



UNIVERSIDAD CATÓLICA SILVA HENRÍQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE PSICOLOGÍA

**REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LA IMAGEN CORPORAL EN
JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS DE CLASE ALTA Y MEDIA-BAJA
DE LA REGIÓN METROPOLITANA**

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN PSICOLOGÍA

Autores: David Nicolás Barrientos Arriagada.
Walter Armando Caparachin Tarazona.
Iván Ignacio Castañeda Zúñiga.
Constanza Alejandra Castro Venegas.

Profesor Guía: Héctor Cavieres Higuera.

SANTIAGO – CHILE

2020

**REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LA IMAGEN
CORPORAL EN JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS DE
CLASE ALTA Y MEDIA-BAJA DE LA REGIÓN
METROPOLITANA**

RESUMEN

La imagen corporal como constructo teórico en la actualidad, se ha vuelto un concepto recurrente para temáticas relacionadas con la belleza o la estética, pero la claridad conceptual en torno a este no está del todo clara. La imagen corporal del individuo se construye por un sin fin de elementos y variables cognitivas y socioculturales que influyen en su consolidación, las cuales son socializadas por medio de las normas sociales, culturales y los medios de comunicación. Es en la juventud donde estas normas tienen un mayor impacto, puesto que, en este momento del ciclo vital resulta crítico para la construcción del autoconcepto, autoimagen e identidad.

Debido a este contexto particular en torno a los conocimientos de la imagen corporal, surge el objetivo de poder conocer cuáles son los elementos, significados, sentidos o conceptos que construyen la representación social de la imagen corporal en las jóvenes chilenas, explorando la existencia de posibles diferencias entre la manera en la que se enfrentan al mundo y contraponiendo realidades, tal como lo es, la diferenciación por la clases sociales.

Palabras claves: Juventud, Imagen corporal, Representaciones sociales, Clases Sociales.

ABSTRACT

Body image as a theoretical construct nowadays has become a recurring concept for themes related to beauty or aesthetics, but the conceptual clarity around it is not entirely clear. The body image of the individual is built by an endless number of elements and cognitive and sociocultural variables that influence its consolidation, which are socialized through social and cultural norms and the media. It is in youth where these norms have a greater impact, since, at this moment of the resulting life cycle, critical for the construction of self-concept, self-image and identity.

Due to this particular context around the knowledge of body image, the objective arises of being able to know results are the elements, meanings, senses or concepts that build the social representation of body image in young Chilean women, exploring the existence of possible differences between the way they face the world and contrasting realities, such as it is, the differentiation by social class.

Keywords: *Youth, Body image, Social representations, social classes.*

AGRADECIMIENTO

En primer lugar queremos agradecer a nuestro profesor Héctor Cavieres Higuera, quien nos acompañó a lo largo de todo el proceso de tesis, desde el taller de investigación hasta el seminario de grado, además, agregando a todas las jóvenes que fueron parte de nuestra investigación y accedieron a participar en el grupo de discusión, brindándonos sus ideas y pensamientos que en ocasiones, llegaron a temas personales que lograron compartir con desconocidos, siendo temas delicados de tocar frente a personas que era unos completos extrañas hasta aquel momento.

Por último, agradecer a nuestras familias, quienes nos han acompañado fuera del contexto universitario y a nivel más personal y privado que tenemos como personas.

Muchas gracias.

“You don't have to change a thing, the world could change its heart” /

“No tienes que cambiar nada, el mundo podría cambiar su corazón”

Alessia Cara - 2015.

ÍNDICE

Introducción	P. 8
Capítulo 1: Problema de investigación	P.10
Capítulo 2: Pregunta y objetivos de investigación	
2.1 Pregunta de investigación.....	P.16
2.2. Objetivo Principal	P. 16
2.3. Objetivos Específicos	P.16
Capítulo 3: Marco Teórico, Conceptos Claves	
3.1. Imagen corporal	P.17
3.2. Representaciones sociales	P.19
3.3. Culto al cuerpo delgado	P.24
3.4. Importancia del lenguaje y los medios de comunicación	P.25
3.5. Imagen social y su relación con la imagen corporal ideal	P.27
3.6. Juventud e identidad	P.29
Capítulo 4: Marco metodológico	
4.1. Paradigma de investigación	P.34
4.2. Enfoque metodológico	P.35
4.3. Construcción del sujeto de investigación.	P.35
4.4. Mecanismos de recolección de datos	P.36
4.5. Técnica de análisis de resultados	P.37
4.6. Aspectos éticos	P.38

Capítulo 5: Resultados obtenidos

- 5.1. Categoría “Imagen corporal” P.39
- 5.2. Categoría “Influencia socio-cultural en la imagen corporal” P.40
- 5.3. Categoría “Permanencia de la imagen corporal” P.42
- 5.4. Categoría “Posición frente a la imagen corporal” P.43
- 5.5. Categoría “Caracterización de la imagen corporal” P.44

Capítulo 6: Análisis de los resultados..... P.47**Capítulo 7: Conclusiones y discusiones P.53****Referencias bibliográficas P.58****Anexos**

- 1. Consentimiento informado P.68

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se explora la representación social de la imagen corporal existente en las jóvenes de clase alta y media-baja de la región metropolitana, esto debido a que no existe una claridad en torno la imagen corporal construida por las jóvenes de nuestra sociedad.

La imagen corporal es un concepto ampliamente utilizado y difundido en los últimos años por diversos campos disciplinares tanto de las ciencias sociales como las ciencias naturales. Una definición general pero no universalmente consensuada se trata de la autopercepción que tiene el sujeto sobre su cuerpo la que se encuentra influida por aspectos cognitivos y socioculturales [Slade (1993), Baile (2003)].

Es por esto, que surge la iniciativa de investigar la construcción de la imagen corporal en base a las representaciones sociales en distintas clases sociales ya que, existe una desconsideración de las influencias socio-culturales en la construcción de la imagen corporal. Siendo en este punto donde la teoría de las representaciones sociales permite abordar este campo de influencia invisibilizado.

Puesto que, el concepto de representación social se entiende como una forma de pensamiento social práctico que permite el dominio y manejo del entorno social y cultural [Ibáñez (1988), Jodelet (1988)], que se compone de elementos psicológicos como actitudinales que orientan el comportamiento del individuo en el mundo social (Moscovici, 1979).

En cuanto al interés de investigación cabe destacar el crecimiento de plataformas virtuales y el uso de redes sociales en la juventud, ya que, en la actualidad se ha masificado su uso, llevando a un aumento en la transmisión de información hacia la juventud, quienes son los mayores consumidores de estas tecnologías, llegando a influir directamente en la difusión de una imagen corporal ideal para las jóvenes (Larraín, Arrieta, Orellana y Zegers, 2013), lo cual provoca que muchas de ellas, tengan conductas que tiene la intención de acercarse y parecerse a los ideales establecidos y repartidos en las redes, para no ser rechazados por la sociedad, que en el peor de los casos pueden terminar en conductas autodestructivas asociadas con los trastornos alimenticios (Castejón, 2017).

Con el fin de lograr reconocer los contenidos básicos de este fenómeno social y su entendimiento a nivel cultural, se plantea realizar una investigación con enfoque

cualitativo, para analizar los discursos entregados por las participantes, obtenidos del grupos de discusión utilizado, el cual se difieren exclusivamente por las clases sociales a las que pertenezcan las participantes, para de esta forma, lograr diversos significados, simbolismos y valorizaciones internalizadas al momento de compartirlas con un grupo totalmente desconocido que sólo comparte la característica anterior en común. En esta misma lógica que el análisis utilizado corresponde al análisis de los contenidos de los discursos, para obtener los distintos componentes y elementos que construyen y delimitan la representación social de la imagen corporal.

Es por esto que, el objetivo de la presente investigación es identificar la representación social de la imagen corporal existente en torno a su construcción en las jóvenes de clase alta y media-baja de la región metropolitana de Santiago de Chile, y luego poder compararla para ver sus similitudes y diferencias.

Esta diferenciación por clase social, se debe a que variados estudios demuestran que existen diferencias significativas en las influencias socioculturales, corporales y valóricas en torno a la imagen corporal en mujeres, y en la valoración y percepción propia de la imagen corporal.

Finalmente, la estructura utilizada en la presente investigación se encuentra dividida por los apartados de: planteamiento del problema, en donde se profundiza la relevancia e importancia que ha incidido en el enfoque principal de este estudio. Posteriormente se realiza un recorrido de material bibliográfico que sustenta teóricamente los conceptos relevantes para esta investigación, en el marco teórico. Seguido del apartado de marco metodológico donde se encuentran los métodos utilizados para llevar a cabo el proceso investigativo y finalmente se instala el espacio de resultados, en donde se presentan los datos relevantes obtenidos del estudio, junto al análisis en el que se observa y asocia la información recogida desde los elementos teóricos trabajados en el marco teórico. Cerrando con una conclusión que resume y explica de de manera sistematizada los principales resultados y análisis obtenidos, junto con recomendaciones y temas relevantes que pueden tratarse a partir de la investigación.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La imagen corporal como concepto, desde mediados del siglo XX ha sido utilizado en diversos campos de conocimiento, destacando en la psicología, la medicina, la sociología, el arte, el baile y el ámbito deportivo, pero sin alcanzar un consenso unánime al momento de elaborar una definición (Gallego del Castillo, 2009), lo que ha llevado a una amplia discusión en torno a cómo definir y entender el concepto, el cual ha variado a lo largo de la historia (Valles, Hernández, Baños, Moncada y Rentería, 2020).

A pesar de las constantes discrepancias, siempre que se ha hablado sobre la imagen corporal, el interés se ha centrado en el cuerpo propio e individual del sujeto y como este se ve influido por aspectos perceptivos y afectivos del individuo (Gallego del Castillo, 2009), puesto que según Vaquero, Macías y Macazaga (2014) la imagen corporal se trata de un constructo complejo que nos sitúa un plano físico que está íntimamente ligado con la vivencia, valoración y evaluación del contexto, en el cual, el sujeto construye su identidad. Su complejidad se debe a que se encuentra compuesta por una serie de factores tanto psicológicos como socioculturales que constituyen la imagen corporal del individuo (Slade, 1993).

La preocupación por la imagen corporal no se trata de un tema exclusivo de nuestros días, y a lo largo de la historia ha existido distintas influencias que han llevado a construir distintos estándares, concepciones y decoraciones sobre el cuerpo y la imagen corporal en los hombres y las mujeres (Vaquero, Alacid, Muyor y Lopez, 2013).

En el caso de la imagen corporal en las féminas, estas se encuentran más permeadas por la influencia de la moda y la industria de la cosmetología que respecto a los hombres, lo que las ha llevado a sufrir un bombardeo constante por ideales irreales establecidos por la sociedad que son expuestos y masificados por los medios de comunicación, lo que termina influyendo en su imagen corporal ideal a alcanzar (Larraín, et al., 2013).

Es por esto que la imagen corporal femenina a lo largo de la historia han existidos distintos tipos de cuerpos e imágenes corporales los que responden a elementos y particularidades propias de cada momento históricos, según Heredia y Espejo (2009) y Muñoz (2014) en la prehistoria su imagen corporal femenina está

asociada a fines reproductivos para conservar y asegurar el bienestar de la tribus o clanes nómades, que se traduce en cuerpos voluptuosos, ya que se consideraban más efectivos para evitar la muerte durante el parto.

Entre las civilizaciones antiguas es importante mencionar la civilización egipcia y la greco-romana, en el caso de la cultura egipcia, se trata de la primera en valorar la imagen corporal de las mujeres en base a cuerpos delgados y proporcionados con caderas anchas y pechos pequeños; por otro lado, en la cultura greco-romanos, la imagen corporal femenina se basaba en cuerpos simétricos y robustos (Muñoz, 2014).

Es recién en el Renacimiento que la imagen corporal femenina toma como elemento base para su valoración, las aspiraciones estéticas, expresado en cuerpos de piel blanca con hombros y cintura estrecha, caderas redondas y pechos pequeños; pero con la llegada del Barroco, a la imagen corporal valorada se le suman la idea de coquetería y seducción expresado en cuerpos con caderas anchas y pechos más prominentes (Muñoz, 2014).

Es recién entre los años 45' y 60' cuando aparecen como influyente en la construcción de la imagen corporal en las mujeres los cánones de bellezas socializados principalmente por el cine, traducido en la valorización de cuerpos de piel más bronceadas con pechos y caderas redondos (Muñoz, 2014).

Para los años 60' en adelante, y debido a que Estados Unidos resultó ser una de las principales potencias mundiales ganadoras post segunda guerra mundial, que buscaba qué países o naciones emergentes se adhieran a sus ideas capitalistas, la imagen corporal se ve en influencia con la idea de construir cuerpos delgados como el principal atributo de la imagen corporal femenina (Muñoz, 2014). Desde finales de los años 90', la construcción de la imagen corporal se ha visto influenciada por ciertos modelos de consumo asociados al aparentar para lograr la aceptación social en base a ciertos atributos físicos (Hernández, 2012), dichos atributos se han centrado en alcanzar cánones de belleza que en las sociedades occidentales apunta actualmente a la extrema delgadez (Vaquero, et al., 2013).

Es debido a este contexto actual y los infinitos procesos de globalización que enfrentamos como humanidad, que según Heredia y Espejo (2009), que la imagen corporal socializada y el cuerpo apropiados se mantiene a nivel mundial dentro del paradigma occidental de belleza y corporalidad, puesto que definen y limitan los

elementos que constituyente de la imagen corporal a construir tanto para las mujeres como los hombres.

La preocupación por la imagen corporal en las mujeres se debe a que son ellas quienes resultan más afectadas por los modelos estéticos corporales socializados, provocando ciertas situaciones de insatisfacción corporal que se origina producto estos ideales de delgadez insertos en la construcción del cuerpo femenino, lo que lleva a las mujeres a realizar actos que lleven a modificar su imagen corporal para alcanzar la delgadez deseada y sentirse bien con ellas mismas (Vaquero, et al., 2013).

Es por esto que, el tema de interés presente en la siguiente investigación, se trata de la imagen corporal femenina que, según Sidun (2015), esta se ve y valora como una mercancía, producto de la presencia de cultura de la delgadez y apreciación del cuerpo delgado como sinónimo de bello, exitoso, prestigioso y aceptable socialmente.

La existencia de la cultura de la delgadez y apreciación corporal, queda evidenciado en el trabajo titulado “Ojos abiertos-Boca cerrada: Factores sociales incidentes en el desencadenamiento de un trastorno de la conducta alimentaria en mujeres adolescentes chilenas” realizado por Alvarado (2013), observó que en las jóvenes de ambas clases sociales la imagen corporal deseada corresponde a un cuerpo delgado, pero que variara en los atributos deseados de acuerdo a la clase social que pertenecen, en el caso de las jóvenes de clase alta se trata de un cuerpo anglosajón (piel más blanca; pelo claro y contextura delgada) y en las jóvenes de clase baja se trata de un cuerpo latino (piel más bronceada y una contextura delgada pero más voluptuosa).

Esta diferencia en los cuerpos deseados por los jóvenes de distintas clases sociales, se debe a que los medios de comunicación son uno de los actores sociales principales en la socialización y representación de la imagen corporal femenina, la cual de acuerdo a Roca (2003), varían de acuerdo al nivel socioeconómico, puesto que, se percató que en los diarios de precio bajo o gratuito accesible para clase media y baja, se observa una imagen corporal de dueña o ama de casa, en comparación con las de revistas de pago, pensada para la clase alta, donde se observa un predominio imágenes corporales estéticas, priorizado los bronceados y cirugías para acentuar la belleza corporal.

En estas mismas líneas, Salazar (2007) en un análisis realizado a las diversas publicidades presentes en los diversos medios de comunicación sobre la imagen

corporal femenina pesquisó que aspectos como la belleza y el erotismo, recaen en testimonios de mujeres delgadas, donde concluyó que la imagen corporal se transforma en un gatillante para que el consumidor modifique y genere conductas que busquen acercar su cuerpo al del modelo presentado como garantizador de la aceptación social.

Por último, en un estudio realizado por Larraín, Camus, Orellana y Arrieta (2009) titulado “Estimación de la Validez de Constructo y Consistencia Interna de la Escala de Impacto de las Imágenes Femeninas presentadas por los medios de comunicación sobre Adolescente Mujeres”, evidenció que existe una mayor exposición a la erotización y sexualización del cuerpo delgados y con curvas en alumnas de colegios de clase alta sobre alumnas de las otras dos clases sociales.

