

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

# La imagen personal para la integración de grupos entre los adolescentes de nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga, en la Ciudad de Morelia, Michoacán

**Autor: Juan Francisco Hernández Lira**

Tesis presentada para obtener el título de:  
**Maestro en Comunicación**

Nombre del asesor:  
**Laila Magali Montes Nieto**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**UVAQ**  
M.R.  
Universidad Vasco de Quiroga

**UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA, A. C.**  
COORDINACIÓN DE POSGRADOS EN COMUNICACIÓN

**“LA IMAGEN PERSONAL PARA LA INTEGRACIÓN DE GRUPOS  
ENTRE LOS ADOLESCENTES DE NIVEL BACHILLERATO DE LA  
UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA, EN LA CIUDAD DE MORELIA,  
MICHOACÁN”.**

TESIS DE GRADO

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
**MAESTRO EN COMUNICACIÓN**

PRESENTA:  
**JUAN FRANCISCO HERNÁNDEZ LIRA**

Asesora:  
**DRA. EN C. LAILA MAGALI MONTES NIETO**

Acuerdo: **MAES010901**  
Clave: **16PSU0061A**

**Morelia, Mich., Marzo de 2011**

*El adolescente es un ser extraño, inocente como un ángel, orgulloso como un príncipe, valiente como un héroe, vanidoso como un pavo real, perezoso como un asno, indomable como un toro, irritable como una damisela.*

*Stanley Hall*

# ÍNDICE

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
ANTECEDENTES.....	7
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	11
HIPÓTESIS.....	11
VARIABLES.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS PARTICULARES.....	12
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	13
METODOLOGÍA.....	14
INTRODUCCIÓN.....	16
CAPÍTULO 1	
<b>LA IMAGEN PERSONAL.....</b>	<b>20</b>
1.1 DEFINICION DE IMAGEN .....	20
1.2 INFORMACIÓN SENSORIAL SOBRE EXPERIENCIA CORPORAL.....	28
1.3 NECESIDAD DE UNA IMAGEN.....	31
1.4 ASPECTO FÍSICO DEL ADOLESCENTE.....	37
CAPÍTULO 2	
<b>ADOLESCENCIA.....</b>	<b>43</b>
2.1 LA ADOLESCENCIA.....	43
2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA ADOLESCENCIA.....	56
2.3 INTERÉS POR LA APARIENCIA FÍSICA.....	61
2.4 INFLUENCIA DE LA MODA EN LA IMAGEN PERSONAL.....	66

## CAPÍTULO 3

<b>GRUPOS DE ADOLESCENTES.....</b>	<b>77</b>
3.1 COMUNICACIÓN DE GRUPO.....	77
3.2 RELACIÓN DE GRUPO.....	83
3.3 TIPOS DE GRUPO O TRIBUS URBANAS .....	90
3.4 ESTEREOTIPOS EN LA ADOLESCENCIA.....	99

## CAPÍTULO 4

<b>DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....</b>	<b>109</b>
4.1 CONCEPTOS PREVIOS.....	109
4.2 CONSTRUCCIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	114
4.3 CODIFICACIÓN DE DATOS.....	115
4.4 COMPROBACIÓN O DENE GACIÓN DE HIPÓTESIS.....	139
PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	142
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>145</b>
ANEXOS.....	151
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	153
FUENTES ELECTRÓNICAS.....	155

## **Justificación:**

Esta investigación reconoce la importancia que actualmente tiene y ha tenido la imagen personal en las sociedades de todos los tiempos especialmente en la edad adolescente, las ventajas o desventajas que una imagen dada pueda tener.

La adolescencia, ese periodo de vida que transcurre entre los 14 y los 18 años en que habitualmente se cursan los estudios de nivel bachillerato, se caracteriza por el despertar del individuo a la vida, época de descubrir, de buscar una identidad, de rebeldía o cohibición, manifestada principalmente a través de una imagen personal creada. Inconscientemente la imagen corporal crea grupos de identidad, grupos de coincidencias. Las comunicaciones, la inmigración, la publicidad y algunas otras variables en el entorno de este sector de la población tiene efecto en la elección de la imagen personal, emos, fresas, hippies son ejemplos. La imagen personal y la imagen corporal cambian constantemente en el tiempo, se reconoce su carácter dinámico, producto de modas, condiciones políticas, sociales, psicológicas entre otras. Hacer un alto en el tiempo para observar y tipificar la imagen corporal y personal entre los adolescentes de nivel bachillerato en la ciudad de Morelia, Michoacán, es la meta en este trabajo.

Este trabajo permitirá conocer las opiniones de los jóvenes sobre la apariencia de otros adolescentes y su impacto en la relación de grupo, ya que en este periodo de su desarrollo se busca una identidad o una imagen.

La imagen personal y corporal esta fuertemente influenciada por los medios masivos de comunicación en todos los estratos sociales y en todos los grupos de edades, la adolescencia representa un grupo de mayor vulnerabilidad a los medios de comunicación, que los jóvenes lo entiendan es importante, es una forma de darles libertad.

La adolescencia es un periodo de transición entre la infancia y la adultez. En el trayecto de identificación los adolescentes se insertan en distintos grupos, donde se busca integración en una cultura que lo forma, lo deforma, lo marca, lo construye y lo destruye, afectados por los cambios propios de esta etapa, y en su intento por construir su propia identidad.

Aunque la imagen corporal es cambiante y sensible a los estados de ánimo del adolescente y su ambiente físico, también se forma a partir de las experiencias que el adolescente tiene y de la gente a su alrededor, padres de familia, modelos a seguir, los medios de comunicación y sus compañeros que les dan una idea de que es valorar su cuerpo.

Este proyecto de investigación tema de tesis de maestría pone a disposición de los profesionales en el área de la comunicación, de la educación, de la psicología, de la sociología, de la mercadotecnia y de otras áreas relacionadas con la imagen, un tratamiento detallado y actual sobre la imagen personal y corporal de los adolescentes de nivel bachillerato en la ciudad de Morelia, Michoacán

## **Antecedentes:**

Para la realización de esta investigación se encontraron varios trabajos referentes a la imagen corporal y personal de los adolescentes las cuales han sido un apoyo para el desarrollo de esta investigación.

Las personas que han investigado sobre imagen personal y corporal en los adolescentes son muchas, debido a que la adolescencia es una etapa de descubrimiento, aceptación, identidad, cambio, rebeldía, etc.

