

Violencia Bella

EL CUERPO ADOLESCENTE COMO TERRITORIO DE CONTROL



Análisis de la vulnerabilidad y resistencia a las presiones sobre el autoconcepto y el cuerpo femenino entre las y los adolescentes de seis municipios de Bizkaia

Edita:

medicusmundi bizkaia

Autoras:

Sortzen Consultoría S.L.

(Miriam Herbón, Ianire Estébanez y Norma Vázquez)

Diseño, maquetación e impresión:

Poison Estudio (Cristina Ulloa y Katrin Gutiérrez)

Depósito legal: BI-1236-2013

ISBN: 978-84-616-6232-6

Copyright © **medicusmundi bizkaia**

índice

PRÓLOGO	05
----------------	-----------

INTRODUCCIÓN	07
---------------------	-----------

MARCO TEÓRICO	11
----------------------	-----------

La violencia simbólica sobre el cuerpo femenino	11
Una mirada feminista a los cuerpos de las mujeres	13
Auto objetivación, medios de comunicación y trastornos de alimentación	16
¿Y el cuerpo masculino?	19
La identidad adolescente	20

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	23
--------------------------------	-----------

Objetivos e hipótesis	23
Características de la muestra y de la recogida de información	24
Herramienta de recogida de información: Escala de opinión	28
Escala a elaborar	28
Validación de la Escala	29
Lenguas de la Escala	30

RESULTADOS	33
-------------------	-----------

Resultados cuantitativos. Análisis estadístico de la Escala	33
La vulnerabilidad a la presión social sobre el cuerpo femenino	36
Diferencias por sexo. Chicas y chicos vulnerables a la presión social	37
Diferencias por sexo. Imagen corporal negativa	43
Diferencias por edad	51
Grupo control	53
Otras variables	53
La resistencia a la presión social y la moda	54
Diferencias por sexo	54
Diferencias por edad	55
Grupo control	57
Los factores que influyen en la vulnerabilidad y resistencia	57
Revistas, webs y series y programas de TV	57
¿Cómo se sienten chicas y chicos cuando hacen...?	60
Los trastornos de alimentación como riesgo	61

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
---------------------------------------	-----------

REFERENCIAS	67
--------------------	-----------

“Mírate, tan delgada, guapa y encantadora.
Y mírame a mí, vieja, gorda y horrible”

“Cómo transmitir el odio al cuerpo”

Kasey Edwards

.....
Esta investigación se ha realizado en el marco del proyecto

“Yo no me vendo ¿y tú?” de **medicusmundi bizkaia**,

financiado por la Diputación Foral de Bizkaia
.....

Prólogo

VIOLENCIA BELLA: EL CUERPO ADOLESCENTE COMO TERRITORIO DE CONTROL

Esta **investigación** se ha realizado en el marco del **proyecto de educación** para el desarrollo “Yo no me vendo ¿y tú?” de **medicmundi bizkaia**, financiado por la **Diputación Foral de Bizkaia** en 2012.

En **medicmundi bizkaia** trabajamos por la **erradicación** de todas las formas de **violencia contra las mujeres** existentes, tanto en países del Sur como en Bizkaia. La violencia contra las mujeres se ha convertido en un **problema que afecta física y psicológicamente** a las mujeres y al conjunto de la sociedad, adquiriendo la dimensión de problemática irresuelta de la Salud Pública. De ahí, la apuesta de **medicmundi bizkaia** de **visibilizar y colaborar** en la erradicación de esta lacra social.

Cuando hablamos de **violencia contra las mujeres** tanto en los países del Sur como aquí en Bizkaia, siempre vienen a nuestra cabeza, **imágenes de violencia física o violencia psicológica basada en insultos, menosprecios etc**, pero **se da una violencia mucho más peligrosa** por ser mucho más sutil. Es aquella que las mujeres soportamos sobre los **cánones de belleza que debemos cumplir**, aquellas que nos **imponen los medios de comunicación**, los y las diseñadoras de **moda**, redes sociales y la y que son las **sociedad en general** que nos reportan el éxito o el fracaso social.

Las **pautas de consumo y cánones de belleza** dictados por dichos medios de comunicación, la publicidad, etc. abocan a la sociedad en general y a las adolescentes en mayor medida, a una serie de **prácticas y de hábitos** que van en contra de cualquier criterio saludable. En este contexto,

la adolescencia es uno de los colectivos más vulnerables por estar en un periodo de crecimiento personal

Por eso en esta ocasión, **nos hemos querido centrar en la violencia simbólica sobre el cuerpo femenino** de nuestras adolescentes de Bizkaia, ya que como pone de manifiesto la presente investigación, se trata de una **problemática cada vez más presente** entre la población más joven. **Una realidad** que tiende a **naturalizarse y a normalizarse** entre la juventud, con el peligro de llegar a invisibilizarse. La relevancia, que tanto chicas como chicos, conceden al cuerpo y a la imagen, se convierte en una **presión ejercida** por diferentes cauces (desde Internet hasta imágenes publicitarias o círculos de amistades). Todo ello, tratando de **alcanzar un canon de belleza irreal** e inaccesible, que en el peor de los casos puede llegar a convertirse en obsesión.

Desde **medicumsundi bizkaia** queremos **denunciar esta situación** que afecta diariamente a miles de adolescentes, hipotecando su salud física y mental ante la **presión ejercida hacia sus cuerpos**, tratándolos como si de una mercancía más se tratara para **generar negocio a costa de la salud de las personas**.

Introducción

La **Idea central** de los **movimientos feministas** retomada en las legislaciones actuales es que **la violencia** contra las mujeres es la **forma más extrema** en que se expresa la **desigualdad de género**.

Y a pesar de que el **imaginario colectivo**, sobre todo el **adolescente**, equipara la **violencia** con **golpes, violaciones y muerte**, hay **otra violencia** que de tan insidiosa, acaba perdiendo su consideración de violencia y considerándose como natural: **la de tipo simbólico**.

Una **violencia** que **no** necesariamente se traduce en **códigos explícitos** identificables fácilmente, es más, la **ambigüedad de sus expresiones** es consustancial a esta forma de violencia en donde los **mensajes** se presentan en **formatos** tan **atractivos** que las **mujeres, objetos preferentes** de esta expresión de la desigualdad, la llegan a normalizar e incluso a aceptar y defender.

Un **ejemplo reciente** de esta violencia simbólica son las imágenes de las **fiestas de San Fermín**.

Se habló y debatió sobre los torsos desnudos de las chicas que voluntariamente exponían sus pechos en el calor de la fiesta. Un enfoque distorsionado de la imagen donde, desde nuestro punto de vista, se tendría que haber enfocado las manos, anónimas en muchos casos, que a pesar de no alcanzar a tocar el cuerpo de la chica en cuestión, se alzaban hacia ella, buscándolo. Manos que simbolizan el derecho masculino a tocar sin permiso los cuerpos femeninos expuestos porque pueden, porque consideran que es su derecho.

La violencia simbólica es tan insidiosa porque se enclava en significados culturales naturalizados. En el ejemplo anterior la **sorpresa** podría desprenderse del cuestionamiento del **derecho de esas manos masculinas a la caza de la piel expuesta, no necesariamente para su placer sino para el de su dueña**. ¿Por qué iba a abstenerse un chico a quién se le pone tan a mano, literalmente hablando, la oportunidad de tocar?

Es ella la que tiene que controlar y controlarse, nunca él.

Desmontar estos discursos es difícil. En el ejemplo que hemos traído a colación nos referimos a **cuerpos expuestos**. Las **reflexiones que elaboramos** en estas páginas **también se refieren a cuerpos** pero en el proceso previo a la exposición pública, cuando se están formando, cuando la feminidad se inscribe en la piel y en las curvas, o la falta de ellas, para significar un **cuerpo adolescente** como un **territorio de control**, donde la **mirada masculina privada y colectiva** será tan importante como el tamaño de los huesos o el color de la piel.

Estas fueron algunas de las **reflexiones de partida** de esta **investigación en la que confluimos Sortzen**, una consultora **especializada en el análisis de la violencia contra las mujeres**, y **médicumsmundi bizkaia**, cuyo **interés y trabajo en temas de salud** y cooperación les ha llevado a indagar en el mundo del cuerpo como escenario central de la salud entendida en un concepto amplio y no solo como falta de enfermedad. En este concepto, el papel del género en una salud integral es un elemento central.

Así, del encuentro de estos dos intereses nace este **primer estudio exploratorio** sobre lo que hemos llamado **violencia bella**, es decir, el **arbitrio cultural** de lo que se considera como estéticamente agradable, atractivo e incluso saludable en un cuerpo, sobre todo en un cuerpo de mujer.

Nos interesaba, por otra parte, **analizar** el impacto de este arbitrio en la **adolescencia** ya que es la etapa de la vida en donde los cuerpos transitan de la vida infantil a la vida adulta y en donde los imperativos de género, pensábamos, van a tener un mayor impacto ya que se enclavan en un proceso de **desarrollo complejo** y de **cambios físicos profundos**. Cambios que no solo afectan a la imagen física sino que son fundamentales en el autoconcepto de quienes están transitando a ser y sentirse mujeres y hombres, **figuras cargadas de significado y valores**.

Un importante sistema de valoraciones y **exigencias negativas y positivas** se alza ante los y las adolescentes y su nuevo cuerpo, para el que casi nunca se está completamente preparado para aceptar, proceso fundamental para la adquisición de una sana identidad personal.

Partíamos también de la **idea** de que la **desigualdad de género** penetra hasta lo más profundo de ese autoconcepto por lo que el **tránsito** que se vive en la adolescencia no va a tener el mismo significado para las chicas que para los chicos ya que, aunque para ambos la adolescencia trae consigo cambios físicos importantes, la representación social de la feminidad resulta mucho más asfixiante para las chicas. Diversos estudios y estadísticas preocupantes sobre indicadores de salud y pautas de comportamiento nos avisan que **las adolescentes** tienen una **mayor cantidad de problemas en su relación con el cuerpo**.

Los chicos, por su parte, viven la **presión de asumir determinadas conductas en relación a sus roles**; la dificultad de alcanzar esas metas que vinculan su cuerpo a la fuerza que se atribuye a la masculinidad hegemónica puede estar en el origen de una mayor exposición en la adolescencia a conductas de riesgo, tanto para ellos mismos como para las chicas.

Las **presiones ejercidas** en personas en **pleno proceso de formación identitaria** suelen tener **consecuencias mucho más graves** que en las personas adultas, quienes ya han adquirido más herramientas para enfrentarlas. Es por esta razón que la adolescencia se convierte en una etapa de riesgo, entre otros elementos, para la salud integral (tanto física como mental) y se convierte en un territorio subjetivo de anclaje de violencia simbólica; al mismo tiempo, es un momento fundamental para generar resistencias individuales y colectivas a esta presión social.

Por todo ello, **el objetivo de este trabajo** fue el **análisis de los factores** tanto de **vulnerabilidad** como de **resistencia** a la **presión social** sobre el **autoconcepto** y sobre la imagen del cuerpo femenino presentes en chicas y chicos de entre 13 y 18 años residentes en seis municipios de **Bizkaia**.

Realizamos este trabajo desde la convicción de que es necesario **indagar en el territorio de la violencia menos evidente** y cuya normalización está impregnada del discurso tramposo de la belleza, de un **modelo de belleza** que se erige en **tiranía sobre los cuerpos** que, mayoritariamente no responden a él, borrando así la obvia diversidad de los cuerpos y generando una **cultura de odio al cuerpo femenino**, objeto-mercancía de una **violencia bella**.

Este **trabajo** nace con vocación de servir de instrumento de prevención para la reproducción de todo tipo de violencias y la construcción de esquemas saludables de vida desde la adolescencia. En este objetivo coincidimos **Sortzen** y **médicusmundi bizkaia** y por ello es posible que estas reflexiones vean la luz.

A las técnicas de igualdad de los **ayuntamientos** de **Durango, Galdakao, Getxo, Mungia, Muskiz** y de la **Mancomunidad de Uribe Kosta** (a la que pertenece el municipio de Sopelana) queremos agradecer su compromiso con este trabajo y su dedicación para contactar con los centros educativos participantes en este estudio. Al personal del **ayuntamiento de Sopuerta** también queremos agradecer su disposición a participar en el estudio aunque, finalmente, por diversas causas no se incluyó en la muestra.

El trabajo de campo realizado para esta investigación necesitó de un gran apoyo, así que además de agradecer a las y los participantes en los grupos de discusión y a quienes respondieron el cuestionario, queremos **reconocer el esfuerzo** de quienes movilizaron a **personas conocidas** para poder acceder a la población objetivo de nuestra investigación. Particularmente queremos **reconocer el trabajo** del **equipo de dinamización** de los grupos compuesto por **Ane Navarro y Susana Manzanedo**. A **María Gómez, América Bustillo y Mónica Azkarraga** también agradecemos su **tarea en la transcripción** de los grupos de discusión y el **procesamiento de la Escala**.

..... **Equipo de investigación**
Miriam Herbón, Ianire Estébanez y Norma Vázquez

Marco Teórico

LA VIOLENCIA SIMBÓLICA SOBRE EL CUERPO FEMENINO

Acuñado por Pierre Bordieu en los años 70¹, el **concepto de violencia simbólica** se utiliza para describir las **acciones** que de forma indirecta **se utilizan para imponer**, entre otros constructos sociales, los roles de género y las **relaciones de poder desiguales**.

Quienes ostentan el **poder** pueden **ejercer esta forma de violencia** como **mecanismo de reproducción** de las **relaciones asimétricas** entre mujeres y hombres; y lo hacen de manera soterrada, sibilina, sutil, logrando así que **esta violencia se vuelva invisible de tan naturalizada que está**.

Un **ejemplo clásico** de esta violencia simbólica es la imposición de un **arbitrio cultural**. En la **sociedad occidental**, los cuerpos y sus formas socialmente vinculadas al éxito son un arbitrio cultural que se impone desde diversos sistemas y tiene un claro sesgo de género: **sus limitaciones y corsés se dirigen específicamente hacia las mujeres**. Son los **cuerpos femeninos** los obligados a **mostrarse delgados** para ser considerados bellos y hacerse merecedoras de **éxito social**.

La **violencia simbólica** opera de forma que el **cuerpo idealizado** ejerce el **papel de dominador** sobre el cuerpo real y la percepción de este cuerpo real queda dominada de una manera natural y auto impuesta por la persona.

La violencia de orden simbólico no opera en el nivel consciente de las personas, su impacto se produce a **niveles perceptivos** escapando así al control de la voluntad. Un **ejemplo** de esta manera de operar es cuando revisamos el **comportamiento sobre el peso entre las adolescentes**.

¹ Un resumen de este complejo concepto se encuentra en Calderone, Mónica. Sobre violencia simbólica en Pierre Bourdieu. http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/487/Calderone%20-%20Violencia%20Simb%C3%B3lica%20en%20Bourdieu_A1a.pdf?sequence=1 consultado el 15 de julio de 2013.

Diversas fuentes señalan que a los 15 años una de cada cuatro chicas hace régimen en el Estado Español, sin que en casi ningún caso tengan problemas de sobrepeso.

En general, sabemos que los **trastornos** de comportamiento **alimenticio** son **frecuentes** entre las **chicas jóvenes**. En el **Estado Español** hay una tasa que varía entre el **4% y el 10%** para los trastornos de alimentación entre las adolescentes y jóvenes. La **anorexia nerviosa** es ya la tercera **enfermedad crónica más común** en las adolescentes y se estima que ocurrirá en 0.5% a 3% de esta franja etárea.

La **violencia simbólica** implica que las personas sobre las que se ejerce el arbitrio cultural se reconozcan en las categorías que las legitiman en su estado de dominación, y este reconocimiento toma, a veces, la forma de **emociones corporales** (vergüenza, rubor, timidez, ansiedad, culpabilidad) en muchas mujeres que se perciben a sí mismas a través de los patrones de belleza dominantes y sienten que los cumplen. Estas emociones manifiestan la **complicidad involuntaria** de la persona independientemente de su ideología, que a veces está en total desacuerdo con esos patrones de belleza dominantes. **Bordieu (1998)** pone como ejemplo de estos mecanismos en que opera la violencia simbólica las numerosas encuestas hechas a mujeres francesas donde una amplia mayoría reconocen preferir una pareja de mayor edad y estatura que ellas.

La **publicidad favorece** que la **violencia simbólica** sea auto impuesta a través de un **mensaje sexista** que trabaja siempre con **tópicos** que tienen una multiplicidad de interpretaciones, por eso, la violencia simbólica sexista puede ser percibida como tal por algunas mujeres, al mismo tiempo que puede **considerarse normal y ser aceptada** e incluso defendida por otras.

