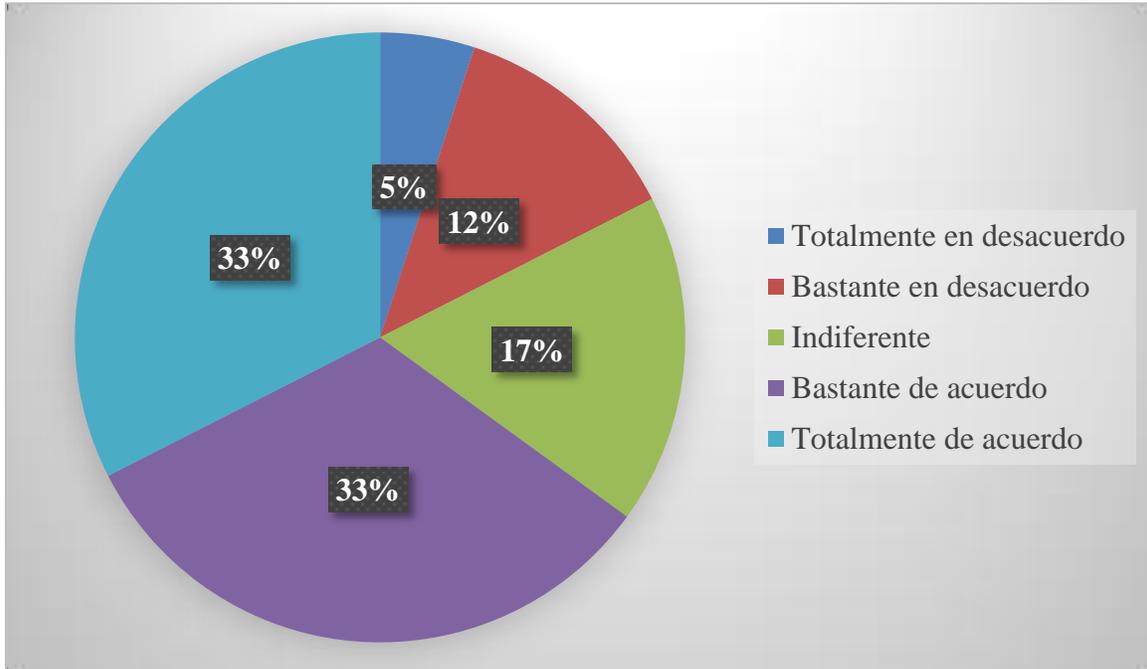


**Análisis:** se observa que el 40% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 32% bastante en desacuerdo, 10% indiferente, el 5% bastantemente de acuerdo, 13% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** el pensar en su aspecto se podría corresponder con la formación de la imagen corporal. En la adolescencia aparece un cuerpo nuevo, cambiante y quizás desconocido. Las adolescentes están pendientes de su imagen y los cambios que van teniendo.

Gráfico 7

34. Siempre trato de mejorar mi aspecto físico.

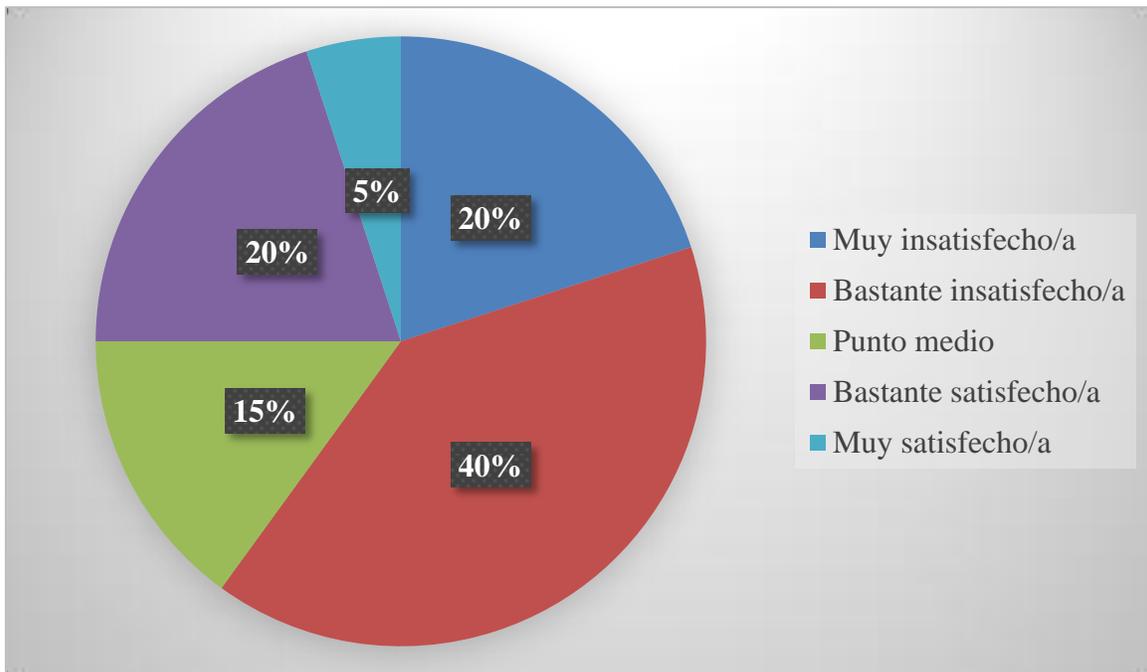


**Análisis:** se observa que el 5% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 12% bastante en desacuerdo, 17% indiferente, el 33% bastante de acuerdo, 33% totalmente de acuerdo.

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

## Gráfico 8

### 44. Peso.

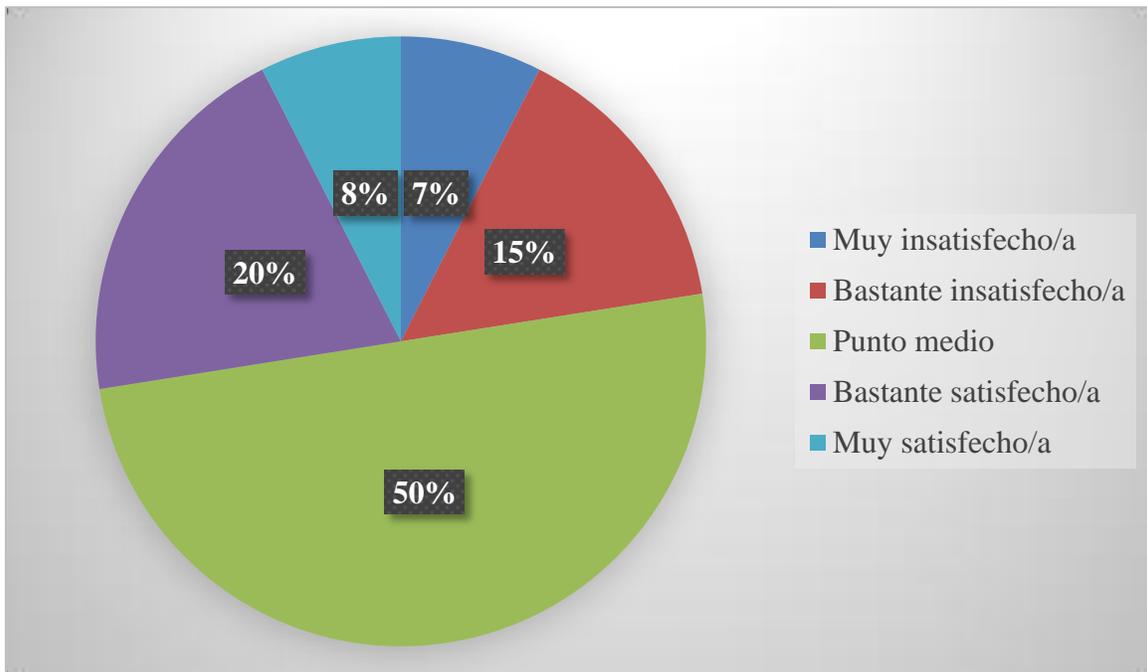


**Análisis:** se observa que el 20% de las encuestadas contesta muy insatisfecho/a, 40%, bastante insatisfecho/a, 15% punto medio, el 20% bastante satisfecho/a, 5% muy satisfecho/a.