Para Camacho (2006), quien investigó sobre las relaciones entre imagen corporal y la actividad física, donde los resultados confirman que la imagen corporal depende fuertemente del tipo de deporte, siendo las chicas que realizan actividades fitness las que poseen peor imagen corporal. Dado que la práctica de deporte organizado se asocia con una imagen corporal positiva, esta forma de actividad física debe ser necesariamente un componente de la prevención de las alteraciones de la imagen corporal entre las chicas jóvenes.

Por otra parte, dadas las diferencias en la imagen corporal de las participantes en aeróbics y gimnasia rítmica, los estudios deberían considerar los tipos de deportes específicos, sin realizar agrupaciones de los mismos.

Otra investigación realizado por Zagalaz, Romero, Onofre (2003), centran su estudio en la anorexia nerviosa en los adolescentes en cuanto a trastorno grave de la conducta alimenticia, en la persona que la padece presenta un peso inferior al recomendado por la Organización Mundial de la Salud para su edad, sexo y estatura debido a reducciones extremas de la comida (anorexia restrictiva), aunque en algunos casos el 50% de las personas que lo sufren usan también el vómito autoinducido y el abuso de laxantes para perder peso (anoréxicas-bulímicas).



Por su parte Perpiña, Baños (1990), realizaron una investigación sobre la percepción de la imagen corporal en adolescentes del sexo femenino utilizando la técnica del calibrador móvil. La muestra se dividió en tres grupos de “peso percibido”: kilos de menos percibidos, peso justo percibido y kilos de más percibidos.

“La obesidad en los adolescentes”, publicada por Calva (s/f), quien hace alusión a que los adolescentes obesos tienen una pobre imagen de sí mismos y se hacen progresivamente más sedentarios y socialmente aislados.

“La imagen corporal en adolescentes mujeres: Su valor predictivo en trastornos alimenticios”, publicado por Rivarola (2003), de la Universidad de San Luis, Argentina, quien evalúa la asociación entre trastornos alimenticios con la insatisfacción de la imagen corporal.

“Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez”, trabajo de investigación realizado por Salazar (2008), quien describe el estado de satisfacción corporal en un grupo de adolescentes costarricenses de ambos sexos.

Analiza la importancia de la imagen corporal en la adolescencia dentro del contexto de una cultura donde el ser delgado está estrechamente relacionado con el atractivo físico. Los y las adolescentes establecen comparaciones entre su apariencia y los modelos ideales sociales, los cuales, al ser poco realistas, les puede generar insatisfacción corporal, ansiedad, depresión, bajo autoestima y trastornos alimenticios.

Las investigaciones, tesis y proyectos buscan un fin específico que permite, a quienes consultan estos temas conocer más a fondo este problema que afecta cada vez a más adolescentes.

Otra investigación realizada por un grupo de jóvenes estudiantes de la universidad de Buenos Aires. Pando, Peña, Piñero, Ruíz (2008), en el mismo se planteó cómo influye la imagen corporal en los adolescentes y cómo se excluye a aquellas o aquellos que no están dentro de los parámetros de cierta moda, estilo o dentro de algún grupo donde se sientan identificados y existan.

Por otro lado la Psic. Barocio (2008), hace una investigación acerca de que la imagen corporal, es una tarea muy importante para el adolescente, puesto que repercutirá tanto en su auto-estima como la confianza que tendrá en sí mismo.

Baile (2002), hace su estudio sobre “Qué es la imagen corporal”, en el su objetivo es analizar el concepto imagen corporal dentro de la psicología actual, en cuanto a su definición, su relación con los trastornos de la conducta alimenticia, así como sus alteraciones y técnicas de evaluación.

## **Planteamiento del Problema**

Se selecciona la imagen personal de los adolescentes de nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga, debido a la preocupación por la apariencia física que cada vez cobra más fuerza e influencia entre ellos. Hoy día la imagen personal es tan importante que muchos jóvenes se sienten discriminados o han sido rechazados por su apariencia física y forma de vestir en algunos grupos por no cumplir las normas de imagen que les exigen. (Rodríguez, 2008).

Actualmente se han hecho investigaciones sobre imagen corporal en adolescentes donde se hace hincapié al cuerpo y todo lo relacionado con él, como las enfermedades de anorexia, bulimia y vigorexia. Sin embargo, la imagen personal es algo esencial en la adolescencia donde los jóvenes recurren a diversos tipos de imagen para lograr ser aceptados a algún grupo aunque en ocasiones estos los excluyan o rechacen. (Zalagaz, Romero, Onofre, 2003).

La publicidad y la mercadotecnia están en todas partes y uno de sus sectores meta más importante son los adolescentes, por la efectividad con que aplican y resultan sus métodos de persuasión (Muñoz, 2009), los adolescentes pueden ser fácilmente influenciados y caen ante los embates publicitarios, se mantienen indecisos en cuanto a su imagen y encuentran en las revistas de moda, en la televisión y el cine los modelos a seguir, piensan que al vestirse como los modelos, actores y cantantes lograrán ser aceptados y admirados por los demás, pero lo que no saben es que los medios de comunicación les vende una imagen falsa e irreal.

Por ello el interés de analizar más a fondo este fenómeno de la imagen personal entre los adolescentes de nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga y ratificar si realmente la imagen personal influye para la integración de grupos.

## **Pregunta de Investigación**

¿Los adolescentes de nivel bachillerato consideran importante la imagen personal como factor de integración de grupo?

Para responder a esta pregunta, se seleccionó al Bachillerato Privado Santo Tomás Moro de la Universidad Vasco de Quiroga de inspiración cristiana y orientación católica, de clase media alta, definiéndose que la unidad de análisis para las variables serán los grupos de primero, segundo y tercer año de nivel bachillerato, aplicándoles una encuesta que consta de 17 preguntas, a parte una serie de ocho imágenes donde los jóvenes mencionarán con adjetivos calificativos a las personas que aparecen en ellas y con sus respuestas a la encuesta aplicada y a las imágenes se puede valorar está y así saber si la imagen personal influye para la integración de grupo entre los adolescentes.

### **Hipótesis:**

La imagen personal de los adolescentes de nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga de la ciudad Morelia es un factor que determina su aceptación dentro de un grupo.

### **Variables:**

Dependiente: Integración de grupo

Independiente: Imagen personal.

## **Objetivo General:**

Demostrar que la imagen personal entre los adolescentes de nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga de la ciudad de Morelia, Michoacán, es un factor determinante para su aceptación en un grupo.