A los diversos medios de comunicación existentes se han encargado de masificar una imagen corporal femenina como un objeto sexual, llevando a una sexualización precoz de los cuerpos femeninos, para que las jóvenes sientan que dichos atributos presentados en comerciales, publicidad, posteados en las redes sociales o mostrados en los videoclips musicales, son necesarios para alcanzar la aceptación social del grupo de pares, conocidos y de la sociedad, llevando a una desvalorización de las experiencia y valores de cada mujer (Larraín, et al., 2009).

Tal como lo demuestra el estudio titulado “Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes” realizado por Cortez, et al. (2016) indica que los medios de comunicación son los principales proveedores de los cánones de belleza, comparación entre pares, y el deseo de ser atractiva para el sexo opuesto por medio sus discursos y/o propagandas.

Retomando el estudio de Alvarado mencionado con anterioridad, la diferencia en la proporción de los rasgos corporales deseado en ambos grupos sociales se debe a la influencia de las representaciones sociales en la construcción de la imagen corporal, debido a que para constituirse toman influencias de las nociones de procedencia psicológica (elementos y factores mentales); y nociones de origen sociológico (elementos y factores socioculturales) en el individuo [Moscovici (1979), Ibáñez (1988)], en nuestro caso de interés para construir las nociones de la imagen corporal deseada por el individuo.

La existencia de representaciones sociales en la sociedad, se trata de una forma de conocimiento del sentido común, que se caracteriza por incluir elementos

psicológicos y actitudinales; los cuales influyen en el comportamiento social, el funcionamiento cognitivo y la comunicación del individuo, ya que toma elementos valóricos, culturales y colectivos imperantes e instaurados [Jodelet (1988), Ramos (2013), Bruno y Barreiro (2014)], con el fin de lograr una integración intersubjetiva socialmente construida por los sentidos y significados propios de la sociedad y reproducidos e internalizados por el individuo (Weisz, 2017).

Las representaciones sociales de la imagen corporal en la juventud toman mayor importancia ya que, se trata de un periodo crítico por excelencia en torno a la conciencia sobre el propio cuerpo y su imagen íntimamente relacionado con su autoconcepto a consolidar (Fierro, 1998).

En dicho periodo del ciclo vital se debe enfrentar una presión social y cultural percibida debido a la acción de los diversos actores sociales, en torno a la imagen corporal socialmente construida, la que lleva a una comparación de la imagen corporal del sujeto y la imagen corporal ideal internalizada a alcanzar, provocando principalmente el deseo de modificar su imagen corporal cuando esta no responde a la socializada por los medios de comunicación, los grupos de pares o la cultura social presente (Betz, Sabik y Ramsey, 2019).

Pero ¿por qué existe una diferencia en la representación de los cuerpos deseados en las jóvenes si los procesos de conciencia del propio cuerpo, consolidación del autoconcepto y acceso a los medios de comunicación es el mismo sin distinguir entre clase social? Esto es debido a que, en Chile, desde sus inicios como nación, se ha encargado de clasificar a sus habitantes con diversos filtros o formas de clasificación, según Rivas (2008), establece que dentro de una sociedad las clases sociales responde al posicionamiento que tiene el individuo dentro del sistema social en base a la distribución de ciertos bienes tangibles e intangibles propios y necesarios para la vida en la sociedad.

En nuestra sociedad el principal filtro para definir las clases sociales corresponde al nivel socioeconómico del núcleo familiar, el cual se delimita por el económico percibido por integrante en el núcleo familiar. Esto indica que, por Clases Altas correspondientes a los niveles ABC1 y C2 son de un ingreso económico superior a \$1.500.774, Clase Media-Alta correspondiente al nivel C2 con un ingreso económico entre \$1.500.773 y \$1.003.427, la Clase Media, que se ubica en el nivel C3 con un

ingreso entre \$1.003. 426 y \$640.668, la Clase Media-Baja situada en el nivel D con ingresos económicos entre \$ 640.667 y \$361.584, la Clase Baja colocada en el nivel E con un ingreso monetario inferior a los \$361.583 (Asociación investigadores de mercado [AIM] 2019).

En el Gran Santiago, los niveles mencionados se distribuyen de manera particular en el territorio, las familias de Clase Alta se encuentran ubicadas principalmente en comunas del sector oriente y las familias de Clase Media, Media-Baja y Baja se localizan mayormente en comunas del sector poniente de la ciudad, y en algunas comunas encontramos una distribución variada de las cinco clases sociales mencionadas (Sabatini, Rasse, Cáceres, Sarella y Trebilcock, 2017).

Por último, es importante destacar que en los últimos años a nivel mundial se está dando un fenómeno interesante en torno a la prevalencia en los diagnósticos de trastornos de la conducta alimentaria de acuerdo al nivel socioeconómico, llevando a una homogeneización lenta, aun así, constante de los diagnósticos (Borrego, 2017), pero a pesar de esto, aun en diversos países de Latinoamérica, entre ellos, Chile existe una mayor prevalencia de diagnósticos de anorexias y bulimias en jóvenes de clase altas sobre las clases populares [Serra (2011), Cruz, González, Castro y Partida (2014), Borrego (2017)]

Por todo lo expuesto, y debido a la reducida información en torno a imagen corporal a nivel nacional y la importancia de este concepto para la consolidación de la identidad, resulta acuciante tener información más precisa sobre la imagen corporal construida y representada por jóvenes de clase alta y clase media-baja de la Región Metropolitana en el país, con el fin de poder conocer cuál es la representación social de la imagen corporal imperante en dichos niveles socioeconómicos y cómo esta influye en la construcción de la imagen corporal personal, y cómo estas puede variar o coincidir entre ambas, ya que en base a los datos expuestos se demuestran que las construcciones de la imagen corporal parece responder más a la influencia de factores contextuales, sociales, económicos y culturales que sólo a factores exclusivamente cognitivos o genéticos.

CAPÍTULO 2: PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS

¿Cuál es la representación social en torno a la Imagen Corporal que se ha construido en jóvenes entre los 18 a 24 años de Clase Alta y Clase Media-Baja en la Región Metropolitana? ¿Existen similitudes y/o diferencias en las representaciones de la imagen corporal en ambos grupos sociales?

Objetivo general:

- Identificar las representaciones sociales en torno a la imagen corporal construida en los jóvenes entre 18 a 24 años de clase alta y clase media-baja pertenecientes a la Región Metropolitana.

Objetivos específicos:

- Definir las representaciones sociales construidas en torno a la imagen corporal de ambos grupos de jóvenes entre 18 a 24 años de la Región Metropolitana
- Describir las características de la representación social en torno a la imagen corporal construidas en los jóvenes entre 18 a 24 años de la Región Metropolitana de clase alta y media-baja.
- Analizar las similitudes y diferencias existentes en las representaciones sociales establecidas en torno a la imagen corporal de los jóvenes entre 18 a 24 años de ambos grupos sociales de la Región Metropolitana.

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

Imagen Corporal

Al hablar sobre imagen corporal, no existe un consenso unánime sobre cómo entender y delimitar dicho concepto, puesto que se ha abordado desde distintas disciplinas y con distintos enfoques de interés para construir su definición consensuada (Gallego del Castillo, 2009). Debido a todo esto, es que la discusión sobre imagen corporal ha experimentado una constante evolución, en la cual se ha ido definiendo de diversas maneras a lo largo de su historia (Valles, et al., 2020).

A pesar de este contexto particular, Slade (1993) propone que la imagen corporal es una representación mental amplia del cuerpo, la cual se compone de esquemas cognitivos que varían de acuerdo a la influencia de la experiencia del individuo, los factores individuales y las normas sociales y culturales.

Esta definición, permite ampliar e integrar de manera progresiva al concepto, los factores y elementos históricos, sociales y culturales, los cuales atañen y moldean la construcción de la imagen corporal; que hasta ese momento habían sido ignorados y desplazados de la discusión (Slade, 1993). Es gracias a estos postulados, que la imagen corporal se comprende como un constructo complejo sobre la autopercepción del cuerpo, el cual se constituye por el nivel perceptual, cognitivo-emocional y conductual (Baile, 2003).

El nivel perceptual, se entiende a la imagen corporal como un elemento inserto en la percepción corporal, provocando que se encuentre delimitada por percepciones originadas en el cuerpo como las limitaciones de su tamaño corporal y la evaluación de su atractivo (Baile, 2003). En la actualidad, este nivel es usado por los profesionales de salud mental como criterio diagnóstico para definir el padecimiento de trastornos alimenticios (anorexia nerviosa o bulimia nerviosa) o un trastorno dismórfico corporal (Cruzat, Díaz, Lizama y Castro, 2016).

El nivel cognitivo-afectivo, corresponde a la experiencia subjetiva de las actitudes, pensamientos, sentimientos y valoraciones del cuerpo en base a las vivencias y experiencias en torno a determinados elementos sociales, culturales, y actitudinales hacia sí mismo (Baile, 2003). Este nivel, es usado con mayor frecuencia para mostrar la relevancia multifactorial de la imagen corporal, ya que, repercute en las esferas

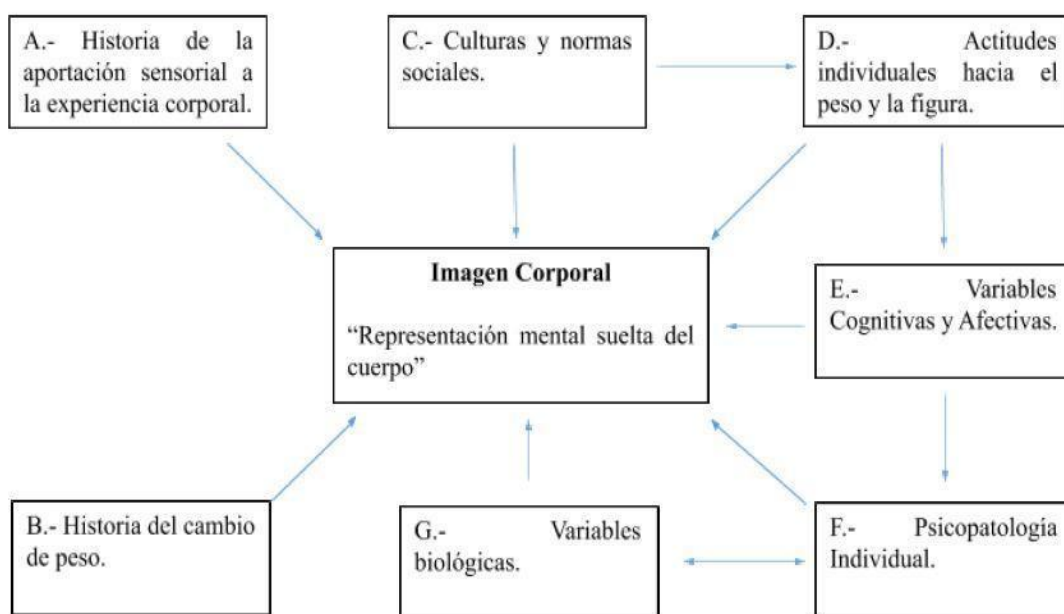
biopsicosocial del individuo, realizando la preocupación por la relación entre la imagen corporal y su modo de incluirse en la persona (Castejón, 2017).

Por lo cual, dicho nivel sitúa a la persona no solo en un plano físico, sino también en un plano vivencial-valórico del contexto donde se construye la imagen corporal del sujeto (Vaquero, et al., 2014).

Por último, el nivel conductual, corresponde a las conductas que el individuo realiza y ejerce en base a la forma de su cuerpo y el grado de satisfacción con este, llevando a modelos de comportamiento basado en la interiorización de la experiencia de los otros dos niveles mencionados (Baile, 2013).

Para los tres niveles que compone la autopercepción del cuerpo, Slade (1993) los organiza como factores constituyentes de la imagen corporal, los cuales son la A) historia del aporte sensorial de la experiencia corporal; B) historia del cambio de peso; C) normas culturales y sociales; D) actitud individual hacia el peso y la figura; E) variables cognitivas y afectivas; F) psicopatología individual; y G) variables biológicas. El siguiente esquema propuesto por Slade, explica las relaciones de estos elementos en la consolidación de la imagen corporal.

Modelo de los factores que influyen en el desarrollo y manifestación de la imagen corporal



Slade, P. D. (1993). What is body image? *Behaviour Research and Therapy*, 32 (5), 497-502.

Todos estos elementos que constituyen la imagen corporal y su debida interrelación lleva a una comprensión de la imagen corporal como representación mental amplia, que según Gallego del Castillo (2009) se logra por medio de una superposición de imágenes que responden a las expectativas emocionales y simbólicas propias de cada individuo, las cuales están íntimamente ligadas con su historia de vida.

Representaciones sociales

Las imágenes superpuestas necesarias para constituir la imagen corporal, pueden ser comprendidas y profundizadas por medio de las representaciones sociales, ya que se trata de un concepto híbrido que incluye nociones de procedencia psicológica (pensamientos o procesos cognitivos) y nociones de origen sociológico (valores, ideologías o aspectos culturales) [Moscovici (1979), Ibáñez (1988)].

Pero antes de profundizar en el concepto de representación social, es importante mencionar que el funcionamiento de la vida psíquica del ser humano, se compone de un curso continuo de representaciones que se encuentran entrelazadas entre sí, donde cierto sustrato representacional asemeja y diferencia una representación de la otra, puesto que cada una representa un elemento de la realidad del individuo que es inscrita como propia (Durkheim, 1898).

Es por esto, que la acción de representación, según Jodelet (1988) corresponde al acto de pensamiento mediante el cual, el sujeto se relaciona con el objeto. Vallée (2011) añade que, las representaciones se manifiestan de dos formas que se encuentran cargadas de sentido, esta puede ser mediante 1) un corpus de ideas organizadas y coherentes (forma teórica) o 2) un conjunto de actos, acciones o gestos de carácter simbólico (forma práctica).

Por lo tanto, toda representación se compone de una interpretación y una copia de la realidad, la cual se debe representar y re-presentar a la sociedad [Jodelet (1988), Vallée (2011), Ramos (2013), Müller, Dias, da Silva, Krüger y Bussoletti (2016)].

Por representación social, entonces se entiende como la forma de conocimiento específico del sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos socialmente caracterizados, que designan una forma de pensamiento social, el cual es práctico, puesto que está orientado a la comunicación, comprensión y dominio del entorno social e ideal por parte del individuo [Ibáñez (1988), Jodelet (1988)] mediante

procesos cognitivos y simbólicos, donde el sujeto integra los valores sociales, las normas y nociones culturales a su comportamiento (Ramos, 2013), ya que fue inscrito en el individuo como una prolongación de su comportamiento, colocando en un mismo punto el universo social y material (Moscovici, 1979) en torno a la imagen corporal.

En otras palabras, Moscovici (1979) y Bruno y Barreiro (2014) entienden que las representaciones sociales son creencias construida de manera colectivas que expresan un comportamiento individual, puesto que se componen de elementos psicológicos como actitudinales que guiarán el comportamiento del individuo en el mundo social, que, de acuerdo a lo establecido por Weisz (2017) reproducen los modelos de pensamiento y acción del individuo en su realidad.

Las representaciones sociales se constituyen y construyen por medio de la acción de ciertos elementos, que corresponden a 1) la actividad cognitiva por la cual el sujeto constituye su representación; 2) los aspectos significantes de la actividad representativa; 3) la forma del discurso y la práctica discursiva propia del sujeto; 4) la práctica social del sujeto como actor social; 5) el juego de las relaciones intergrupales para determinar la dinámica de las representaciones; y 6) la reproducción de las formas y esquemas de los pensamientos socialmente establecidos (Jodelet, 1988).

Estos elementos que constituyen las representaciones sociales se pueden agrupar en tres campos centrales que dotan de sentido a las representaciones sociales, correspondiendo a 1) campo de información; 2) campo de representación; y 3) campo de actitud [Moscovici (1979), Ibáñez (1988), Weisz (2017)].

Por campo de información, Moscovici (1979) y Weisz (2017) se refieren a la organización de los conocimientos que el individuo tiene sobre el objeto o fenómeno a representar que pueden venir del dominio científico y/o social, que variará de acuerdo al manejo que el individuo tenga sobre dicho conocimiento (contenido de la información a representar).

El campo de representación es la forma en que se organizan las representaciones, por lo tanto, se trata del orden y coherencia interna con las que se construyen los aspectos precisos del objeto a representar y las categorías de la representación [Moscovici (1979), Weisz (2017)]. Y, por último, el campo actitudinal se relaciona con la valoración dada al objeto o fenómeno a representar (Weisz, 2017).

Es debido a estos elementos que las representaciones sociales al momento de construirse en la realidad influyen sobre el comportamiento social y el funcionamiento cognitivo del sujeto, ya que, se componen de un conjunto de significados y sistemas de referencias que nos permiten acceder a una forma de conocimiento social y específica [Jodelet (1988), Weisz (2017)] debido a que se apoya en una realidad cultural compartida, que se encuentra constituida por creencias sociales ampliamente difundidas (Farr, 1988).