**Interpretación:** la insatisfacción del peso corporal se puede ver asociada a los cánones de belleza que son impuestos por la sociedad. “Mientras más flaca más bonita”, parece ser el lema al que apunta.

**Gráfico 9**

**45. Aspecto General.**



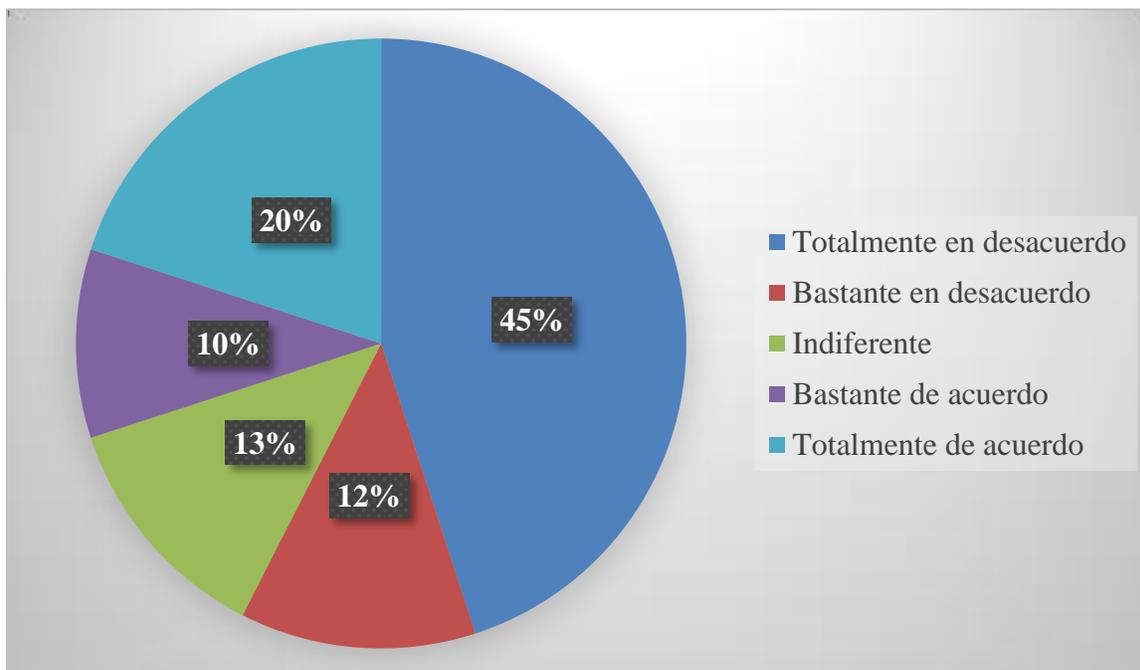
**Análisis:** se observa que el 7% de las encuestadas contesta muy insatisfecho/a, 15%, bastante insatisfecho/a, 50% punto medio, el 20% bastante satisfecho/a, 8% muy satisfecho/a.

## FACTOR COMF (Conductas Orientadas a Mantener la Forma Física)

Mide la frecuencia y regularidad de conductas orientadas a mantener la forma física.

**Gráfico 10**

### **5. No hago ejercicio regularmente.**

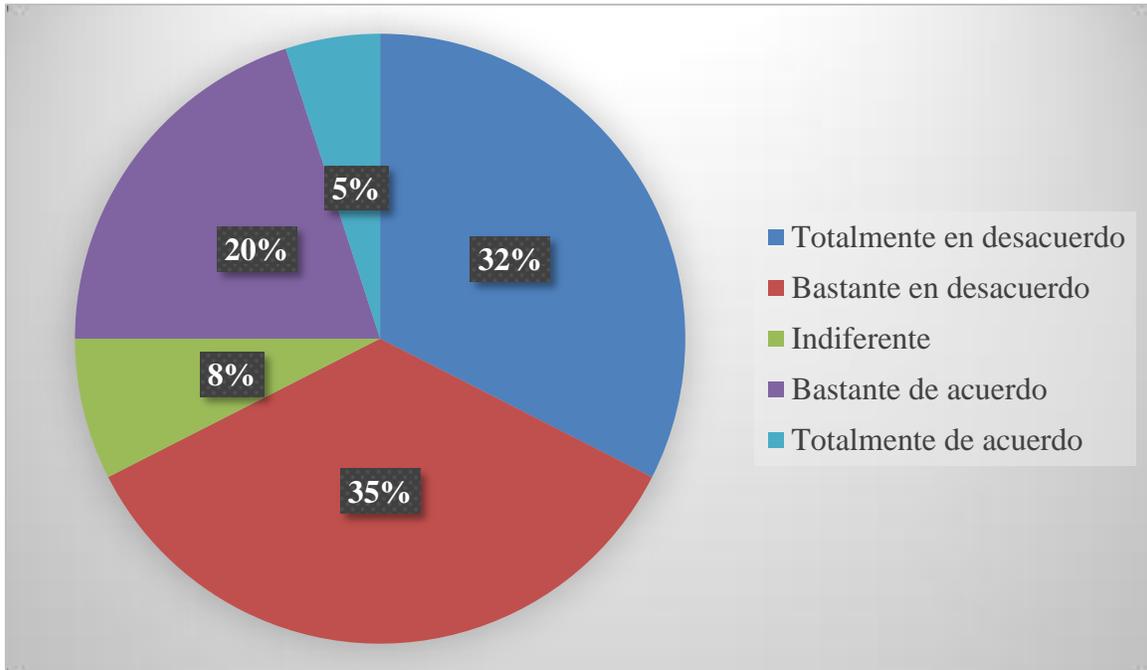


**Análisis:** se observa que el 45% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 12% bastante en desacuerdo, 13% indiferente, el 10% bastante de acuerdo, 20% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** la mayoría de las estudiantes hacen ejercicio regularmente. Se puede deber a una conducta para mantener la forma física. También se puede deber al cuidado de la salud. Es importante y muy positivo que al hacer ejercicio, las adolescentes pueden mantener un buen cuerpo y al mismo tiempo una buena salud.