## **Objetivos Particulares:**

- Definir cuál es la imagen de identidad de grupo de los adolescentes.
- Establecer la influencia de la imagen personal en la pertenencia a un grupo.
- Analizar los grupos sociales creados a partir de la Imagen Personal.
- Determinar los casos de rechazo provocados por la Imagen Personal.
- Analizar el efecto social de la imagen personal en los adolescentes.
- Investigar porqué la imagen personal es prioridad en los adolescentes.

## **Tipo de Investigación**

La presente investigación tiene un enfoque mixto, ya que estos estudios participan de la naturaleza de la investigación documental y de la investigación de campo (Tevni, 2000 cita a Zorrilla, 1993).

La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, códigos, constituciones, etc.).

La investigación de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio. (Tevni, 2000 cita a Zorrilla, 1993).

El enfoque mixto: puede utilizar los dos enfoques - cuantitativo y cualitativo- para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema. (Sampieri, 2006).

La investigación cuantitativa: usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Sampieri, 2006).

La investigación cualitativa: utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Sampieri, 2006).

## Metodología

El enfoque de esta investigación es funcionalista;

“Entendemos al funcionalismo, como un conjunto de teorías que con diversos matices se adhieren a los conceptos, y a las funciones, a las instituciones. Lo que caracteriza al funcionalista es que para encontrar constantes en todas las sociedades humanas y elaborar un conjunto de leyes generales, que le den una teoría científica o un conjunto interrelacionado de leyes, elabora una serie de problemas funcionales comunes a toda sociedad”. (Téllez, 2009 cita a Paoli, 1987).

La teoría funcionalista se basa en la teoría de sistemas. Establece que la sociedad se organiza como un sistema social que debe resolver cuatro imperativos fundamentales para subsistir:

1. Adaptación al ambiente,
2. Conservación del modelo y control de tensiones,
3. Persecución de la finalidad,
4. Integración mediante las diferentes clases sociales.

El funcionalismo iniciado por Augusto Comte, Herbert Spencer y Emile Durkheim, establece que: (Téllez, 2009 cita a Lozano, 2007).

-El consenso en ciertos valores básicos es el principal rasgo que mantiene cohesionado y ordenado a cualquier sistema social.

-La sociedad puede verse como un sistema integrado compuesto por partes interdependientes.

Para Verón (1996 citado por Téllez, 2009), el funcionalismo, partiendo de una concepción instrumentalista de las reglas sociales, busca tras la diversidad de costumbres la identidad de la función.

En su libro Teoría de la investigación y comunicación de masas, Lozano (2007 citado por Téllez, 2009) hace referencia a los postulados generales de Robert K. Merton.

Según el cual tiene por:

1. Ser un sistema social puede concebirse como un sistema de partes interrelacionadas; en una organización de actividades interconectadas, repetitivas y estandarizadas.
2. Dicho sistema tiende naturalmente hacia un estado de equilibrio dinámico; si se manifiesta un desequilibrio, se generan fuerzas que tenderán a restaurar la estabilidad.
3. Todas las actividades repetitivas en una sociedad contribuyen hacia un estado de equilibrio; en otras palabras, todas las formas persistentes de acciones estandarizadas cumplen un rol de mantenimiento de la estabilidad del sistema.
4. Por lo tanto, algunas acciones estandarizadas y repetitivas en la sociedad son indispensables para que continúe su existencia; esto es, hay prerequisites funcionales que satisfacen necesidades críticas del sistema, sin los cuales este no sobreviviría.



## Introducción

No cabe duda que la imagen es una palabra cotidiana en nuestro vocabulario y pocas veces se toma en consideración para describir la realidad biológica, psicológica y social de nuestros jóvenes. Se entiende por imagen al conjunto de creencias que cada persona tiene y de las asociaciones que efectúa; y estas son personales y propias de cada individuo. Normalmente lleva asociada un juicio de valor positivo o negativo (como por ejemplo agradable, desagradable, bonito, feo, etc.) y está íntimamente relacionada a la imagen personal o corporal.

El desarrollo de esta imagen, de la noción del propio cuerpo y la apariencia física, va unido al desarrollo biológico del individuo, ya que empieza a formarse desde los primeros meses de vida. Es decir, que esta imagen personal se adquiere y forma a través de un continuo contacto con el mundo. No se trata de algo fijo, ni predeterminado e inamovible, sino de una estructura propia de todo ser humano, sujeta a cambios permanentes; todos los cuales, guardan relación con las acciones en el mundo externo. Esta representación o imagen interiorizada de la belleza está también íntimamente ligada a los lazos afectivos que tiene el sujeto y con la imagen personal que le devuelven los demás. Esto es evidente durante la adolescencia quizá más que en otras etapas de la vida, si no, para comprobarlo basta hacer memoria y recordar cuántas veces los jóvenes han preguntado o preguntaron a sus amigas (o) cómo vestirse para ir a una fiesta; o bien, recordar esa serie de anuncios televisivos donde uno se pregunta: "¿cómo me veo?".

Por todo esto, la imagen que un individuo tiene de sí mismo, es de gran influencia en su comportamiento y está directamente relacionada con su personalidad y más implícitamente con su estado de salud mental.

La adolescencia como sabemos, es una etapa del desarrollo de cualquier ser humano que se caracteriza por cambios físicos, emocionales y sociales; tanto para los hombres como para las mujeres.

Físicos porque el cuerpo empieza a desarrollarse y aparecen los caracteres sexuales secundarios y terciarios, que en pocas palabras y sin pretender dejar de lado muchos aspectos, se refiere a la madurez física reproductiva. Sociales porque los jóvenes aprenden una nueva forma de relacionarse con los demás, con base a lo que han aprendido en sus primeros años de la familia.

Las principales consecuencias psicológicas de estos cambios físicos y sociales, se dan en la imagen personal y corporal, en la reevaluación de uno mismo (¿quién soy?, ¿a dónde voy?) y en la búsqueda de la individuación.

Se deduce por esto, que la adolescencia es un periodo necesariamente inestable en el que los jóvenes, motivados por esa búsqueda de sí mismos y de un lugar en el mundo, se lanzan con ansiedad día a día, a experimentar. Esta experimentación se da en muchos ámbitos de nuestra vida cotidiana y ciudadana; los gestos, las poses, la alimentación, las dietas, el ejercicio físico, los aeróbicos, la música, la vestimenta, el lenguaje, los lugares a frecuentar para estar "in", etc. Visto bajo esta perspectiva, es entendible que los jóvenes quieran explorar el mundo de nuestros implementos culturales; es decir, los aretes, la pintura de uñas y cabello y/o los tatuajes, todo esto se ve en la televisión, en las calles y en las escuelas secundarias y preparatorias.