La **discriminación valorativa**, es decir, aquella que **se ejerce sobre una determinada escala de valores** -en este caso de **semejanza estética al modelo dominante**- se convierte en un **factor que genera marginación** y que es potencialmente violenta en el sentido que **obliga a las chicas** a asumir **comportamientos y cánones de belleza** que, en ocasiones, están lejos de su alcance por sus características físicas; como muestra de ello valga el hecho de que España ocupa el rango más alto en Europa en cirugías estéticas y el 10% de las 400.000 personas que se someten a una operación para "corregir" alguna parte de su cuerpo que no les gusta son menores de edad; el 85% mujeres.

Los **chicos adolescentes**, a pesar de que empiezan a estar **sometidos a valoraciones y presiones**, encuentran **otras fuentes de autovaloración** en relación con las que tienen las chicas convirtiéndose ellos mismos en parte del grupo con capacidad para clasificar y valorar a las chicas. Y esto es así porque **históricamente, las mujeres han sido valoradas más por su aspecto físico que por su intelecto**.

Como señala **Lagarde (2005)** ***su cuerpo es el núcleo de poder de las mujeres y su enclave de su valoración social.***

UNA MIRADA FEMINISTA A LOS CUERPOS DE LAS MUJERES

“ Los conceptos de belleza y fealdad han ido variando a lo largo de la historia ”

La **representación artística** de lo que cada sociedad considera hermoso constituye un legado para conocer la **evolución de las ideas** a lo largo del tiempo y para **conocer los atributos** que se asignan a un **personaje central** en esta historia: **la mujer**.² *Sensual, enigmática, inquietante, divina...* son algunos de los **atributos** que se han asociado a la **belleza femenina**, atributos de naturaleza moral, no solo estética, lo que nos da una **idea del significado social** que se le ha dado a lo que se define como **prototipo de belleza en una mujer**.

Desde la **invención del cine**, su influencia en la construcción de **referentes femeninos** ha sido espectacular. La industria cinematográfica, sobre todo la asentada en **Hollywood** nos ha ido proporcionando los cánones de belleza femenina. Desde los años 60 cuando aparece la minifalda hasta los 80, cuando la delgadez y el culto a una vida sana se convierten en patrones de conducta en ocasiones obsesivos, han aparecido una serie de actrices que ofrecen sus cuerpos en las pantallas para decirnos cómo es una mujer bella. De **Laurentis** (citada en Millán, 1999) señala cómo los varios *discursos occidentales, desde el científico hasta el cinematográfico, han construido a la mujer como ficción*.

Esa **ficción**, sin embargo, ha ido **consolidándose** a partir de que los **modelos de belleza** ampliamente difundidos **dejan de cuestionarse** tras su **reforzamiento** por otras industrias: la de la **moda**, la de los **productos “sanos”** que obrarán milagros sobre los cuerpos de las mujeres para **acercarla a sus iconos**, la de la estética... **industrias** que en los últimos años se han consolidado para **ofrecer a las mujeres una buena nueva**:

el cuerpo con el que hemos nacido puede transformarse para estar al día y alcanzar el milagro de la eterna juventud siempre delgada

² Para un recorrido sobre los cánones de la belleza representados en el arte y las imágenes femeninas que representan el ideal de belleza véase *La historia de la belleza* de **Umberto Eco**.

Industrias a las que se **añaden las tecnologías** que favorecen, sobre el papel, **modelar las formas, hacer desaparecer lo incorrecto y hacer perfecto lo natural e imperfecto**, como se consigue con las técnicas de retoque fotográfico.

Susie Orbach, referencia feminista obligada por sus **análisis sobre el cuerpo**³, plantea que las presiones que enfrentan las mujeres en torno a su aspecto físico son una forma de dejarlas fuera de juego en su **lucha por la igualdad**. Al fin y al cabo, mientras las mujeres en el mundo entero dediquen una buena parte de su energía en la pelea contra sus cuerpos tratandode acercarse a la mujer ficción, otras problemáticas que les atañen no tendrán el mismo interés en sus reivindicaciones.

El cuerpo se convierte en un territorio de control para ubicar a la persona en su conjunto así como sus posibilidades de éxito social y mejora económica. **Orbach (2010)** señala que la mayoría de **operaciones de estética** que se realizan en **Estados Unidos** son a mujeres que, sorprendentemente, están en las **rentas más bajas**.

Los **“mercaderes del odio al cuerpo”**, como ella llama a la industria de la belleza, trabajan para hacer del cuerpo femenino una marca, un **“activo”** cuando se traduce a términos financieros. El discurso implícito de la industria de la belleza que pone sus productos al alcance de cualquier mujer es que se puede tener el cuerpo ideal (o sea, el del prototipo cinematográfico) y que solo hace falta voluntad y decisión para hacer las **dietas** precisas, aplicar la **cosmética** necesaria y ¿por qué no?, arreglar lo que la naturaleza no hizo con la **cirugía plástica**. Todo ello a cambio no solo de un cuerpo perfecto sino de recorrer el **camino de la “realización”**.

Como se señalaba anteriormente, esta **obsesión por el cuerpo** ocupa buena parte de la energía de las mujeres pero, paradójicamente, el discurso de la libertad ofrece sus productos como herramientas para lograr el avance social de las mujeres.

¿Puede haber algo más enajenante que hablar de cómo las mujeres se empoderan si usan tales zapatos o marca de sujetador?

Pues desde la **industria de la estética** se ha logrado. Han conseguido que las **mujeres asuman el cuidado del cuerpo** no como **algo relacionado con la salud** sino con el **éxito** y el dejar atrás la imagen de mujer sumisa.

³ Desde *La grasa es una cuestión feminista* (publicada en castellano en 1981) hasta *Cuerpos* (publicada en castellano es 2010), la autora ha revisado en sus diferentes textos la relación del cuerpo físico con el cuerpo psicológica y la construcción del autoconcepto femenino bombardeado por una sociedad misógina. Para consultar su bibliografía y algunas iniciativas en las que está involucrada se puede consultar london.endangeredbodies.org.

Como lo **señala la autora** del epígrafe inicial de este trabajo (Edwards, 2013) en una **carta a su madre**, **las niñas aprenden a odiar su cuerpo cuando no es delgado o joven** de los mensajes y la interpretación que les transmitía su madre, que no se veía a sí misma como delgada y joven. Una madre que a su vez, responde a la valoración masculina que le recrimina su debilidad.

“Antes de que Papá se fuera, él tampoco te alivió por el tormento de la apariencia de tu cuerpo. «Dios, Jan», escuché por casualidad que te decía. «No es tan difícil. La energía que entra frente a la energía que sale. Si quieres perder peso, simplemente tienes que comer menos.»”

He ahí el **mensaje central de la industria de la belleza**: **todas con esfuerzo, podremos**. Podremos **ser delgadas** y con ello alcanzar el **éxito** en lo **laboral** porque los trabajos de las mujeres son en un buen porcentaje de **exposición al público**; en lo **social** porque esos cuerpos esbeltos **ganarán en reconocimiento**; y, por supuesto, en lo **amoroso**, porque los hombres posarán su miradas en esas **curvas inexistentes** y por eso mismo atractivas, y transmitirán su aprobación y su deseo.

Y aunque el **discurso feminista** ha dado herramientas conceptuales para cuestionar los modelos de belleza imperantes y la **cultura de la delgadez**, entre otros factores de la *violencia bella*, no cabe duda de que el aporte de quienes se rebelan en sus propios cuerpos y desde sus procesos cuestionadores y asumen su cuerpo haciendo de él una bandera a favor de la transgresión y el cambio, están enriqueciendo esta lucha y generando actitudes que puedan empezar a crear maneras alternativas de ver los cuerpos femeninos. Como muestra de estos aportes, reproducimos un **fragmento** del testimonio **“Gorda: relato de una epifanía”** (Piñeiro, 2013).

“Si paso varios días sin mirarme al espejo -tanto el de mi cuarto como el social- pienso que estoy buenísima y me olvido de que soy gorda... Me olvido que soy XXL, gorda, gorda, gorda... ¿¿¿gorda yo???... Todos los días el poder-mundo me grita: ¡NO CABÉS, GORDA!... Y sin embargo todos los días acá estoy... acá estoy... acá estoy ante la mirada hostil y extraña, de repulsión y pena de los demás... acá estoy yo y soy ese cuerpo que nadie desea ni sueña, soy el cuerpo que poc@s quieren follar, el cuerpo que ninguna mujer quiere tener, esa que no cabe casi ni en el asiento del autobús.

Durante años aprendí a -intentar- disimular, pasar desapercibida ... porque seamos sinceras, no pasa nada si sos gorda pero graciosa, gorda pero inteligente, gorda pero elocuente, gorda pero pero, pero, pero... y ya se me viene otra vez en forma de ecos del pasado la hipocresía del “sos gordita (ese “íta” suavizador.. ¡arg!) pero simpática”, “acéptate, mujer, que tú tienes lo tuyo”, y yo pensando “¿¿¿qué será lo-mío???”

Menos mal que siempre llega el momento en que te dan ganas de romper la jodida cáscara, de romper todas las capas (y más de una cara) y liberarte hasta hallarte lisa

o rugosa o impermeable o llena de lunares de colores, pero auténticamente TÚ, auténticamente YO... GORDA. Sí, ¡gorda!. Así, sin "íta".

Y cuando -muy a mi pesar y debido a la preponderancia del poder- vuelven los días de debilidad y no estoy fuerte (como debiera) frente al espejo personal y social, y flaqueo en mi lucha diaria contra el poderoso Imperio Estético del Mal, rezo mi oración personal auto-performativa:

Mi cuerpo es un campo de batalla: un cuerpo sometido, un espacio restringido y coaccionado por la violencia del poder, un cuerpo que dice basta y se rebela, un cuerpo que transgrede y revoluciona. "Aquí no hay una flaca llorando por salir, sólo soy yo gritando que tengo derecho a amar el cuerpo que tengo". He aquí la rebeldía: allá dónde el poder me dice que odie, yo amo; allá donde me dice que sólo hay fealdad, yo no veo más que belleza; allá donde me dice que me someta al consumo para modificar lo que soy y así alcanzar su estereotipo de belleza irreal y autoritario, yo le digo: ¡¡¡VETE A LA MIERDA!!! Yo soy yo. Y no quiero caber en tu norma. Mi última venganza es SER FELIZ".

AUTO OBJETIVACIÓN, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TRASTORNOS DE ALIMENTACIÓN

Si bien el **discurso feminista** ha contextualizado los discursos sobre los **cuerpos femeninos** en el marco de unas relaciones de poder opresivas para las mujeres, desde la psicología se ha acuñado el **concepto de auto objetivación** que alude al grado en que las personas internalizan los estándares físicos culturales externos y la sexualización del cuerpo -**el cuerpo como objeto**- haciendo que pasen a ser propios (Larraín, et al, 2009).

El concepto de **auto objetivación** permite **analizar**, por ejemplo, el nivel de **erotización del cuerpo femenino** desde temprana edad. Intensa **polémica** creó, por ejemplo, el **número 913 de Vogue** (diciembre 2010/enero de 2011) por un **reportaje gráfico** en el que se representaba a **niñas de seis años vestidas y maquilladas como adultas**. Por otra parte, ha surgido una industria que ofrece como regalo a niñas entre 6 y 12 años las "spa party", es decir, espacios de "salud y belleza" en donde desarrollar los estereotipos más arraigados de la feminidad nos atraen las cremas, el make up, los peinados, etc." según el reclamo publicitario de una página web de ese ramo⁴.

⁴ <http://www.girlspaparty.com.ar/> revisado el 15 de julio de 2013.

Así, lo que tradicionalmente ha sido el **juego infantil de imitar a la madre o las hermanas mayores** utilizando sus vestidos, pinturas o joyas, que como tal permite el **proceso de identificación**, se ha convertido hoy en un **evento público** donde las niñas ya no juegan espontáneamente sino que son **dirigidas por personas adultas** que sustituyen su proceso de identificación por el de objetivación, aprendiendo la manera de **exponerse atractivas a la mirada pública**, construyéndose como objetos de la mirada de los otros desde la infancia.

Con un aprendizaje tan temprano, **al llegar a la adolescencia** y compararse con el ideal de belleza dominante, se pueden desarrollar **sentimientos de disconformidad e insatisfacción** que, con el tiempo y la intensidad de la exposición a esos mensajes, se convierten en estados ansiosos o depresivos. El ideal de belleza dominante escapa a las posibilidades realistas de cualquier joven; los **valores corporales de delgadez y atractivo sensual** ofrecidos son desmesurados, inalcanzables en una vida real.

La **objetivación** que con el paso del tiempo pasa a ser un fenómeno auto, o sea, se integran todos los **aprendizajes sobre el cuerpo** hasta hacerlos propios, tiene una relación directa entre la evaluación negativa, la disminución de la valoración personal, sentimientos disfóricos y de ansiedad en relación a la imagen corporal. Como **consecuencia** de esta presión además, se **han incrementado** las **dietas** restrictivas patológicas, el uso inadecuado y extremo de **ejercicios físicos**, de laxantes y hasta de **cirugías plásticas** reductivas como medios para mantener el cuerpo deseado y valorado (**diversos estudios citados en Larrain, et. al., 2013**).

Los **medios de comunicación** que expresan los valores reinantes, contribuyen a crear nuevos significados y maneras de comprender el cuerpo y la sexualidad centrándose, sobre todo, en las imágenes femeninas. Sorprende apreciar que en casi la totalidad de los **anuncios publicitarios** se utilizan figuras de mujer⁵ incluso aunque el colectivo al que se dirijan sea masculino. La presencia de una **mujer atractiva, delgada y sensual** es la receta para **lograr éxito** con un determinado producto, aviso o propaganda comercial. Gran parte de la **propaganda visual**, casi con independencia del producto que se esté intentando vender, emplea **imágenes de mujeres y/o niñas** como manera de **susitar el interés**.

A su vez, las principales marcas de ropa, cosméticos y ocio del mundo occidental van adaptando sus productos y sus mensajes para crear la sensación de que se puede alcanzar este prototipo de mujer-anuncio, sin arruga o imperfección alguna. Según **Lipovetsky (1990)**,

la moda sigue siendo feudo femenino, una prohibición intangible que continúa en todo momento organizando el sistema de apariencias con una fuerza de interiorización subjetiva y de imposición social que no tiene equivalente en otros campos.

⁵ Decimos mujer en singular porque las imágenes de los medios no representan la diversidad corpórea de las mujeres sino un solo modelo, contribuyendo con ello al estereotipo y la deformación de la realidad.

Según **Martín** (2002)

la belleza física ya no es un medio para la realización personal sino un fin en sí mismo. La imagen corporal ha dejado de ser parte de la identidad para constituirse en el YO.

En el extremo del **proceso** de **auto objetivación** podemos encontrar los **trastornos de alimentación**, principalmente la, **anorexia y bulimia** que afectan mayoritariamente a las **adolescentes**. La primera de ellas presenta una sintomatología en el aspecto físico (una delgadez extrema, amenorrea, constante sensación de frío, hiperactividad, pérdida de cabello y nacimiento de vello en brazos, espalda, muslos y mejillas; anemia, piel seca, problemas con los dientes...) pero se trata de un trastorno psicológico que tiene que ver con el auto concepto de las chicas pero también con la capacidad o no de afrontar los retos que el mundo les impone, sobre todo en las relaciones primarias y con sus pares.

Un **factor de riesgo** en el padecimiento de **anorexia** es que la **extrema delgadez** en esta sociedad es un **rasgo a apreciar**, de manera que en las fases iniciales de la enfermedad, los comentarios aprobatorios del medio actúan como factores de reforzamiento y sirven para negar la enfermedad de manera que su tratamiento se retrase e inicie en fases más avanzadas.

Según **ACABE** (Asociación Contra la Anorexia y la Bulimia) en España:

- ✱ el 73% de las personas enfermas por anorexia se recupera
- ✱ el 21% se vuelven crónicas
- ✱ el 6% no logra superar esta enfermedad y muere.

Los 12 años son la edad de inicio de riesgo de padecer esta enfermedad, a pesar de que, en los últimos años se pueden observar casos de niñas afectadas a los 9 o 10 años. Las estadísticas revelan que el 6% de los jóvenes entre 12 y 21 años padece trastornos alimenticios siendo un 90% casos de mujeres.

La **bulimia** (caracterizada por atracones de comida seguida de vómitos provocados, ejercicios excesivos, ingestión de laxantes, irritación crónica de la garganta, fatiga y dolores musculares, problemas dentales...) se ha relacionado con un comportamiento demasiado riguroso encaminado al éxito que tiene un **componente obsesivo en la ingesta de comida**.

Los **trastornos de alimentación** podrían calificarse también como **trastornos en el adquisición de la feminidad**. Las adolescentes que la sufren están atrapadas en profundos conflictos identitarios que se expresan en el castigo al cuerpo que va adquiriendo forma de mujer

adulta. La **función nutricia en estos casos ha fracasado** y las adolescentes y jóvenes ven su figura distorsionada en el espejo, como **distorsionada nos presenta la sociedad las imágenes de las mujeres.**

¿Y EL CUERPO MASCULINO?