**Gráfico 11**

**13. No hago cosas que me mantengan en forma.**



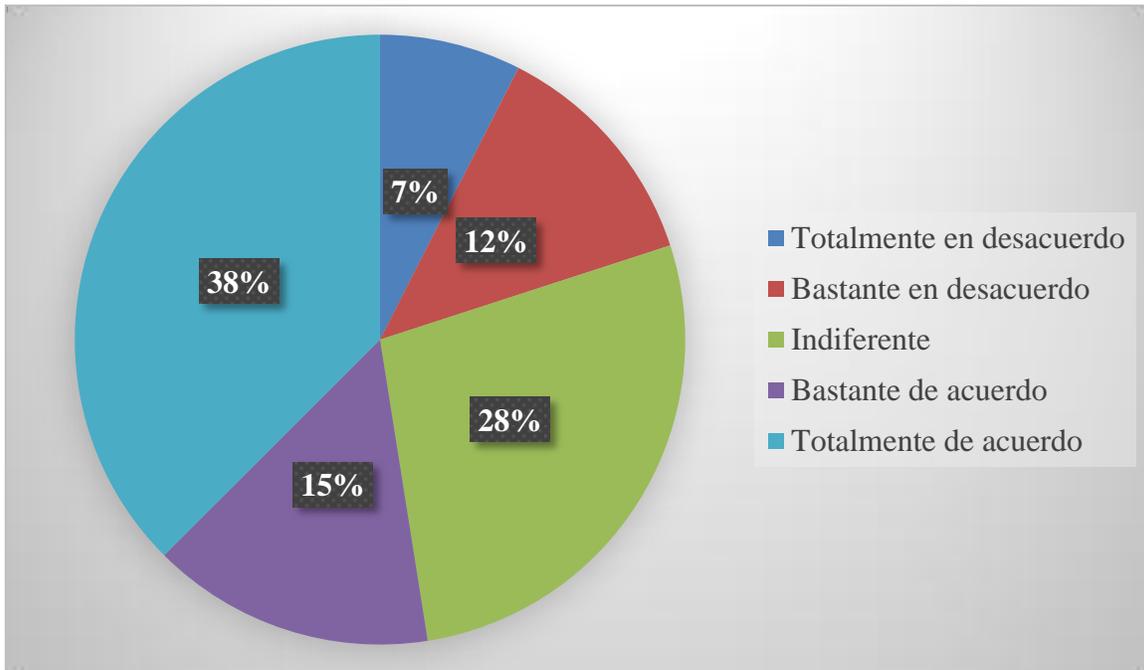
**Análisis:** se observa que el 32% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 35% bastante en desacuerdo, 8% indiferente, el 20% bastante de acuerdo, 5% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** Se observa una tendencia a querer mantenerse en forma. Mantener la forma física como objetivo.

La sociedad actual manifiesta un claro culto a la belleza del cuerpo. Hoy quienes gozan de buena presencia poseen mayor aceptación social. El querer estar en forma podría asociarse a la lucha constante de querer pertenecer, de ser aceptadas y no quedar excluidas.

**Gráfico 12**

**31. Trato de estar físicamente activo.**



**Análisis:** se observa que el 7% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 12% bastante en desacuerdo, 28% indiferente, el 15% bastante de acuerdo, 38% totalmente de acuerdo.

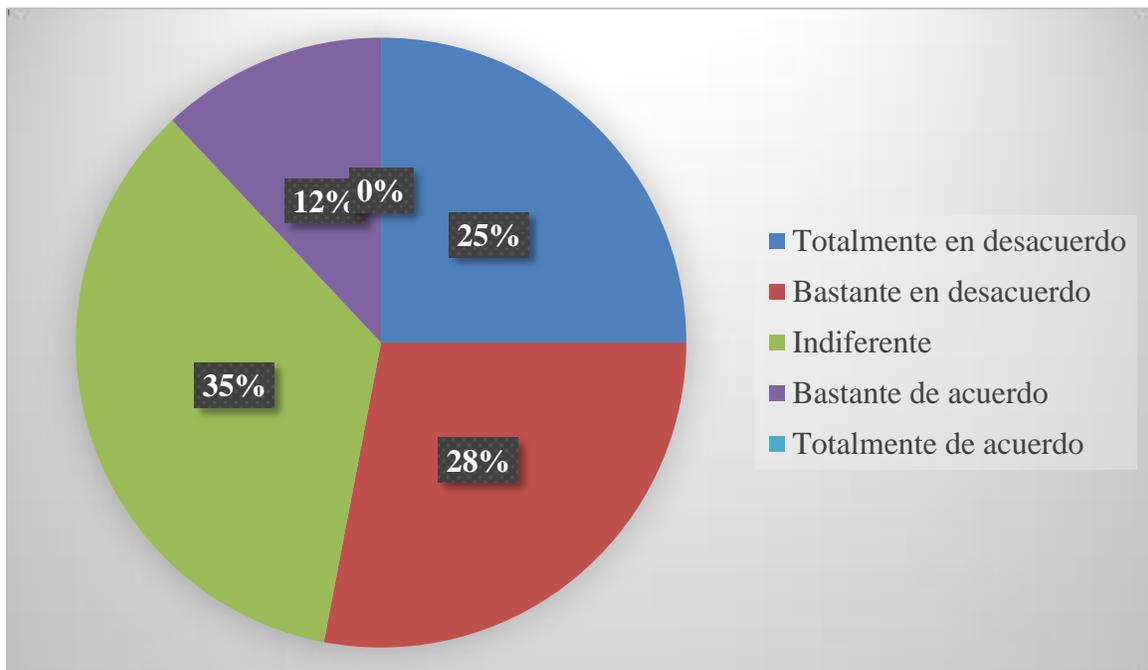
**Interpretación:** es positivo que la mayoría de las adolescentes del grupo de estudio traten de estar físicamente activas. El estar físicamente activo puede corresponderse a querer mantener la forma física de una manera saludable.

## FACTOR AFA (Atractivo Físico Autoevaluado)

Mide el atractivo físico autoevaluado y especialmente el atractivo sexual.