Por todo lo anterior este trabajo de investigación se ha dividido en cuatro capítulos. En el primer capítulo se aborda lo referente a la Imagen como tal y de donde se tomará como referencia a seguir el Modelo de Imagen Corporal de Slade el cual se divide en siete incisos de los cuales sólo nos basaremos en tres para este trabajo de investigación que son a) Historia de información, sensorial recibida sobre experiencia corporal, c) Normas sociales y culturales y d) Actitudes

individuales hacia el peso y la figura, que son los que nos importan, para después continuar con la imagen personal sin dejar a un lado la imagen subjetiva que es la importancia que van elaborando los adolescentes de su cuerpo físico en función de factores sociales y culturales.

Después se da paso a la necesidad de una imagen, los adolescentes están en una etapa en donde lo esencial es proyectar una imagen favorable hacia los demás, por ello buscan esa necesidad de que su imagen sea impecable, llamativa, original, etc.

El aspecto físico del adolescente es algo que no puede dejarse a un lado, la creatividad de los adolescentes está a flor de piel y las alternativas que tienen son muchas, por ello prueban muchas formas de vestirse para agradar o presumir a los demás y su aspecto físico es algo muy importante para su edad.

En el capítulo dos se hace referencia a todo lo relacionado a la etapa de la adolescencia, la etapa de la transición entre la niñez y la edad adulta, sin dejar aún lado la adolescencia temprana, la adolescencia tardía y la adolescencia como tal, obviamente sin dejar de mencionar las características más importantes de esta etapa abarcando desde los 12 hasta los 19 años.

En el mismo capítulo también se habla del interés de los adolescentes por la apariencia física, esta edad lleva a los adolescentes a imitar o quieren parecerse a los modelos de revistas y televisión con tal de lograr la aceptación de sus compañeros. Porque la influencia de la moda en su imagen personal va por delante y ellos no quieren quedarse atrás, si no todo lo contrario “de la moda lo que te acomoda” y los adolescentes prueban de todo con tal de estar “cool”, no importando si la moda es estar delgada, musculoso, probar la droga de moda, beber alcohol y fumar para sentirse grandes y respetados por los demás.

En el capítulo tres se habla de la comunicación de grupo entre los adolescentes, ese proceso de compartir el sentido del ser. Los jóvenes se comunican para satisfacer sus necesidades, fortalecer y mantener un sentido de identidad.

La relación entre los adolescentes en esta edad significa establecer relaciones duraderas basadas en la confianza, la intimidad, la comunicación, el afecto y el reconocimiento mutuo.

La juventud no está agrupada solo por la edad, si no por formas de pensar y sentir parecidas, donde se encuentra una gran diversidad de culturas, consumo y forma de vida adolescente a la que llamamos tribus urbanas.

Una tribu urbana es un grupo de gente que se comporta de acuerdo a las ideologías de una subcultura, que se origina y se desarrolla en el ambiente de una urbe o ciudad.

Los adolescentes se agrupan en diferentes tribus con tal de ser aceptados y sentirse protegidos, otros en cambio solo lo hacen por moda o por llevarles la contraria a sus padres.

Por último se habla de los estereotipos y como estos han influido en los últimos años en los adolescentes, pretendiéndoles vender una imagen irreal e imposible pero que de la cual los adolescentes tratan de imitar contra viento y marea.

Por último se presenta un reporte de los resultados obtenidos de la investigación de campo realizada a alumnos de bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga de la ciudad de Morelia, Michoacán. Y como consecuencia de ello, la propuesta a aplicarse en el futuro.

# CAPITULO I

## La Imagen Personal

### 1.1 Definición de Imagen.

La imagen es el conjunto de creencias que cada persona tiene y de las asociaciones que efectúa; y estas son personales y propias de cada individuo. (Billorou, 2009).

Dolto (1992), afirma que la imagen del cuerpo es la síntesis viva de nuestras experiencias emocionales. Es aquello en lo cual se escriben las experiencias relacionadas de la necesidad y del deseo, valorizantes y/o desvalorizantes, es decir, narcicizantes y/o desnarcicizantes. La imagen del cuerpo es la huella estructural de la historia emocional de un ser humano.

Según Gordoá (2004), la imagen es percepción que se convierte en la identidad y con el tiempo en la reputación.

La imagen personal es la percepción que sobre un individuo tenga su grupo objetivo mediante la cual éste le otorgará una identidad.

La imagen personal está formada por el aspecto psicológico y por lo físico. La apariencia personal es muy importante para estar a gusto consigo mismo, especialmente en el desarrollo de la adolescencia, de acuerdo con sus características corporales diferentes, que se dan en el paso de una edad a otra, en la que los cambios morfológicos y psicológicos son muy claros.

Para Rentería (2009), la imagen personal es todo aquel proceso de cambio físico-psicológico, que aplicamos en nosotros de manera individual con el objetivo de mostrar a los demás lo que somos en fondo y forma, misma que nos ayudará a generar opiniones favorables en la cada día más exigente era de la globalización.

El mundo contemporáneo nos exige ser más competitivos en cualquier ámbito en el que nos encontremos, es por ello que la imagen personal cobra especial importancia al momento de establecer contacto con las personas que rodean nuestro entorno, debido a que, en muchas de las ocasiones, son ellos los que contribuyen a generar una autopercepción favorable o desfavorable respecto a lo que somos, y como consecuencia, logramos el que ellos mismos nos concedan un nivel de competencia mayor en cada una de las actividades que llevamos a cabo, lo que tendrá un alto impacto en nuestra estima.

Imagen personal, es la que se articula sobre personas. El accionar de éstas articula una imagen en la gente que está en contacto con ellas. A veces esta imagen es involuntaria, no está elaborada conscientemente por el emisor, pero en otros casos sucede todo lo contrario. Las personas públicas tratan siempre de articular en el público objetivo la imagen más positiva. Estas imágenes deben adecuarse a las expectativas del público elegido. Lo que esperan los jóvenes de la imagen de un cantante es lo opuesto a lo que espera un hombre maduro de su médico. Las imágenes personales, como cualquiera de las otras, deben ser elaboradas y definidas previamente para implementar las acciones estratégicas adecuadas para lograrlas. (Billorou, Capriotti, Chávez, Fernández, 2009).