Los **significados de los cuerpos masculinos** han sido muy **diferentes** a los de los femeninos. Presentados como ejemplo de la **perfección en el arte**, en la construcción de la identidad, el cuerpo masculino parece no tener el mismo impacto. Revisando la bibliografía más reciente sobre la masculinidad, el cuerpo no ocupa ni remotamente una mínima parte de lo que ocupa en las reflexiones feministas el tema del cuerpo.

Sin embargo, podemos encontrar algunos acercamientos interesantes. **Aguirre y Güel (2002)** analizan la **construcción de la masculinidad** y sus riesgos y relacionan el mandato de la masculinidad hegemónica **“ser fuerte”** con la exigencia de un **cuerpo fuerte**. Para ellos,

el cuerpo fuerte es medio y símbolo de la masculinidad.

“El cuerpo fuerte no es principalmente aquel con más fuerza física, sino aquel que puede resistir mejor los embates que la vida le ofrece a un hombre. El cuerpo fuerte no se paraliza de miedo, enfrenta los desafíos al honor, aprovecha todas las oportunidades sexuales, demuestra su capacidad de riesgo, trabaja incansablemente” (op. cit., pag. 18).

En esa **búsqueda de la fortaleza**, los autores insertan la **importancia del deporte para los adolescentes**, sobre todo el fútbol como medio de desarrollo y prueba, de otra **capacidad asociada** a la masculinidad: **agredir y ser capaz de resistir la agresión recibida**. Al mismo tiempo, esta fortaleza es un **atractivo para las mujeres** para cuya protección se desarrolla esa fortaleza.

La naturalización de la fortaleza corporal masculina, es decir, el hecho de que un cuerpo débil se identifique con un no-hombre, un afeminado, un homosexual, es el origen de los temores adolescentes, señalan estos autores. Es por ello, concluyen, que los **adolescentes observan con mucho temor su desarrollo corporal**.

Tal **exigencia de fortaleza**, sin embargo, se convierte para los hombres y los adolescentes en particular en una olla de **presión psíquica**.

Señala **Kaufman (1999)** que la única **emoción válida** para muchos hombres es **la ira**.

“Esto es particularmente cierto cuando el sentimiento producido es el de no tener poder. Tal sentimiento sólo exacerba las inseguridades masculinas: si la masculinidad es una cuestión de poder y control, no ser poderoso significa no ser hombre. De nuevo, la violencia se convierte en el medio para probar lo contrario ante sí mismo y ante otros” (op. cit., pag. 4).

Los **adolescentes** están en **transición** hacia la **adquisición física y psíquica** de la **fortaleza**. En transición significa que aún no están capacitados para ejercer el rol que se les exige y que su auto concepto será vulnerable. Según **Pescador (sin ref.)**, el modelo de masculinidad hegemónico trasforma los sentimientos para reforzar la identidad del varón frente a cualquier atisbo de debilidad. La **fortaleza**, la **contención** y la **rabia** son los sentimientos que se les **enseñan y refuerzan** a los adolescentes, lo cual dificulta gravemente su relación con las mujeres, con otros hombres, incita conductas de riesgo y es un soporte para la violencia.

LA IDENTIDAD ADOLESCENTE

La **adolescencia en la sociedad occidental** se define como **el tiempo necesario para poder asimilar los cambios de la pubertad e integrarlos en la representación del propio cuerpo**, proceso largo y complejo que abarca, en nuestras sociedades igualmente complejas, un periodo cuya delimitación en años cada vez es más larga. Este periodo ha ido extendiéndose a medida que la cultura ha creado nuevas formas de exigencia para el y la adolescente que implican el ir posponiendo la entrada en el mundo adulto. Se ha creado toda una **“cultura adolescente”** que facilita las identidades grupales pero a su vez hace menos atractivo su abandono.

La pubertad conlleva la **integración y transformación** en una nueva representación del propio cuerpo, que incluya los genitales sexualmente maduros y la capacidad de procrear. Ello implica también el poder conservar una **vivencia de identidad** a través de estos **cambios tan profundos**, cambios no sólo físicos sino también psíquicos, que pueden **resquebrajar el sentimiento de identidad**, de seguir siendo él o ella misma a pesar de ser diferente. El cuerpo y mente del adolescente se convertirá entonces en el escenario de este proceso de transformación, y en el lugar de una dialéctica entre el cuerpo del niño o niña, conocido y fantaseado... y el desconocido, misterioso y sexualmente maduro cuerpo del adolescente (**Birraux, 2000**).

Desde los aportes psicoanalíticos el **concepto de “yo corporal”** da cuenta de la importancia del cuerpo en la **formación del autoconcepto**. Para **Winnicott (2009)**, el niño o la niña van descubriendo su propio cuerpo y haciéndolo suyo, apropiándose, a partir de una inicial vivencia de extrañeza hasta que la psique llega gradualmente a integrar el cuerpo de modo que los límites del cuerpo son también reconocidos como los límites de la psique.

Siempre desde una **visión psicoanalítica**, **Laufer (1988)** señala que la principal función evolutiva de la adolescencia es el **establecimiento de la organización sexual final**, lo que implica que al terminar la adolescencia se habrá llegado a una solución de compromiso entre lo que el sujeto desea y lo que se permite. Por todo ello la relación del adolescente con su cuerpo tiene una gran importancia.

Actualmente los medios de comunicación —principalmente la **televisión**, el **cine** y la **publicidad**— conjugan elementos ideológicos y comerciales para **ofrecer valores**, modelos y tipos ideales tanto para hombres como para mujeres, con los cuales muchos adolescentes se comparan y tratan de imitar, siendo estos estereotipos los que están contribuyendo a formar la **imagen e identidad de las nuevas generaciones**.

La etapa adolescente se caracteriza por la búsqueda de modelos a los cuales parecerse; por eso las personas que ellos consideran como ideales son fundamentales, pues ejercen una influencia muy grande en el proceso de identificación en la adolescencia.

El **proceso** de identificación tiene **diversas etapas** y manifestaciones. Se puede decir que en la **preadolescencia**, el sujeto va de un yo plenamente unido e **identificado con el padre y la madre** y pasa a través de una pertinaz **maduración psicofisiológica**, que lo lleva a alejarse de ellos, para pararse en sus propios pies y pasar a una etapa donde el grupo de iguales toma una gran importancia.

En este momento el o la **adolescente/joven** busca **nuevos modelos**, muchas veces contrarios a su padre y madre, para buscar **a quién parecerse**, en una búsqueda propia: ya no son “el padre y madre que me tocaron, sino los modelos que busco y elijo por mí mismo o por mí misma”.

Los **grupos de amigos y amigas** juegan un **papel primordial** en esta necesidad de unirse a otras personas y compartir con los semejantes, preocupaciones, inseguridades, contrastar y matizar nuevas formas de pensar. En la adolescencia los chicos y chicas **deben asimilar cambios en su cuerpo** y en sus sensaciones y pensamientos, y suelen encontrar en los amigos y amigas lazos amistosos que los hacen más fuertes, y que son el enganche para poder transitar de la infancia a la madurez.

En estos grupos se forma una especie de **ideología grupal**, que todos deben compartir para poder pertenecer a él: desarrollan **lenguajes propios**, adoptan **formas idénticas de vestir**, acicalarse, adornarse y peinarse y eligen personajes que son modelos y en los cuales basan sus procesos de identificación. Si bien hablamos de la relevancia de los modelos que se

representan en los medios de comunicación, la aprobación del propio grupo de iguales y los modelos que estos iguales representan, adquiere también una gran influencia.

Las y los **adolescentes** que como tal se encuentran aún en proceso de definir su autoconcepto e identidad, son un **grupo particularmente interesante para evaluar el impacto de las imágenes femeninas ofrecidas por la sociedad occidental actual**. Las adolescentes son afectadas y presionadas por el ideal corporal femenino transmitido a través de las imágenes que los medios de comunicación presentan y esto constituye un factor de riesgo para la génesis de patologías de diversos tipos (ansiedad, depresión o alteraciones de la conducta alimentaria). Se ha demostrado que la sintomatología ansiosa aumenta cuando las mujeres comparan y evalúan su cuerpo con el de las modelos presentadas en los medios de comunicación, frecuentemente asociándolo con su peso y atractivo sexual. La transmisión de dichas imágenes **producen sentimientos negativos** y ansiedad con respecto al propio cuerpo; dado que las mujeres no saben exactamente cómo se ve su cuerpo cuando alguien lo mira, se incrementa la ansiedad en situaciones en que se saben expuestas. La ansiedad se expresa como consecuencia y se manifiesta en el constante monitoreo de su apariencia física (Dittmar, 2007).

En un estudio realizado por **Casper y Offer (1990)**, dos tercios de las adolescentes mujeres normales de entre casi quinientas jóvenes, exteriorizaban **preocupaciones por su peso y talla**. Estas inquietudes se asocian con una mayor disconformidad corporal, creciente insatisfacción con la autoimagen, ánimo depresivo y otras alteraciones sintomáticas generalizadas. El estudio de **McCabe & Ricciardelli (2001)**⁶, también demuestra la vulnerabilidad de las adolescentes a los influjos y presiones de otras mujeres como sus **madres o mejores amigas**. **Los comentarios que las jóvenes reciben de parte de otras personas significativas predicen la disconformidad que está en la base de las estrategias de cambio corporal**.

Se han enfatizado desde diferentes perspectivas los efectos negativos diversos de los influjos del ideal de belleza sobre el desarrollo femenino. **A mayor cantidad de problemas con la autoimagen, mayores son los síntomas depresivos**. Como contraparte, el estudio llevado a cabo con 144 mujeres de **Stokes y Recascino** (Citado en Larrain et al, 2013), establece que los **sentimientos de alegría** se correlacionaron positivamente con **tres componentes** de la estima corporal: **atractivo sexual, preocupación por el peso y la condición física**.

Podemos concluir que el **cuerpo adolescente** es un escenario transicional fundamental en el reforzamiento de los estereotipos de género. Un territorio a conquistar y en el cual reforzar la auto objetivación. Y, **en el caso de las chicas, un territorio a controlar a base de un ideal de belleza**.

⁶ Este estudio examinó las diferencias entre 1266 chicos y chicas adolescentes (11-18 años) en variables clave en el desarrollo de trastornos de la alimentación, como son el Índice de Masa Corporal, la percepción y satisfacción con la imagen corporal y las conductas destinadas a controlar el peso. A pesar de que las chicas tenían una puntuación en el Índice de Masa Corporal más ajustada y presentaban un nivel menor de sobrepeso y obesidad, se encontró que eran ellas las que se percibían más obesas, las que estaban más insatisfechas con su imagen corporal y las que realizaban con más frecuencia dietas para adelgazar. Por otra parte, se encontró que la razón que mueve a chicos y chicas a realizar dietas para adelgazar no es el peso corporal real, sino la percepción que tienen de su cuerpo, en primer lugar, y cómo de satisfechos están con él, en segundo lugar. Por lo tanto, en este artículo se encuentran importantes diferencias entre chicos y chicas, a tener en cuenta en el diseño y desarrollo de los diversos programas que se destinen a la prevención de problemas con la imagen corporal y la conducta de hacer dieta

Metodología del Estudio

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Objetivo general:

Contribuir a la prevención de la violencia en el plano de lo simbólico a partir de conocer y analizar los factores de vulnerabilidad y resistencia a las presiones sociales el cuerpo femenino en las chicas y chicos de Bizkaia de entre 13 y 18 años.

Objetivos específicos:

- 1 Conocer que piensan sobre el cuerpo femenino y los modelos de belleza las chicas de entre 13 y 18 años de seis municipios de Bizkaia.
- 2 Analizar las estrategias de las chicas para enfrentar las presiones sobre su cuerpo y los cánones de belleza.
- 3 Dotar a Medicus Mundi de un discurso, una metodología y una serie de mensajes para alertar sobre los riesgos para la salud integral de la presión social sobre el cuerpo femenino adolescente.
- 4 Elaborar un discurso sobre la violencia simbólica sobre el cuerpo femenino adolescente como parte de la violencia sexista contra las mujeres.
- 5 Elaborar propuestas de prevención de este tipo de violencia.

Aunque la **finalidad del estudio** no era la de confirmar hipótesis, consideramos necesario plantear algunas que nos permitieran orientar la búsqueda de información en un ámbito poco indagado.

- Hip 1.** El grado de vulnerabilidad en relación con la presión social hacia el cuerpo es mayor en las chicas que en los chicos.
- Hip 2.** El grado de vulnerabilidad en relación con la presión social hacia el cuerpo es mayor en el grupo de 16 a 18 años.
- Hip 3.** Los y las adolescentes invisibilizan las repercusiones de los medios de comunicación en su percepción de su propio cuerpo.
- Hip 4.** Existen más elementos de presión social sobre el cuerpo de las adolescentes que sobre el cuerpo de los adolescentes.
- Hip 5.** Los chicos adolescentes son agentes de presión sobre los cuerpos de las adolescentes.
- Hip 6.** Las chicas tienen menos recursos de resistencia a la presión social en relación con los chicos.
- Hip 7.** El grupo de adolescentes de entre 16 y 18 años resisten más a la presión social que el grupo de entre 13 y 15 años.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA Y DE LA RECOGIDA DE INFORMACIÓN

El estudio tuvo un **diseño** tanto **cuantitativo como cualitativo**. Desde el **análisis cuantitativo**, la muestra a la que se pasó la Escala es estadísticamente representativa de la población, esto es, los **resultados** se pueden **generalizar a la población**. Por otra parte, el **análisis cualitativo** buscaba la **comprensión** del fenómeno de una **forma más profunda**.

Se trató de una **muestra aleatoria**, es decir, el criterio de selección consistió en que las chicas y chicos participantes estudiaran en alguno de los centros escolares de los municipios de Bizkaia que accedieron a formar parte del estudio.

La **muestra** fue **seleccionada** en torno a **dos variables** independientes: **sexo y edad**.

- * La **variable sexo** consta de dos categorías: **chicas y chicos**
- * La **variable edad** consta de dos categorías: **adolescentes 1** de 13 a 15 años y **adolescentes 2** de entre 16 y 18 años

La población de entre 13 y 18 años de los seis municipios seleccionados para el trabajo fue de 11.616 según los padrones municipales a marzo de 2013. Con un **95% de nivel de confianza** y un **5% de margen de error**, la muestra teórica quedó dividida de la siguiente manera según las variables de trabajo sexo y edad.

	CHICAS	CHICOS	
13-15	92	94	186
16-18	92	94	186
	184	188	372

Sin embargo, debido al **factor aleatorio**, la muestra quedó conformada de la siguiente manera:

Cuadro 1

Distribución de la muestra por sexo y edad
Números absolutos y porcentajes

	13 a 15 años	16 a 18 años	Total
Chicas	103 26%	107 27%	210 53%
Chicos	90 23%	94 24%	184 47%
Total	193 49%	201 51%	394 100%

El municipio de residencia no se constituyó en **variable independiente** ya que suponíamos que la pertenencia a una misma provincia, unificaría los resultados más allá del lugar específico de residencia o estudio.

La **distribución** de la muestra según el municipio de residencia se observa en el **cuadro 2**.

Cuadro 2

Distribución de la muestra por sexo, edad y municipio
Números absolutos y porcentajes

		13 a 15 años	16 a 18 años	Subtotal municipio por sexo	TOTAL
Durango	Chicas	19	11	30	57
	Chicos	17	10	27	14%
Galdakao	Chicas	21	28	49	82
	Chicos	14	19	33	21%
Getxo	Chicas	22	18	40	83
	Chicos	17	26	43	21%
Mungia	Chicas	14	13	27	51
	Chicos	12	12	24	13%
Muskiz	Chicas	4	3	7	23
	Chicos	12	4	16	6%
Sopelana	Chicas	23	34	57	98
	Chicos	18	23	41	25%
TOTAL					394 100%

En la **muestra teórica** había una distribución porcentual de participantes por cada municipio de acuerdo al peso poblacional de los mismos.

Sin embargo, las **características de la participación** modificaron esta **distribución** según podemos observar en el **cuadro 3**.

Cuadro 3

Distribución de la muestra por porcentaje en cada municipio
Distribución teórica y distribución real

	Porcentaje por población	Porcentaje real
Durango	14	14
Galdakao	14	21
Getxo	38	21
Mungia	9	13
Muskiz	4	6
Sopelana	22	25

La **mayor variación** en la distribución se dio en **Getxo**. En ese municipio, uno de los centros educativos participantes pidió que la Escala fuera pasada en castellano porque había un elevado porcentaje de estudiantes inmigrantes. Analizando esa petición se decidió establecer un grupo control con **dos variables independientes** además del sexo y la edad: **la lengua utilizada en la Escala y la condición de inmigración de la población**.