**Gráfico 13**

### **4. Mi cuerpo es sexualmente atractivo.**

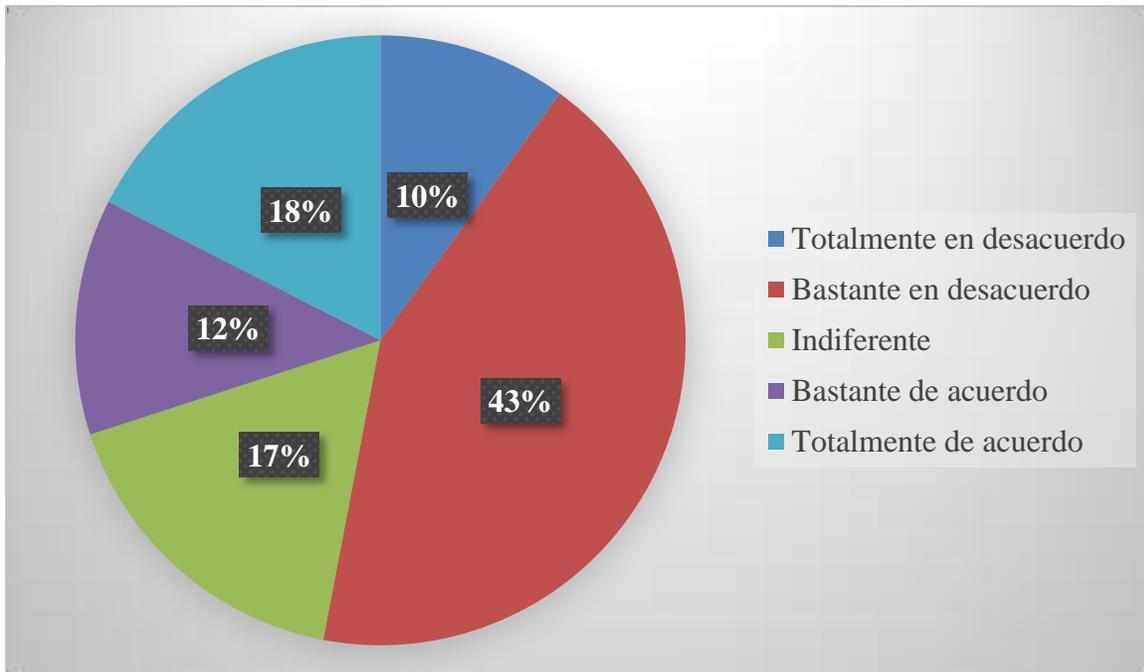


**Análisis:** se observa que el 25% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 28% bastante en desacuerdo, 35% indiferente, el 12% bastante de acuerdo, 0% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** parecería ser que la mayoría de las estudiantes se encuentran indiferentes ante la evaluación de su atractivo sexual, sin embargo se observa que también se obtuvieron puntuaciones altas en lo que respecta a considerar que su cuerpo no es atractivo.

Gráfico 14

1. Me gusta mi aspecto tal y como es.

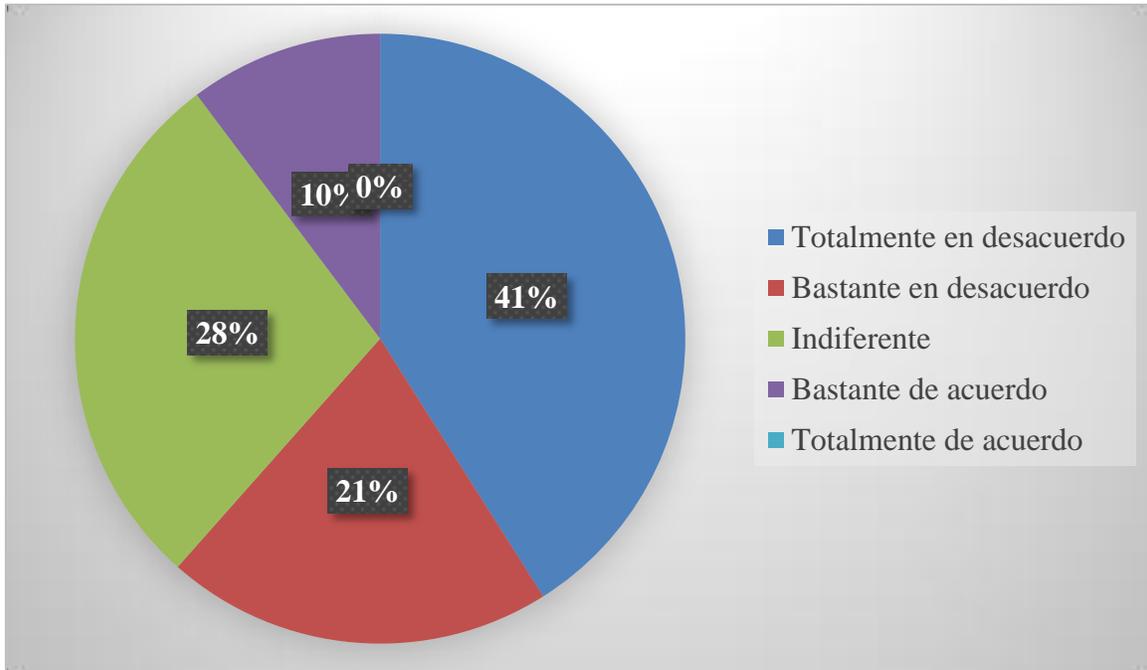


**Análisis:** se observa que el 10% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 43% bastante en desacuerdo, 17% indiferente, el 12% bastante de acuerdo, 18% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** nuevamente se puede destacar la influencia que ejercen los estereotipos de belleza. El cuerpo que muestra la publicidad, es un cuerpo idealizado, cuerpo maniquie que lleva a las adolescentes a una lucha constante por conseguirlo. Estos cuerpos podrían no coincidir con el cuerpo real, lo que podría generar una insatisfacción en la percepción de la imagen corporal. Dicha insatisfacción podría interferir negativamente en la autoestima.

Gráfico 15

23. Me gusta el aspecto de mi cuerpo sin ropa.



**Análisis:** se observa que el 41% de las encuestadas contesta con totalmente en desacuerdo, 21% bastante en desacuerdo, 28% indiferente, el 10% bastante de acuerdo, 0% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** ¿Por qué no poder valorar su cuerpo tal y cómo es? ¿Qué cuerpo es el que se está buscando?

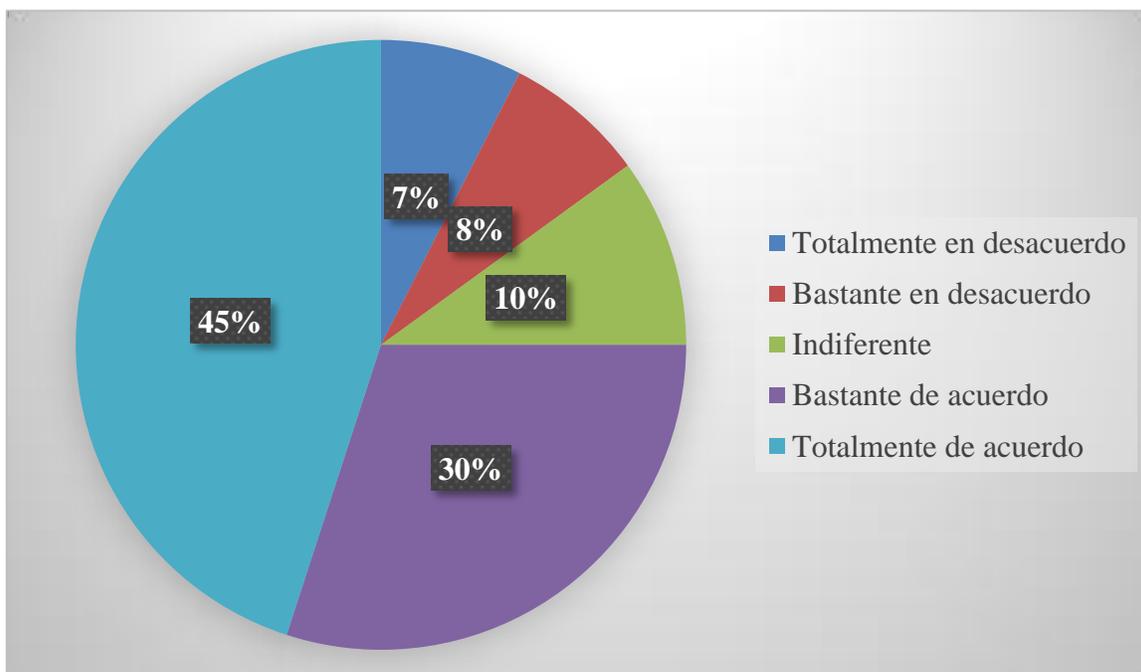
La insatisfacción con el cuerpo podría generar alteraciones en la imagen corporal, un cuerpo que se busca incesantemente que no coincide con el actual.