En ciencias sociales la imagen corporal se considera que surge en general de la interacción social y la imagen que posee el adolescente es producto de experiencias reales y fantasiosas, que provienen en parte de su propio desarrollo físico, del resalte que los compañeros dan a los atributos físicos y de la percepción cada vez mayor de las expectativas culturales. De las expectativas de los otros y de la valoración que éstos hacen de su conducta, el adolescente infiere un concepto de su propia importancia y de su status ante los demás.

La imagen corporal en general es de mayor importancia para la muchacha que para el muchacho adolescente. La sociedad brinda más relevancia a la forma femenina que a la masculina, a la par que las mujeres tienen inclinación por capitalizar su apariencia.

La sociedad espera que la mujer haga resaltar su atractivo mediante el empleo de indumentaria sexualmente excitante y con joyas, mientras que los hombres sienten menos presión para interesarse por la apariencia de su cuerpo. (Fitzgerald, Strommen, Mckinney, 1984).

Analizando las aportaciones de Pruzinsky y Cash (1990 citados por Baile, 2003) proponen que realmente existen varias imágenes corporales interrelacionadas:

-Una imagen perceptual. Se referiría a los aspectos perceptivos con respecto a nuestro cuerpo, y podría parecerse al concepto de esquema corporal mental, incluiría información sobre tamaño y forma de nuestro cuerpo y sus partes.

-Una imagen cognitiva. Que incluye pensamientos, auto-mensajes, creencias sobre nuestro cuerpo.

-Una imagen emocional. Que incluye nuestros sentimientos sobre el grado de satisfacción con nuestra figura y con las experiencias que nos proporciona nuestro cuerpo.

Para estos autores la imagen corporal que cada individuo tiene es una experiencia fundamentalmente subjetiva, y manifiestan que no tiene porque haber un buen correlato con la realidad. Este concepto amplio de imagen corporal, tiene las siguientes características:

1.- Es un concepto multifacético.

2.- La imagen corporal está interrelacionada por los sentimientos de autoconciencia:

“Cómo percibimos y experimentamos nuestros cuerpos se relaciona significativamente a cómo nos percibimos a nosotros mismos”

3.- La imagen corporal está socialmente determinada. Desde que se nace existen influencias sociales que matizan la autopercepción del cuerpo.

4.- La imagen corporal no es fija o estática, más bien es un constructo dinámico, que varía a lo largo de la vida en función de las propias experiencias, de las influencias sociales, etc.

5.- La imagen corporal influye en el procesamiento de información, la forma de percibir el mundo está influenciada por la forma en que sentimos y pensamos sobre nuestro cuerpo.

6.- La imagen corporal influye en el comportamiento, y no sólo la imagen corporal consciente, sino también la preconscious y la inconsciente.

Thompson (1990 citado por Baile, 2003), amplía el término de imagen corporal, además de los componentes perceptivos y cognitivo-emocionales, ya mencionados antes, incluye un componente conductual que se fundamenta en que las conductas tienen origen en la consideración de la forma del cuerpo y el grado de satisfacción con él. Por ejemplo evitar situaciones donde se vea el cuerpo desnudo o comprar ropas que simulen ciertas partes del cuerpo.

Otros autores como Slade (1994 citado por Baile, 2003), centran su explicación más en una representación mental, la cual se origina y modifica por diversos factores psicológicos individuales y sociales, la define así: *“la imagen corporal es una representación mental amplia de la figura corporal, su forma y tamaño, la cual está influenciada por factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos que varían con el tiempo”*.



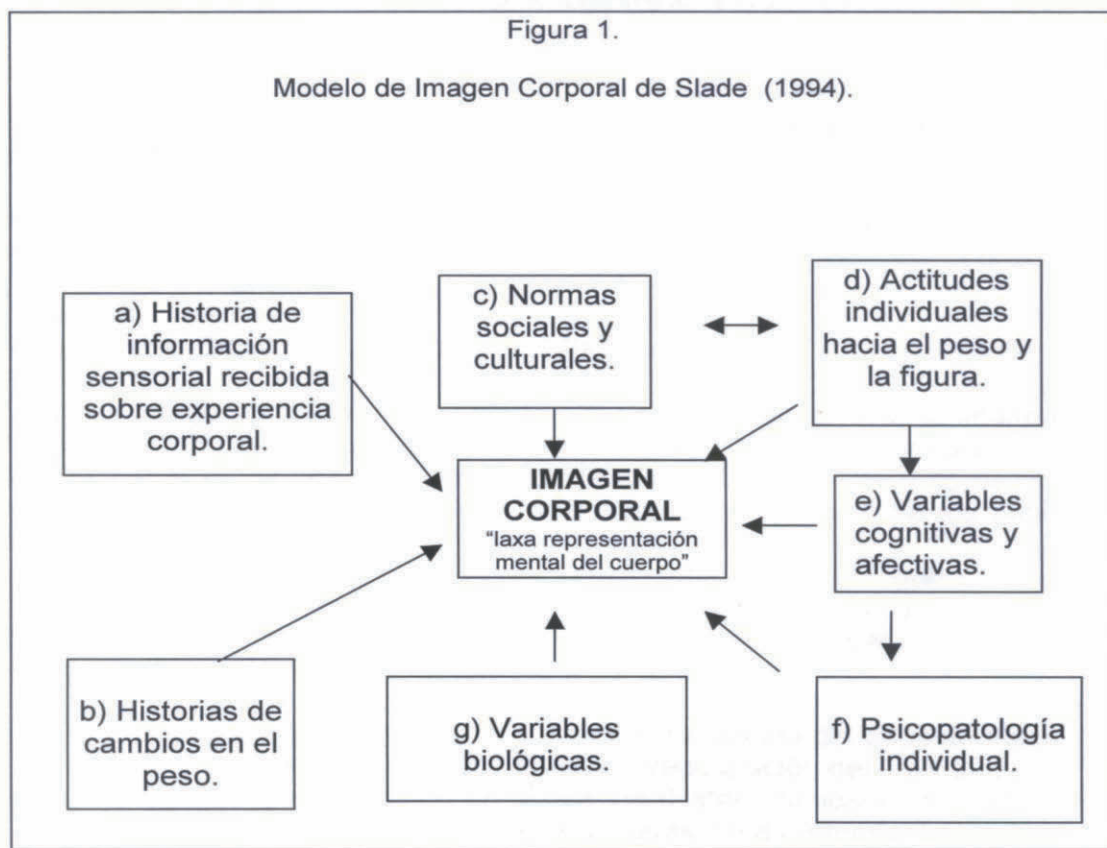


Figura 1. Esquema tomado de [www.uned.es/ca.tudela/revista/n002/baile-ajensa.htm](http://www.uned.es/ca.tudela/revista/n002/baile-ajensa.htm)

Existen varios modelos explicativos de los elementos que influyen en la creación de la imagen corporal, y uno de los más complejos es sin duda el de Slade (1994), cuya adaptación puede verse en la *figura 1*. En estos modelos se proponen como elementos sustanciales, entre otros, las variables cognitivas y afectivas, psicopatología individual, variables biológicas, historias de cambios en el peso, actitudes individuales hacia el peso y la figura, normas sociales y culturales, y historias de información sensorial recibidas sobre experiencia corporal, siendo los tres últimos factores el marco en el que se pueden incluir los resultados de este trabajo de investigación.