Por otra parte, las representaciones sociales se forman gracias a dos procesos fundamentales y esenciales para su consolidación, los que corresponden a la objetivación y el anclaje.

La objetivación corresponde al proceso en donde se busca pasar de algo abstracto a algo visible o icónico (hacer real lo simbólico), con el fin de dotar la realidad con un concepto con el cual, el individuo se puede relacionar [Moscovici (1979), Ramos (2013)] es decir, materializar el conocimiento social en una representación que incluye todos los elementos sociales y culturales (Jodelet, 1988). Por lo tanto, se trata de acoplar las palabras al fenómeno, en una instancia que requiere reunir los significados que el individuo recibe y emite del objeto a representar, el cual se encuentra entrelazado a estructuras materiales (Moscovici, 1979).

Por otro lado, el anclaje corresponde al enraizamiento de lo representado y su respectivo objeto dentro de un sistema de pensamiento preexistente, por medio de la integración cognitiva del objeto representado (Jodelet, 1988), el cual permite nombrar y clasificar algo, ya sea un objeto; una conducta; un fenómeno; entre otros, que según Ramos (2013) se debe a que se toman los significados individuales y colectivos socializados por el lenguaje, propios de la red de significados compartidos e interiorizados por el sujeto.

Según Jodelet (1988) el anclaje tiene por funciones principales:

- 1.- La asignación de sentido: Corresponde al cómo se determina y constituye el significado del objeto representado.
- 2.- La instrumentalización del saber: Corresponde a cómo se utilizan las representaciones en tanto al sistema de interpretación que el mundo expresa y constituye las relaciones sociales.

3.- Enraizarse en el sistema de pensamiento humano: Corresponde a la operalización e integración de la representación dentro de un sistema de receptores y conversaciones entorno a los representado.

Todos los elementos que constituyen los campos de la representación social y los procesos de consolidación, permiten definir el núcleo figurativo de representación social, que se encuentra compuesto por un núcleo central que se constituye por medio de los sentidos y significados más consensuados y estables que articulan el contenido de la representación; y por elementos periféricos, que consisten en aquellos sentidos y significados más específicos y particulares en torno al contenido que articula la representación en el individuo (Bruno y Barreiro, 2014).

Entre las principales funciones que tiene las representaciones sociales encontramos que 1) se encargan de mostrar las dimensiones ideológicas y culturales influyen en la interpretación que hacemos de la realidad; 2) permitir la construcción de la realidad por medio de la asignación de un significado social a objetos y procesos determinados; 3) se encargan de ser una forma de adquisición y comunicación de los conocimientos; y 4) permitir ser una guía operacional para el individuo en la vida social y la resolución de conflictos puesto que influyen en la formación de conducta social (Knapp, Suarez y Mesa, 2003).

La imagen corporal al ser una representación mental amplia, puede ser entendida a su vez como una representación social, pero es necesario poder extrapolar toda la organización y profundización de Slade y su mapa de factores interrelacionados al terreno de las representaciones sociales. Para ello, primero es necesario comprender las nociones de procedencia psicológica y sociológica, las cuales dan crédito a los factores de Slade en plano de las representaciones sociales.

Las nociones psicológicas que constituyen a la imagen corporal, de acuerdo a Pérez (2018) corresponderían a aquellas incluidas en los procesos psicofisiológicos internos de cada individuo, que surgen de la interacción de los diferentes sistemas orgánicos, que dependen de los rasgos del sujeto para la integración del entorno, sus acciones y pensamientos como imágenes mentales.

Por lo tanto, de todos los factores propuestos, solo B) la historia del cambio de peso; E) las variables cognitivas y afectivas; y F) las variables biológicas (Slade, 1993) corresponden a las nociones psicológicas de las representaciones sociales debido a la

dimensiones cognitivas, emocionales y afectivas que toma para construir el concepto de imagen corporal.

Las variables biológicas, tienen un papel importante en los aspectos biológicos propios del desarrollo del sujeto en torno a su imagen corporal (Slade, 1993) debido a que estos aspectos, se encuentran insertos en el proceso psicofisiológico interno del sistema orgánico del individuo, y es, en la juventud donde estas variables biológicas resultan importantes para la construcción de una imagen corporal ya que, el joven se enfrenta a varios cambios en su corporalidad y figura (Bordignon, 2005) debido al periodo de transición crítico de cambio que vive el joven para alcanzar la vida adulta (Fierro, 1998), donde la imagen corporal resulta un elemento importante para la aceptación e integración del individuo en los distintos grupos.

Según Slade (1993) la historia del cambio de peso corresponde a las fluctuaciones espontáneas en el peso vividas por el sujeto, que están dentro de los datos anatómicos y funcionales de los procesos psicofisiológicos; y las variables cognitivas y afectivas que corresponden a las expectativas del individuo asociadas a la ingesta calórica percibida de los diversos alimentos.

Por otro lado, las nociones de origen sociológico permiten comprender la arista social y cultural de la imagen corporal, que está compuesta por los factores de la A) historia del aporte sensorial de la experiencia corporal; C) normas culturales y sociales; D) actitud individual hacia el peso y la figura, pese a solo ser nombrados de manera superficial, se puede entablar una relación entre la cultura y la sociedad con las actitudes individuales sobre su imagen corporal (Slade, 1993), que a su vez permite levantar una relación de estos elementos de la imagen corporal, por medio de las nociones de origen sociológico de las representaciones sociales, para poder abordar el contexto social y cultural, en el cual el sujeto está inserto, el que busca ser expandido y replicado (Müller, et. al., 2016).

Es por esto, que la imagen corporal individual y los elementos que constituyen el esquema de Slade, se puede entender a partir de la influencia de las representaciones sociales, debido a la interrelación entre el sujeto (individuo); el otro (grupos de pares, familiares, entre otros) y la sociedad (normas sociales y culturales) correspondiente a las nociones sociológicas, que influyen en la construcción de una imagen corporal, puesto que el sujeto se expone a un sinnúmero de estímulos mediados por la cultura, la

sociedad y sus relaciones interpersonales por medio del lenguaje, el cual comunica y socializa el marco histórico cultural sobre la imagen corporal que está determinado por el culto al cuerpo delgado.

Culto al cuerpo delgado

La relación establecida en los factores de A) la historia del aporte sensorial de la experiencia corporal; C) normas culturales y sociales; D) actitud individual hacia el peso y la forma, y las representaciones sociales se debe, a que en occidente el modelo corporal se encuentran centrados en el culto al cuerpo delgado, que busca la apreciación y valoración del cuerpo delgado en torno a un ideal de delgadez (Slade, 1993) los cuales tienen un arraigo social que se puede entender y profundizar por medio de la socialización y la posición de los discursos.

Sobre el culto al cuerpo delgado, especialmente en occidente, se centra en una cultura de la delgadez corporal, la cual ve al cuerpo como una mercancía, y se valora el cuerpo delgado como la imagen corporal a la que se debe optar, que es impuesta principalmente por los discursos de los medios de comunicación sobre el cuerpo (Sidun, 2015).

Esta cultura lleva a que se considere el cuerpo delgado como bello y deseado, puesto que permite el acceso a la sociedad, debido a que social y culturalmente funcionan como un espejo, para lograr el éxito, aceptación de otro y medio para alcanzar el estatus, la belleza y el amor (Sidun, 2015). Debido a esta cultura es que existe una presión social, generada, por miedo al rechazo y las burlas hacia cuerpos que no encajan con los estándares propios de cada cultura, lo que se relaciona con un modelo conductual que, en este caso, lleva a conductas de mala alimentación, problemas de salud o modificaciones estéticas de los individuos para lograr encajar y obtener la aceptación social (Etxaniz, 2005).

En las sociedades occidentales, el rango etario con el que se relaciona un cuerpo delgado como bello es principalmente en las mujeres menores de 30 años, ya que se encuentra en el punto donde buscan ajustarse lo más posible al prototipo ideal presentado en la publicidad y los medios de comunicación, representando ese cuerpo delgado, *sexy*, sin defectos y joven que genera la atracción del público. Por otro lado, en personas mayores de 30 años se presentan estos cánones corporales en la

valorización de un cuerpo saludable y natural por medio del aseo y la depilación con el fin de mantener el deseo por seguir luciendo joven, bella y aceptada (Cáceres, 2008).

Por último, la A) historia del aporte sensorial de la experiencia corporal, corresponde a los aportes de información sensorial captados en torno a la forma, el tamaño y la apariencia corporal del individuo por medio de los sentidos (Slade, 1993). En la percepción sensorial de cada ser humano existe un componente social el cual corresponden a las orientaciones culturales propias de cada cultura, que lleva a delimitar una percepción sensorial en base a elementos fisiológicos y culturales (Le bretón, 2006 citado en Sidun, 2015) que, en este caso, están vinculadas al ideal de una imagen corporal delgada como bello y sinónimo de éxito.

Importancia del lenguaje y los medios de comunicación

Adicional a la influencia del culto al cuerpo delgado, los factores de A) la historia del aporte sensorial de la experiencia corporal y C) las normas sociales y culturales, se encuentran influenciados y delimitados por un proceso de socialización del lenguaje, que en base a lo establecido por Jodelet (1988), es el lenguaje el que permite la unión del universo ideológico y/o simbólico al individual, llevando consigo a un nivel histórico, social y cultural al funcionamiento psíquico del individuo.

Por lo tanto, los elementos culturales y sociales en torno a la constitución de un ideal de delgadez corporal sobre la imagen corporal en el sujeto se establecen por medio de discursos centrados en modelos estéticos relacionados con la belleza y la salud, englobados por el culto al cuerpo delgado, que han sido difundidos y socializados por los medios de comunicación en la publicidad, las redes sociales, el internet y los juguetes infantiles, los cuales buscan socializar y hegemonizar la idea de que un cuerpo delgado es sinónimo de aceptación, belleza y éxito (Bazán y Miño, 2015).

Esto se debe a que el lenguaje es la primera herramienta con dimensión simbólica en la realidad del ser humano, que lleva al surgimiento de comportamientos sociales con contenido simbólico (Vallée, 2011) los cuales terminan definiendo una forma de pensar compartida, que no son estáticas, sino que están sometidas a los intereses propios de cada cultura y sociedad (Chema, 2016).

El lenguaje expresa y socializa los significados por medio de los diversos medios de comunicación (Farr, 1988). Antes de entrar a entender el rol de los medios de comunicación en las representaciones sociales, Slade (1993) establece que D) la actitud individual hacia el peso y la forma corresponde a las actitudes personales del individuo, que están influenciadas principalmente por las normas sociales y difundidas por los medios de comunicación. Puesto que los medios de comunicación instauran en los sujetos acontecimientos o vivencias cargadas de significados socioculturales definidos (Farr, 1988) mediante la socialización, por medio de lenguaje común los significados de la representación social (Bruno y Barreiro, 2014) en torno a la imagen corporal deseada.

Siendo los medios de comunicación como la televisión, revistas, cine y redes sociales, las que tienen a su cargo difundir las aspiraciones estéticas en torno a la imagen corporal bajo ciertos cánones culturales, que han afectado los sentimientos y percepciones del individuo, producto de su impacto mediático en la sociedad [Bazán y Miño (2015), Plaza, (2010)].

Es importante, recalcar la participación que tienen los medios de comunicación en la difusión de una imagen corporal a alcanzar, en este sentido, Bazán y Miño (2015) mencionan que la preocupación por el peso en las mujeres es producto de la difusión y estimulación de los medios de comunicación, los cuales promueven un modelo estético de delgadez utópico e inalcanzable. Siendo esta estimulación la que influye en la creación de emociones y motivaciones en sus espectadores, mediante sus programas o publicidades en torno a una imagen de delgadez apropiada y aceptada con el fin de identificar al sujeto de manera positiva con este modelo estético e ideal de belleza (Larraín, et al., 2013).

Una relación importante que surge de los medios de comunicación y la imagen corporal, es su papel en la construcción de la identidad corporal juvenil, donde el joven se encuentran atravesando una etapa de formación de identidad, donde se tiende a imitar y proyectar su autoconcepto y autoestima en los modelos corporales presentados y socializados en los medios de comunicación (Ruiz y Casadó, 2015) y en los procesos discursivos a los que ha sido expuesto para construir su propia identidad corporal ya que, la imagen corporal es resultado de la relación del sujeto con el mundo (Gallego del Castillo, 2009).

La relación entre el culto al cuerpo delgado y los medios de comunicación como determinantes principales para definir y constituir las representaciones sociales de la imagen corporal, permiten comprender la importancia de considerar todos los elementos cognitivos, afectivos, funcionales, sociales y culturales sobre la valoración del propio cuerpo, en base a los sentimientos y actitudes sobre la autopercepción de la imagen corporal.

Por lo cual, las representaciones sociales tienen una participación activa en el establecimiento y definición de la imagen corporal del individuo al ser parte de las representaciones que constituyen el funcionamiento psíquico del individuo.

Imagen social y su relación con la imagen corporal ideal

Recientes investigaciones en torno a la imagen corporal y su uso en la insatisfacción corporal, a pesar de que se relacione como criterio diagnóstico para ciertos trastornos, han dado frutos que demuestran la relación de lo social e implícito en la imagen corporal, llegando a contemplar la existencia de una imagen corporal ideal. Sin embargo, por lo poco profundizado del concepto de imagen corporal en sus elementos sociales y culturales, estos estudios no han podido conceptualizar la imagen corporal ideal, llegando solo a mostrar su existencia y relación con la imagen corporal.

Una de estas investigaciones fue realizada por Glashouwer, Bennik, Jong y Spruyt (2018) en la University of Groningen bajo el nombre de “Medidas implícitas de imagen corporal reales v/s ideal: Relaciones con la insatisfacción corporal autoinformada y los comportamientos dietéticos”, donde se tomaron a 235 alumnas de dicha universidad, con el objetivo de demostrar que la insatisfacción corporal viene de una discordancia entre cómo el individuo percibe su cuerpo –imagen corporal- y como este quiere o quisiera que sea –imagen corporal ideal-. Concluyó que, la insatisfacción corporal no se relaciona con la imagen corporal real, sino, que se relaciona con la imagen corporal ideal cuando es sometida a un proceso de comparación con otras imágenes corporales.

Por otro lado, y continuado al anterior estudio, Betz, et al. (2019) realizó un estudio titulado “Comparaciones ideales: Los ideales corporales dañan la imagen corporal de las mujeres a través de la comparación social”, donde consultó de manera online a mujeres adultas para ver como la comparación social influye en la imagen

corporal ideal por medio de la exposición de imágenes corporales ideales, evidenciando que la imagen corporal se construye como positiva bajo uno de estos tres prototipos “cuerpo curvilíneo”, “cuerpo atlético” o “cuerpo delgado”, pero al momento de profundizar en esta imagen corporal ideal construida, ésta causa un impacto negativo en las mujeres puesto que lleva a padecer un bienestar psicológico deficiente por el hecho de comparar su imagen corporal con estas imágenes corporales ideales.

Por último, concluye que “si bien nuestro trabajo sugiere que los procesos de comparación social median las reacciones de las mujeres a imágenes idealizadas, no prueba directamente los efectos causales de la comparación social” (Betz, et al., 2019, p.107). Por toda la revisión realizada hasta este punto, se puede llegar a conceptualizar la imagen corporal ideal en base al funcionamiento de las representaciones sociales y dando una razón causal a la comparación social.

Cruz, Garay y Pinto (2013) señalan que Jodelet plantea las representaciones sociales como un conjunto de superposición de imágenes, que por medio de la socialización resulta en una interpretación de la realidad social. De ello se desprende la idea de que las representaciones sociales son la socialización de imágenes sociales, el cual, por medio de la subjetivación de las mismas, se hace partícipe al individuo de la sociedad.

Estas imágenes sociales al ser parte de las representaciones sociales, no es en su totalidad una representación social, sino, una parcialidad, en el sentido que han sido mediadas por la socialización en la construcción de la representación. Bravo (2003) indica que la imagen social es de uso fundamental por abarcar un sentimiento de pertenencia pero que, esta imagen, reduce su alcance en el proceso de la interacción social.

Habiendo explicitado la imagen social en la representación social, Cruz, et al., (2013) señalan que en esta relación:

- 1) Solo es posible “dar con” y “dar cuenta de” los imaginarios sociales en y a través de la materialización discursiva de esos imaginarios en textos concretos; esto es, en y a través de representaciones efectivas.
- 2) No son posibles las representaciones sin la intervención/presencia de los imaginarios.
- 3) Los imaginarios son los que hacen posible las representaciones sociales (p.38).