Así, mientras en el grupo de estudio la **población inmigrante** representaba un **5,8%**, en el **grupo control** representó un **27%**.

Por otra parte, **se planteó realizar seis grupos de discusión** pero solamente **se realizaron 5** ya que, **condicionado por las fechas**, el instituto de Getxo no permitió la realización del sexto grupo.

Los grupos de discusión realizados contaron con la participación de 43 chicas y chicos distribuidos de la siguiente manera:

- * **Grupo 1:** compuesto por 10 chicas de 13 a 15 años de Sopelana.
- * **Grupo 2:** compuesto por 9 chicas de 16 a 18 años de Durango.
- * **Grupo 3:** compuesto por 10 chicos de 13 a 15 años de Muskiz.
- * **Grupo 4:** compuesto por 8 chicos de 16 a 18 años de Galdakao.
- * **Grupo 5:** compuesto por 3 chicas y 3 chicos de 13 a 15 años de Mungia.

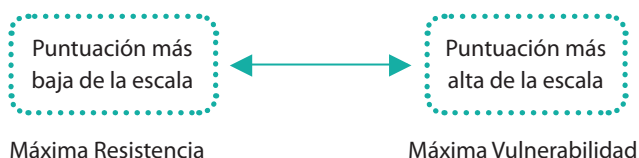
HERRAMIENTAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN: ESCALA DE OPINIÓN

Escala a elaborar

Las **escalas psicológicas** son instrumentos para **medir constructos no observables**, como las **actitudes u opiniones** hacia determinados objetos. En concreto, las escalas de autoinforme pretenden inferir la posición de las personas a partir de lo que dicen de sí mismas ante determinados reactivos.

Esta escala de autoinforme **se dirige a chicas y chicos adolescentes de entre 13 y 18 años** de edad. Tiene la finalidad de detectar las percepciones sobre la presión social hacia el autoconcepto y el cuerpo femenino adolescentes.

El **objetivo** por tanto, es **situarles** en un continuo bipolar que oscila entre “**máxima vulnerabilidad**” y “**máxima resistencia**” a partir de los juicios sobre los **modelos de belleza femeninos** y la **valoración de las presiones sociales** sobre la estética y el cuerpo de las chicas:



Validación de la Escala

Existen **diversos métodos y técnicas** de escalamiento. La **escala utilizada** es una **técnica** diseñada por **Likert** denominada *“Escalamiento de calificaciones sumadas”*. **Se fundamenta en la posibilidad de obtener una puntuación global para cada persona a partir de sus calificaciones parciales en los ítems**. La puntuación obtenida de este modo, permite situar a cada persona en una posición dentro del conjunto, además de tener un índice de valoración para la muestra.

Cualquier **instrumento de medida** debe superar un proceso de calibración que garantice los resultados de sus mediciones. Los **análisis** que **garantizan la calidad métrica de una escala**, son los **análisis psicométricos** de sus ítems. Si podemos afirmar que mide lo que pretende medir, y que lo mide de un modo seguro o fiable, estamos en condiciones de **garantizar la calidad de los resultados** que se obtengan a partir de estas mediciones. Estas condiciones de científicidad de las escalas, se aseguran a través de **dos propiedades psicométricas**:

- ✱ **Fiabilidad**: precisión y consistencia en la medida. Es la garantía de que la **puntuación obtenida no depende de factores circunstanciales** que podrían alterar el resultado, y por tanto podemos fiarnos de él.
- ✱ **Validez**: la medida representa el constructo que se desea medir y no otro. De este modo aseguramos que las **puntuaciones que obtenemos nos informan del objetivo medido**, y no de otros aspectos, que podrían estar relacionados, contaminando las valoraciones.

Análisis de ítems

En este tipo de escalas, en que **no hay respuestas de acierto-error** sino que cada persona expresa su **opinión personal**, el índice más relevante es el denominado **“índice de homogeneidad corregida”** del ítem, que expresa su grado de discriminación. Es un índice que informa sobre la covariación del ítem con la escala: sujetos con puntuaciones altas en la escala, también tienen puntuaciones altas en el ítem. Dicho de otro modo, **el ítem discrimina entre sujetos “sensibles”** (con altas puntuaciones) y **sujetos “resistentes”** (con bajas puntuaciones). Si no cumple esta condición, el ítem no aportaría información relevante, y su presencia en la escala no estaría justificada.

Fiabilidad

Para medirla utilizamos el **índice alfa de Cronbach (α)**, que mide la consistencia interna del instrumento. Oscila entre 0 y 1, e **indica mejor fiabilidad** cuanto más se aproxima a 1.

Validez

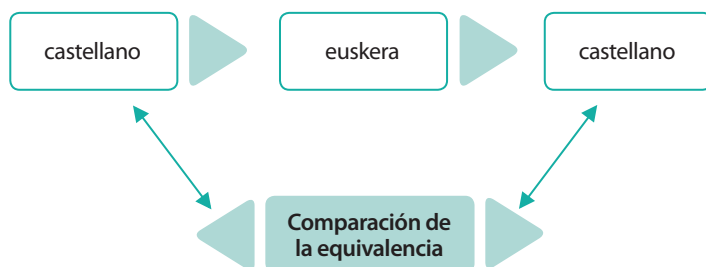
Para **asegurar** la validez, o grado en que la escala mide lo que pretendemos medir, existen **diferentes estrategias**. Todas ellas tienen como **objetivo**, **asegurar que el instrumento se adecue al objetivo para el cual fue diseñado**. En este caso, se optó por una **estrategia de validación** referidas al contenido: el análisis factorial que realiza el examen de las interrelaciones entre los ítems, para confirmar la asociación entre ellos, tal como se espera desde la teoría.

Realizamos este análisis con todos los ítems de la Escala. Los análisis psicométricos se realizaron con el **programa SPSS 14**, Análisis Factorial Exploratorio, por el método de Componentes Principales y Rotación Varimax, por ser el método que mejor se ajusta a los objetivos de nuestro análisis.

Lenguas de la Escala

Para controlar la comprensión de la Escala por las integrantes de la muestra se manejaron en **dos idiomas**. Se elaboró en **castellano** y se tradujo al **euskera**.

Las versiones en euskera de la Escala se realizaron mediante doble traducción (por una persona profesional de la traducción y por una chica bilingüe que utiliza regularmente el euskera como lengua de comunicación), con traducción inversa del texto realizada por 2 chicas y 2 chicos con características similares a la muestra:



Las **categorías iniciales** seleccionadas para **elaborar la Escala** fueron:

1. AUTOCONCEPTO

Conjunto de sentimientos, percepciones y valoraciones que la persona tiene sobre sí misma y que son relativas a las propias características y capacidades, al **concepto** de la persona en **relación** con los y las demás y el **medio**, a los valores, metas, ideales, percibidos positiva o negativamente por la persona.

2. PRESIÓN SOCIAL

Hace referencia a la **influencia que se ejerce para cambiar sus actitudes, valores o comportamientos** de manera de conformidad a las normas del grupo. Entre la gente joven, la presión de los otros jóvenes es considerada una de las formas más difundidas de presión.

3. RESISTENCIA

La resistencia es un **efecto positivo** generado por la **presión social** que se da en adolescentes quienes, viéndose afectados u afectadas por esa presión social pueden rechazarla o ponerla en cuestión.

4. RIESGO

Es un **nivel de vulnerabilidad** ante un posible o potencial perjuicio o daño para las personas: el riesgo se refiere sólo a la teórica "**posibilidad de daño**" bajo determinadas circunstancias.

5. DIFERENCIA EN LA VALORACIÓN DEL CUERPO

Hace referencia a las **diferentes percepciones que chicas y chicos tienen de su propio cuerpo** y del cuerpo del otro sexo.

La Escala se elaboró con **25 ítems**, que determinaron los cinco factores que reseñamos en el siguiente apartado.

Resultados

RESULTADOS CUANTITATIVOS ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA ESCALA

Una de las **primeras conclusiones** del análisis estadístico de la escala (análisis factorial) es que en ésta se pueden **identificar 2 subescalas** que explicarían el conjunto de los ítems. Por un lado, la **Subescala de Vulnerabilidad** a la presión social, y por otro, una **Subescala de Resistencia** a la presión social.

La **subescala de Vulnerabilidad**, incluiría ítems relacionados con la **imagen corporal negativa**, la **sensibilidad a la presión social sobre el cuerpo femenino**, y la **interiorización acrítica** (o falta de crítica) de la presión social sobre el cuerpo femenino.

La **subescala de Resistencia** la conforman aquellos ítems relacionados con la **resistencia a la presión social sobre la imagen corporal**, y la **resistencia a la presión de la moda**.

Subescala de vulnerabilidad. Ítems incluidos

Factor 1. Imagen corporal negativa

- 07. Los y las modelos que veo en la televisión hacen que me sienta mal con mi cuerpo.
- 19. A diario critico mi aspecto físico.
- 10. Me enfado cuando veo a personas de mi edad con mejor cuerpo que el mío.
- 03. Me deprimó cuando voy a comprar ropa y no encuentro mi talla.
- 11. Nada de lo que me pongo me queda bien.
- 14. Controlo las calorías que tiene cada alimento que como.
- 06. En algún momento he pensado que sufro un trastorno de alimentación.
- 24. Me peso todos los días.

Factor 2. Sensibilidad a la presión social sobre el cuerpo femenino

- 02. Las chicas para ligar tienen que enseñar carne.
- 21. Me deprimiría si a los 19 no me hubiese liado con nadie.
- 25. Se valora más que una chica tenga buen cuerpo a que sea lista.
- 22. Si quieres sentirse bien, las chicas que tienen tetas pequeñas deberían operarse.
- 23. Siempre tiene que haber unos tacones en el armario de una chica.
- 12. Me desagradan más los chicos feos que las chicas feas.

Factor 3. Interiorización acrítica de la presión social sobre el cuerpo femenino

- 01. (NO*) Los medios de comunicación influyen negativamente sobre la imagen que tenemos de nuestro cuerpo.
- 08. Me da asco ver a una chica comer mucho.
- 17. (NO*) Mis amigas y amigos me tienen que aceptar con el cuerpo que tengo.
- 16. Me parece peor la gordura en las chicas que en los chicos.

Podemos afirmar que los **ítems referidos al Factor 1**, imagen corporal negativa, inciden en la autocrítica sobre el propio cuerpo, tomando como **referencia** los **personajes que la televisión** propone como modelos, lo que reviste en una **evaluación negativa** de la propia imagen corporal. Incluye además un **componente emocional** de disgusto por no alcanzar o superar el estándar del entorno (en referencia a otras personas con mejores cuerpos, o tallas de ropa), y llevaría asociado un **componente obsesivo por el peso y la alimentación**. La **consistencia interna** de esta dimensión puede considerarse **satisfactoria** ($>0,70$).

Por otro lado, los **ítems incluidos en el Factor 2** indican una respuesta de **sensibilidad** hacia la presión social sobre la imagen corporal de las mujeres, incluyendo un **componente de conciencia** sobre la objetualización sexual del cuerpo y un **componente de vulnerabilidad** a la presión social. Sin embargo, la **consistencia interna** de este factor **es baja** ($<0,70$), pudiendo existir ambigüedad en algunos ítems que permitan interpretaciones diferentes, especialmente si no existe un dominio de la lengua utilizada en la Escala (euskera).

Por último, los **ítems del Factor 3** indican una **aceptación acrítica de la presión social** sobre los cánones sociales impuestos al cuerpo femenino, incluyendo un **componente de ausencia** de conciencia crítica y condicionalidad de la aceptación por parte de amistades a una buena imagen corporal, y un **componente de rechazo** a la gordura. La **consistencia interna**

de este **factor es baja** ($<0,70$) pero aumenta al recodificar las puntuaciones de los ítems 1 y 17, es decir, tomados estos dos ítems en el sentido contrario (“Los medios de comunicación NO influyen negativamente sobre la imagen que tenemos de nuestro cuerpo” y “Mis amigas y amigos NO me tienen que aceptar con el cuerpo que tengo”). Por ello, en el **posterior análisis**, se ha tenido en cuenta la reformulación de las puntuaciones de estos dos ítems.

Subescala de resistencia. Ítems incluidos

Factor 4. Resistencia a la presión social sobre la imagen corporal

- 05. (NO*) Cuido mi imagen para que me quieran más.
- 15. Me molesta que se rechace a los chicos feos.
- 09. Me molesta que se critique a las chicas gordas.
- 04. Si mi pareja me obligara a adelgazar la dejaría.

Factor 5. Resistencia a la presión de la moda

- 18. Las modas las siguen las chicas tontas.
- 13. Me compro ropa sin seguir la moda.

Recodificando el **ítem 5**, y considerándolo inverso (“No cuido mi imagen para que me quieran más”), la **composición del Factor 4** indica un **rechazo hacia la crítica por la imagen corporal**. A pesar de que la **consistencia de este factor es baja**, ésta aumentaría si se aumentaran el número de ítems en este sentido.

En cuanto al **Factor 5**, y con el objetivo de mejorar la consistencia del mismo, **se optó por eliminar el ítem 20** (“Me parece que se exagera cuando se dice de una chica delgada que es anoréxica”), con lo que podemos interpretar este factor como una **resistencia a la presión de la moda**. La **consistencia de este factor**, aun así, sería **baja**, considerando necesario aumentar el número de ítems.

Ambos conceptos **presentes** en las Subescalas, **vulnerabilidad y resistencia**, que analizaremos de forma complementaria a continuación, son útiles para evaluar el constructo de la presión sobre la imagen corporal. Sin embargo, el análisis estadístico indica la necesidad de mejorar la construcción de la Escala. La **subescala de vulnerabilidad** presenta más **consistencia interna** que la de **resistencia**, que deberá ser reformulada y aumentada en número de ítems.

Por otro lado, el **análisis de los resultados** teniendo en cuenta el idioma y comparando con el grupo control (realizado en castellano) parece indicar un problema relevante en la comprensión de la Escala en euskera; la Escala tiene mayores niveles de fiabilidad y validez en castellano, a pesar de que la muestra era menor en este idioma. Algunas **hipótesis** a confirmar en este sentido indican que el **alumnado** de estas edades, aunque utiliza el idioma euskera en el entorno educativo, pueda tener un **nivel de comprensión inadecuada de los conceptos analizados** en este estudio o falta de vocabulario concreto.

Estas **limitaciones** han de **tenerse en cuenta al realizar** las siguientes **afirmaciones** sobre los resultados cuantitativos encontrados, ya que **sería necesario mejorar y reformular** la Escala para mejorar **su validez**, y corroborar la comprensión de la **Escala en euskera**, para poder confirmar los siguientes resultados.

LA VULNERABILIDAD A LA PRESIÓN SOCIAL SOBRE EL CUERPO FEMENINO

La **Subescala de Vulnerabilidad** como hemos indicado, incluye los **elementos de imagen corporal negativa** así como la **sensibilidad y la interiorización** no crítica sobre la presión social del **cuerpo femenino**. Las **chicas y chicos** que obtienen **puntuaciones altas** en esta Subescala podríamos afirmar que **asumen la presión social sobre el cuerpo de las chicas como algo normalizado**, no critican en exceso la influencia de los modelos y los medios de comunicación, o asumen, simplemente que las chicas han de ser delgadas, usar tacones o mostrarse sugerentes.

Estaríamos hablando por tanto de jóvenes que aceptan la presión social y no se enfrentan a ella.

Los resultados de las **puntuaciones obtenidas** por las y los participantes en el estudio indican, en primer lugar, que la generalidad de las chicas y los chicos se muestran en niveles de vulnerabilidad media o vulnerabilidad alta. Es decir, parecen **fácilmente influenciables**, destacando el hecho de que apenas aparecen participantes que se puedan posicionar en un nivel de vulnerabilidad baja. Chicas y chicos son, en definitiva, **vulnerables a esta presión social que se ejerce sobre los cuerpos de las chicas**, aunque mencionaremos algunas diferencias, tanto por sexo como por edad.