Como lo mencionamos anteriormente nos basaremos en el esquema de (Slade, 1994), para la realización de esta investigación, en el cual los adolescentes por pertenecer al grupo deseado hacen cualquier cambio en su imagen que va desde

su forma de comportarse, de vestirse, de hablar, de lograr una imagen especial para ser aceptados no importando las consecuencias que esto genere con el tiempo.

La profesora Raich (2000 citado por Baile, 2003), propone una definición integradora de Imagen corporal: es un constructo complejo que incluye tanto la percepción que tenemos de todo el cuerpo y de cada una de sus partes, como del movimiento y límites de éste, la experiencia subjetiva de actitudes, pensamientos, sentimientos y valoraciones que hacemos y sentimos y el modo de comportarnos derivado de las cogniciones y los sentimientos que experimentamos.”

Y se resume, “la imagen corporal es un constructo que implica lo que uno piensa, siente y cómo se percibe y actúa en relación a su propio cuerpo” Raich, Torras y Figueras (1996 citado por Baile, 2003).

Para Baile (2003), la imagen corporal es constructo psicológico complejo, que se refiere a cómo la autopercepción del cuerpo/apariencia genera una representación mental, compuesta por un esquema corporal perceptivo y así como las emociones, pensamientos y conductas asociadas.

Cabot (citado por Fitzgerald, Strommen, Mckinney, 1984), adelantó una teoría de la “ventaja socio biológica”, según la cual el adolescente cuyo tipo somático se parecía al “atlético” o ideal, gozaba de ventajas especiales y de buenas oportunidades por la imagen positiva que proyectaba. Por estereotipos culturales antiguos y por los estándares contemporáneos que a atractivo se refieren.

El aforo de su cuerpo, por ende, depende de asuntos tales como sus relaciones con los otros, la asimilación de los nuevos roles, el concepto de su capacidad para ejecutar meta, la estimación de si, los sentimientos de seguridad y los de frustración.

Estima sí las actividades del adolescente hacia su propio cuerpo influyen los conceptos que de sí tienen y que las actitudes de los demás para su cuerpo afectan sus respuestas a las expectativas de éstos.

Los cambios físicos de la adolescencia colocan al niño en una situación en que experimenta algo físico que antes no había experimentado. El aumento repentino de estatura y de peso, y el inicio del desarrollo sexual y de los impulsos sexuales que lo acompañan, son cambios dramáticos que se verifican en comparación con los amigos. Se ven más claramente los diferentes ritmos de maduración entre varones y mujeres.

Algunos de estos cambios son importantes sencillamente porque son el criterio por el cual los demás perciben al sujeto, o el sujeto se percibe a sí mismo, como masculino o femenino.

El proceso por el que se llega a ser un hombre, no solamente significa que se ha dejado de ser un niño, sino que también implica estar seguro de que es un varón normal.

Los cambios físicos de la adolescencia pueden dar pie de muchas maneras a que un niño o una niña pongan en tela de juicio su normalidad. Como las experiencias no tienen nada en común con la niñez, dan origen a dudas muy naturales acerca del futuro.

En un intento por hacerse normales y aceptables, algunos adolescentes parecen llegar a extremos ridículos, desde el punto de vista de los observadores adultos. La preocupación por el propio atractivo físico evidentemente no se restringe a la adolescencia temprana. Sin embargo, solamente hasta entonces empieza a tener importancia.

La normalidad incluye un conjunto estético de rasgos humanos basado en diferencias individuales y no en una norma inventada por diseñadores de modas y por los anunciantes de cosméticos. Parece que el ideal de la masculinidad está más definido que el ideal de la feminidad.

Los cambios fisiológicos obligan a revisar y rehacer la imagen del propio cuerpo: la preocupación por el propio físico pasa a primer plano. Pero no sólo la imagen del propio físico, sino la representación de sí mismo pasa a constituir un tema fundamental.

La apariencia física entre los adolescentes parece cobrar más fuerza cada día, querer pertenecer a los grupos más populares y ser aceptado por todos provoca que los adolescentes se preocupen más por su apariencia que por su forma de ser.

Esto puede traer consigo problemas alimenticios, de autoestima, de depresión, etc. en los jóvenes, todo por no lograr una aceptación entre los demás, porque hoy día ser el mejor vestido, el de mejor cuerpo, el atlético, la güerita, la bonita, es más aceptable; estos atributos entre los grupos de adolescentes de bachillerato y discriminar a todos aquellos que no los cumplen provocan que se conviertan en jóvenes egoístas, egocéntricos, modestos y materialistas.

## **1.2 Información sensorial sobre experiencia corporal.**

La imagen subjetiva parte de la importancia que van elaborando los adolescentes de su cuerpo físico en función de factores sociales y culturales vehiculados por los otros compañeros y por la sociedad adulta.

Para todas las personas existen dos aspectos o modos que conviven en el quehacer mental: lo manifiesto y lo latente.

Según Martínez (2009), lo manifiesto es aquello que expresamos, lo que efectivamente decimos, transmitimos. Lo que se ve, se escucha, se entiende, de aquello que mostramos, expresamos y damos a conocer de múltiples formas en la vida cotidiana, a los otros y a nosotros mismos.

Lo latente se trata de lo que está oculto. De lo que no se ve ni se escucha a simple vista, lo íntimo, lo que se esconde detrás de lo que se manifiesta. No se trata de que un aspecto sea verdadero o falso, sino de que lo latente influye en lo manifiesto, y viceversa, y de que poseen una relación muy particular.