### FACTOR CAF (Cuidado del Aspecto Físico)

Mide la frecuencia de las conductas orientadas a cuidar del aspecto físico más externo (vestimenta, peinado, peso, movimientos) y a comprobar los posibles cambios en estos detalles.

**Gráfico 16**

#### **2. Compruebo mi aspecto en un espejo siempre que puedo.**

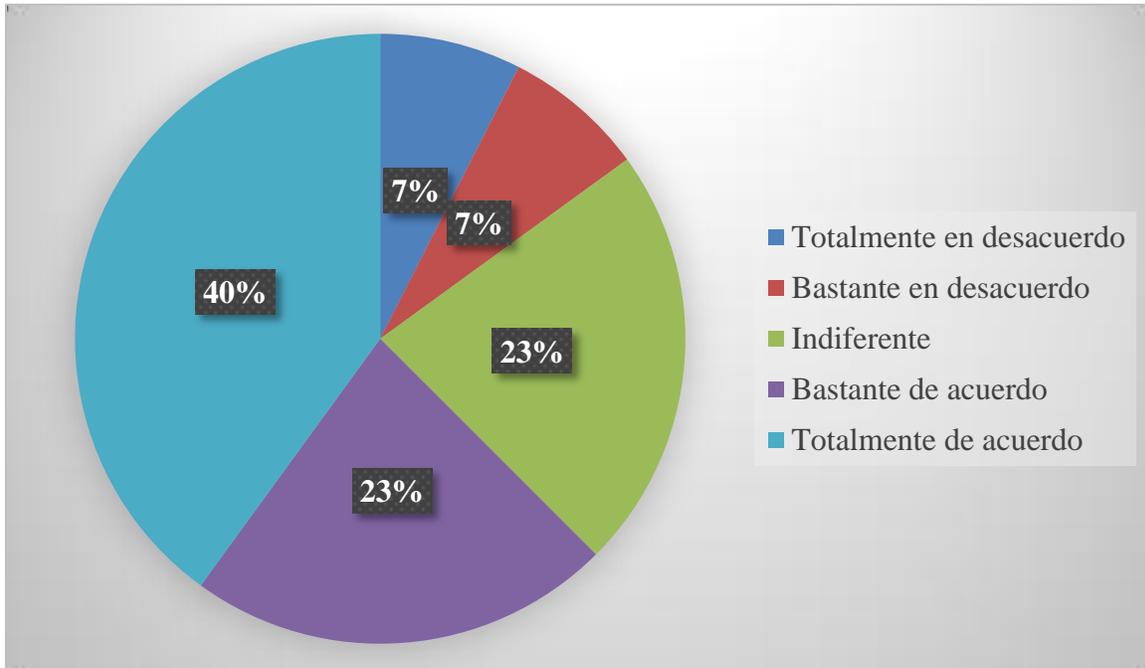


**Análisis:** se observa que el 7% de las alumnas contestó que está totalmente en desacuerdo, 8% bastante en desacuerdo, 10% indiferente, 30% bastante de acuerdo, 45% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** más de la mitad de las estudiantes aseguran realizar este comportamiento. Probablemente se deba a las características propias de la etapa adolescente, donde se procura la búsqueda de una identidad y reafirmarse, que es necesario para presentarse frente a lo social.

Gráfico 17

15. Soy muy consciente de cambios en mi peso aunque sean pequeños.



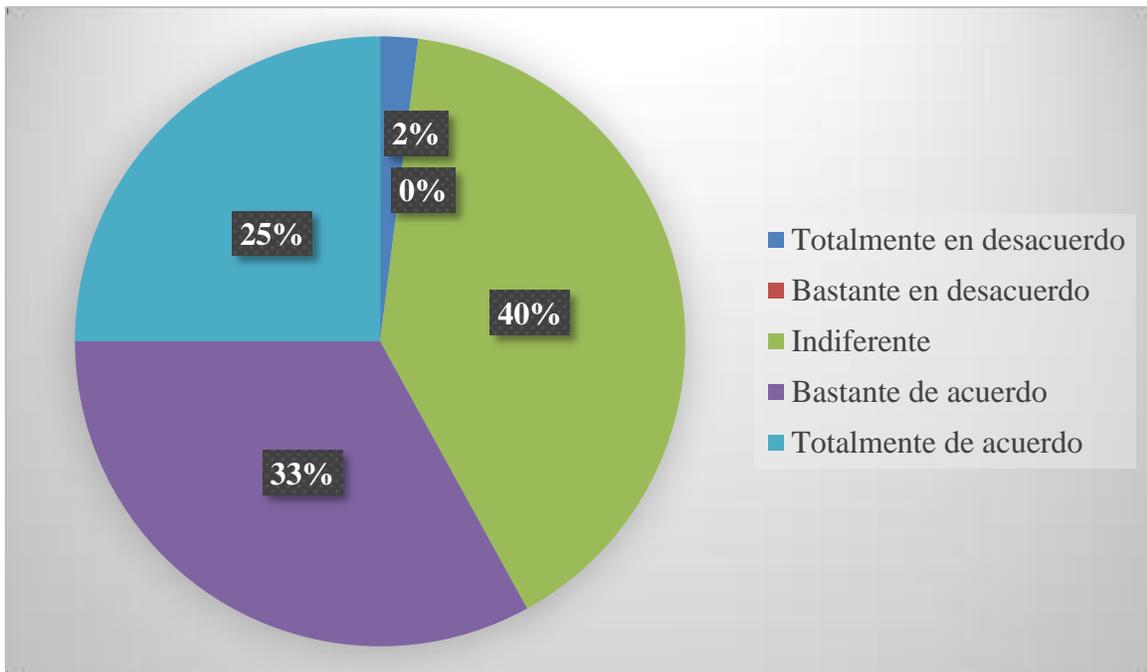
**Análisis:** se observa que el 7% de las alumnas contestó que está totalmente desacuerdo, 7% bastante en desacuerdo, 23% indiferente, 23% bastante de acuerdo, 40% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** se observa una importancia atribuida a los cambios que hacen sobre su aspecto físico. El ser conscientes de los pequeños cambios en el peso, puede vivirse como una lucha constante por mantener un peso adecuado. El sobrepeso puede llegar a generar sentimientos de culpa con afectación directa a su autoestima.

También se puede pensar en la naturaleza de los cambios en la adolescencia, aparece un cuerpo nuevo, desconocido, donde los cambios se hacen notables.