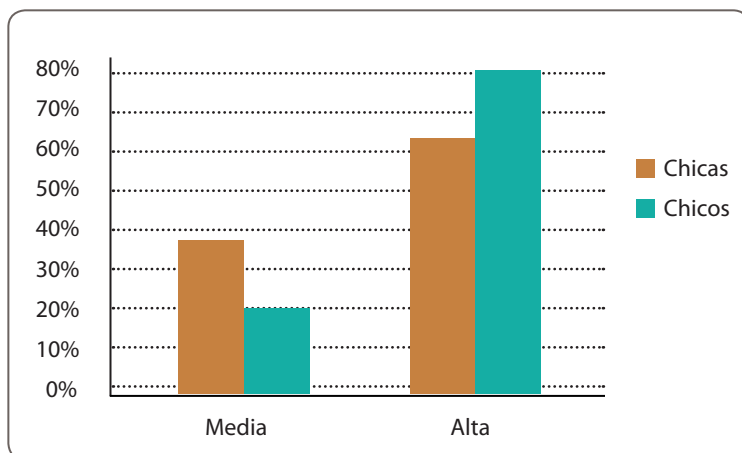
Diferencias por sexo

Chicas y chicos vulnerables a la presión social

A pesar de que tanto las chicas como los chicos obtienen puntuaciones altas en vulnerabilidad en mayor medida, es el grupo de los chicos el que se coloca, en mayor proporción, en el nivel de vulnerabilidad alta. Así, tomados por sexo, el **80%** de los **chicos** se colocaría en un nivel de alta vulnerabilidad frente al **62%** de las **chicas**; del mismo modo, obtienen un resultado de vulnerabilidad media el **38%** de las **chicas** y el **20%** de los **chicos**.

Gráfico 1

Nivel de vulnerabilidad a la presión social sobre el cuerpo femenino, porcentajes en función del sexo



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la Escala

Este resultado indica, que el **grupo de chicos** es el **más vulnerable o influenciable** respecto a la presión social que se ejerce sobre los cuerpos de las chicas. Si tomamos en cuenta los resultados obtenidos en los grupos de discusión, entenderemos mejor este resultado.

La mayor parte de participantes en los **grupos están de acuerdo** con que la **presión social** que se ejerce **sobre las chicas** es mucho **mayor**, identificando **los medios y la sociedad** como **fuentes de esa presión** en la mayor parte de los casos, pero también reconociendo la influencia de la presión de iguales sobre las chicas⁷.

⁷ Se ha utilizado la transcripción literal de la traducción al castellano de los grupos. La D significa dinamizadora.

D: "¿Creéis que en el instituto las presiones son las mismas sobre las chicas que sobre los chicos?

Chicas y chicos: No!!

Chico: Sobre las chicas mucha más.

Chica: Mucha más.

D: ¿Las críticas son mayores?

Chica: Sí, por cualquier cosa.

(...)

Chico: Si alguien está un poco gordito y eso, le vacilan.

Chica: Pero los que vacilan yo creo que son más los chicos ¿eh?

Chica: Si, porque yo a una tía todavía no le he escuchado (decirle nada) a un tío... en cambio los tíos a las tías, sí.

D: ¿Y las tías a las tías?

Chicas y chicos: Sí, también".

(Grupo mixto, 13-15 años)

La influencia que ejerce la opinión y el criterio de los chicos no pasa desapercibido en este sentido.

Chica: "Porque al final los chicos siempre están: tetas, tetas, tetas, culos, culos, culos y nada más, ¿no? Sólo se fijan en eso (otras chicas asienten)... si no estás atractiva para ellos es mucho más difícil... no te van a hacer caso ni nada, eso se ve en clase siempre.

D: "Pero ¿son los chicos los que critican?

Chica: Criticar no, pero al final tiene influencia en tu autoestima, es que no sé...

Chica: Es que tú quieres gustar a los chicos, no a las chicas, entonces, si los chicos siempre van a lo mismo pues... igual las chicas te critican pero te hace más daño si los chicos siempre van donde las mismas".

(Grupo de chicas, 13-15 años)

Así, mientras se identifica cómo la crítica hacia el cuerpo de las chicas sí viene en muchas ocasiones desde las propias chicas, la presión en sí, estaría identificada en los chicos.

Chica: "No es lo mismo la crítica que recibes de una chica que la que recibes de un chico".

(Grupo de chicas, 13-15 años)

D: "¿Creéis que los mensajes que se lanzan a las chicas y a los chicos son equiparables?"

Chico: No, se presiona más a las mujeres.

Chico: En la mujer te fijas si está bien o no y en el hombre no.

D: ¿Creéis que una chica tiene que ser guapa?"

Chico: Es un plus. Te dan más ganas de relacionarte con ella, aunque no sea como pareja, sólo para que sea tu amiga también, si tiene buena imagen te motiva más"

(Grupo de chicos, 16-18 años)

La **importancia del físico y el cuerpo de las mujeres**, por tanto, aparece claramente identificado como un **elemento primordial para valorarlas**, siendo esto una forma de presión. De esta manera, aparecen identificadas de forma reiterada en el discurso de los grupos varias fuentes de presión sobre las mujeres, como la **moda**, el **tallaje de la ropa**, o el cuerpo de las mujeres en la televisión.

Los **medios**, reconocen, **presionan** de forma especial sobre el **aspecto y el cuerpo** que han de tener las chicas, uniformando las mujeres que salen en la televisión a un único modelo: mujeres jóvenes, altas, delgadas y de pecho grande, desde los programas de tarde al espacio del tiempo del telediario. Las **películas** cuyas **protagonistas** siempre han de ser **bellas**, o terminar siendo bellas a través de un cambio y la publicidad, también serían identificadas como **fuentes** de esa **presión**, sobre la delgadez y la belleza.

Chica: "En las series de televisión. Siempre la buena o la que tiene que ser la guapa siempre es delgada y superguapa y ya si es cheerleader bueno... y la perdedora es más fea o más gorda... que aunque luego se convierta en superguapa..."

Chica: Eso es o si es gorda o fea o con gafas o ... cosas normales, al terminar la peli es superguapa, superperfecta, cambio radical, se convierte en popular... o sea, de ser mala y estar gorda y ser fea a ser guapa... hace el cambio radical y ya estoy buena y soy como tú.

(Grupo mixto 13-15 años)

Chico: "Las películas, yo creo que no he visto una protagonista gorda en mi vida".

(Grupo chicos 16-18 años)

Chica: (Hablando del apartado de meteorología del telediario) "Sí, pero el chico está para dar el tiempo y la chica está para dar el tiempo pero también para dar imagen. No es: estás ahí como florero, pero si ya eres guapa mucho más, o sea si tienen a una chica que es superguapa y otra que no y hacen lo mismo, van a acoger a la primera, esas cosas son así..."

(Grupo mixto 13-15 años)

D: ¿Estamos acostumbradas a ver diferentes tipos de mujeres en la tele o más o menos son siempre el mismo tipo de mujer?

Chica: "Siempre el mismo"

Chica: "Más o menos"

(Grupo chicas 16-18 años)

Al **hablar de la moda** y la ropa que tiene que ver con las chicas, el reconocimiento de que existe un **tallaje extremadamente pequeño** en las tiendas que visitan **habitualmente es repetido entre diferentes grupos**.

Chica: "Muchas veces si tienes igual una talla normal, bueno normal o no sé ¿no? que en una tienda la tienes bien y luego vas a Stradivarius o a tiendas así y es que vamos ni la Barbie entra ahí."

Chica: Es que eso es... Aunque no tengas obesidad puedes ir a tiendas y no encontrar "tu talla" y entonces tú también piensas: a ver si yo también soy obesa, y (en realidad) no lo eres, estás normal".

(Grupo mixto 13-15 años)

Chico: "En las tallas de ropa, en los maniqués por ejemplo; no ves un maniquí gordo".

(Grupo chicos 16-18 años)

Chica: Por ejemplo en Zara, esos pantalones es que son así. Los miras y dices "a mí eso no me entra"

(Grupo chicos 16-18 años)

Al mismo tiempo, **la moda en los chicos**, a pesar de ser un elemento que cada vez adquiere más fuerza, **no conllevaría la misma presión** hacia la incomodidad o la delgadez.

Chica: "Sí, pero nosotras las chicas nos fijamos más porque ellos no tienen la presión que tenemos nosotras tenemos que ir... pues igual vas en pantalón, pues mayormente te dicen que tienes que ir con falda, con vestido y con taconazos aunque te revientes los pies, y luego los chicos van con Vans (marca de playeras), con sudadera, y cómodos, y nosotras ahí rompiéndonos los pies."

(Grupo chicas 13-15 años)

Chica: "Sí, los chicos que si las marcas esta es mejor, y tal...pero no es tanto, es que las chicas es como que tenemos que ser de una manera, no sé, creo que a las chicas se les exige más, que tenemos que ser perfectas para los chicos o así"

(Grupo mixto 13-15 años)

E identifican el elemento o sustrato social que está en la raíz de esta presión hacia ellas.

Chica: "Ya y porqué queremos cambiar, o sea ¿porque tenemos que ser de tal manera?"

Chico: Por la sociedad.

Chica: Es que es lo que se lleva.

Chico: ¿Y eso quien lo dice? La sociedad"

(Grupo mixto 13-15 años)

Chico: "Las chicas piensan que tienen que adelgazar, casi todas.

Chico: Yo creo que tienen mucha más presión mediática"

(Grupo chicos 16-18 años)

Chica: "Eso en la sociedad tiene mucha influencia porque lo ves en la televisión, luego en las revistas y en todos los sitios pues al final... influye".

(Grupo chicas 13-15 años)

La **imagen**, así, adquiere una **importancia preferente** en el caso de las **chicas**.

D: "¿Se valora más la imagen en una chica que la inteligencia?"

Chicas: Sí (casi todas).

Chica: Eso es verdad, o sea y no está bien, pero se hace.

D: ¿Y en un hombre?

Chicas: No.

Chica: Más la inteligencia.

D: Y a la hora de contratar a un chico, ¿qué tendrán en cuenta, la imagen o que sea buen profesional?

Chica: Que sea buen profesional (asienten).

D: ¿Se pueden tener más oportunidades de encontrar trabajo siendo guapa?

Chicas: Sí".

(Grupo chicas 13-15 años)

D: "Se valora más que una chica tenga buen cuerpo a que sea lista.

Chicos (general): Sí.

Chico: Mira, por ejemplo, Sara Carbonero... (...)

D: ¿Y en el caso de los hombres?

Chico: Da igual, entraría el que esté mejor preparado, sin importar su imagen".

(Grupo chicos 16-18 años)

Sin embargo, que la **presión hacia ellas** tenga este **sustrato social** significa que **no sólo influye en el grupo de las chicas**. Como vemos, el **grupo de los chicos** se ve claramente **influenciado por esta presión**, con el hecho añadido de que **ellos** mantienen una **posición de poder** cuya crítica o criterio, ejerce más **presión en las chicas**. Si los **chicos son influenciados por los medios**, buscarán y reforzarán a aquellas chicas que cumplan con los criterios de belleza y cuerpo establecido en los mismos, generando presión sobre aquellas chicas que no se corresponden con éstos.

D: "Vale ¿y creéis que se ve igual una chica mona con un chico gordo que un chico mono con una chica gorda?"

Chicas (general): No"

Chica: Los chicos buscan una chica..."

Chica: ...guapa, con buen cuerpo."

(Grupo chicas 16-18 años)

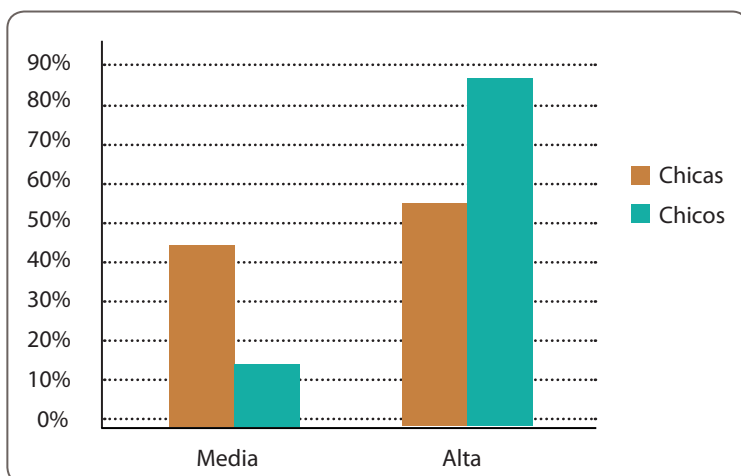
Diferencias por sexo Imagen corporal negativa

Del **análisis cuantitativo** debemos **destacar** también una **diferencia por sexo** que puede sorprender teniendo en cuenta la hipótesis de partida o el marco teórico que haría prever una **mayor negatividad de las chicas con respecto a su imagen corporal**. Si analizamos únicamente los **ítems** que corresponden a la **imagen corporal negativa**, el grupo que obtiene **mayores puntuaciones** de vulnerabilidad es el de los **chicos**.

Así, el **86%** de los **chicos** obtienen puntuaciones de **vulnerabilidad alta** a una **imagen corporal negativa**, frente al **14%** en **vulnerabilidad media**, y el **55%** de las **chicas** son altamente vulnerables frente al **45%** de vulnerabilidad media.

Gráfico 2

Nivel de vulnerabilidad a la imagen
corporal negativa, porcentajes en función del sexo



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la Escala

Aunque debemos tener en cuenta las **limitaciones** que estos **resultados** cuantitativos tienen, el **grupo de los chicos** es más **altamente vulnerable en relación a su imagen corporal**, siendo mayormente negativa. Si pensamos que los chicos están en una edad de muchos cambios físicos y tienen pocas herramientas para utilizar en su arreglo personal (es menos frecuente su uso de la peluquería y maquillaje, por ejemplo) podemos entender su incomodidad; sin embargo, los grupos no reflejan esta sensación.

Podríamos afirmar que, a pesar de que **los chicos** puedan tener una **peor puntuación** en la escala sobre la **auto-imagen de su cuerpo**, no hacen explícito un malestar concreto respecto a ello y tienden más a expresarlo mediante la agresividad con las chicas y con sus iguales. Creemos que contar con otras fuentes de **refuerzo de autoestima** (por ejemplo la **fuerza**, la **inteligencia**, la capacidad de liderazgo...) puede ayudar a **compensar** el déficit en su autoimagen.

A diferencia de ellos, **las chicas** tienen más recursos para poder “**arreglar**” su **imagen corporal**, utilizando la **ropa**, la moda, el **maquillaje** o los tacones, para poder acercarse más al modelo de belleza que tienen como referencia. Además, las chicas explicitan en mayores ocasiones, **utilizar a sus amistades como refuerzo** o apoyo frente a su autoimagen negativa. Las chicas hablan, **desahogan** y cubren sus sensaciones negativas a través de los **grupos de amigas**, y muestran más quejas con respecto a ello. En este sentido, **las chicas**, como colectivo, **se ayudan a interiorizar su autoimagen negativa** al tiempo que descubren los recursos a su alcance para mejorarla.

Por contra, **los chicos** apenas hablan de su **auto-imagen** con sus iguales, **no le otorgan** un nivel de **importancia** en su vida y **exteriorizan** quizá su **vulnerabilidad de una forma externa**, a través de la **agresividad** hacia los otros, la **negación**, o conductas como el **ejercicio de poder**. Así, **los chicos no desahogarían su autoimagen negativa contra sí mismos**, como tradicionalmente hacen las chicas, sino hacia el exterior, pudiendo ser este un **elemento predictor de la violencia** hacia las y los demás.

Esta **forma de exteriorizar**, se expresaba especialmente en el **grupo de los chicos de 13 a 15 años**, a través de la **negación directa de la influencia sobre su aspecto**, la reacción, o la **agresividad** y el **desprecio** hacia las chicas.

D: “La pregunta es ¿cuidáis vuestro aspecto para gustar más al resto o para que os acepten más?

Chico: No, sin más.

Chico: Ya ves tú”.

(Grupo de chicos, 13-15 años)

D: "¿Creéis que la presión es la misma en las chicas que en los chicos?"

Chico: No.

Chico: Pero porque las chicas quieren.

Chico: ¿Y tú por qué no quieres?

Chico: Porque no me sale de ahí".

(Grupo de chicos, 13-15 años)

Chico: "A ver, esta pregunta: las modas las siguen las chicas tontas.

Chico: Bah!, esa fijo.

Chico: Son tontas a más no poder.

D: ¿Pero para vosotros son tontas siempre o son tontas cuando siguen la moda?

Chico: Siempre".

(Grupo de chicos, 13-15 años)

D: "¿Qué actriz os gusta, o qué modelo?"

Chico: Yo ninguna... porque son todas unas putas.

D: ¿Por qué son todas unas putas?

Chico: Porque ganan dinero por andar".

(Grupo de chicos, 13-15 años)

Teniendo en cuenta el **nivel de vulnerabilidad** en que se encuentran **estos chicos**, y si añadimos la adolescencia ya como un periodo de vulnerabilidad, merece la pena **analizar** en más profundidad qué **modelos de masculinidad** influyen la autoimagen corporal de los chicos. La masculinidad hegemónica, fuerte, y competitiva, que ejerce y tiene poder, y los modelos de hombre que aparecen en televisión poco se parecen a la imagen que un adolescente, en pleno cambio corporal, puede asumir. Quizá desde esta vulnerabilidad, y aunque no expliciten en los grupos esa vulnerabilidad, los chicos tengan que **asumir una autoimagen fuerte**, desarrollando **actividades físicas** (ir al gimnasio, realizar deporte) y sociales (participar en un grupo deportivo, o cuadrilla masculina) **que refuercen su autoconcepto**.