A partir de esto, podemos definir los tipos de imágenes que forjamos de nosotros mismos:

Imagen subjetiva se refiere a la versión íntima que una persona guarda de sí misma. Es la imagen singular, privada, más relacionada con lo latente, que una persona tiene de sí. Es la que difícilmente comparte con otros, porque de hecho puede incluso desconocer algunos aspectos. Por ejemplo, alguien puede tener una imagen subjetiva muy desfavorable de sí mismo sin saber porqué, desconociendo el origen real de esa percepción. La imagen subjetiva está constituida fundamentalmente por pensamientos, pero posee una gran carga afectiva.

*Imagen corporal:* esta imagen incluye el cuerpo. El cuerpo - que a partir del estadio del espejo, deja de ser un conjunto de partes para pasar a ser vivenciado por el niño como un todo - también sufre los avatares de la constitución de una imagen.

*La imagen corporal es la suma de: el cuerpo + la imagen subjetiva.* Es decir, es la imagen subjetiva que tenemos de nuestro propio cuerpo. Como es subjetiva, puede estar desfigurada por nuestra mente, más allá cómo nuestro cuerpo sea percibidos por los otros en la realidad. Por ejemplo: una adolescente que se ve gorda, a pesar de estar por debajo de un peso saludable.

*Imagen social:* es la que incluye los aspectos relacionales. Cómo hablamos, cómo nos conducimos en público, cómo nos vinculamos a los otros. Incluye nuestro aspecto general (vestimenta, peinado, arreglos, etc.). Es puramente manifiesta, aunque mantiene íntimamente relación con los aspectos latentes de la personalidad. La imagen social es la que definitivamente mantenemos "para afuera", a pesar de que en lo personal algo no esté funcionando bien.

*Imagen personal:* se relaciona con aspectos manifiestos. Es aquella que decimos que tenemos de nosotros mismos. "Yo soy...". Es la que vendemos en una entrevista de trabajo, la que relatamos a un amigo, la que le contamos a alguien que nos gusta en una primera cita. Es aquello que respondemos cuando nos preguntan cómo nos definiríamos.

Es decir que, en lo que respecta a la imagen, tanto lo manifiesto y lo latente, son elementos que nos ayudan a entender porqué transmitimos una cosa y no otra, porqué percibimos de una determinada manera, qué nos inspira a hablar de una manera y no de otra, a vestirnos, a relacionarnos con unos y no con otros. Qué pensamos de nosotros mismos y porqué. (Martínez, 2009).

La Imagen subjetiva la va formando el adolescente conforme va creciendo, su forma de expresarse ante los demás dependerá con quien se encuentra, y solo él sabe si desea ser parte de ello, si se siente a gusto consigo mismo, de él dependerá si expresa lo latente o lo manifiesto, los jóvenes hoy día pueden ser muy extrovertidos o muy introvertidos dependiendo de los factores culturales o social.

Después de definir algunos tipos de imágenes, el siguiente trabajo lo enfocaremos a la imagen personal que es la que más nos importa, el saber si esta influye para la integración de grupos entre los adolescentes de nivel bachillerato en la Universidad Vasco de Quiroga de la ciudad de Morelia, Michoacán. Aparte en el Modelo de Imagen Corporal de Slade mencionado anteriormente.

### **1.3 Necesidad de una imagen**

En la adolescencia se dan una serie de cambios que se relacionan entre sí. Cambia nuestro aspecto físico, nuestra forma de pensar y de sentir.

Según Marroquín (2009), en este periodo dejamos de tener el cuerpo de niños que teníamos para desarrollar los caracteres secundarios (vello, distinta voz, pecho...). Si en general estamos confusos ante los cambios que estamos experimentando, más aún nos sorprende cómo está variando nuestro cuerpo, al que estamos acostumbrados a ver todos los días en el espejo.

Todo ello nos lleva a estar incómodos con nuestro cuerpo. Es muy importante para los adolescentes el tener un buen aspecto físico, la mayoría de las veces se juzgan (al menos en las primeras impresiones) por este aspecto. El comienzo del desarrollo puede hacerles parecer desproporcionados hasta que el crecimiento se complete y el cuerpo se estabilice en un aspecto uniforme.

Como la emotividad también está muy afectada en esta época de confusión a todos los niveles, esto hace que estemos aún más angustiados por el aspecto de nuestro cuerpo. Casi todos estamos angustiados y nos sentimos angustiados por cómo nos mirarán los demás.

Para Herrero (2010), la imagen corporal suele tener un impacto muy importante sobre la autoestima. El aspecto físico, sobretodo cuando se es niño o adolescente, juega un papel muy importante en las relaciones interpersonales y por lo tanto en la formación y en el desarrollo de la autoestima. La aceptación de uno mismo por parte de los demás se vuelve muy importante para niños y jóvenes, y en este contexto el aspecto físico puede ser determinante.

Otro factor importante son los prototipos sociales, tan expuestos y valorados en la moda, la televisión, la publicidad.



Los cuerpos perfectos que se exhiben son mostrados como ejemplo de belleza, simpatía y triunfo, tratando de convencer al adolescente, que busca un modelo de referencia, que la belleza es el modelo a seguir.

No es nada extraño el que estos jóvenes se sorprendan ante sus propios y rápidos cambios a los que han de adaptarse o los rechacen. Su cuerpo es el intermedio, no muy bien compuesto, entre un niño y un adulto. Las niñas de hoy quieren perder peso para verse delgadas como las modelos de revistas y TV y los chicos tener músculos, pero seguir delgados.

La adolescencia es un periodo de transición entre la infancia y la adultez. En el trayecto de identificación se insertan en distintos grupos. Donde se busca insertarse en una cultura que lo forma, lo deforma, lo marca, lo construye y lo destruye, afectados por los cambios propios de esta etapa, y en su intento por construir su propia identidad, los adolescentes buscan una identidad identificándose en diferentes tribus urbanas.

Identidad. Sentido del yo que proporciona una unidad a la personalidad en el transcurso del tiempo. Forma parte, como una cualidad más, de lo que K. Jaspers (describe como "vivencias del yo", que son conceptos afines, y no siempre bien delimitados, respecto al de identidad: vivencia de la unidad en momento; vivencia de la frontera entre yo y el mundo (su trastorno es la base de la "despersonalización"), y vivencias de la mismidad (aquello por lo que se es uno mismo) o propiedad de las vivencias (su trastorno es la base de las vivencias de influencia, "difusión y robo del pensamiento", etc.).

Para Giménez (1997), la identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados, como son las representaciones, valores, símbolos, etc. A través de los cuales el individuo, ya sea en su forma individual o colectiva, delimita sus fronteras distinguiéndose de los demás en una situación determinada, todos dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado.