Gráfico 18

17. Es importante para mí que mi aspecto sea siempre bueno.

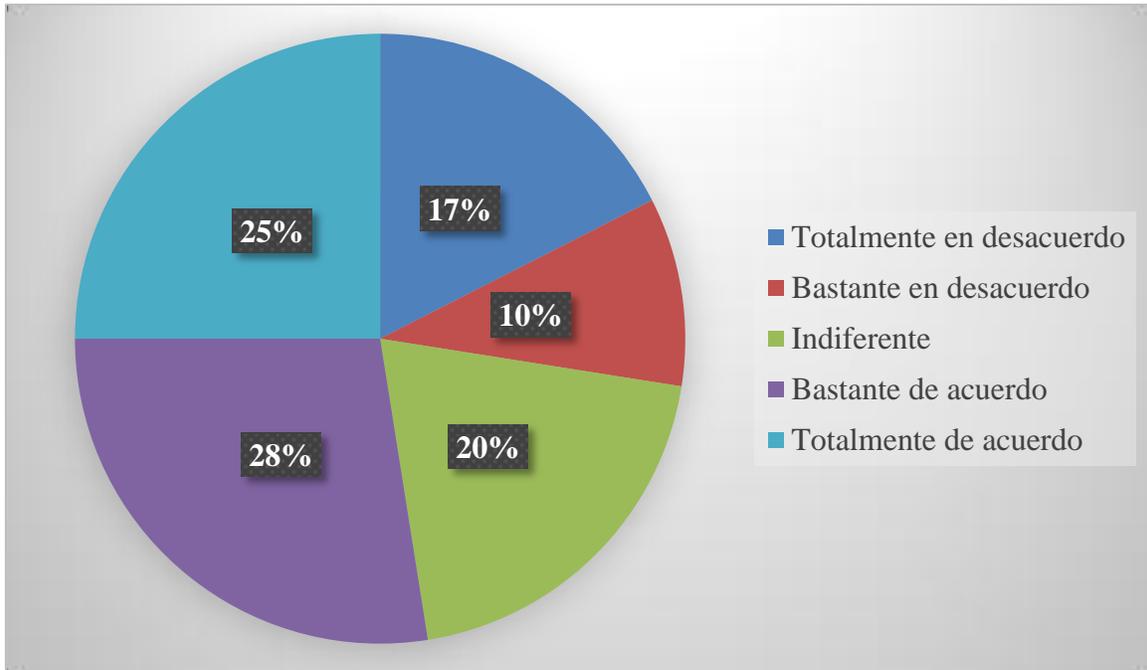


**Análisis:** se observa que el 2% de las alumnas contestó que está totalmente desacuerdo, 0% bastante en desacuerdo, 40% indiferente, 33% bastante de acuerdo, 25% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** se podría tomar en cuenta que el evaluar el aspecto como bueno denota buena autoestima, ya que la persona quien lo está juzgando es la persona misma, pero la mayoría parece ser indiferente ante este aspecto. Parecería más importante la opinión que tienen los demás sobre el aspecto de cada uno que la propia opinión.

**Gráfico 19**

**29. Presto especial atención al cuidado de mi pelo.**



**Análisis:** se observa que el 17de% las alumnas contesto que está totalmente desacuerdo, 10% bastante en desacuerdo, 20% indiferente, 28% bastante de acuerdo, 25% totalmente de acuerdo.

**Interpretación:** el cuidado del cabello como una forma de mantener la buena presencia.

## Conclusión

La construcción de la imagen corporal en la adolescencia es un proceso normal en el desarrollo y que la mayoría de los y las adolescentes la superan con éxito. Sin embargo parecería que en los últimos años el fenómeno social del culto al cuerpo interfiere en el proceso normal del desarrollo (Mora, 2008).

Considerando la etapa adolescente, estas jóvenes están forjando su imagen corporal a través de las experiencias, rendimientos personales, la aprobación y desaprobación de los demás.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, gran parte del grupo de estudio se encuentra insatisfecha con su imagen corporal, no encuentran su cuerpo atractivo y no consideran positivo su aspecto tal y como es. Es probable que en este grupo de insatisfechas la imagen poseída de su cuerpo no cumpla con los modelos predominantes.

Las investigaciones describen a estos modelos como jóvenes, pues en la época actual se da un culto a la juventud con patrones estéticos corporales delgados. La forma corporal ideal para las mujeres es la tubular, ultraflaca, grácil y esbelta. Además, se considera que la sociedad actual se caracteriza por el culto al cuerpo, situación la cual motiva y sobrevalora el interés dado en la adolescencia por la imagen corporal; además supone una presión altamente significativa para el grupo de adolescentes (Mora, 2008).

Casi la mitad del grupo de estudio esta insatisfecha con su peso. Estos resultados podrían apuntar a un físico sin tejido adiposo, delgado, parecido al modelo valorado socialmente.

Estos resultados podrían coincidir con los de la investigación de Sáez- Marganto (2002), donde se concluye que existe una correlación entre el nivel de satisfacción de la imagen corporal en adolescentes y la preocupación por la delgadez.

La cultura actual demanda a las mujeres una creciente preocupación sobre la representación de la belleza femenina en ideales limitados a la apariencia física. Es la época de la anti-edad y el anti-peso (Alvarado Steller, V., & Sancho Bermúdez, K. 2012).

La delgadez aparece como uno de los cánones de belleza de mayor influencia. El 55% del grupo de estudio se preocupa constantemente por poder llegar a estar gorda, el 40% se encuentra insatisfecha con su peso. *Mientras más flaca más bonita*, parece ser el lema.

En cuanto a la evaluación del cuidado del aspecto físico, se encontraron diferencias en lo que refiere al cuidado propio. Aquellas preguntas como “Antes de estar en público compruebo siempre mi aspecto” y “Es importante para mí que mi aspecto sea siempre bueno” obtuvieron controversias. En la primera pregunta las estudiantes estuvieron de acuerdo en un 58%, mientras que en la segunda se mostraron indiferentes en un 40%.

El aspecto como bueno denota buena autoestima, pero parecería que su autoestima depende de la valoración que los demás hacen de su propio cuerpo. Esto ocurre probablemente por varios motivos y el más evidente es la mayor vulnerabilidad de las mujeres a la presión

social que ejerce la publicidad y los distintos medios de comunicación, con la imposición de la cultura de la delgadez (Pérez, 2004).

Se puede considerar la influencia de la sociedad como un mecanismo de sobrevivencia y también de trascendencia de la especie, y es posible que las nuevas tendencias del mercado, lleven aun exagerado ritual por la belleza, siendo cada vez más estricta y perfeccionista, donde la identidad de las personas deben adaptarse a ella, ya que el no hacerlo llevaría a ser marginado por los que le rodean, sin embargo las personas que poseen los recursos necesarios podrán acceder a ella con más facilidad, por el contrario las otras mujeres que no lo hagan, sublimarán y encontrarán identidad en otros grupos sociales.

Por tanto, resulta esencial centrar la atención en futuros estudios, en el diseño y en la comprobación experimental, de la efectividad de métodos que puedan servir para educar a las personas de distintas edades, buscándose con esos métodos educativos, dotar de herramientas a las personas, para que puedan enfrentar la presión social que expone los medios masivos de comunicación y no sucumban ante los modelos de belleza irrealistas que en estos se pregona.

En lo que respecta a las limitaciones de la investigación, quizás estos datos no puedan ser generalizados a la población adolescente. Cabe destacar que la muestra podría no ser representativa, ya que solo se usó una muestra de cuarenta adolescentes, en un solo colegio de la localidad. El cuestionario utilizado es de origen español que no se encuentra adaptado en Argentina, por lo que los datos arrojados por el mismo podrían estar sesgados.