Con la relación señalada, en el párrafo anterior, se puede dar por entendido los puntos 2 y 3. Sin embargo, el punto 1, para “dar con” y “dar cuenta de” los imaginarios sociales, es necesario ubicarlos discursivamente en formas concretas. Siendo ese el caso, que deja entrever los productos de los medios de comunicación son aquellos discursos ubicados de forma concreta.

En el presente trabajo, entonces, se hace necesario ubicar aquellas imágenes sociales, aquellos modelos corporales, que logre comprender la imagen corporal ideal que influye en la construcción de la imagen corporal individual. Para ello Salazar (2007) indica que las teorías socioculturales sugieren que aquellas normativas socioculturales de belleza y estética se transmiten y se reflejan por la familia, los grupos de pares y los medios de comunicación masiva, transformándose la proliferación de esta normativa en una condición común.

Por último y, en conclusión, Cruz, et. al., (2013) indica que “viendo las teorías de los imaginarios y representaciones se puede dar cuenta de la importancia de estos dos temas puesto que gracias a estos dos procesos se da origen a la conducta colectiva” (p.45). Esto quiere decir que aquella imagen corporal ideal que señala Glashouwer, et. al., (2018) y Betz, et. al., (2019) en sus respectivos estudios son las imágenes sociales que operan en la construcción de la representación social de la imagen corporal en mujeres por medio de la socialización y en interacción con la representación mental del sujeto.

Juventud e identidad

Los jóvenes actualmente se encuentran atravesados por las diversas condiciones culturales e históricas propias de cada sociedad en la que están insertos, las cuales han prolongado la extensión del periodo de paso de la adolescencia a la adultez, debido a que su dimensión biológica se encuentra cargada de elementos culturales y sociales (Sidun, 2015). Esto debido, a que en los últimos años 50 años al menos, se ha consolidado el concepto de juventud, entendido como una construcción social, histórica y cultural, donde se conceptualizan determinadas construcciones y significados sociales para el individuo [Dávila (2004), Savarí (2006)].

Esta etapa a pesar de lo difícil que es posicionarla dentro de un rango etario, se ve principalmente compuesta por individuos entre 15 a 25 años, que pasan por diversas

etapas de maduración fisiológica, sexual, social y cultural (Dávila, 2004). Entre ellas encontramos la construcción de identidad que dependerá siempre del contexto y elementos histórico, culturales y sociopolíticos [(Dávila, 2004), Taguenca (2016)].

Una de las tareas principales para los jóvenes, es la construcción de una identidad propia (Saraví, 2006), debido a que se encuentra atravesando un periodo de transición crítico donde se debe buscar, construir y consolidar una identidad personal apoyado por los sistemas sociales de representaciones, creencias, valores y/o principios establecidos, en la familia, los grupos de amigos o los medios de comunicación para alcanzar una identidad acorde a los razonamientos interiorizados y aceptados, por parte del adolescente [Fierro (1998), Correa de Andreis, Palacios, Jiménez y Díaz (2009)] denominada como identidad juvenil (Taguenca, 2016).

La construcción y consolidación de la identidad juvenil resulta importante, puesto que, generalmente los lleva estar más preocupado por la imagen corporal que proyectan que por lo que sienten sobre sí mismo (Eddy, 2014) debido que se trata de un proceso cognitivo propio de los jóvenes que se encarga de lograr una pertenencia social por medio de su imagen corporal, que tiene por fin lograr una estructura psico-social de sí mismo que le permite construir un vínculo con el grupo social donde está inserto por medio de las interacciones sociales (Correa de Andreis, et al., 2009).

Para Erickson, las relaciones sociales surgidas en esta etapa, son claves para la construcción identitaria, ya que, se persigue una sintonía e identificación principalmente con su grupo de iguales con quienes establece, relaciones autodefinitorias (Bordignon, 2005), debido a que existe una mayor preocupación por el aspecto físico y cómo este despierta el interés en sus pares, además, de la existencia al temor de ser excluido, que mueve el deseo de querer encajar con sus semejantes, a partir de esto, se comienza a formar la imagen corporal por medio de las experiencias la aprobación o desaprobación experimentadas (Salazar, 2008).

Es así, como la presión existente por los pares y la influencia de los padres sobre los jóvenes, quienes se encuentran en un momento de integración de su imagen corporal y forjamiento de su autoestima, tiende a ser significativa en cómo se orienta esta integración, la cual recibe influencia de los modelos estéticos occidentales centrados en el culto al cuerpo delgado, siendo las mujeres jóvenes las más presionadas a mantener un cuerpo bajo esta característica (Cortez, et al., 2016).

Un estudio realizado a la juventud chilena titulado "Prácticas y estilos de vida de los y las jóvenes del siglo XXI: Cultura de la imagen y hábitos alimenticios de los y las jóvenes" se evidenció que el 51% de participantes femeninas desearía cambiar su aspecto corporal, siendo el reducir la panza, adelgazar o ser más alta los principales cambios corporales deseados (Instituto Nacional de la Juventud, 2005).

En esta misma línea, Vaquero, et al. (2013) evidencia que en la juventud se muestran elevados deseos por mantenerse delgados para satisfacer aquellos deseos relacionados con su peso, imagen corporal, belleza y ser atractivas, donde el 60% de las participantes femeninas manifiesta querer estar más delgadas de lo que están o de su peso sano. De igual manera en la investigación "Comparación por sexo en imagen corporal, síntomas psicopatológicos y conductas alimentarias en jóvenes entre 14 y 25 años" realizada por Cruzat, et al. (2016) a estudiantes femenina de colegios, universidades e institutos de la Región Metropolitana, de Valparaíso y del Biobío, determinó que el 65% de los participantes no se encuentra conforme con su peso, y que el 70% de los participantes de este 65% desearía pesar menos, aun cuando su peso está acorde a su índice de masa corporal [IMC], talla o estatura.

En base a estos datos, Cruzat, et. al (2016) concluyen que este deseo se debe a que se valoran y juzgan los cuerpos personales en base a factores socioculturales como lo son los ideales estéticos de delgadez propios de cada sociedad. Debido a esto, Etxaniz (2005) plantea que esta población de personas, son propensas a sufrir preocupaciones por la delgadez de su cuerpo, además de sentimientos de ineficacia, llegando incluso a obsesionarse con su propia imagen corporal, puesto que, se observan los mayores niveles de insatisfacción corporal con respecto al modelo estético corporal presentado en los medios de comunicación.

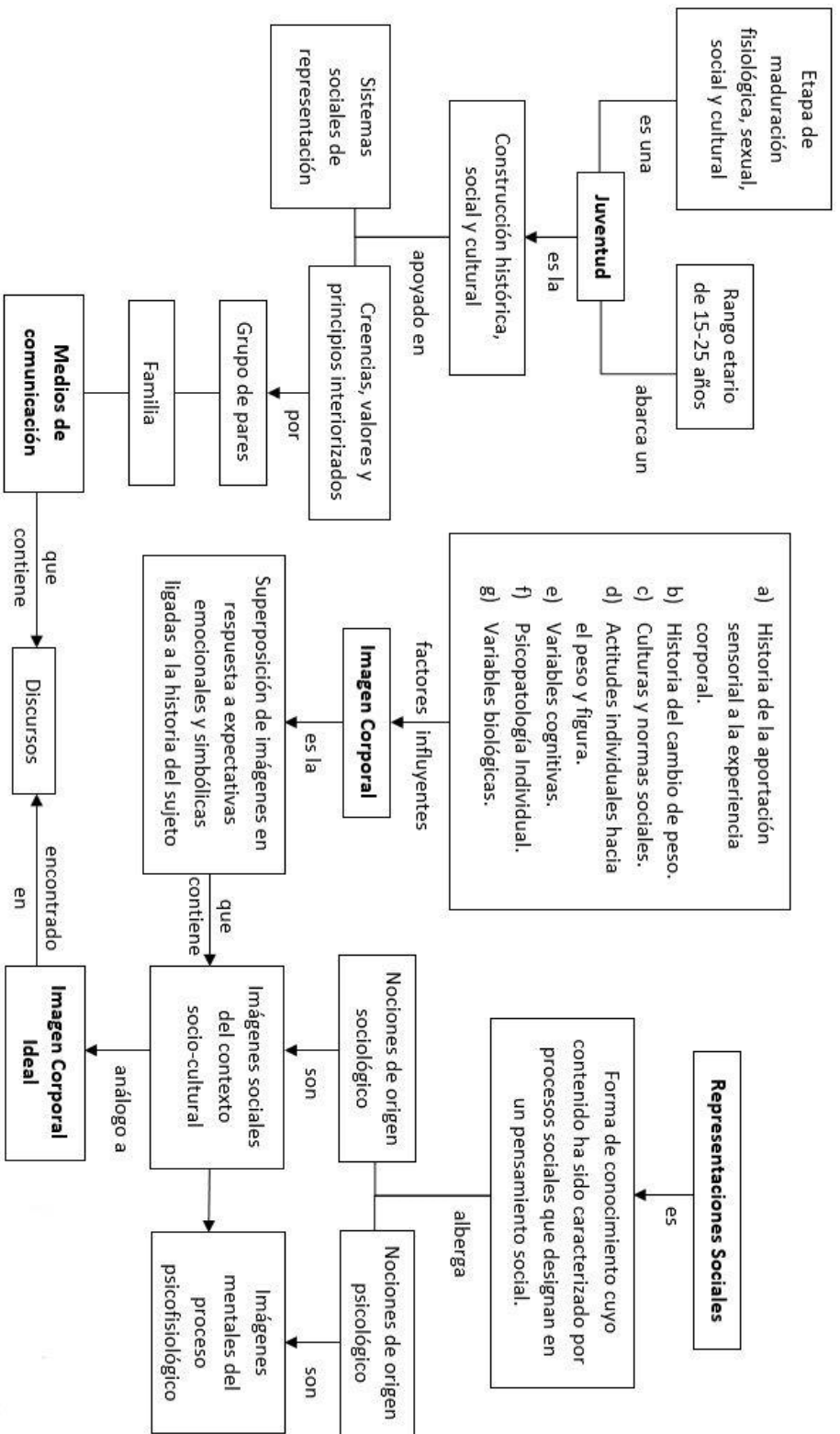
En un estudio titulado "Insatisfacción de la imagen corporal y estado nutricional en estudiantes universitarios" realizado a 120 estudiantes universitarios en la región del Biobío, se evidencio que existe una mayor preocupación e insatisfacción por su imagen corporal en las mujeres cuando perciben que tienen mayor IMC al deseado y están más preocupadas por su peso que el estado nutricional de sus propios cuerpos, esto debido a que efectivamente existe una preocupación por la delgadez debido a la influencia de modelos estéticas delgadas y estándares culturales (Acuña, Niklitschek, Quiñones y Ugarte, 2020) .

Duno y Acosta (2019) presentaron un estudio titulado “Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios” se encargó de evaluar dicha percepción y su relación con diversos factores, concluyendo que la imagen corporal es una de las causas que provoca intranquilidad en los adolescentes debido a que se encuentran en una búsqueda de su identidad y aprobación social.

En relación a los resultados recién mencionados, encontramos la investigación sobre los efectos de las redes sociales en aspectos del desarrollo humano en jóvenes de la comuna de Renca en la Región Metropolitana, donde se evidenció que las diversas redes sociales se encargan de resaltar un prototipo de imagen corporal femenino caracterizado por ser un cuerpo alto, flaco y atractivo, que se trata del tipo de corporalidad que es deseado y valorado por los demás, expresado por medio de la cantidad de "me gusta" o "comentarios" que reciben en sus publicaciones, los cuales influyen en la valoración de su propia imagen corporal en base a sus seguidores en dichas redes, la relación con IMC, y los comentarios y opiniones mayormente negativos de un otro sobre sus publicaciones al no responder al modelo socializado (Vergara, 2020).

Por último, en el estudio titulado "Imagen corporal percibida en mujeres adolescentes deportistas y no deportistas" se consultó a 408 estudiantes escolares de segundo a cuarto medio, sobre la relación entre la conformidad de su imagen corporal y el realizar o no un deportes, donde el 78,4% de las participantes (320 jóvenes) dijo estar inconforme con su imagen corporal, para el caso de las jóvenes que realizan deporte la inconformidad alcanza el 76% de las participantes de un total de 198 jóvenes que componen esta muestras, y para las jóvenes que no practican ningún deporte llega al 81% de inconformidad corporal dentro de un universo de 210 participantes estudiadas (Ornelas, Solis, Solano y Rodriguez, 2020).

A continuación, se presenta un mapa conceptual que refleja las relaciones existentes entre los diversos aspectos teóricos trabajados y mencionados a lo largo de este capítulo.



CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA

Paradigma de investigación

Para llevar a cabo la investigación se recurrirá al uso de una metodología cualitativa, puesto que permite explorar, elaborar y captar el sentido de un fenómeno, problema o aspectos delimitado con el fin de esclarecer sus significados (Banister, Burman, Parker, Taylor y Tindall, 2004) centrando la comprensión del tema desde la perspectiva del actor social involucrado, por lo cual, establece una perspectiva holística para lograr la comprensión del individuo, ya que entiende al individuo como un todo, donde se incluyen al sujeto, sus relaciones y vínculos, su historia y su contexto (Quecedo y Castaño, 2002).

De igual manera, la metodología cualitativa resulta apropiada para la comprensión de las representaciones sociales, como lo establece Cruz, et al. (2013) “su metodología propone el análisis de las representaciones sociales a través del método cualitativo para acceder al universo simbólico y significativo de los sujetos” (p.43), siendo esenciales el uso de métodos cualitativos, como medio para poder llegar a conocer las representaciones sociales que forman parte en la construcción de la imagen corporal femenina.

La metodología cualitativa, por lo tanto, se centra en profundizar casos específicos o particulares sobre la generalización, en torno a un tema, puesto que, se preocupa en cualificar y describir los fenómenos sociales de interés como un todo (Guerrero, 2016), lo que permite considerar todas las perspectivas como valiosas, ya que se busca la comprensión detallada de la perspectiva del individuo, por encima de una verdad única y general (Quecedo y Castaño, 2002) con el fin de poder acceder a los significados atribuidos por las jóvenes a la representación de la imagen corporal.

Por lo cual, el principal propósito de la metodología cualitativa es construir una realidad por medio de los actores sociales que componen partes del fenómeno a abordar (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), centrándose en comprender y entender su vida social por medio los significados, descripciones y definiciones situadas en un contexto determinado que influyen en los procesos subjetivos del individuo [Guerrero (2016), Quecedo y Castaño (2002)].

Enfoque metodológico

El análisis de contenido como enfoque metodológico, se enfoca en descubrir, identificar o describir los contenidos básicos y centrales de un fenómeno social para poder analizar los significados de las palabras o discursos (López, 2002) mediante el uso de categorías, que permiten darle sentido por medio de alguna clasificación y/o agrupación de las palabras, frases o discursos enunciados centrándose tanto en el material o contenidos simbólico de la comunicación del individuo y/o grupo (Cáceres, 2003).

El interés por los contenidos o material simbólico se debe a que permiten explicar y sistematizar los contenidos de los mensajes y simbolismos presentes en la comunicación humana expresados en torno al fenómeno de interés considerando al emisor y su contexto (López, 2002), la cual nos permitirá construir las categorías de análisis que deben ser pertinentes, exhaustivas, homogéneas y mutuamente excluyente entre ellas (Fernández, 2002) puesto que responden al núcleo central y los elementos periféricos de las representaciones sociales.

Por lo tanto, el análisis de contenido permite construir el núcleo figurativo de las representaciones sociales, ya que permite identificar el núcleo central y los elementos periféricos de la representación social.

Construcción del sujeto de investigación

La población con la que se trabajará serán mujeres jóvenes, entre los 18 a 25 años, ya que, como se mencionó con anterioridad con todos los estudios e investigaciones presentadas, es en las jóvenes de este grupo etario donde están presente los mayores niveles de descontento en torno a la imagen corporal.

Las participantes serán jóvenes de la Región Metropolitana, pertenecientes a la Clase socioeconómica Alta y Media-Baja, donde se conformarán grupos entre cinco a siete jóvenes, que serán seleccionados a partir de una muestra homogénea, es decir, las participantes seleccionadas poseen un mismo perfil, características o rasgos similares (Alvarado, 2013), en este caso las similitudes corresponden al género, la edad, vivir en la región metropolitana, y la pertenencia a uno de los nivel socioeconómicos mencionados.

En el caso de las participantes de clase alta pertenecerán a las comunas de Las Condes, Lo Barnechea y Vitacura (Sabatini, et al, 2017) y las participantes de la clase media-baja pueden vivir en comunas como Cerro Navia, La Florida, La Granja, La Pintana, Pudahuel, Puente Alto, Quinta Normal, Peñalolén, Renca o San Ramón que se trata de comunas con familias pertenecientes a la clase social mencionada (Sabatini, et al., 2017).