D: "¿Qué presión se ejerce sobre los chicos?"

Chico: Si estás tocho o no tocho (fuerte)".

(Grupo mixto, 13-15 años)

D: "¿Y quiénes son los tíos que están buenos?

Chico: Los que miden 1'70.

Chico: Los que tienen tableta.

D: ¿Recordáis que ahí ponía "ir al gimnasio"...?

Chico: Pues claro, esos meten 50 horas al día [queja]"

(Grupo chicos, 13-15 años)

D: "¿Y los chicos se critican entre sí por la imagen?

Chicas: No.

D: ¿Qué motivos tienen los chicos para criticarse?

Chica: Bueno... que no estás tocho, no sequé...

Chica: Bueno eso también... pero es más también con las chicas y así... pues se pican un poco.

Chica: Igual un chico se lía con nosequal y el otro no se lía con ninguna pues se queda un poco como...: Jo, él... y yo no...

D: Pero ¿por la imagen?

Chica: Igual menos entre ellos por la imagen".

(Grupo chicas, 13-15 años)

Chico: "Puede ocurrir que un chico se obsesione con tener un cuerpo perfecto

(Varios afirman que conocen a alguno).

D: ¿Qué hace un chico cuando le ocurre esto?

Chicos: Comer todo el rato proteínas, ir al gimnasio todos los días, cosas de esas".

(Grupo chicos, 16-18 años)

La **competitividad**, conseguir **ligar más**, o la consecución de un **cuerpo fuerte**, que no delgado como en el caso de las chicas, serían los **elementos de presión** hacia los chicos. Sin embargo, **no explicitan** claramente en su discurso que esta presión les genere una dificultad emocional, o una **falta de autoestima**.

D: "¿Cuido mi imagen para que me quieran más?

Chico: Para sentirme bien conmigo mismo

Chico: Mejorar (me gustaría) siempre pero no es una obsesión; si se puede bien y si no, no pasa nada.

D: ¿Qué hacéis para mejorar?

Chico: Cuidarme.

Chico: Comer bien, cuidar lo que se come y hacer deporte".

(Grupo chicos, 16-18 años)

D: "A diario critico mi aspecto físico?

Chico: No me critico pero acepto críticas.

Chico: Primero hay que aceptarse y gustarse a sí mismo, no a otras personas".

(Grupo chicos, 16-18 años)

El **aspecto físico y un cuerpo cuidado**, desde un punto de vista sano y fuerte, parece por tanto un elemento que cada vez intentar conseguir más los chicos. Respecto a los **modelos** que **presencian en los medios**, sin embargo, **no identifican una presión** o influencia especialmente extrema.

D: "¿Y los cuerpos de esos y las revistas tienen influencia sobre vosotros?

Chicos: No.

Chico: Bueno, un poco sí, igual de cara al verano ver a gente como esa con un físico muy bueno pues igual si condiciona tu punto de vista sobre tu cuerpo pero no más.

Chico: Es en ese momento cuando lo piensas (hablan de estar fuertes cuando van a la playa), porque para ir por la calle no le das tanta importancia.

D: ¿En la playa sentís vergüenza?

Chico: No tanto como vergüenza, pero piensas cosas como: ¡o!, tendría que estar un poco más moreno".

(Grupo chicos, 16-18 años)

D: "¿Y cuándo os miráis delante del espejo, os gustaría cambiar algo?

Chico: Sí, te gustaría, pero tampoco....si no, da igual.

Todos dicen firmemente que les gustaría pero que tampoco se van a deprimir por eso.

(Grupo chicos, 16-18 años)

Con respecto a la **moda**, por otro lado, aunque **afirman su influencia**, parecen utilizarla como un **elemento para mejorar su imagen**, pero no como una presión que les incapacite o dificulte.

Chica: "Los chicos también se preocupan por su imagen.

Chico: A ver los chicos vamos a por las marcas y eso y las tías también pero tienen otras cosas.... No sé."

(Grupo mixto, 13-15 años)

D: "(Sobre el pelo uno de ellos dice que va cambiando según la moda). ¿Os preocupa la ropa?"

Chico: No

Chico: Cada uno tiene su imagen

Chico: Cada uno tiene su estilo

D: ¿El estilo es importante?

Chico: Sí.

Chico: Viste lo que quieras tú que ya visto lo que quiero yo."

(Grupo chicos, 16-18 años)

D: "¿Y a ellos les influye la moda?"

Chica: Camisetas que marcan (asienten).

Chica: Los tatuajes, el nosequé...

Chica: Es que igual los chicos tienen la autoestima más alta que nosotras" (una chica está de acuerdo).

Chica: Yo creo que disimulan mejor, también.

Chica: Si a un chico lo critica una chica que le gusta le influirá pero sino..."

(Grupo chicas, 13-15 años)

El discurso de los grupos, por tanto, indica que **los chicos se preocupan por su aspecto**, pero con un **riesgo menor** de que dicha preocupación les lleve a las mismas consecuencias que a las chicas.

D: "Cuido mi imagen para que me quieran más.

Chica: Si te arreglas es para ti, no para los demás.

Chica: Para verte bien tú.

Chica: Sí, si te cuidas, te cuidas para ti pero también para los demás porque si están a gusto contigo pues creo que los demás también... es mejor.

Chica: Pero siempre piensas que quieres estar delgada.

Chica: Sí.

D: O que puede haber unas cosas que podemos...

Chica: ...mejorar

Chicas: Sí"

(Grupo chicas, 13-15 años)

Ane: "Si os dieran la varita mágica, ¿Qué cambiaríais de vuestro cuerpo?

Chica: Más delgada.

Chica: La altura.

Chica: Más tetas (risas)".

(Grupo chicas, 13-15 años)

Las chicas refieren, en muchas más ocasiones compararse con otras chicas con mejor cuerpo o la **comparación con las modelos** y la imposibilidad de acercarse al prototipo de belleza que las modelos suponen, de una forma que hace **daño en su autovaloración**.

D: "¿Os gustaría ser como esas modelos?

Chica: ¡No!

Chica: Como ellas no, pero a veces...no sé, yo me deprimó a veces.

Chica: Pero lo de las modelos es excesivo, están como un palo.

Chica (continúa la anterior): Las modelos no...pero ves a alguna actriz o algo que no esté como un palo, que esté bien...yo me deprimó un poco.

D: ¿Por qué?

Chica: Porque pienso: Jo, podría estar así... mira mis piernas, mira sus piernas, mira sus brazos, mira mis brazos...

Chica (continúa):...si cuidas tu cuerpo y haciendo gimnasia y así lo puedes conseguir, pero es que eso también es el photoshop, coger como...son así o es photoshop y no son así de verdad".

(Grupo chicas, 13-15 años)

D: "¿Con quién os comparáis habitualmente?"

Chica: Pues con las modelos de la tele, por ejemplo.

Chica: Yo siempre.

Chica: No, yo en eso no pero me gustaría ser otra cosa, yo que sé.

Chica: Es que me gustaría ser no sé, más alta."

(Grupo chicas, 16-18 años)

D: "En general ¿estáis contentas con vuestro cuerpo?"

Chicas (general): ¡NO!

D: ¿Hay alguna que esté contenta con su cuerpo?"

Chica: No

Chica: Lo dudo."

(Grupo chicas, 16-18 años)

Chica: "A diario critico mi aspecto físico

Chica: Sí

Chica: Por ejemplo

D: ¿Eso sí hacéis? ¿Todas? ¿O sea todas cuando nos miramos en el espejo vemos algo que no nos gusta?

Chica: Sí

Chica: Es que eso es lo normal."

(Grupo chicas, 16-18 años)

Parece habitual, por tanto (lo que denominan "normal") que **las chicas se autovaloren negativamente**, lo expliciten y se sientan mal a través de las comparaciones con otros cuerpos, al tiempo que **identifican cómo la sociedad y el entorno las presiona para adaptarse a ese modelo**. En este sentido, también se confirma que las chicas explicitan más este malestar, pero también ese acto les permite desahogarse y obtener apoyos, de otras amigas, por ejemplo, y **utilizan recursos**, con más frecuencia que los chicos, para poder mejorar su aspecto físico.

Chica: "Si yo veo que ella (una amiga) está bien con su cuerpo no le diría nada, pero si me dice: "oye, ¿cómo me ves?" pues yo con cariño, se lo diría"

(Grupo chicas, 13-15 años)

Chica: "Yo siempre llevo maquillaje en el bolso
Chica: Y yo, porque al final de la noche...
Chica: Y voy a un bar y me maquillo si veo que lo necesito.
D: ¿Tú durante la noche te retocas?
Chica: Yo también."

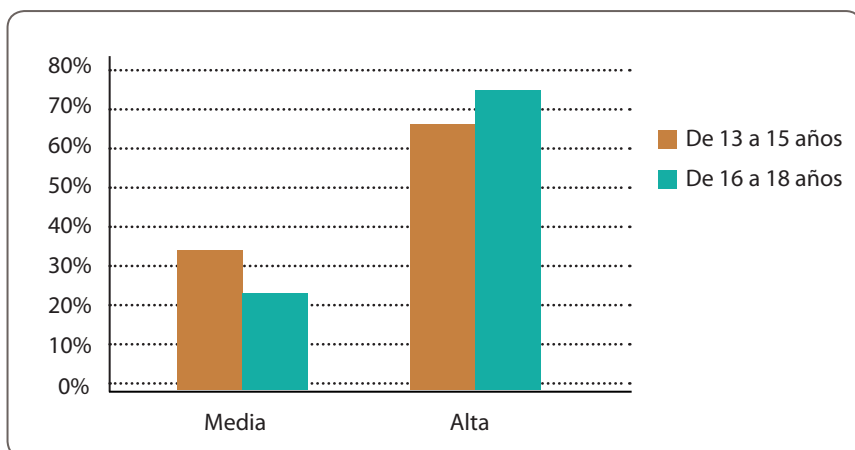
(Grupo chicas, 16-18 años)

Diferencias por edad

Con respecto a la **diferencia más destacable**, teniendo en cuenta la edad de las y los participantes, **el grupo de 16 a 18 años** es el que **mayores niveles de vulnerabilidad** a la presión social soporta. Este hecho, puede tener que ver con que en este rango de edad, **la adolescencia**, es precisamente el periodo de mayor riesgo a la influencia de modelos y la presión del grupo, donde se comienzan las primera relaciones afectivo-sexuales y donde el componente del **cuerpo y la relación con el sexo** contrario adquiere **mayor importancia** frente a otras actividades realizadas en edades más tempranas.

Gráfico 3

Nivel de vulnerabilidad a la imagen corporal negativa, porcentajes en función de la edad



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la Escala

En los **grupos**, esta diferencia se comprueba de una forma más sutil. En el caso concreto de los **chicos**, si bien los de **13-15** niegan, como referíamos anteriormente, la dificultad con respecto a su cuerpo, y se muestran “bravucones” e **insensibles a la presión**, los **chicos** de **16-18** sí explicitan cuidarse más, utilizar la ropa para definir su estilo, y parecen **más conscientes de la presión social** que se ejerce sobre las chicas.

En general, en los **grupos de 13-15 años** parece **haber mayor capacidad para no hacer caso a la presión** o las críticas que en el caso de los más mayores.

D: “Cuido mi imagen para que me quieran más.

Chica: Me veo más guapa y me gusta, igual es un día especial o algo y a lo mejor para verme guapa pero no para que me quieran.es que no tiene nada que ver.

Chico: Yo no la cuido mucho (mi imagen), pero creo que si alguien la cuida es primero para gustarse a sí mismo y luego.bueno, pero lo primero es para gustarte a ti”.

(Grupo mixto, 13-15 años)

D: “Si tu pareja te obligara a adelgazar la dejaría

Chica: Ah, o sea, yo no, yo no le dejaría.

Chica: Yo adelgazaría.

Chica: Yo también.

Chica: Vale, yo tampoco le dejaría porque yo también quiero adelgazar, pero si no quisiese adelgazar y el me dijese que adelgazara... lo mando a la mierda.

Chica: Yo sí controlaría más a la hora de comer.

Chica: Sí.

Chica: Sí.

(Grupo chicas 16-18 años)

Sin embargo, el discurso no permitiría hacer excesivas diferencias entre grupos de edad, ya que la mayor parte de temas se han discutido desde puntos de vista bastante parecidos.

Grupo control

Antes de terminar con el análisis sobre la vulnerabilidad, **destacamos algunos resultados** del grupo control realizado, con el fin de mejorar la generalización de estos resultados.

Llama la atención que **la Escala en castellano obtiene niveles más altos de validez que en euskera**, a pesar de que el número de jóvenes que contestaron en el grupo control es mucho menor y no representativo en comparación con la muestra que respondió la Escala en euskera. Esto indica la necesidad de revisar la conveniencia de hacer una escala en euskera en un tema que hay muy poca influencia lingüística ya que los mayores referentes para las y los adolescentes (modelos, series de televisión, programas, webs y revistas que utilizan) son en castellano y el euskera no aparece como lengua de referencia para construir los referentes culturales de las y los adolescentes.

Las puntuaciones del **grupo control en la Subescala de Vulnerabilidad**, también aportan diferencias con respecto a la muestra en euskera. Así, el **32% de las chicas** en este grupo obtienen puntuaciones de vulnerabilidad media, y el **68% puntuaciones de vulnerabilidad alta**. Del mismo modo que los chicos, cuyo **32% obtiene puntuaciones medias** y el **68% puntuaciones altas**.

El **grupo control**, por tanto, confirma **una mayor proporción de jóvenes que viven con una alta vulnerabilidad la presión social sobre el cuerpo femenino** (el **68%**), pero no confirmaría las diferencias entre chicas y chicos, indicando, por tanto, la necesidad de realizar un análisis más profundo.

Otras variables

Por último, con respecto a la **muestra total**, no reproducimos resultados por municipio, ni por curso escolar, por no considerarse destacables. Sin embargo, merece la pena indicar la diferencia encontrada en función de la **variable nacionalidad**. Así, mientras el **grupo de alumnado autóctono**, se coloca en un **72%** en un nivel de **alta vulnerabilidad** y un **28%** en una **vulnerabilidad media**, el **grupo de inmigrantes** obtiene **puntuaciones altas** tan sólo en el **39%** y **puntuaciones medias** en el **61%**. El **grupo de inmigrantes**, por tanto, y contrariamente a lo que se podría pensar sería **menos vulnerable** o influenciado a esta presión social. Ahora bien, sería necesario profundizar en la variable tiempo de estancia en el país para la población inmigrante para ver si este resultado se mantiene o tiene alguna relación con el tiempo de residencia, lo que nos llevaría a pensar que **el grupo de chicas y chicos inmigrantes van aumentando su vulnerabilidad** a medida que asumen los referentes culturales de su país de residencia.

LA RESISTENCIA A LA PRESIÓN SOCIAL Y LA MODA

La **Subescala de Resistencia**, como indicamos al inicio, considera aquellos ítems que tienen que ver con el **rechazo a la crítica por la imagen corporal** o la **resistencia explícita a la presión de la moda** y el grupo de iguales. **Puntuaciones altas** en esta Subescala nos indicarán un **alto nivel de resistencia** y **puntuaciones bajas**, un **nivel de resistencia bajo**, es decir, falta de recursos o acciones para resistir a esta presión.

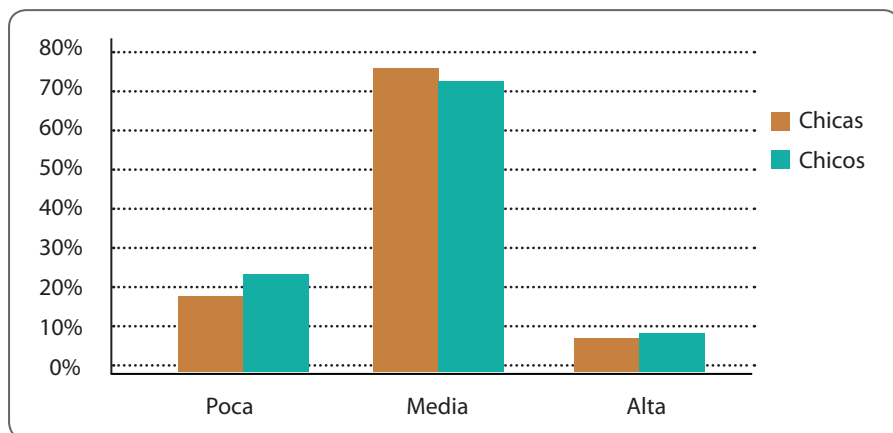
Diferencias por sexo

Las **diferencias** en este caso, entre chicas y chicos no son especialmente destacables. Recalamos sobre todo que la mayor parte se encuentra en un **nivel de resistencia medio**. Así, el **19%** de las **chicas** tendría un nivel de **resistencia bajo**, el **75%**, **medio**, y el **6%** **alto**. Y en cuanto a los **chicos**, el **21%** un nivel **bajo**, el **71%** un nivel **medio** y el **8%** un nivel **alto**.