## Referencias Bibliográficas

- Aberastury y Knobel (2006). *La adolescencia normal*. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- Álava Cadena, M. D. (2013). "Mientras más flaca más bonita": la presión social como factor influyente en la imagen corporal ideal en adolescentes mujeres". *Quito. UDLA, Sede Ecuador. Facultad de Ciencias Sociales Escuela de Psicología. 133p*
- Alvarado Steller, V., & Sancho Bermúdez, K. (2012). La belleza del cuerpo femenino. *Revista Wímb Lu Vol. 6 Núm. 1*.  
Disponibile en: <http://www.Dialnet-LaBellezaDelCuerpoFemenino>
- Aulagnier, P. (1991). Construir(se) un pasado. *Revista de Psicoanálisis APdeBA* 13(3), 441-497.
- Aulagnier, P. (1977). La violencia de la interpretación. Del pictograma al enunciado. Buenos Aires. Amorrortu Editores. (Publicación original en 1975).
- Botella, L., Ribas, E., y Benito, J. (2009). Evaluación Psicométrica de la Imagen Corporal: Validación de la Versión Española del Multidimensional Body Self Relations Questionnaire (MBSRQ). *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, (18), 253-264.

- Bravo, P. C., & Moreno, P. V. (2007). La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. *Revista de Investigación Educativa*, 25(1), 35-38. Buenos Aires, Editorial Paidós.  
Disponible en: <http://revistas.um.es/rie/article/view/96421>
- Cabrera García-Ochoa, Y. (2009). *Publicidad e industria cultural: Las marcas y la representación de género*. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10803/10335>
- Castillo, E. G. (2002). La tiranía de la belleza, un problema educativo hoy: la estética del cuerpo como valor y como problema. *Teoría de la Educación*, (14), 185-206.
- De Arroyabe, M. L. A. F. (2014). Ocio estético valioso en la Poética de Aristóteles. *Pensamiento. Revista de Investigación e Información Filosófica*, 70(264), 453-474.
- De Mézerville, Gastón. (2004). Ejes de salud mental. Los procesos de autoestima, dar y recibir afecto y adaptación al estrés. México: Trillas.
- Del Cid, L. B. G., Rabert, E. R., & Ruiz, J. B. (2009). Evaluación Psicométrica de la imagen corporal. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, (18), 253-264.
- Diccionario de la Real Academia Española
- Eguez, V., & Dolores, M. (2013). Análisis de contenido de las revistas de consumo juvenil femenino Seventeen y Tú: estereotipos de belleza. *Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social. Carrera de Comunicación Social. Quito: UCE. 77 p.*

- Fernández Ríos, L. (2005). Autovaloración como formación de la personalidad. *Pensando en la personalidad./L. Fernández Rius.-La Habana: Editorial Félix Varela, 2.*
- García Reyna, N. I., & Raich, R. M. (2004). Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes de ambos sexos con y sin diabetes mellitus tipo 1. *Universidad Autónoma de Barcelona.*
- García, M. R., & Algarra, J. C. (2004). La influencia de los medios de comunicación en las imágenes femeninas: actitudes, hábitos y comportamientos de las mujeres con respecto a la belleza y el cuerpo. *Clepsydra: revista de estudios de género y teoría feminista*, (3), 89-108.  
Disponible en: <http://ddd.uab.cat/pub/tesis/2004/tdx-1215104-165151/nigr1de1.pdf>
- González Gabaldón, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, V 12, PP. 79-88.
- Güell, Manuel y Muñoz, Josep. (2000). Desconócete a ti mismo. Programa de alfabetización emocional. Barcelona. Paidós  
[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=belleza](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=belleza)
- I. Esnaola Etxanz (2005). Imagen corporal y modelos estéticos corporales en la adolescencia y la juventud. *Análisis y Modificación de Conducta* [S.l.], v. 31, n.135. Disponible en:  
<<http://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/amc/article/view/2218>>.

- Jordán, O. R. C., Madrona, P. G., López, L. M. G., Bustos, J. G. F., & Vicedo, J. C. P. (2009). Incidencia de un programa de educación física en la percepción de la propia imagen corporal. *Revista de Educación*, 357.
- León, O.G. y Montero, I. (2003). *Métodos de Investigación en psicología y Educación* (3ª edición). McGraw-Hill: Madrid.
- Marcús, J., Zicavo, E., Cyunel, V., Felice, M., Schiavoni, B., & Urroz, M. (2011). Modelos actuales de belleza: la experiencia del cuerpo en las mujeres de diferentes generaciones. *Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires*.
- Markus, H., & Wurf, E. (1987). The dynamic self-concept: A social Psychological perspective. *Annual review of Psychology*, 38,299,337.
- Mora, Z. S. (2008). Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez. *Reflexiones*, 87(2), 8.
- Mouján, O. F. (1997). *Abordaje teórico y clínico del adolescente*. Ediciones Nueva Visión.  
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72912555004>
- Naranjo Pereira, M. L. (2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Actualidades investigativas en Educación*, 7(3), 1-27.
- Pérez, M. (2004). *Trastornos de la Alimentación*. España: Edit. Arguval.

- Sáez, M. S. C., & Mateo, C. M. (2002). Índice de masa corporal, preocupación por la delgadez y satisfacción corporal en adolescentes. *Revista de psicología general y aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología*, 55(3), 455-474. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=294334>
- Rother Hornstein, M. C., Lerner, H. S., Susana Ungar, V. R., Ricardo, P., Liliana Trilnik de Merea, A. C., Elsa, S. R., & Marisa Najt, N. (2008). *Adolescencias: trayectorias turbulentas* (No. 159.922. 8). Paidós,.
- Salaberria, K., Rodríguez, S., & Cruz, S. (2007). Percepción de la imagen corporal. *Osasunaz*, 8, 171-183. Disponible en: [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34445454/08171183.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1467304516&Signature=fbfD5AkLOmIeszB4Fah6WPHVrs4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPercepcion\\_de\\_la\\_imagen\\_corporal.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34445454/08171183.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1467304516&Signature=fbfD5AkLOmIeszB4Fah6WPHVrs4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DPercepcion_de_la_imagen_corporal.pdf)
- Santrock, John. (2002). *Psicología de la educación*. México: Mc Graw Hill.
- Sternbach, S. (2006). *Adolescencias: tiempo y cuerpo en la cultura actual*. *Adolescencias: trayectorias turbulentas*, 51-80.

# ANEXOS

# ANEXO I

## **Carta Informativa sobre el Consentimiento Informado para Participantes de Investigación**

La presente investigación es conducida por Bergonzi, Alejandra Soledad, estudiante de la carrera de Psicología en la Universidad Siglo 21. La meta de este estudio es poder realizar el Trabajo final de Graduación de la Licenciatura en Psicología.

A quienes accedan a participar en este estudio, se les pedirá que respondan a dos cuestionarios, con una duración aproximada de dos horas.

La participación en esta investigación es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas serán anónimas.

A continuación se presenta un consentimiento informado que ustedes deberán firmar, posterior lectura. El mismo no será entregado a nadie, y una vez concluido el estudio de investigación y aprobado el Trabajo Final de Graduación, será destruido a los fines de preservar la identidad de los participantes.