Mecanismo de recolección de información

La metodológica cualitativa posee algunas técnicas propias de recolección de datos, una de estas corresponde al grupo de discusión, puesto que, durante la discusión afloran los contenidos simbólicos internalizados por el individuo en torno a los temas social y culturales por medio del lenguaje [Ibáñez (2016), Weisz (2017)]. Esto debido a que permiten ver de forma casi natural las conversaciones cotidianas en torno a los significados dados al tema a discutir (Flick, 2007).

El grupo de discusión corresponde a un dispositivo analizador, que con su acción coloca en choque los diferentes discursos (Ibáñez, 2016) por medio de la dinámica grupal que permite el despliegue de sentido lo simbólico, cultural y social (Weisz, 2017). Es importante que para lograr dicho despliegue de sentido quienes integran el grupo no se conozcan entre ellos (Flick, 2007) además, se recomienda que el grupo se componga entre cuatro a doce participantes desconocidos, puesto que esta cantidad permite la diversidad de perspectivas y/u opiniones (Guerrero, 2016).

Es importante saber cómo plantear el tema a discutir al grupo de discusión, debido a que mediante el diálogo se pone en juego las competencias comunicativas de los interlocutores, el tema puede ser planteado de manera directa, mediata o indirecta (Ibáñez, 2016).

Debido a la situación particular de pandemia y cuarentenas obligatorias que hemos enfrentado sociedad debido a la pandemia del COVID-19 y respectiva crisis sanitaria que desembocó en el país durante todo el año 2020, esta técnica de investigación se desarrolló vía internet, en la plataforma Zoom, donde todas las participantes contaban con internet y un aparato electrónico con acceso a internet durante el proceso de investigación.

Técnica de análisis de la información recolectada

En base al enfoque metodológico seleccionado y nuestros objetivos de investigación, que buscan identificar las representaciones sociales construidas en torno a la imagen corporal, especialmente en el sentido y significado que se le dan al contenido de estas, la técnica de análisis corresponde al análisis del contenido, específicamente al contenido de las representaciones sociales construidas en torno a la imagen corporal por las participantes gracias a los significados atribuidos de manera simbólicos y culturales aflorados durante el grupo de discusión.

El análisis del contenido como técnica de análisis, se compone de cinco etapas fundamentales, que según Cáceres (2003) corresponden a:

- 1.- Etapa de selección del objeto de análisis: Corresponde a la elección y adhesión a una cierta posición teórica, posterior a una lectura y comprensión de una tema o temática de interés que servirán para construir el análisis.
- 2.- Etapa de pre análisis: Es la selección de los elementos de análisis y la elaboración de las unidades de análisis, teniendo siempre en consideración el objetivo con el cual se recolectaron los datos a analizar.
- 3.- Etapa de elección de las unidades de análisis: Aquí se busca obtener el sentido y significado presente en los datos recolectados, por medio de la implementación de la codificación de los datos en base a un sistema de registro para construir el sistema de categoría a utilizar.
- 4.- Etapa del proceso de categorización: Es el momento de elaboración de la categoría apropiada de uso que nos permite representar de manera simplificada pero completa los datos obtenidos que son primordiales para definir las interpretaciones y relaciones teórica a construir para responder a nuestros objetivos y/o intereses.
- 5.- Etapa de integración de los hallazgos: Es la síntesis final de toda la investigación donde se muestran los resultados obtenidos una vez aplicado los procesos de análisis y reflexión crítica sobre las categorías diseñadas, extrayendo los elementos centrales y esenciales de esta, para enriquecer el campo teórico o de conocimiento existente.

En efecto a las etapas del análisis de contenido y su relación de cómo levantara la comprensión de las relaciones sociales, el sistema de registro correspondería a la imagen corporal ideal donde los contenidos propios que articulan este concepto se pueden levantar una categoría temática para comprender los sentidos y significados

contenidos en las representaciones sociales sobre la imagen corporal de las jóvenes de ambos grupos mencionados.

Aspectos éticos

La presente investigación se ampara en el Código de Ética Profesional del Colegio de Psicólogos de Chile donde, en su Artículo 15° menciona los aspectos éticos en torno a la investigación en psicología (Colegio de Psicólogos de Chile [COLPSI], 1999).

Con el fin de resguardar el bienestar y los derechos de todos los participantes que decidan formar parte del grupo de investigación con fines académicos, los investigadores solicitaron un consentimiento informado a las participantes, con el fin de informarles el sentido y alcance de la investigación para poder llevar a cabo dicho proceso de investigación (COLPSI, 1999).

Adicionalmente se destaca que la participación es voluntaria y que pueden abandonar el proceso cuando se estime conveniente si no se siente cómoda frente alguna pregunta o situación, y esta no tendrá efectos negativos en la persona, además recalcar la confidencialidad y anonimato de los datos entregados, los cuales serán usados con fines académicos únicamente para dicha investigación (COLPSI, 1999).

También se establece que todas las respuestas y/o información entregada por las participantes serán grabadas en audio y/o video para los posteriores análisis pertinentes y una vez terminado serán destruidos (COLPSI, 1999).

CAPÍTULO 5: RESULTADOS OBTENIDOS

Categoría “Imagen Corporal”

Esta categoría corresponde a la definición, cualidades y características relacionadas al concepto y comprensión de la imagen corporal. En las jóvenes de clase alta, la imagen corporal es entendida como todo aquello que es visible y físico en su cuerpo o en el cuerpo de otro.

“Yo creo que todo puede ser una característica, si hablamos de lo corporal todo lo que es visible para mí” (Participante 1, 2020).

“Sí, para mí igual es como lo que uno ve en lo físico” (Participante 3, 2020).

En donde aquel cuerpo visible se caracteriza por ser corporalidades altas y delgadas.

“seguía modelos y me daba cuenta que todas eran como altas, delgadas y se repetía un poco el modelo” (Participante 3, 2020).

En el grupo compuesto por jóvenes de clase media-baja la imagen corporal se entiende como todos aquellos rasgos físicos de una persona que son apreciables por medio de la expresión corporal.

“Imagen corporal viene siendo como el tema de cómo uno se expresa o movimiento físico” (Participante 5, 2020)

“Yo estaba pensando que yo igual tengo un tipo de como una imagen corporal definida más como rasgos físicos” (Participante 8, 2020).

En donde dicha expresión corporal se caracteriza por poseer ciertos rasgos bellos atribuidos a las cualidades corporales.

“Imagen corporal no sé, me viene a la cabeza como belleza” (Participante 6, 2020).

“Si eres flaco o gordo (...) tus facciones son simétricas o no son simétricas (...) automáticamente lo encontramos bellos” (Participante 5, 2020).

Categoría “Influencia Socio-cultural”

La influencia socio-cultural en la construcción de la imagen corporal se entiende como todos aquellos elementos de la cultura y la sociedad que da un sentido a la construcción de la imagen corporal. Esta categoría a la vez se compone de tres subcategorías, la primera corresponde a la “Sociedad y Cultura” entendida como aquellos que elementos de la cultura y la sociedad y que da un sentido a la imagen corporal construida, basado en los cánones sociales y culturales.

En las jóvenes de clase alta, esta influencia está mediada por la moda y las modelos, ya que son estas quienes muestran y expresan los ideales de belleza a alcanzar

“Creo que el modelo de belleza depende del contexto de la sociedad en donde estemos insertos, obviamente, acá en Latinoamérica tenemos tendencia a las mujeres ser más curvilíneas, por decirlo así, más grandes, no sé, pues del pecho o del trasero. En Asia las mujeres son más menudas” (Participante 2, 2020).

“Como las típicas modelos que son muy altas y muy flacas, pero también he notado hartito como diariamente personas muy flacas también, pero con un poco más de curvas, no sé, Kylie Jenner y toda esa onda, es al menos lo que más veo y que más se repite ahora” (Participante 3, 2020).

Para las jóvenes de clase media-baja, entienden que dicha influencia está determinada por la cultura e historia, ya que son estas, las que han dicho que es correcto o incorrecto, pero a su vez con la llegada del movimiento feministas ciertas influencias se han ido modificando.

“Ahora yo creo que, desde la sociedad hacia la cultura y parte de la historia es la que nos ha formado así, sobre qué es lo que es correcto y lo que está mal” (Participante 6, 2020).

“Ahora que estamos con el empoderamiento femenino y todo, la verdad que es difícil, para algunas mujeres igual es difícil como aceptarse a sí misma” (Participante 9, 2020).

La subcategoría de “Medios de comunicación” corresponde a la función que tiene los medios de proliferar e influir en la adquisición de elementos socio-culturales para la construcción de la imagen corporal en la juventud. Para el grupo de clase alta las principales influencias donde encontramos modelos o referentes que muestran dichos ideales vienen de las redes sociales, la televisión, las revistas y la publicidad.

“Yo creo que, del comercio, de la tele, las revistas, todo lo que es como de consumo” (Participante 1, 2020).

“Yo creo que, empezar a seguir como referentes que hablen de estos temas gente que en general, cómo que hablen de estas cosas” (Participante 3, 2020).

Por otro lado, las mujeres de clase media-baja, quienes se han encargado de masificar determinados ideales de belleza y delgadez en las mujeres, tales como la forma de verse real y auténtica como base para construir la imagen corporal, son la televisión, las revistas y redes sociales, donde esta última, en los años ha cumplido una doble función.

“Yo creo que vienen de las revistas, los canales de televisión, redes sociales, etc.” (Participante 8, 2020).

“Las redes sociales son un arma de doble filo como que pueden dar tanto algo positivo como algo negativo en temas de físico y todo esto, porque si bien la gente trata de verse flaca, por así decirlo, como para que se vean mejor en las redes sociales, porque está socialmente bien” (Participante 5, 2020).

Por último, la subcategoría de “Familia y grupo de pares” se entiende como la influencia de los padres y los amigos en la construcción de la imagen corporal del individuo. En el grupo de clase alta dicha influencia está determinada por cómo tu familia y amigos observen, evalúen y valoren su imagen corporal.

“Pero por otro lado había también amigos y familia que te bombardean y te decía como, no, estás muy flaca tienes que comer más tienes que tener más curva, y no sé, cosas así”. (Participante 1, 2020).

“Yo creo, no sé, tener una familia que te juzga un poco o te dice, no sé, ay, estás muy flaca sube de peso, oye estás muy gorda o, no sé qué, a tener un entorno que te invalide un poco las emociones y como todos tus pensamientos”. (Participante 3, 2020).

En las jóvenes de clase media-baja, la familia es la única influencia en la construcción de la imagen corporal, debido a la familiarización y valorización de ciertos rasgos o atributos propios del núcleo familiar, los que se transforman en rasgos físicos deseables.

“Es que había gente... familia que no la había visto y cuando me vio de nuevo como que decía: “oye estás más linda, como que adelgazaste” y así como... que afectan demasiado como esos típicos comentarios, afectan demasiado” (Participante 10, 2020).

Categoría “Permanencia de la imagen corporal”

Esta categoría comprende todos los elementos que se han mantenido con el paso del tiempo en la construcción de la imagen corporal. Las mujeres de clase alta detectan que existen ciertos patrones que se repiten que se han instaurado con el paso del tiempo y siguen vigentes.

“Yo creo que viene de hace tiempo, hace años y también por los mitos, cosas que se van como formando a raíz del tiempo, porque esto es de, uhhh, de hace muchos años. No sé, por ejemplo, cuando decían que las mujeres con los pómulos rojos, no sé, eran cómo más fértiles. Yo creo que, a raíz de esas cosas, como qué, se van formando y es como, ya, si ves una mujer muy pálida entonces, no es bella, por decirlo así, porque no es fértil”. (Participante 1, 2020).

Para el grupo de jóvenes de clase media-baja, los elementos que influyen en la construcción de la imagen corporal han sido instaurados desde hace mucho tiempo, a tal punto que han llevado automáticamente a valorar a alguien bajo ciertos cánones.

“Pero igual siento que tenemos como adquirido en nosotros como automáticamente cuando vemos a una persona encontrarlo lindo o feo.” (Participante 6, 2020).

“Estereotipos que vienen de hace mucho tiempo” (Participante 9, 2020).

Categoría “Posición frente a la imagen corporal”

Esta tercera categoría se entiende como las opiniones y discursos que expresan juicios de valor sobre la imagen corporal, que provocan un posicionamiento frente la construcción de la imagen corporal. Esta categoría se divide en dos subcategorías, la primera corresponde a la “Valorización de la imagen corporal a partir de sí mismo”, entendida como las opiniones o discursos de juicio de valor en la construcción de la imagen corporal surgidas a partir de la reflexión del propio cuerpo.

Para las jóvenes de clase alta, se valora y aprecia, su imagen corporal desde la confianza en uno mismo sobre su imagen corporal, reflexionando, si mi cuerpo así funciona o no para el desarrollo de mi vida cotidiana, presentando un rechazo a la idea de ciertos modelos corporales ideales.

“No encuentro como un cuerpo perfecto, así como que todos tienen algo, pero yo creo que va más como en la confianza de cómo uno se muestra a los demás y cómo se siente eso” (Participante 4, 2020).

“Depende de cómo aproveche su imagen corporal. Si yo soy, por ejemplo, yo no, yo soy más gordita, pero sí sé cómo vestirme o me pongo lo que yo quiero, obviamente, me voy a sentir bien y va a ser para mí como mi imagen de perfección” (Participante 2, 2020).

Mientras que, en las jóvenes de clase media-baja, la valorización de la imagen corporal nace cuando se logra romper con los patrones y cánones impuestos, empezando a valorar las marcas corporales, la piel y los vellos faciales y/o púbicos, con el fin de obtener una imagen corporal sana, la que se centra en el funcionamiento del cuerpo.

“He estado viendo en mí más o menos lo que es romper como estructuras, patrones, que se han impuesto” (Participante 7, 2020)

“Para mí un cuerpo sano es un cuerpo que para mí estéticamente es mi prototipo de cuerpo bueno (...) para mi estéticamente mi ideal de cuerpo es un cuerpo sano, da igual lo otro si es alto, bajo, gordo o por así decirlo flaco al final eso da igual si es gordo o flaco” (Participante 5, 2020)

En cuanto a la otra subcategoría de la “Valorización de la imagen corporal a partir de un otro” entendida como opiniones o discursos de juicio de valor en la construcción de la imagen corporal surgidas a partir de la reflexión del cuerpo del otro.

El grupo de jóvenes de clase alta, destaca que dicha valorización surge de tomar rasgos o características para encasillar en una cualidad, bonito o feo, sin embargo, estas formas de valorización, no considera que puede variar según el cuerpo que se tiene en frente.

“Porque nadie es igual po, nadie tiene el mismo cuerpo que otra persona, todos vamos a tener algo distinto, aunque sea algo mínimo” (Participante 4, 2020).

“Cómo hay gente que también piensan que como a mí no me interesa cómo se vean las personas si al final ella es feliz como es” (Participante 1, 2020).

En las jóvenes de clase media-baja, se valora la existencia de distintos tipos de belleza, que responden a los gustos específicos de cada individuo.

“Hay muchos tipos de bellezas diferentes y que es según la persona lo que sea para una persona belleza” (Participante 6, 2020).

“(…) Un cuerpo naturalmente saludable, para mí es un cuerpo bueno porque al final va dependiendo netamente de tus genes, si el gen de tu familia es alto y super flacos como en mi caso hay gente más pequeña que es más ancha de cuerpo, de cadera, de hombros da igual” (Participante 5, 2020).

Categoría “Caracterización de la imagen corporal”

Por último, esta categoría corresponde a la representación visible de aquellos elementos en la construcción de la imagen corporal para las jóvenes. En el grupo de

clase alta, esta representación busca presentar la esencia corporal del individuo por medio de su físico y de cómo se viste, en donde, las mujeres de occidente, encuentran una búsqueda de tener la piel más bronceada, con curvas definidas, tal como la figura de Kyle Jenner.

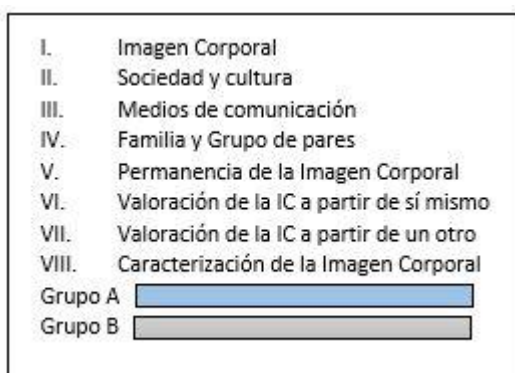
“Por ejemplo; eh... la ropa, eh... cómo... es cómo... no sé, si está con mucho maquillaje o cómo si su pelo es de color. Yo creo que, es como, es con el físico, pero mantienen esta relación con lo que uno, como, que representa o por cómo te vistes o por cómo se mueve... y obviamente, sí, lo más es el físico, pero de alguna manera igual esto se relaciona en un algún momento con lo que tú representas, como con tu esencia, por decirlo así.” (Participante 1, 2020).