Por tanto, las **chicas** se colocan con más probabilidad en el **nivel intermedio** o lo que podríamos considerar una resistencia como duda, más que como acto o cambio real, y tan sólo una mínima parte, realizaría esa resistencia de forma activa pero fundamentalmente a nivel individual. No encontramos ninguna experiencia ni siguiera la idea de que la resistencia a este tema pueda ser parte de una acción colectiva o trascienda la queja y la negación racional.

Gráfico 4

Nivel de resistencia a la presión social,
porcentajes en función del sexo



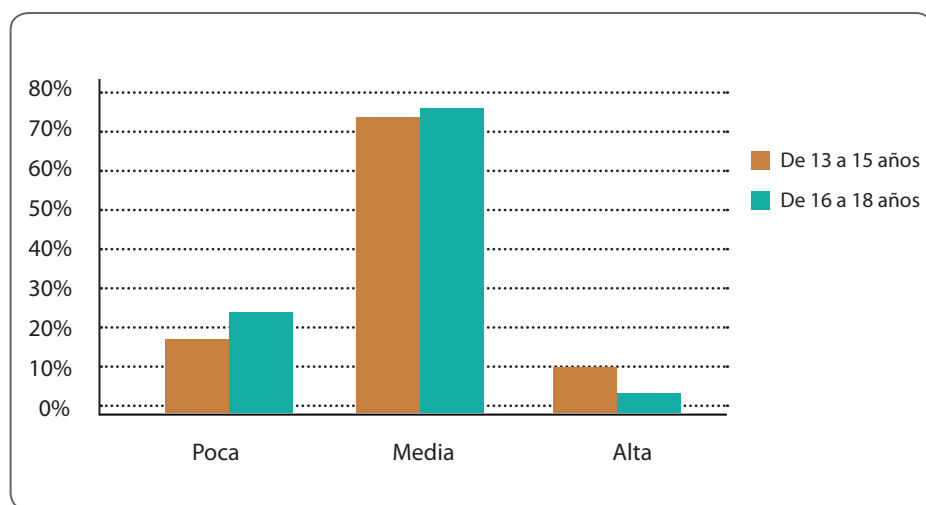
Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la Escala

Diferencias por edad

En cuanto a la edad, confirma el mismo resultado, en cuanto a la mayor proporción de chicas y chicos se encontraría en un **nivel de resistencia medio**. Así, en el rango de edad de **13 a 15 años**, el 18% obtiene puntuaciones de **poca resistencia** el 72% de resistencia **media** y el 10% de resistencia **alta**. En el grupo de edad de **16 a 18**, el 22% tendría una resistencia **baja**, el 74% **media**, y el 4% **alta**.

Gráfico 5

Nivel de resistencia a la presión social, porcentajes en función de la edad



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la Escala

Con respecto a la resistencia, los grupos de discusión confirman las pocas opciones que conocen o utilizan las y los jóvenes para resistirse a la presión social. **No hacer caso, no dar importancia, evitar escuchar**, o responder con indiferencia, parecen las **únicas alternativas** en este sentido.

(Hablando de cómo reaccionar frente a una crítica)

Chica: "Si no te gusta no mires..."

Chica: Ya.

Chica: A mí sí me gusta, no lo voy a cambiar por ti.

D: ¿Tenéis recursos para responder a las críticas?

Chica: En ese momento no.

Chica: Depende.

Chica: Yo sí, respuesta sí, siempre (risas) Hay respuestas y hay respuestas.

Chica: A veces te quedas sin nada que decir pero otras veces, pues eso, me viene alguien estando yo bien y me dice: "oye tal", yo le digo: "pues si no te gusta no mires" pero también puedes estar dolida por dentro (asienten)".

(Grupo chicas 13-15 años)

Aunque apenas se encuentran conductas o comportamientos que confirmen una resistencia activa frente a la presión social sobre el cuerpo de las mujeres, **ejercer una negativa a asumir los cánones de belleza**, especialmente en lo que tiene que ver con su comodidad, o **forma de vestir**, puede ser una de estas respuestas, aunque sólo se encontró en los grupos en una ocasión residual.

Chica: "Pues yo he salido con una sudadera, unas zapatillas y punto. A mí plin!

Chica: Con unas zapatillas.

D: ¿Tú cómo sales de fiesta?

Chica: Con sudaderas nunca.

Chica: ¿Esta? Con vestiditos, con taconitos...

Chica: Sí, o leggings y tacones y camisetas de tirantes o ..."

(Grupo chicas 16-18 años)

De todo ello, deducimos que las **chicas y chicos jóvenes apenas pueden resistirse** activamente frente a la **presión social** que se ejerce sobre su aspecto físico, pero si entendemos un aspecto de **resistencia** en aquellos **comentarios** que expresan **queja o desagrado sobre las presiones**, confirmaríamos esa presencia de resistencia en cuando a que al menos, exista una duda. Esto es, **las y los jóvenes no se resisten activamente**, no participan en acciones colectivas de queja,

no realizan actos de rebeldía contra esta presión (como dejar de depilarse, o reivindicar la gordura), pero en la queja, en la duda, en el considerar que lo que se exige al cuerpo de las chicas es excesivo, supone, en estas edades, al menos una pequeña resistencia.

Grupo control

Los resultados del **grupo control** difieren de los obtenidos en la muestra. En este sentido, en el grupo de las **chicas**, el **4%** tendría una resistencia **baja**, el **68%** una resistencia **media** y el **29%** una resistencia **alta**. Por otro lado, en el grupo de los **chicos**, el **4%** tendría **poca** resistencia, el **41%** una resistencia **media** y el **54%** una resistencia **alta**. Es decir, en comparación con la muestra, las puntuaciones del **grupo control indican mayor capacidad de resistencia**.

La **mayor resistencia** se observa en los **chicos** donde un poco **más de la mitad** aparecen como muy **resistentes al control social**; por su parte, **las chicas** pasan del **6%** de **resistencia alta** en la muestra a un **29%** en el **grupo control**. Estos resultados indican la necesidad de mejorar y profundizar más en el aspecto resistencia y, sobre todo, teniendo en cuenta el alto porcentaje de población inmigrante sería recomendable tomar este factor como variable independiente en próximos estudios.

LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA VULNERABILIDAD Y RESISTENCIA

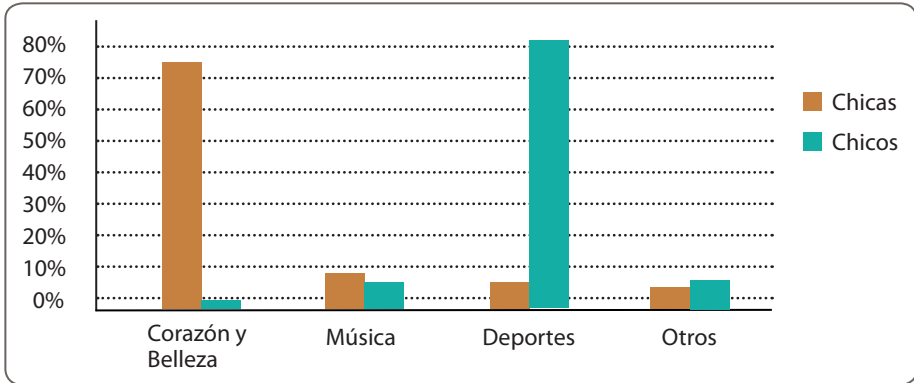
Además de los elementos de vulnerabilidad y resistencia incluidos en la Escala, la **valoración de la influencia** de los medios de comunicación se midió consultando las **revistas, webs y series de televisión** que consumen habitualmente los y las adolescentes, encontrándose diferencias de género significativas y no reseñables en relación a la edad.

Revistas, webs y series y programas de TV

Así, el **76%** de las revistas leídas por las **chicas** pertenecen a la **temática de corazón, moda y famosos**. En el caso de los **chicos**, el **81%** de las revistas que leen son de **deportes y noticias**.

Gráfico 6

Tipo de revistas que con más frecuencia se leen en la población juvenil, por sexo

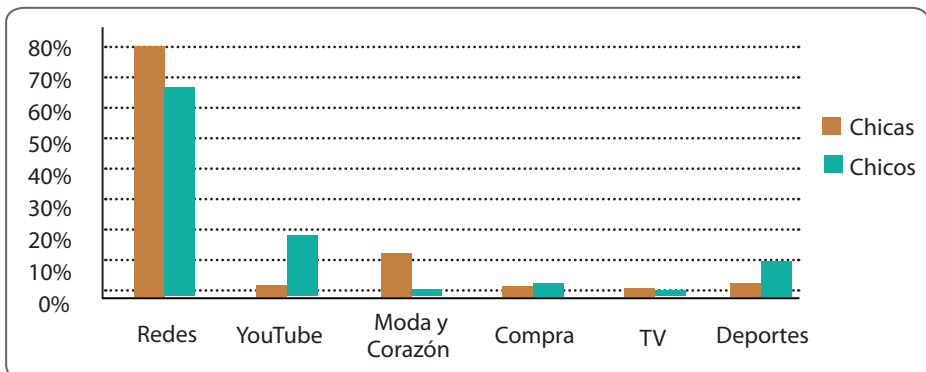


Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la Escala

Con respecto a las **páginas web** que visitan con frecuencia en internet, también existen diferencias en función del sexo. Así, mientras el **80%** de las **chicas** visitan las **redes sociales** con frecuencia, lo explicitan así el **69%** de los **chicos**. Sólo un **2%** de las **chicas** dicen visitar **Youtube** frente al **19%** de los **chicos**. También las **chicas** identifican con mucha más **frecuencia** sus **webs** visitadas con relación a la **moda y el cotilleo**, el **12%** hace mención a webs de estas temáticas, frente al **0%** de los **chicos**; ellos mencionan **webs de deportes** en un **10%**, frente al **2%** de las **chicas**.

Gráfico 7

Tipo de webs que con más frecuencia se visitan en la población juvenil, por sexo

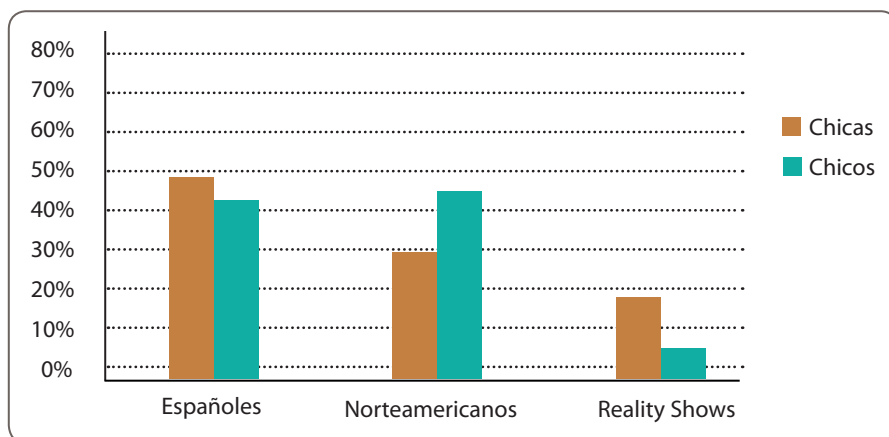


Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la Escala

En cuanto a las **series de televisión** que se ven con más frecuencia, también existen diferencias significativas en función del sexo. La mayor parte de las **chicas** hace referencia a **series y programas españoles** frente a la mayor proporción de los **chicos**, que refieren ver programas y **series norteamericanas**. Así, **49%** de las **chicas** refiere ver **series españolas**, un **30% norteamericanas**, y un **19%** ven **reality shows**. Por su parte, el **43%** de los **chicos** hace referencia a **programas españoles**, el **46%** a **americanos**, y el **6%** a **realitys**. Sorprende que, del resto de programas que refieren chicas y chicos tan sólo se haya hecho referencia a programas de la **televisión vasca** en un **0,06%** de ocasiones, lo que indica el tipo de referencias tienen las y los jóvenes vascos en la televisión y la falta de relación con el contexto en el que viven. Por otro lado, destaca el dato de que las chicas vean más reality shows que los chicos y que los chicos vean más programas norteamericanos que ellas. Es preciso, por tanto, ahondar en este tipo de programaciones para analizar los modelos y referencias que, sobre masculinidad, feminidad e imagen corporal se presentan en los mismos.

Gráfico 8

Tipo de series y programas de TV que con más frecuencia se venen la población juvenil, por sexo



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la Escala

La influencia que **los modelos de reality shows** tienen en las **chicas**, son referenciados, de hecho, con frecuencia en los grupos de discusión. *“Gandía Shore”* o *“Mujeres hombres y viceversa”* aparecen como **programas de referencia**, y sus participantes, como modelos a imitar, criticar y/o idolatrar. Por otro lado, la **queja** respecto a estos programas tiene que ver con la uniformidad de los participantes, esto es, que **todos y todas responder a un mismo patrón de imagen**. En el caso de ellas, **priorizando la belleza, delgadez y sensualidad**, y en el caso de ellos, **la fuerza y la competitividad**.

Chica: "Ha habido una temporadita de Gandía Shore... que espérate... son todo imitaciones por la calle, que tú ves en clase a uno diciendo: «Teté» (risas).

Chica: Y además es que te relacionan con alguien de «Gandía Shore», o sea, estás con una amiga o amigo que ve "Gandía Shore" y haces un gesto así y dice: «Uy, te pareces a Elenia» (risas).

Chica: Esos están todos de supermoda (refiriéndose a «Hombres y Mujeres...» y a «Gandía Shore».

(Grupo chicas 13-15 años)

¿Cómo se sienten chicas y chicos cuando hacen...?

Para valorar el nivel de **gusto o disgusto** con el que **chicas y chicos** realizan actos relacionados con la **imagen corporal**, identificamos una serie de **acciones** que valoraron con **tres notas**: **agrado, indiferencia o desagrado**. Del total, destacamos aquellas acciones que han sido elegidas por la mayor parte de las chicas o de los chicos.

Las **chicas** dicen que les agrada: usar sujetador (al 91%), comprarse ropa (al 89%), arreglarse el pelo (88%), depilarse (81%), maquillarse (74%), adornarse usando pendientes, collares o pulseras (72%), pintarse las uñas (65%), ponerse zapatos de tacón (48%) e ir al gimnasio (47%).

La mayor parte de chicas identifica con **indiferencia**: **hacerse la manicura, hacerse un piercing, hacerse un tatuaje, ir al solárium o ponerse a dieta**.

Ninguna de las **acciones** incluidas se identifica como **algo desagradable** por parte de las chicas, como presión o como acto que realizan a disgusto, resultado bastante llamativo teniendo en cuenta que se incluyen acciones que indican presión como podrían ser depilarse, usar zapatos de tacón o usar sujetador.

Los **chicos** identifican la mayor parte de acciones con indiferencia, lo que confirma la hipótesis de que **los chicos tienen menos recursos con los que adornar su imagen corporal**. Sin embargo, destaca que las mayores proporciones de acuerdo se encuentren con las acciones comprarse ropa (le gusta al 66%) e ir al gimnasio (le gusta al 50% de ellos).

En este sentido, destacamos dos conclusiones, por un lado, la no existencia de desagrado al realizar ninguna de las acciones que tienen que ver con el embellecimiento corporal, la **ausencia de sensación de presión social por parte de las chicas** y la **sensación de agrado** con que dicen **realizar** estos actos. Esto confirmaría el **bajo de nivel de resistencia** frente a las presiones que el modelo de belleza impone. Por otro lado, destaca el hecho de que dos de **las acciones que más gustan a chicas y chicos sea comprarse ropa**. El **89% de ellas** y el **66% de ellos** disfruta comprándola, lo que indica una clara socialización en un mercado consumista que asocia moda y compras con belleza.

Los trastornos de alimentación como riesgo

En los **diversos grupos** en que se ha hablado de los **riesgos** que una **presión social extrema** puede tener sobre las chicas, se identifica claramente que el riesgo en ellas tiene que ver con la **extrema delgadez y los trastornos de alimentación**, como la anorexia o la bulimia, y en el caso de los **chicos con la vigorexia**.

Chica: "Empiezas a bajar un poco, luego otro poco, luego otro poco, ... y al final pues es un problema.

D: ¿Anorexia o bulimia?

Chicas: Sí".

(Grupo chicas 13-15 años)

D: "¿De qué riesgos habláis?

Chica: Bulimia y anorexia.

D: ¿Y en los chicos?

Chico: Androrexia o eso de querer marcar los pectorales comentó nosequién...

D: ¿Y eso en qué consiste?

Chico: Quererse poner mazo o algo así.

D: ¿Conocéis algún caso?

Chica: En un colegio de al lado, los chicos de primero de bachiller, en vez de llevar bocata al patio llevan batido de proteínas.