Si tienen alguna duda sobre este proyecto, pueden hacer preguntas en cualquier momento, durante su participación en él. Igualmente, pueden retirarse del proyecto si así lo deciden, sin que eso los perjudique de ninguna forma. Si ustedes desean información acerca de los resultados obtenidos en general, pueden ponerse en contacto a través de e-mail a la siguiente dirección: [aleluz\\_34@hotmail.com](mailto:aleluz_34@hotmail.com), y una vez finalizado el análisis de datos, y ser aprobado por la Comisión Evaluadora, se les enviará una copia del mismo.

Desde ya les agradezco su participación.

Firma: \_\_\_\_\_

Estudiante de Lic. en Psicología

Legajo: PSI01847

## ANEXO II

### **Consentimiento Informado de participación en la Investigación**

Acepto participar voluntariamente de esta investigación conducida por Bergonzi, Alejandra Soledad, estudiante de Psicología de la Universidad Siglo 21. He sido informado/a sobre la meta de este estudio, que consiste en la toma de dos cuestionarios.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será utilizada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado acerca de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Bergonzi, Alejandra Soledad a través del e-mail: [aleluz\\_34@hotmail.com](mailto:aleluz_34@hotmail.com)

Entiendo que se me entrega una carta informativa y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido.

.....

Nombre del participante

.....

Firma del participante

Fecha: .....

## ANEXO III

**Cuestionario de Imagen Corporal MBSRQ®**  
**Versión Española**  
**© Emma Ribas, Luis Botella y Jesús Benito (2008)**

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

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

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

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

Por favor sea lo más sincero posible.

Gracias

<b>1</b> <b>Totalmente en</b> <b>desacuerdo</b>	<b>2</b> <b>Bastante en</b> <b>desacuerdo</b>	<b>3</b> <b>Indiferente</b>	<b>4</b> <b>Bastante de</b> <b>acuerdo</b>	<b>5</b> <b>Totalmente de</b> <b>acuerdo</b>
---	---	--------------------------------	--	--

	1. Antes de estar en público siempre compruebo mi aspecto
	2. Podría superar la mayoría de pruebas de estar en buena forma física.
	3. Para mi es importante tener mucha fuerza.
	4. Mi cuerpo es sexualmente atractivo.
	5. No hago ejercicio regularmente.
	6. Sé mucho sobre las cosas que afectan a mi salud física.
	7. Me preocupa constantemente poder llegar a estar gordo/a.
	8. Me gusta mi aspecto tal y como es.
	9. Compruebo mi aspecto en un espejo siempre que puedo.
	10. Antes de salir invierto mucho tiempo en arreglarme.
	11. Tengo una buena capacidad de resistencia física.
	12. Participar en deportes no es importante para mí.
	13. No hago cosas que me mantengan en forma.
	14. Tener buena salud es una de las cosas más importantes para mí.
	15. Soy muy consciente de cambios en mi peso aunque sean pequeños.
	16. Casi todo el mundo me considera guapo/a.
	17. Es importante para mí que mi aspecto sea siempre bueno.

	18. Adquiero fácilmente nuevas habilidades físicas.
	19. Estar en forma no es una prioridad en mi vida.
	20. Hago cosas que aumenten mi fuerza física.
	21. Raramente estoy enfermo.
	22. A menudo leo libros y revistas de salud.
	23. Me gusta el aspecto de mi cuerpo sin ropa.
	24. No soy bueno en deportes o juegos.
	25. Raramente pienso en mis aptitudes deportivas.
	26. Me esfuerzo en mejorar mi resistencia física.
	27. No me preocupo de llevar una dieta equilibrada.
	28. Me gusta cómo me sienta la ropa.
	29. Presto especial atención al cuidado de mi pelo.
	30. No le doy importancia a mejorar mis habilidades en actividades físicas.
	31. Trato de estar físicamente activo/a.
	32. Presto atención a cualquier signo que indique que puedo estar enfermo/a.
	33. Nunca pienso en mi aspecto.
	34. Siempre trato de mejorar mi aspecto físico.
	35. Me muevo de forma armónica y coordinada.
	36. Sé mucho sobre cómo estar bien físicamente.
	37. Hago deporte regularmente a lo largo del año
	38. Soy muy consciente de pequeños cambios en mi salud.
	39. Al primer signo de enfermedad voy al médico.
	<b>Use una escala del 1 al 5 para mostrar el grado de satisfacción o insatisfacción con cada una de las partes del cuerpo que aparecen a continuación:</b> <b>1:Muy insatisfecho/a</b> <b>2:Bastante insatisfecho/a</b> <b>3:Punto medio</b> <b>4:Bastante satisfecho/a</b> <b>5:Muy satisfecho/a</b>
	40. Parte inferior del cuerpo (nalgas, muslos, piernas, pies).
	41. Parte media del cuerpo (abdomen y estómago).
	42. Parte superior del cuerpo (pecho, hombros, brazos).
	43. Tono muscular (fuerza física, musculación).
	44. Peso.
	45. Aspecto general.

## ANEXO E – FORMULARIO DESCRIPTIVO DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACION



### AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR Y DIFUNDIR TESIS DE POSGRADO O GRADO A LA UNIVERSIDAD SIGLO 21

Por la presente, autorizo a la Universidad Siglo21 a difundir en su página web o bien a través de su campus virtual mi trabajo de Tesis según los datos que detallo a continuación, a los fines que la misma pueda ser leída por los visitantes de dicha página web y/o el cuerpo docente y/o alumnos de la Institución:

<b>Autor-tesista</b>	Bergonzi, Alejandra Soledad.
<b>DNI</b>	36.488.610
<b>Título y subtítulo</b>	“La cultura de la delgadez y la autovaloración de la imagen corporal en adolescentes de 16 a 18 años del colegio secundario I.P.B de la localidad de Berrotarán”
<b>Correo electrónico</b>	aleberginzi@gmail.com
<b>Unidad Académica</b>	Universidad Siglo 21
<b>Datos de edición:</b> <i>Lugar, editor, fecha e ISBN (para el caso de tesis ya publicadas), depósito en el Registro Nacional de Propiedad Intelectual y autorización de la Editorial (en el caso que corresponda).</i>	

Otorgo expreso consentimiento para que la copia electrónica de mi Tesis sea publicada en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21 según el siguiente detalle:

<b>Texto completo de la Tesis</b>	SI
<b>Publicación parcial</b>	TODOS

Otorgo expreso consentimiento para que la versión electrónica de este libro sea publicada en la en la página web y/o el campus virtual de la Universidad Siglo 21.

**Lugar Fecha:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**Firma autor-tesista**

\_\_\_\_\_  
**Aclaración autor-tesista**

Esta Secretaría/Departamento de Grado/Posgrado de la Unidad Académica:

\_\_\_\_\_certifique  
la tesis adjunta es la aprobada y registrada en esta dependencia.

\_\_\_\_\_  
**Firma Autoridad**

\_\_\_\_\_  
**Aclaración Autoridad**

**Sello de la Secretaría/Departamento de Posgrado**

1 Advertencia: Se informa al autor/tesista que es conveniente publicar en la Biblioteca Digital las obras intelectuales editadas e inscriptas en el INPI para asegurar la plena protección de sus derechos intelectuales (Ley 11.723) y propiedad industrial (Ley 22.362 y Dec. 6673/63. Se recomienda la NO publicación de aquellas tesis que desarrollan un invento patentable, modelo de utilidad y diseño industrial que no ha sido registrado en el INPI, a los fines de preservar la novedad de la creación.