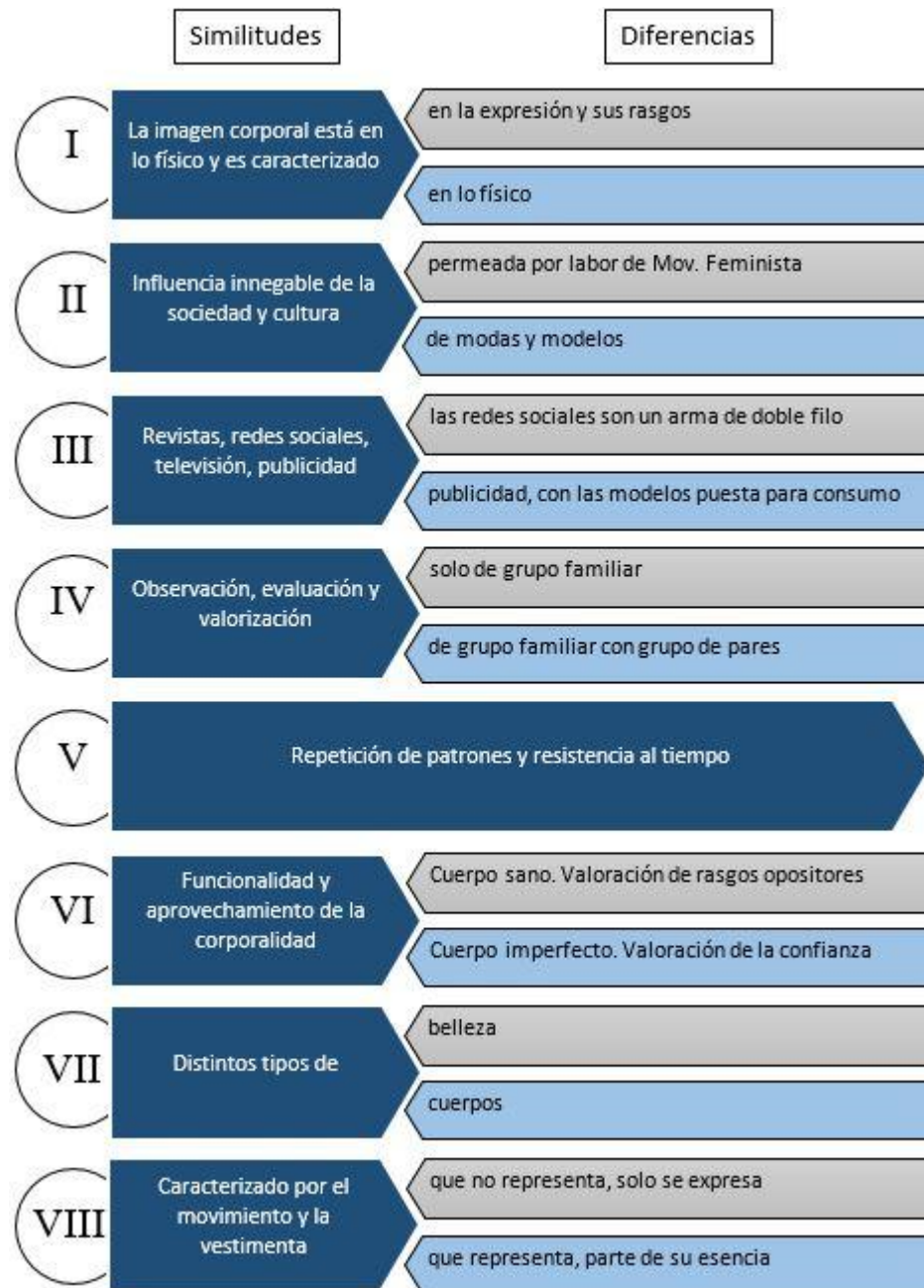
En el grupo de clase media-baja se presenta una oposición a representar la imagen corporal bajo ciertos cánones o patrones instaurados, para considerar si es “linda o fea”, pero que no responden realmente a los rasgos corporales que permiten representar una imagen corporal, ya que existen múltiples representaciones de la imagen corporal.

“El tema de hablar y mover las manos, como uno se viste, más allá del tema del físico en sí como uno es naturalmente o estéticamente va por el lado más como uno se viste como uno se expresa” (Participante 5, 2020).

“Por ejemplo, a mí me gustaría tener como las caderas más anchas, las piernas más gorditas y una cintura más pequeña como eh no sé po como Kylie Jenner, me gusta el cuerpo que tiene ella” (Participante 10, 2020).

A continuación, dejamos un diagrama que explica los resultados obtenidos de manera sistematizada y compacta.





CAPÍTULO 6: ANÁLISIS DE RESULTADOS

El conocimiento socialmente compartido de la imagen corporal dejó suficiente huella en las participantes del grupo de discusión, cosa que permitió ahondar en la arista sociocultural de Slade, tan olvidadas por el frecuente uso del concepto como criterio diagnóstico, pero como se mostró en el marco teórico se puede abordar la imagen corporal extrapolando todos los factores influyentes a la dinámica conceptual de las representaciones sociales, haciendo uso de las nociones de origen psicológico y sociológico.

Por lo tanto, el trabajo restante corresponde a la conducción de todas las categorías de los resultados, que alude al mapa de factores de Slade, hacia el campo de las representaciones sociales; todo ello con la intención de condensar los resultados en una imagen sólida de la representación social de la imagen corporal.

Cabe aclarar también que, por el método de recolección de datos (grupo de discusión), con la presentación del tema (planteamiento directo), y la puntual intervención del moderador, (cuando la discusión tome caminos contrarios al tema); se puede entender el porqué del aflore de los factores influyentes en la construcción de la imagen corporal, por el mismo diseño del método y su intención en el despliegue de lo simbólico, de lo interiorizado, de lo cultural y lo social de los participantes. Otra explicación a la relación de las categorías obtenidas en los resultados y los factores de Slade, se encuentra en el reiterado guiño que hace el autor a la sociedad occidental, guiño con el cual procura mencionar a la sociedad y su pretensión de homogeneizar una “cultura de la delgadez”.

Habiendo hecho la salvedad anterior, corresponde abordar las categorías que son extrapolables e influyentes en la construcción de la imagen corporal, posterior se presenta la definición de la imagen corporal de ambos grupos los cuales presentan sus propias particularidades y que condensan de buena manera el entendimiento para presentar lo que sería el núcleo figurativo de la representación social de la imagen corporal.

Las influencias socio-culturales mencionadas en los resultados corresponden al campo de información en la construcción de la representación de la imagen corporal, por el carácter proveedor y facilitador del dato a socializar, el cual se encuentra

compuesta por la sociedad y cultura, los medios de comunicación y el grupo familiar y de pares.

Empezando con la sociedad y la cultura, es innegable que, en la sociedad occidental, de la que habló Slade, encontramos aspiraciones estéticas que están insertas dentro de la cultura y que habla de una cultura de la delgadez. Por lo tanto, al ser la sociedad y la cultura un principal componente en la construcción de la imagen corporal, se entiende que mucho del discurso de la norma social y cultural que gira en torno al cuerpo se dirige a un tema de la delgadez. Pero aparece una diferencia interesante en cómo ambos grupos determinan de dónde viene dicha influencia. Para las jóvenes de clase alta dicha influencia viene de la moda y las modelos que muestran tales ideales de delgadez, pero en cambio, las jóvenes de clase media-baja consideran que dicha influencia viene de la norma social e historia, debido a que son las que muestran y definen los ideales corporales.

De ello, en primera instancia, se observa una mirada crítica sobre el campo de información por parte del grupo de clase media-baja, aun así su concepción de imagen corporal se encuentra en concordancia con la norma social al no poder separar la noción de belleza de la noción de imagen corporal, siendo la belleza un elemento implícito en la cultura de la delgadez. En cuanto al otro grupo, se observó mayor dinamismo y afinidad con las imágenes sociales provenientes del campo de información, que sea dicho de paso, corresponden, justamente, a aquellas imágenes corporales ideales propias de una cultura de la delgadez, este grupo se vuelve mucho más crítico, cuando se trata de estar en concordancia con la norma social, debido a la incapacidad de poder separar el ideal belleza de la imagen corporal, siendo la belleza un elemento implícito en la cultura de la delgadez.

Continuando con el campo de información, ambos grupos entienden que los medios de comunicación se encuentran compuestos por las redes sociales, la televisión y las revistas, las cuales se les ha encargado el rol de difundir las aspiraciones estéticas en torno a la imagen corporal, las que responden a cuerpos delgados y/o flacos mediante la exposición de modelos, figuras públicas o actores que representan la imagen corporal deseable para la sociedad. El grupo de clase media-baja, mantiene una mirada crítica al momento de hablar sobre los medios de comunicación y su arsenal de discursos sobre el cuerpo, considerándolos como un arma de doble filo,

hecho que resulta llamativo, y puede ser entendido a raíz de la globalización, ya que con la globalización el sujeto no se encuentra limitado por la información de su entorno, sino, que ingresa a un espacio sin barreras, donde existe una variedad de ejemplos que fácilmente pueden encontrarse en prácticas contrarias al de la cultura de la delgadez. Mientras que el otro grupo reconoce que la publicidad mediante los modelos y las modas, se relaciona directamente con el capitalismo y su sistema económico, ven el cuerpo como una mercancía.

Por último, en cuanto a el campo de información la principal diferencia entre ambos grupos la encontramos en la influencia del grupo familiar y de pares en la construcción de la imagen corporal, puesto que, para las integrantes del grupo de clase alta, tanto la familia como los amigos son esenciales en la construcción de la identidad corporal juvenil, por medio de la apreciación, valoración y evaluación que el otro tenga en torno a su imagen corporal representada. En cambio, para el grupo de clase media-baja, solo la familia es esencial en la construcción de la identidad corporal juvenil, ya que es por medio de la familia que las jóvenes se familiarizan y socializan aquellos rasgos bellos para la construcción de su imagen corporal.

Por las aseveraciones de las participantes de clase media-baja en la discusión, se puede observar que las evaluaciones por parte de sus cercanos, no solo recae en su imagen corporal y la construcción de esta, sino que, estos comentarios repercuten en la vida anímica de la persona, su autoestima. También fue interesante observar que aquellos comentarios, para ambos grupos, cuando son negativos se toman tal cual con la negatividad que fue percibida, sin embargo, cuando son comentarios positivos no produce un efecto contrario, sino, genera una crítica y un rechazo a la idea haciendo que aquel comentario positivo sea percibido como negativo. Por otro lado, se puede dar cuenta de que la evaluación del cuerpo, no solo proviene de los comentarios emanados por la familia y los grupos de pares, sino también, proviene de sus actitudes, como la del “pololo que observa mujeres fitness en sus redes sociales”, como también la percepción homogénea de un tipo de cuerpo dentro de la familia, siendo discordante con la suya.

Estas actitudes que percibe la integrante del grupo de discusión, de su familia o su grupo de pares, no es ajeno a ella, por el contrario, también es poseedora de actitudes, al igual que sus cercanos, actitudes que la posicionan frente a la imagen

corporal, posición que es formada por un grupo de ideas bien estructuradas y experiencias dotadas de significado. Por la clara relación, esta información corresponde al campo actitudinal de las representaciones sociales, por el lado de las categorías, corresponde a la valorización de la imagen corporal a partir de sí mismo y la valorización de la imagen corporal a partir de otro. Es evidente que, dentro del grupo de discusión, por parte del moderador, no se propuso tales señalamientos, las categorías mencionadas, sin embargo, el mismo curso de la conversación dio paso al deslumbramiento de discursos caracterizados por ser perteneciente al individuo y que muestra su forma de relación con la imagen corporal. Esta consideración, dio como resultado un grosor considerable, a comparación de las otras categorías, luego, por la revisión de la categoría y su extensión misma dejó entrever dos matices dentro de los resultados, los cuales dieron forma a las dos sub-categorías, con la diferencia del sobre qué cuerpo se levantaba la reflexión, si desde su cuerpo o desde el cuerpo del otro.

El campo actitudinal de la representaciones sociales en unión con la construcción de la imagen corporal, se encuentra compuesto principalmente por el nivel perceptivo y cognitivo-afectivo de la imagen corporal, en donde podemos encontrar similitudes en el nivel perceptual de esta en ambos grupos sociales, puesto que ambos tienen de la imagen corporal una valorización que depende y varía con cada individuo, porque existen distintos tipos de belleza, para el grupo de clase media-baja, y distintos tipos de cuerpos, para el grupo de clase alta. Por lo cual, una misma imagen corporal puede resultar atractiva para algunos y, como también, puede no serlo para otros. Estos resultados son un señalamiento importante en cuanto a la percepción que tiene cada grupo, ya que hablar de distintos tipos de belleza, siendo la belleza algo tan subjetivo, tan a criterio de la persona, hace hincapié en ideas más de crítica, mostrando constantemente lo efímero de la belleza. Por otro lado, en el grupo de clase alta, hablar de distintos tipos de cuerpo, siendo el cuerpo algo real, tangible, visible, muestra la clara influencia de cánones de belleza reales, por más difíciles que sean de alcanzar, influencia que muestra un trabajo de pensamiento crítico al reconocer que dichos cánones repertorios no son de todos y para todos, motivo por el cual se entiende su conceptualizar.

Estas dos últimas ideas guardan estrecha relación con la subcategoría de la valorización de la imagen corporal a partir de sí mismo, categoría que pertenece al

nivel cognitivo-afectivo del campo actitudinal y la construcción de la imagen corporal. Ya que, el grupo de clase alta, habla del cuerpo imperfecto, cuerpo que efectivamente no calza con los cánones de belleza, por su posición inalcanzable, que corrobora la existencia de distintos tipos de cuerpo para el cual, el grupo, le da mayor valor a la confianza del sujeto con su cuerpo. Para el grupo de clase media-baja, conceptualiza el cuerpo del otro como un cuerpo sano, ya que un cuerpo sano representa amor propio, también, un cuerpo sano no necesariamente tiene que ser bello motivo por el cual hace que el grupo valore mejor aquellos rasgos opuestos a los cánones de belleza, ya que estos cánones no necesariamente son saludables.

Todo lo anterior viene a dar sentido a la categoría de definición de la imagen corporal obtenida en ambos grupos. En aquella categoría, para los grupos, la imagen corporal se encuentra en lo físico, en lo visible, y que es caracterizado, sin embargo, la diferencia reside en que es lo que caracteriza. El grupo de clase alta en la categoría de la caracterización de la imagen corporal expone que la imagen corporal es caracterizada por su movimiento y su vestimenta, todo ello que representa a la persona y que a su vez presenta parte de su esencia. En cuanto al grupo de clase media-baja, la imagen corporal es igualmente caracterizada por su movimiento y su vestimenta, no obstante, esta caracterización no representa a quien se presenta, solo muestra una expresión de ella, el cual se entiende que puede ser efímera, que atiende a la subjetividad del individuo.

Otra forma de expresar esta información es mediante el abordaje del anclaje de las representaciones sociales. El cual muestra dónde radica la diferencia, para las jóvenes de clase alta, el lenguaje común para representar la imagen corporal en su vida diaria corresponde a cuerpos delgados, flacos, altos y con curvas; en cambio para las jóvenes de clase media-baja se trata de cuerpos sanos y funcionales en base a la valorización de que es bello.

Es en base a todo lo mencionado hasta el momento, cabe aclarar que también existe una diferencia en el proceso de objetivación de la representación social de la imagen corporal en los grupos estudiados, debido a que las jóvenes de clase alta, el campo de información y representación son los que tiene mayor importancia para construir dicha representación social de la imagen corporal, ya que se mantienen dentro de un mismo discurso sobre la imagen corporal a construir. En cambio, para las

jóvenes de clase media-baja el campo de actitud es el que tiene mayor importancia al momento de construir la representación social de la imagen corporal, puesto que, en su discurso logran plasmar y hacer visibles las nuevas corporalidades existentes.

A pesar de esta serie de similitudes y diferencias mencionadas en la representación social de la imagen corporal en las jóvenes, el núcleo figurativo de la representación de la imagen corporal para la construcción de imagen corporal hay diferencias entre ambos grupos.