Chica: Y además para ellos no es bueno porque todavía no se han desarrollado".

(Grupo mixto 13-15 años)

De este modo, el **riesgo** estaría identificado claramente con una **diferencia de género**, mientras en **ellos** el riesgo está identificado con la **necesidad de tener músculos y fuerza**, en **ellas** nos lleva a la **delgadez y el peso**.

Chica: "Mi novio es adicto al gimnasio.

Chica: Jo!... y el mío.

Chica: El mío toma pastillas y batidos y eso".

(Grupo chicas 16-18 años)

D: "Me peso todos los días.

Chicas: (General) Sí.

Chica: Todos los días no, pero uno sí, uno no...

Chica: Yo sí, todos los días".

(Grupo chicas 16-18 años)

En este sentido, además de la **vigilancia del peso** y la necesidad constante de conocer el peso que reconocen las chicas, se añade la **crítica** a aquellas **chicas** que están **por encima del peso** considerado "bello", como se identifica en comentarios anteriores, pero también una **incapacidad** para que las chicas puedan **comer cuanto quieran**, o cuanto les gustaría.

D: "Me da asco ver a una chica comer mucho.

Chica: Ah, a mí no me da asco.

Chica: A mí tampoco, si yo soy una guarra, si yo como mogollón.

Chica: A mí lo que me da es envidia.

Chica: Yo como... demasiado.

Chica: Mogollón y rapidísimo.

D: ¿Y cuando estamos con nuestras parejas comemos lo mismo que comemos en casa?

Chicas: NO!!! (escandalizadas).

Chica: Lo que comes lo comes así, para que no lo vea (girando la cabeza y usando las manos para tapar disimuladamente su boca).

D: O sea, que resulta que vosotras cuatro decís que coméis mogollón pero luego cuando vais con vuestra pareja no.

Chicas: Yo me corto mogollón.

Chicas: Yo también".

(Grupo chicas 16-18 años)

En este sentido, y teniendo en cuenta la prevalencia y las dificultades que los **trastornos de la alimentación** están generando en la sociedad, merece la pena, en posteriores estudios, confirmar la presencia de **comportamientos de riesgo**.

Conclusiones y recomendaciones

Los **resultados de este estudio** nos permiten constatar, en primer lugar, lo **complejo** que resulta el **abordaje de la violencia simbólica**.

Habiendo elegido el arbitrio cultural de la belleza y las presiones sociales para hacer cumplir determinados patrones de género a las y los adolescentes, nos encontramos con que el **grado de exposición** a los mensajes tradicionales sobre el **ideal de belleza femenina es muy alto y vuelve a chicas y chicos muy vulnerables a repetir comportamientos y hábitos de manera inconsciente**.

Analizadas la **vulnerabilidad** y la **resistencia** a las presiones sociales tanto sobre el autoconcepto como el concepto del cuerpo femenino a través de una escala y grupos de discusión, las y los **adolescentes de seis municipios de Bizkaia** se nos presentan como personas muy vulnerables y con escasa capacidad para resistir esas presiones.

Pero entendemos que esta vulnerabilidad sea así, tal y como hemos señalado al principio de este estudio, la **adolescencia** es una **etapa de transición** en el que chicas y chicos tienen bastantes dudas. Que el nivel de **resistencia mayoritario sea medio**, supone que la duda es la mejor resistencia que en este momento pueden construir ellas y ellos.

Cuando iniciamos el trabajo teníamos muchas más referencias sobre la imagen corporal de las mujeres y escasas sobre lo que este constructo significaba para los chicos. Los **resultados**, sin embargo, nos obligan a **revisar algunas de las hipótesis** de partida sobre los chicos, sobre todo porque a pesar de las dificultades que pueda presentar el instrumento, el **grado de vulnerabilidad** que ellos presentan en el autoconcepto, es decir, lo que ellos piensan de sí mismos, nos hace confirmar algunas de las ideas que los estudiosos de la masculinidad adolescente plantean:

los chicos son vulnerables solo que esa vulnerabilidad es potencialmente un riesgo para ellos y para las chicas pues no tienen recursos para afrontarla e integrarla.

Contrastada con una muestra representativa compuesta por **394 chicas y chicos de seis municipios de Bizkaia y de entre 13 y 18 años**, hemos construido una Escala que resultó contener en su interior, dos subescalas, la que muestra el grado de vulnerabilidad y la que muestra la resistencia que chicas y chicos oponen a la presión social. Esta Escala resultó tener mayor fiabilidad y validez en la subescala de vulnerabilidad, pero resulta necesario revisarla para aumentar estos valores en la subescala de resistencia.

Los **grupos de discusión**, sin embargo, como método cualitativo de investigación, nos arrojan datos interesantes para ir acercándonos con mayor precisión a la complejidad de este tema. Por un lado, **constatan que los discursos de los chicos sobre este tema son mucho menos elaborados en comparación a los de las chicas**. Podemos concluir, por tanto, que la imagen corporal, aunque es una preocupación vivenciada en ellos y ellas, no encuentra salida en una expresión clara de los sentimientos y malestares que presenta la población masculina.

Las **chicas**, por su parte, combinan discursos que nos reiteran, en otro campo de la vida cómo es la imagen corporal y el autoconcepto, que **los cambios se dan de manera parcial y contradictoria**. Las chicas se muestran **enfadadas** con los **modelos** que los medios de comunicación les ofrecen pero, a la vez, **tienen interiorizados esos valores como válidos**. Son un reflejo claro de la auto objetivación. Cuando ellas manifiestan su acuerdo con que sí harían dieta si su novio se lo pidiera, su enfado hacia las figuras televisivas que reconocen imposible no puede tener continuidad en su propio comportamiento. Son capaces de **reconocer la irrealidad de esas imágenes-ficción** pero no de resistir la presión que se les hace en lo individual. Si ni siquiera pueden imaginarse esa resistencia en un supuesto figurado, es posible que en la realidad tengan las mismas o mayores dificultades.

De las hipótesis que nos planteamos inicialmente podemos concluir que el **sexo es la variable más fuerte** en relación tanto a la vulnerabilidad como a la resistencia, es decir, en el tema de la presión hacia la imagen femenina vemos que hay un aprendizaje sesgado de hombres y mujeres independientemente del momento vital de la adolescencia que estén atravesando. Cuando revisamos las **influencias de los medios de comunicación**, esta tendencia se refuerza. Las **chicas** están ocupadas y preocupadas por temas relacionados con el **corazón, la belleza** y la vida de otras personas, las y los famosos, en tanto que los **chicos** se ocupan de los **deportes y las noticias**.

La **edad** es importante a la hora de ver el grado de vulnerabilidad y resistencia y, tal como preveíamos, **las chicas de entre 16 y 18 años son más vulnerables** a la presión social que las de entre **13 y 15**. Esta última franja empieza a hacer sus incursiones en las relaciones de pareja en tanto que las más mayores ya tienen más presión en ese sentido y así lo reflejan. Pero, por otra parte, vemos que en la preparación para ser vistas, reflejada en el estudio en lo que les gusta hacer en relación a cuidar y arreglar su autoimagen, la edad no representa una variable diferenciadora: parece que **desde pequeñas esta tarea ocupa y preocupa a las mujeres**.

Llama la atención una variable no contemplada inicialmente que es el origen. **Chicas y chicos extranjeros se muestran menos vulnerables** y con más resistencias a las presiones sobre el cuerpo femenino y el autoconcepto. Podemos pensar que las **diferencias obvias** en el cuerpo de chicas y chicos de **América Latina o África** es ya una **clara limitación** para que no se identifiquen con los **modelos de belleza** que son de piel blanca, estatura alta, silueta delgada... también podemos pensar que la obsesión por alcanzar esos modelos está mucho más extendida en el mundo occidental de mayor nivel de riqueza porque se ha asociado ese modelo precisamente al **éxito y al desarrollo**, o también puede haber diferencias en el proceso de adolescencia de estas chicas y chicos.

Será interesante en futuros estudios abordar la variable procedencia para estudiarla más a fondo y poder extraer conclusiones al respecto.

Por otra parte, el que **no haya diferencias significativas** en el nivel de **vulnerabilidad y resistencia según el municipio** de procedencia nos habla de una **cultura bastante generalizada** a nivel del territorio que no muestra matices a pesar de las diferencias sociales que puedan existir entre los diversos municipios participantes.

Por último, nos llama la atención los **resultados** obtenidos con respecto a la **lengua y la comprensión** diferenciada de lo referido al **autoconcepto y la imagen femenina** si se hace en **euskera y en castellano**. Si revisamos las influencias que tienen chicas y chicos veremos que sobre este tema y, en general, sobre todo lo que hace a la cultura mediática **no hay apenas influencia de series en euskera**. Aparecen como referentes las noticias tanto en prensa como en TV pero de manera escasa. En cambio, **la influencia norteamericana es notable**. Este resultado no podemos generalizarlo a otras zonas donde el euskera sea la lengua vehicular no solo en el centro escolar sino en la vida cotidiana, por lo que sería interesante probar el cuestionario en zonas donde el euskera sea el habla de comunicación constante para comprobar si los resultados obtenidos se mantienen.

Recomendaciones

- La idea con la que se inició el estudio de generar contenidos discursivos para campañas que actúen en la prevención de la violencia simbólica se muestra acertada. El presente trabajo, a pesar de sus limitaciones, da **elementos para empezar a actuar en este terreno de la violencia** que ni es reconocido, ni por tanto, ha sido abordado desde un enfoque feminista. **Será necesario convertir los resultados en instrumentos de prevención**, por lo que se sugiere la adaptación de los elementos encontrados en herramientas de trabajo, sobre todo, aquellos de tipo cualitativo que nos permiten entender el lenguaje y el grado de desarrollo de la preocupación sobre este tema en chicas y chicos. Dicho de otra manera, **es necesario traducir a su propia voz los resultados obtenidos**.

- También es necesario profundizar en el tema que ahora hemos iniciado a reflexionar. Resulta lo suficientemente complejo y poco abordado para dar por cerrado su abordaje. Es **necesario revisar la subescala de resistencia** para encontrar también **claves que orienten a chicas y chicos** en este complejo mundo de la auto objetivación.
- Se hace necesario trabajar en la prevención desde la premisa de que **esta violencia simbólica** está tan **interiorizada y normalizada** que ni siquiera es reconocida como tal y que, incluso, puede generar reacciones adversas por que la línea que separa el discurso sobre la salud del de la belleza y la delgadez, es muy fina. En ese sentido no va a ser fácil reivindicar la diversidad de los cuerpos, pero es precisamente esa la tarea para una prevención eficaz de riesgos mayores como pueden ser los trastornos de alimentación.
- El estudio arrojó **resultados** interesantes en torno a **los chicos y su autoconcepto**. Aunque coinciden con la reflexión teórica que desde la masculinidad están realizando algunos autores, resultará más difícil para ellos aceptar que parte de su alienación tiene que ver con la **dificultad de expresar sus temores sobre su imagen corporal** en la etapa de transición que es la adolescencia. Será interesante **poder profundizar** en el futuro sobre la manera en que **la violencia se empieza a gestar desde esta dificultad** de integrar y digerir la vulnerabilidad de los cuerpos adolescentes masculinos.
- Merece la pena **profundizar** en las **diferencias** encontradas entre la **población adolescente autóctona e inmigrante** sobre la valoración que se hace del cuerpo analizando si, por ejemplo, las chicas y chicos inmigrantes cambian la percepción de su propio cuerpo con el paso del tiempo o desarrollan otras estrategias para integrar sus cuerpos diferentes en medio de las presiones de esta sociedad.
- Es importante que se haga **conciencia en las personas adultas** que rodean a las y los adolescentes (**madres, padres, profesorado**) de las consecuencias que tienen en el autoconcepto y auto objetivación de esta población, los **mensajes** sobre el cuerpo relacionados con la **autoestima** para que puedan ser también agentes en la prevención de riesgos como los trastornos de alimentación o la discriminación y/o segregación de las chicas y chicos cuyos cuerpos no se asemejan a los estereotipos de belleza más difundidos en los medios.
- Aunque es una tarea que rebasa las posibilidades de este estudio e incluso de las entidades que lo realizaron, **llamar la atención a los medios de comunicación** sobre el papel que tienen en el desarrollo del autoconcepto en la adolescencia, sigue siendo una **tarea importante**. Será necesario incidir en aquellos medios feministas aunque su alcance y repercusión sea menor.
- Sería interesante **desarrollar algunas estrategias de difusión** del presente estudio y su temática a través de **medios creativos** que puedan suscitar el interés de la población objeto de nuestras preocupaciones, sea a partir de **expresiones artísticas** como **teatro, cómics, artes plásticas**, u otros medios de interés para las y los adolescentes.

Referencias

- **Aguirre, R. y Güel, P. (2002).**
Hacerse hombres. La construcción de la masculinidad en los adolescentes y sus riesgos. Organización Panamericana de la Salud
http://www.jerez.es/fileadmin/Documentos/hombresxigualdad/fondo_documental/Masculinidad_y_salud/Hacerse_Hombres_Pedro_G_ell.pdf
- **Birraux, A., 2000/3.**
"La projection, instrument d'adolescence". Revue francaise de Psychanalyse (No. 64).
Paris: Presses Universitaires de France
- **Bourdieu, P. (1998).**
La dominación masculina. Barcelona: Anagrama
- **Casper R. C. & Offer D., 1990.**
"Weight and dieting concerns in adolescents, fashion or symptoms?" Pediatrics (86, 384-390).
Illinois: American Academy of Pediatrics
- **Dittmar, H., 2007.**
Consumer Culture, Identity and Well-being: The Search for the 'Good Life' and the 'Body Perfect'.
London: Taylor & Francis
- **Ferro Hurtado M., N.**
"La importancia del autoconcepto". http://www.psicologoescolar.com/ARTICULOS/PAGINAS_DE_ARTICULOS/la_importancia_del_autoconcepto.htm consultado el 23 de mayo de 2013
- **Eco, Umberto (2004).**
La historia de la belleza. Barcelona: Mondadori
- **Edwards, K. 2013.**
"Como transmitir el odio al cuerpo" en <http://www.proyecto-kahlo.com/2013/07/como-transmitir-el-odio-al-cuerpo/>
- **Kaufman, M. (1999).**
"Las siete P's de la violencia de los hombres" en http://www.jerez.es/fileadmin/Documentos/hombresxigualdad/fondo_documental/Violencia_masculina/kaufman-las-siete-ps-de-la-violencia-de-los-hombres-spanish.pdf
- **Lagarde, M, 2005.**
Para mis socias de la vida. Claves feministas para el poderío y la autonomía de las mujeres, los liderazgos entrañables y las negociaciones en el amor. Cuadernos Inacabados No. 48.
España: Horas y horas

- **Larraín, M.L., Camus, J., Orellana, 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 adolescentesmujeres".
 Terapia Psicológica Vol. 27, No. 1, 27-39. Santiago de Chile: Sociedad Chilena de Psicología Clínica
- **Larraín, M., Arrieta, M., Orellana, 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". Psykhe, 22(1), 29-41
- **Laufer, M. y Laufer, E., 1988.**
 Adolescencia y crisis del desarrollo. Barcelona: Expaxs S.A.
- **Lipovetsky, G., 1990.**
 El imperio de lo efímero. Barcelona: Anagrama
- **Martín, M., 2002.**
 La tiranía de las apariencias en la sociedad de las representaciones. Revista Latina de Comunicación Social (50, 1138-5820). Tenerife: Universidad de La Laguna
- **McCabe, M.P., & Ricciardelli, L.A. (2001).**
 "Parent, peer, and media influences on body image and strategies to both increase and decrease body size among adolescent boys and girls". Adolescence, Vol 36, No. 142.
<http://dro.deakin.edu.au/eserv/DU:30001199/mccabe-parentpeer-2001.pdf>
- **Millán, M. (1999).**
 Derivas de un cine en femenino. México, D.F.: Miguel Ángel Porrúa, Colección Las Ciencias Sociales: Estudios de Género
- **Orbach, S., 2010.**
 La tiranía del culto al cuerpo. Barcelona: Paidós Ibérica.
- **Pescador, E. (sf).**
 "Masculinidades y población adolescente" en el Fondo Documental de Hombres por la Igualdad del ayuntamiento de Jerez de la Frontera.
http://www.jerez.es/fileadmin/Documentos/hombresxigualdad/fondo_documental/Identidad_masculina/Masculinidades_y_poblaci_n_adolescente.pdf
- **Piñeyro, M. 2013.**
 "Gorda: relato de una epifanía. En Pikara Magazine, 19/04/2013.
<http://www.pikaramagazine.Com/2013/04/gorda-relato-de-una-epifania/>
- **Winnicott, D., 2009.**
 El niño y el mundo externo. Buenos Aires: Horme-Paidós





Con el apoyo de