Para las jóvenes de clase alta, a pesar de estas actitudes de oponerse a los cánones e ideales de delgadez, y valorar el funcionamiento del cuerpo sobre otros aspectos de la imagen corporal, la imagen corporal debe representar la esencia del individuo por medio de su físico y de cómo se viste, donde podemos identificar ciertas características propias de la esencia del individuo, que para las mujeres occidentales corresponden a buscar una piel más bronceada, con curvas definidas, tal como lo es la figura de Kyle Jenner, la cual responde aún a los ideales y cánones de belleza y delgadez propios de la cultura de la delgadez que están instaurados en nuestra sociedad.

En contraparte para las jóvenes de clase media-baja, debido a la influencia de los últimos años de los diversos movimientos feministas y sociales, y sumado a las actitudes de valoración favorables de las distintas corporalidades, la imagen corporal a representar para esta clase social, corresponde a la oposición de representar la imagen corporal bajo ciertos cánones o patrones instaurados socialmente, ya que el uso del maquillaje, la forma de vestirse, el tener caderas anchas, la estatura, y un determinado peso, no responden realmente a los rasgos corporales que permiten determinar una imagen corporal, ya que existen múltiples representaciones de la imagen corporal, que corresponden a distintas valoraciones de todos aquellos elementos que componen la imagen corporal.

CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

Posterior al análisis de los resultados, para este último apartado, se presentarán las dos conclusiones obtenidas a lo largo de la investigación. En la primera conclusión se expondrá de manera sintetizada las más importantes diferencias y similitudes en los aspectos que componen la construcción y consolidación de las representaciones sociales, con el fin de dar una respuesta a la pregunta que orientó todo el proceso. Para la segunda conclusión, se abordará las deficiencias teóricas surgidas en el análisis de los resultados, evidenciando ideas que pueden ser consideradas para posteriores investigaciones. Por último, se ofrecerá la idea de una nueva directriz de investigación para el concepto de la imagen corporal.

Uno de los aspectos de la representación social donde encontramos similitudes en ambos grupos sociales, corresponde al campo de actitud, esto debido a que la valorización de la imagen corporal, que mantienen tanto en las jóvenes de clase alta como media-baja, resulta ser independiente para cada individuo, variando según su entendimiento y aceptación del concepto de belleza.

En cuanto a las diferencias, en el campo de información, hay una distinción en la internalización de los campos que componen la representación social, la principal diferencia la encontramos en que para las jóvenes de clase alta es igual de influyente el grupo de amigos y núcleo familiar, como campos de información, distinto en el caso de las jóvenes de clase media-baja donde sólo es influyente el núcleo familiar.

Otra diferencia cae en el campo de representación, donde las jóvenes de clase alta, son capaces de agrupar características de modo tal que se obtiene como resultado la condensación de una imagen, que es representativa tanto en el campo de información como en el campo de la representación. En este caso, el último campo corresponde a una serie de características corporales sumadas, como la altura, las curvas del contorno del cuerpo, el color de pelo, el tono de piel y la vestimenta.

Por otro lado, el grupo de jóvenes de clase media-baja, en el campo de representación no se pudo obtener una imagen corporal, debido a que los elementos que construyen la imagen corporal, en este grupo, son mucho más difusos o efímeros, que variarán según la persona con la que se interactúe, en razón de su concepción de distintos tipos de belleza, por lo cual, dicha representación se caracteriza por ser resultado principalmente del campo actitudinal, en las cuales, las características que

conforman la imagen corporal toma un mayor valor cuando estas se muestran opositoras a los cánones socioculturales instaurados y la valorización personal y subjetiva de cada individuo.

Sin duda la diferencia principal recae en el núcleo figurativo de la representación social de la imagen corporal, puesto que, en las jóvenes de clase alta, logra definir de manera clara una imagen corporal a representar, el cual debe ser un cuerpo alto, delgado y con curva; y en las mujeres de clase media-baja, esta representación de la imagen corporal, lo único que tiene claridad, es que va a ser distintas para cada persona, porque está permeada por la valorización de cada una sobre la imagen corporal.

Por lo tanto, la representación de la imagen corporal en el caso de las jóvenes de clase alta, aún mantiene una representación de la imagen corporal en base a cuerpos altos, delgados y con curvas, como lo es la figura de Kylie Jenner, producto de la influencia de los modelos corporales socializados por la cultura y los medios masivos de comunicación que definen de manera directa esta representación de la imagen corporal para las mujeres.

En contraposición a lo mencionado por las jóvenes de clase alta, en el grupo de clase media-baja resulta difícil conceptualizar una representación fija, debido a que existen diferentes tipos de representaciones de la imagen corporal la que responde a interiorizaciones propias de cada mujer sobre que es bello.

Como primera conclusión, se puede responder que efectivamente existe una diferencia en la representación social de la imagen corporal en las jóvenes de acuerdo a su clase social, ya que para la jóvenes de clase alta, al ser capaces de definir una imagen corporal están aún insertas e influidas por los patrones y tradiciones culturales propias de la sociedad occidental y chilena, en contraparte a las jóvenes de clase media-baja que se no se logra representar un tipo de imagen corporal, solo teniendo claridad que esta representación variará de acuerdo al individuo en cuestión, esto posiblemente debido a la mayor exposición que tienen las clases sociales populares, o medias, a fenómenos como la migración, los movimientos sociales, entre otros.

Para poder cubrir todo aquel vacío teórico que se pudo haber percibido al momento del análisis de los resultados, se abordará tales faltantes de modo que se

pueda proponer ideas a considerar dentro de la construcción del marco teórico del concepto de la imagen corporal en futuras investigaciones.

La sociedad actual con todo y sus fenómenos, se presenta con una soltura y un desdibujamiento en los límites culturales y sociales debido a los procesos de globalización, la caída de los grandes relatos y la multiculturalidad, hecho que se está viviendo en esta llamada sociedad líquida en la que estamos insertos (Bauman, 2004). Esta premisa, enumera de manera precisa la faltante en la concepción teórica de la imagen corporal.

Primeramente, por el enriquecimiento cultural, producto de las inmigraciones extranjeras, y la globalización que ya no permite un hermetismo cultural. Se debe considerar estos fenómenos dentro de la teoría, ya que son fenómenos que vienen a aportar mayor información al conocimiento social, haciendo de ello un mestizo. Claro es la situación presentada en los grupos que participaron de la investigación, en su diferencia sobre la importancia o intrascendencia del grupo de pares, que puede ser explicado por las migraciones internas de las clases populares, en el país, como menciona Gómez, Artega y Cruz (1981) han sido influenciado, principalmente por las familias campesinas que llegaron a la región metropolitana por los procesos migratorios campo-ciudad que iniciaron desde los albores del siglo XX, y se mantienen hasta el día de hoy, donde cuyas familias, llegaron a estas ciudades con el fin de buscar mejores condiciones de vida, llevando a estas familias campesinas sean más unidas y cercanas entre ellas, y con un contacto reducido con los individuos de la ciudad.

Otro aspecto muy importante a considerar, es el impacto de la labor feminista sobre la sociedad, con el fin de tomar en cuenta los pensamientos críticos sobre los estereotipos femeninos que han ido cambiando en el último tiempo y que surgen principalmente en los discursos de las jóvenes de clase social media-baja. Siendo que dicho impacto posee una experiencia significativa en muchas de las participantes, indicando o dejando entender que aquella labor del movimiento es la que ha prestado ideas en la construcción de su crítica sobre los cánones de belleza.

Para esta labor, la feminista y escritora Naomi Wolf (1991), en su libro “El mito de la belleza”, realiza un trabajo que viene a responder muchas de las ideas, sensaciones y posturas de las integrantes que tiene frente a la imagen corporal, tales como, estas sensaciones de poca libertad por las actitudes de terceros que vienen a

generar incomodidad por su inmiscuimiento. Para ello, la autora, habla de cómo la sociedad, que ha perdido poder y control sobre la mujer, hace uso de su último bastión para aferrarse a su posición pero que, sin embargo, a modo de contragolpe, el movimiento feminista viene agitando mentes, generando libertad frente a los cánones de la belleza, que no hace más que robar protagonismo a la vida de la mujer.

También, a modo de postura, promueve a una oposición al dominio del cuerpo o de su rol como mujer, originada por la prensa popular y toda su industria aledaña. Por último, expone a la belleza como el patrón de oro que solo se amolda a las necesidades de sus amos, quitando toda idea de función evolutiva en la belleza, de toda idea universal inmutable, mostrando que toda generación ha tenido que combatir con un mito de la belleza (Wolf, 1991).

De este conjunto de tres ideas, la globalización de una sociedad líquida, la inmigración y posterior multiculturalidad, y los movimientos sociales tomando mayor importancia la labor del movimiento femenino. Se concluye que el material teórico del concepto de la imagen corporal, poseen un vacío considerable en cuanto a temas sociales y culturales se refiere. Este error se justifica en gran medida por la labor de muchos autores que aportaron al concepto desde su uso como criterio diagnóstico para patologías de trastorno corporales, dejando incompleto al concepto por su falta en toda la arista sociocultural.

Ya como penúltimo aporte, a raíz de la labor ejecutada, podemos sugerir un estudio similar, contemplando los vacíos teóricos, a un grupo de mujeres adolescentes, ya que al ser más jóvenes y encontrarse en punto exacto en la construcción de la imagen corporal, se puede pesquisar una mayor diversidad en los factores influyentes en la construcción de la representación de la imagen corporal, así como también, se puede ser un testigo más vívido del proceso de interiorización de información y el desarrollo de las actitudes y de representación, siendo un aporte iluminador en un proceso que cada vez parece estar siendo más sombrío.

Por último, se sugiere profundizar en los temas socioculturales del concepto de la imagen corporal, información que permitiría acortar el distanciamiento de las imágenes corporales sociales ideales con las imágenes corporales reales, pudiendo encontrar su utilidad, en el ámbito clínico a modo de desarrollo de futuras técnicas que

provean de un mayor entendimiento a este distanciamiento que llega a lastimar la esfera afectiva de la persona.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña Leiva, V., Niklitschek Tapia, C., Quiñones Bergeret, Á. y Ugarte Pérez, C. (2020). Insatisfacción de la imagen corporal y estado nutricional en estudiantes universitarios. *Revista de Psicoterapia*, 31 (116), 279-294. Recuperado de: <https://ojs.revistadepsicoterapia.com/index.php/rdp/article/view/344>.
- Alvarado Parra, K. (2013). *“Ojos abiertos-Boca cerrada”: Factores socioculturales incidentes en el desencadenamiento de unos trastornos de la conducta alimentaria en mujeres adolescentes chilenas* (tesis de pregrado). Universidad de Chile, Santiago, Chile. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/113973>.
- Asociación investigadora de mercado. (2019). *Actualización clasificación GSE y manual de aplicación. Chile 2019*. Recuperado de: <https://www.aimchile.cl/wp-content/uploads/2020/02/Actualizacio%CC%81n-y-Manual-GSE-AIM-2019.pdf>.
- Baile, J. (2003). ¿Qué es la imagen corporal? *Cuadernos del Marqués de San Adrián: revista humanidades*, 2, 53-70. Recuperado de: <https://udimundus.udima.es/handle/20.500.12226/313>.
- Banister, P., Burman, E., Parker, I., Taylor, M. y Tindall, C. (2004). La investigación cualitativa. En P. Banister, E. Burman, I. Parker, M. Taylor y C. Tindall (Ed.). *Métodos cualitativos en psicología: Un guía para la investigación* (13-32). México: Centro Universitarios de Ciencias de la Salud.
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad Líquida*. Fondo de cultura económica: Argentina, Buenos Aires. Recuperado de: <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>.
- Bazán, C. I. y Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate*, 5 (1), 23-42. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5645337>.
- Betz, D. E., Sabik, N. J. y Ramsey, L. R. (2019). Comparaciones ideales: Los ideales corporales dañan la imagen corporal de las mujeres a través de la comparación social. *Elsevier*, 29, 100-109. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144518303589?via%3Dihub>.

- Bordignon, N., A. (2005). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama exigentico del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*, 2 (2), 50-63. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/695/69520210.pdf>.
- Borrego, K. A. (2017). *Influencia de los factores socio-económicos y culturales en la salud bucal de pacientes anoréxicos y bulímicos* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina. Recuperado de: <http://lildbi.fcm.unc.edu.ar/lildbi/tesis/borrego-karina-andrea.pdf>.
- Bravo, D. (2003). *La perspectiva no etnocentrista de la cortesía: identidad socio-cultural de las comunidades hispanohablantes*. Recuperado de: <http://www.edice.org/descargas/1coloquioEDICE.pdf>.
- Bruno, D. y Barreiro, A. (2014). Las representaciones sociales de la política de adolescentes argentinos. En J. A. Castorina y A. Barreiro. (Ed). *Representaciones sociales y práctica en la psicogénesis del conocimiento social* (pp.125-140). Buenos Aires, Argentina: Miño y Dávila. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/edibrisp/detail.action?docID=3225580&query=psicolog%C3%ADa+social>.
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectiva: Revista de la escuela de psicología*, 2, 53-82. Recuperado de: <http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/viewFile/3/1003>
- Cáceres, M. D. (2008). El cuerpo deseado y el cuerpo vivido. La apropiación de los discursos mediáticos y la identidad de género. *CIC: Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 195-212. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0808110195A>
- Cara, A. (2015). Scars to your beautiful. En *Know-It-All* [MP3]. Estados Unidos: Def Jam y UMG. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=d7s1dMSrZ_E.
- Castejón Martínez, M. A. (2017). *Aspectos Psicopatológicos y Variables de Personalidad como Factores de Riesgo en los Trastornos de la Conducta Alimentaria* (Tesis de doctorado). Universidad de Murcia, Murcia, España. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/55759/1/Mar%c3%ada%20c3%81n%20geles%20Castej%c3%b3n%20Mart%c3%adnez%20Tesis%20Doctoral.pdf>.

- Chema Collado, S. (2016). Representaciones colectivas de la Costa del Sol, discursos oficiales y puntos de fuga. *URBS: Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 6 (1), 35-50. Recuperado de: <https://dialnet-unirioja-es.biblioteca-ucsh.idm.oclc.org/servlet/articulo?codigo=5641807>.
- Colegio de Psicólogos de Chile. (1999). *Código de Ética profesional*. Santiago, Chile: Colegio de psicólogos de Chile. Recuperado de: http://colegiopsicologos.cl/web_cpc/wp-content/uploads/2014/10/CODIGO-DE-ETICA-PROFESIONAL-VIGENTE.pdf.
- Correa de Andreis, A., Palacio Sañudo, J., Jiménez Ocampo, S., Díaz Benjumea, M. R. (2009). Fundamentos conceptuales sobre la identidad social. En A. Correa de Andreis, J. Palacios Sañudo, S. Jiménez Ocampo, M. R. Díaz Benjumea. (Ed.). *Desplazamiento interno forzado: Restablecimiento urbano e identidad social* (pp. 40-70). Barranquilla, Colombia: Ediciones Uninorte. Recuperado de: <http://web.a.ebscohost.com/biblioteca-ucsh.idm.oclc.org/ehost/detail/detail?vid=6&sid=2202b5f6-6ec5-445e-b947-5d06f7299861%40sessionmgr4007&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=nlebk&AN=836065>.
- Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat Mandich, C., Díaz Castrillón, F., Behar, R., y Arancibia, M. (2016). Influencia de factores socioculturales en la imagen corporal desde la perspectiva de mujeres adolescentes. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 7 (2), 116-124. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232016000200116.
- Cruzat Mandich, C., Díaz Castrillón, F., Lizama Calderón, P. y Castro, A. (2016). Comparación por sexo en imagen corporal, síntomas psicopatológicos y conductas alimentarias en jóvenes entre 14 y 25 años. *Revista Médica de Chile*, 144, 743-750. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rmc/v144n6/art08.pdf>.
- Cruz Serna, L. M., González Gallegos, A. C., Castro Jiménez, J. D. y Partida Rodríguez, M. L. (2014). *Bulimia y Anorexia en diferentes clases sociales*. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: <http://vinculacion.dgire.unam.mx/vinculacion-1/Congreso-Trabajos-pagina/PDF/Congreso-Estudiantil-2014/Proyectos-2014-Area/Ciencias-Biologicas/ciencias%20de%20la%20salud/3.25%20CIN2014A10214.pdf>.

- Cruz Suárez, D., Garay Hernández, C., Pinto Suarez, E. (2013). *Imaginarios y representaciones sociales de cuerpo de los estudiantes del programa de licenciatura en educación básica con énfasis en educación, recreación y deportes* (Tesis de licenciatura). Universidad libre de Colombia, Colombia, Bogotá. Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/11541>.
- Dávila León, O. (2004). Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes. *Última década* 12 (21), 83-104. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/28149754_Adolescencia_y_juventud_de_las_nociones_a_los_abordajes.
- Duno, M. y Acosta, E. (2019). Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios. *Revista chilena de nutrición*, 46 (5), 545-553. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182019000500545>.
- Durkheim, E. (1898). Représentations individuelles et représentations collectives. *Revue de Métaphysique et de Morale*, 6. Recuperado de: http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/Socio_et_philo/ch_1_representations/representations.html.
- Eddy Ives, L., S. (2014). La identidad del Adolescente. Cómo se construye. *ADOLESCERE Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia.*, II (2), 14-17. Recuperado de: <https://www.adolescenciasema.org/usuario/documentos/02-01%20Mesa%20debate%20-%20Eddy.pdf>.
- Etxaniz, I. E. (2005). Imagen corporal y modelos estéticos corporales en la adolescencia y juventud. *Análisis y modificación de conducta*, 31 (135). Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/39212049_Imagen_corporal_y_modelos_esteticos_corporales_en_la_adolescencia_y_la_juventud.
- Farr, R. M. (1988). Las representaciones sociales. En S. Moscovici. (Ed). *Psicología social II. Pensamiento y vida social: Psicología social y problemas sociales* (pp.495-506). Barcelona, España: Paidós. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/31733289_Psicologia_social_II_Pensamiento_y_vida_social_psicologia_social_y_problemas_sociales.

- Fernández Chaves, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, 2 (96), 35-53. Recuperado de: <https://www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS96/03.pdf>.
- Fierro, A. (1998). Desarrollo social y de la personalidad en la adolescencia. En M. Carretero, J. Palacios y A. Marchesi (Ed.), *Psicología Evolutiva 3: Adolescencia, Madurez y Senectud* (pp.95-137). Madrid, España: Alianza.
- Flick, U. (2007). Entrevista y debate del grupo de discusión. En U. Flick (Ed.), *Introducción a la Metodología Cualitativa* (126-138). Madrid, España: Ediciones Morata.
- Gallego del Castillo, F. (2009). Esquema corporal e imagen corporal. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 12 (5), 45-64. Recuperado de: <http://www.reefd.es/index.php/reefd/article/view/310>.
- Glashouwer, K. A., Bennik, E. C., de Jong, P. J. y Spruyt, A. (2018). Medidas implícitas de imagen corporal reales versus ideal: Relaciones con la insatisfacción corporal auto informada y los comportamientos dietéticos. *Terapia cognitiva e investigación*, 42, 622-635. Recuperado de: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10608-018-9917-6>.
- Gómez, S., Arteaga, J. M. y Cruz, M. E. (1981). *Cambios estructurales en el campo y migraciones en Chile: Estudios de caso. Tomo I. Documento de trabajo*. Programa Flacso. Número 128: Chile, Santiago. Recuperado de: <http://flacsochile.org/biblioteca/pub/memoria/1981/001146.pdf>.
- Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La Investigación Cualitativa. *INNOVA: Research Journal*, 1 (2), 1-9. Recuperado de: <https://dialnet-unirioja-es.biblioteca-ucsh.idm.oclc.org/servlet/articulo?codigo=5920538>
- Heredia, N. y Espejo, G. (2009). Historia de la belleza. *Revisión de tema*, 37 (1), 31-46. Recuperado de: <http://52.32.189.226/index.php/acorl/article/view/322/265>.
- Hernández Alvarado, D. A. (2012). Estados Unidos en el sistema político internacional. *Revista Enfoques: Ciencias Políticas y Administración Pública*, 10 (16), 133-149. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/960/96024266007.pdf>.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>.

- Ibáñez, J. (2016). Perspectiva de la investigación social: El diseño en las tres perspectivas. En M. García Fernando (Ed.). *El análisis de la realidad social: Métodos y técnicas de investigación* (42-75). España: Alianza. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/97b0/e1886bd00d34f562420ec99276ea8330a583.pdf>.
- Ibáñez, T. (1988). Representaciones sociales: Teoría y Método. En T. Ibáñez (Ed.). *Ideología de la vida cotidiana* (153-216). Barcelona, España: Sendai. Recuperado de: <https://investigacionubv.files.wordpress.com/2016/08/las-representaciones-sociales-tomas-tomas-ibac3b1ez.pdf>.
- Instituto Nacional de la Juventud. (2005). Prácticas y estilos de vida de los y las jóvenes del siglo XXI: Cultura de la imagen y hábitos alimenticios de los y las jóvenes. *Estudios del Instituto Nacional de la Juventud, Volumen 3*. Santiago, Chile: Instituto Nacional de la Juventud.
- Jodelet, D. (1988). La representación social: Fenómeno, concepto y teoría. En S. Moscovici. (Ed). *Psicología social II. Pensamiento y vida social: Psicología social y problemas sociales* (pp.469-494). Barcelona, España: Paidós. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/31733289_Psicologia_social_II_Pensamiento_y_vida_social_psicologia_social_y_problemas_sociales.
- Knapp, E., Suarez, M. C. y Mesa, M. (2003). Aspectos teóricos y epistemológicos de la categoría representación social. *Revista Cubana de Psicología*, 20 (1), 23-34. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v20n1/03.pdf>.
- Larraín Sundt, M. E., Arrieta, M., Orellana, Y., y Zegers, B. (2013). Impacto de imágenes femeninas presentadas por los medios de comunicación en adolescentes mujeres de la Región Metropolitana de Santiago de Chile. *Psyche (Santiago)*, 22 (1), 29-41. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-22282013000100003&script=sci_arttext&tlng=en.
- Larraín Sundt, M. E., Camus, J., Orellana, Y., y Arrieta, M. (2009). Estimación de la Validez de Constructo y Consistencia Interna de la Escala de Impacto de las Imágenes Femeninas presentadas por los medios de comunicación sobre Adolescente Mujeres. *Terapia Psicológica*, 27 (1), 27-39. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/terpsicol/v27n1/art03.pdf>.

- López Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI: Revista de Educación*, 4, 167-179. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?sequence=1>.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Argentina: Huemul S. A. Recuperado de: <https://taniars.files.wordpress.com/2008/02/moscovici-el-psicoanalisis-su-imagen-y-su-publico.pdf>.
- Müller Kohls, T., Dias Barbosa, R., da Silva Martins, Krüger, L. y Marcos Bussoletti, D. (2016). Dicionário das crianças: Uma possibilidade de significados para representações. *Conexões Culturais: Revista de Linguagens, Artes e Estudos em Cultura*, 2 (1), 276-282. Recuperado de: <http://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/105/58>.
- Muñoz Lopez, A. M. (2014). *La imagen corporal en la sociedad del siglo XXI* (Tesis de Grado). Universitat Internacional de Catalunya, Catalunya, España. Recuperado de: https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/242794/Ana_Mar%C3%ADa_Mu%C3%B1oz_L%C3%B3pez.pdf?sequence=1.
- Ornelas Contreras, M., Solis, O., Solano Pinto, N. y Rodríguez Villalobos, J. M. (2020). Imagen corporal en mujeres deportistas y no deportistas. *Retos: Nuevas perspectivas de educación física, deporte y recreación*, 37, 233-237. Recuperado de: <http://web.a.ebscohost.com/biblioteca-ucsh.idm.oclc.org/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=285078ee-9b26-4fa7-9447-e8d029e40b6c%40sessionmgr4008>.
- Pérez Acosta, G. (2018). Las representaciones mentales como herramienta para la interpretación musical y su característica desde la práctica instrumental: Un estudio en el marco de la ciencia cognitiva. *Epistemus: Revista de estudios en Música, Cognición y Cultura*, 6 (1), 46-75. Recuperado de: <https://revistas.unlp.edu.ar/Epistemus/article/view/3942/4707>.
- Plaza, J. F. (2010). Medios de comunicación, anorexia y bulimia. La difusión mediática del "anhelo de delgadez": Un análisis con perspectiva de género. *ICONO 14*, 8 (3), 62-83. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556585005.pdf>.

- Quecedo Lecanda, R. y Castaño Garrido, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, 14, 5-39. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>.
- Ramos Esquivel, J. (2013). Representaciones sociales: Una perspectiva sobre la sociedad pensante. En A. Ovejero y J. Ramos (Ed). *Psicología social crítica* (pp.195-216). Madrid, España: Biblioteca nueva. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/edibrisp/detail.action?docID=5756503&query=psicolog%C3%ADa+social>.
- Rivas, R. (2008). Caracterización socioeconómica de clases: Distinciones teóricas y empíricas desde la perspectiva weberiana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 14, 89-110. Recuperado de: <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n14/art05.pdf>.
- Roca, A. (2003). Cuerpo y medios de comunicación: Viejas obsesiones y nuevas tecnologías: el cuerpo en revistas femeninas argentinas. *Cuadernos de Antropología Social*, 17, 139-159. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1809/180913909008>.
- Ruiz, M. S., y Casadó Marín, L. C. (2015). La construcción de la identidad e imagen corporal en la adolescencia a través de los medios de comunicación social: estrategias para el desarrollo de un modelo de prevención. *Enfermería integral: Revista científica del Colegio Oficial de Enfermería de Valencia*, 108, 68-73. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6122761>.
- Sabatini, F., Rasse, A., Cáceres, G., Sarella Robles, M. y Trebilcock, M. P. (2017). Promotores inmobiliarios, gentrificación y segregación residencial en Santiago de Chile. *Revista Mexicana de Sociología*, 79 (2), 229-260. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v79n2/0188-2503-rms-79-02-00229.pdf>.
- Salazar, Z. (2008). Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez. *Reflexiones*, 87 (2), 67-80. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72912555004.pdf>.
- Salazar, Z. (2007). Imagen corporal femenina y publicidad en revistas. *Revista de Ciencias Sociales*, 116, 71-85. Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/11195>.
- Savari, G. A. (2006). Los eslabones de la violencia Juvenil: Acumulación de desventajas en la transición a la adultez. En J. Moro. (ed.). *Juventudes, violencia y exclusión: Desafíos para las políticas públicas* (pp.89-132). Ciudad de Guatemala, Guatemala:

- MagnaTierra. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Juventudes-violencia-y-exclusi%C3%B3n-Desaf%C3%ADos-para-las-pol%C3%ADticas-p%C3%ABlicas.pdf>.
- Serra Alías, M. (2011). *Riesgo de trastornos alimentarios en la población adolescente de Vilanova i la Geltrú: Relación con estilos de vida. Bases para la planificación de un programa comunitario* (Tesis doctoral). Universidad de las Palmas de Gran Canaria, Canarias, España. Recuperado de: https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/6309/4/0636836_00000_0000.pdf.
- Sidun, E. A. (2015). *Construcciones de sentido mediáticas: Juventud y Delgadez* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de la Plata, La Plata, Argentina. Recuperado de: https://www.perio.unlp.edu.ar/sistemas/biblioteca/files/Sidun_Eva_Ayelen_Tesis_sdn.pdf.
- Slade, D. (1993). What's body image? *Behaviour Research and Therapy*, 32 (5), 497-502. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/15156208>.
- Taguenca Belmonte, J. A. (2016). La identidad de los jóvenes en los tiempos de la globalización. *Revista Mexicana de Sociología*, 78 (4), 633-654. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v78n4/0188-2503-rms-78-04-00633.pdf>.
- Vallée, L. (2011). Representaciones colectivas y sociedades. *Cuadernos De Administración*, 14 (20), 67 -120. Recuperado de: <https://doi.org/10.25100/cdea.v14i20.254>.
- Valles, G., Hernández, E., Baños, R., Moncada-Jiménez, J. & Rentería, I. (2020). Distorsión de la imagen corporal y trastornos alimentarios en adolescentes gimnastas respecto a un grupo control de adolescentes no gimnastas con un IMC similar (Body image distortion and eating disorders in adolescent gymnasts vs. a control group of non-gymnasts with similar BMI). *Retos*, 37(37), 297-302. Recuperado de : <https://recyt.fecyt.es/index.php/retos/article/view/67090>.
- Vaquero Barba, A., Macías Muñoz, O. y Macazaga López, A. (2014). La práctica corporal y la imagen corporal: Reconstruyendo significados. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 17 (1), 163 – 176. Recuperado de: <https://dialnet-unirioja-es.biblioteca-ucsh.idm.oclc.org/servlet/articulo?codigo=4736547>.

- Vaquero Cristobal, R, Alacid, F., Muyor, J. M. y Lopez Miñaro, P. A. (2013). Imagen Corporal: Revisión bibliográfica. *Nutrición Hospitalaria*, 28 (1), 27-35. Recuperado de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112013000100004.
- Vergara Gonzáles, L. (2020). *Imagen corporal y redes sociales en jóvenes de sexo femenino en etapa de adolescencia temprana* (tesis de magister). Universidad de Chile, Santiago, Chile. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/176181/Imagen%20corporal%20y%20redes%20sociales%20en%20j%C3%B3venes%20de%20sexo%20femenino%20en%20etapa%20de%20adolescencia%20temprana.pdf?sequence=1>.
- Weisz, C. B. (2017). La representación social como categoría técnica y estratégica metodológica. *CES: Psicología*, 10 (1), 99-108. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cesp/v10n1/2011-3080-cesp-10-01-00099.pdf>.
- Wolf, N. (1991). El mito de la belleza. En N. Wolf. (Ed.). *El mito de la belleza: Como se utilizan las imágenes de la belleza contra las mujeres* (pp. 214 - 224). Barcelona, España: Emecé. Recuperado de: http://www.debatefeminista.pueg.unam.mx/wp-content/uploads/2016/03/articulos/005_19.pdf.

ANEXOS

1. DOCUMENTO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Nuestros nombres son David Barrientos, Walter Caparachin, Iván Castañeda y Constanza Castro y estamos cursando cuarto año de la carrera de Psicología en la Universidad Católica Silva Henríquez durante el año 2020. Como parte del ejercicio formativo, es necesario para completar nuestra formación profesional la realización de una investigación. En este caso, el tema abordado se trata de las **“Representaciones de la imagen corporal en jóvenes de 18 a 24 años de clase alta y media-baja de la Región Metropolitana”** que tiene como objetivo de **“Identificar las representaciones sociales en torno a la imagen corporal construida en las jóvenes de clase alta y clase media-baja de la Región Metropolitana”**

Me dirijo a usted como posible participante en este proyecto de investigación porque trato de conocer más acerca del tema ya mencionado y estimo que reúne las condiciones idóneas requeridas en esta investigación.

Si acepta participar como voluntario, le pediré que me conceda su participación en un **Grupo de Discusión** sobre el concepto de **Imagen Corporal**.

La duración de esta dinámica será de mínimo una hora y máximo dos. El **Grupo de Discusión** se desarrollará en el lugar que sea más oportuno, tanto para los participantes como para los investigadores, por lo que se llegará a un acuerdo entre todos los participantes que intervengan en la actividad.

Participar en esta investigación no implica mayores riesgos. Si algunas de las preguntas le hacen sentirse incómodo, no se encuentra en la obligación de responderlas. Su participación es voluntaria, y puede detenerla o retirarse de la investigación en cualquier momento sin consecuencia alguna. Igualmente puedo retirarla de esta investigación si surgieran circunstancias que justifiquen hacerlo.

Es posible que se publiquen en línea informes u otro tipo de documentos. En el caso de todos los materiales producidos por este medio con la firma del presente consentimiento se ceden todos los derechos para cualquier finalidad académica o educativa. Los datos de esta investigación podrán utilizarse en el futuro en otras investigaciones y/o estudios sobre el mismo tema.

Toda la información obtenida en relación con esta investigación que pueda identificarlo será confidencial y sólo será divulgada con su permiso. Le pediremos su

dirección de correo electrónico para enviarle una copia de la investigación ya finalizada por correo electrónico en el futuro. La facilitación de su dirección de correo electrónico también es voluntaria. La información aportada se mantendrá en un lugar seguro donde sólo los suscritos investigadores podrán tener acceso a ella. Los datos de esta investigación se conservarán indefinidamente.

No se beneficiará directamente por participar en esta investigación. El beneficio principal de esta investigación para la sociedad será su posible aporte al conocimiento sobre la investigación de **“Representaciones de la imagen corporal en jóvenes de 18 a 24 años de clase alta y media-baja de la Región Metropolitana”**

Si tiene preguntas o inquietudes acerca de esta investigación, puedo proporcionarle la información de contacto de los académicos en la Universidad que pueden certificar sobre la veracidad de la misma. Además, será proporcionado un contacto con el que podrá comunicarse en caso de dudas.

Yo, _____ . Acepto participar en el proyecto de investigación sobre **“Representaciones de la imagen corporal en jóvenes de 18 a 24 años de clase alta y media-baja de la Región Metropolitana”**.

Declaro que he leído y he comprendido las condiciones de participar en este estudio. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido respondidas. No tengo dudas al respecto.

Rut Participante

Correo electrónico

Fecha

Firma