La consolidación de la propia identidad es una etapa normal por la que pasa cualquier niño al llegar a la adolescencia, cuando inicia la búsqueda de su propia esencia: saber quién es, cómo es y qué quiere hacer.

En esa búsqueda juegan muchas respuestas importantes de la vida que lo impulsan a buscar nuevas alternativas: por qué soy como soy, cuál ha sido mi experiencia, qué quiero preservar de mi historia, en qué me parezco a mis padres y de eso qué tengo en común con ellos, qué es lo que realmente quiero conservar.

Un recurso natural en la etapa adolescente es la búsqueda de modelos a los cuales parecerse; por eso las personas que ellos consideran como ideales son fundamentales, pues muchas veces pueden marcarlos para siempre.

Cada adolescente tiene ante sí esta tarea primordial: padres y maestros pueden ayudar ofreciéndole alternativas y ejemplos, pero es cada uno, con base en sus tenencias, inclinaciones, anhelos y experiencias personales y de su grupo de amigos, quien determina cuáles son sus modelos a seguir.

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.

Si recurrimos a un diccionario del ámbito psicológico Laplanche, Portalis (1981 citado por Martínez, 2009), nos da estas acepciones respecto al término, ya que es de uso común:

A. “Acción de identificarse”: reconocer como idéntico; cuando se reconoce un objeto perteneciente a determinada clase o cuando una clase de hechos es asimilable a otra.

B. Acto en virtud del cual un individuo se vuelve idéntico a otro, o dos seres se vuelven idénticos, ya sea en pensamiento o de hecho.

Pero da una tercera acepción dentro del ámbito psicoanalítico, donde el término adquiere otra profundidad, y en ese sentido “*identificarse*”, constituye una serie de conceptos psicológicos como imitación, empatía, simpatía, contagio mental, proyección.

Realmente la identificación en sí es un mecanismo central del desarrollo, en virtud del cual se constituye la personalidad del ser humano. El niño se forma a través de diversos contactos con sus padres, hermanos, maestros, amigos de él y de su familia, así como otras personas que conoce a lo largo de su vida. Se trata de un proceso de pluridentificaciones.

Para Sigmund Freud, (1920 citado por Martínez, 2009), el autor que más ha profundizado en el proceso de la identificación— ésta es más que una imitación: es una apropiación de rasgos que se inicia desde el fondo del ser; se refiere a un proceso inconsciente y se expresa en el “como si”. La identificación se da en ocasiones con uno o más rasgos del otro (principalmente el padre y/o la madre).

Freud (1920, citado por Martínez, 2009), propone el concepto llamado “ideal del yo”, que se forma también por identificaciones con los ideales culturales y valores que prevalecen en la sociedad a la cual pertenece el niño, que no siempre son amónicos entre sí y con el sujeto.

Llegada la adolescencia, el proceso de identificación tiene diversas y manifestaciones. Podemos decir, en forma muy resumida, que el sujeto va de un yo plenamente unido e identificado con los padres y pasa a través de una pertinaz maduración psicofisiológica, que lo lleva a alejarse de ellos, para pararse en sus propios pies y ser un individuo autónomo.

Por ello el proceso de identificación transita por una etapa de decepción y alejamiento de los padres y todo lo que éstos representan, con un afán de decir: “no soy tú, no soy como tú, yo soy yo”.

En este momento el niño/joven busca nuevos modelos, muchas veces contrarios a sus padres, para buscar a quién parecerse, en una búsqueda propia y volitiva: ya no son “los padres que me tocaron”, sino los modelos que busco y elijo por mí mismo.

En las primeras etapas de este proceso adolescente, es común la búsqueda de personas del mismo sexo que se toman como ideales, ya sean maestros o personas mayores que ejercen una especie de puente, para pasar de los padres a otras figuras de autoridad.

Los grupos de amigos juegan un papel primordial en esta necesidad de unirse a otros y compartir con los semejantes, preocupaciones, inseguridades, contrastar y matizar nuevas formas de pensar. Recordemos que en la adolescencia los chicos deben asimilar cambios en su cuerpo y en sus sensaciones y pensamientos, y suelen encontrar en los amigos lazos amistosos que los hace 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 la pandilla: desarrollan lenguajes propios, adoptan formas idénticas de vestir, adornarse, peinarse y eligen personajes que son modelos y en los cuales basan sus procesos de identificación.

Es vital conocer el grupo de amigos de los adolescentes, pues combinan ideas e ideales con prácticas de consumo (que pueden incluir drogas o alcohol), sus lazos afectivos son muy estrechos, buscan y se afanan en actividades comunes que todo el grupo comparte, para seguir perteneciendo a éste.

En muchas y deseadas ocasiones los modelos suelen ser deportistas, jugadores de fútbol o ídolos que han realizado hazañas deportivas y que impulsan a chicos y chicas a buscar actividades similares y tener logros en esos campos.

Otras veces son cantantes de moda, actores, actrices, locutores, etcétera, modelos estereotipados presentados por los medios de comunicación , que deben ser observados por padres y educadores para conocer qué valores ofrecen, cuáles son los conceptos de mujer y hombre que transmiten, las formas de comportamiento que proponen, el tipo de ideales que persiguen, cuál es su actitud ante el esfuerzo y la persecución de logros, las tendencias sexuales y el manejo que hacen de su sexualidad, qué emociones priman y qué aspiraciones tienen. (Freud, 1920 citado por Martínez, 2009).

## 1.4 Aspecto físico del adolescente

El aspecto físico para los adolescentes es esencial, están en edad de presumir, de sentirse atractivos, admirados y no hay otra cosa que hacer que mirarse constantemente en el espejo, eso los hace sentirse bien con ellos mismos, pero también insatisfechos, suelen ser crueles y egoístas si los demás no los perciben como ellos se perciben.

Según Bolívar (2004), la mayoría de los adolescentes se interesan más en su aspecto que en cualquier otro asunto de sí mismos, y a muchos no les agrada lo que ven cuando se ven en el espejo. Los varones quieren ser altos, fuertes y atléticos; las niñas quieren ser lindas, delgadas, pero con curvas, cualquier cosa que haga que los muchachos atraigan al sexo opuesto.

Los adolescentes de ambos sexos se preocupan por su peso, su complexión y rasgos faciales, lo que trae como consecuencia biológica y hasta trastornos psicológicos la aparición del desorden en la salud como desnutrición, descuido del peso (falta de autoestima) anorexia, bulimia, y hasta abuso de alcohol, drogas y otros vicios.

Las chicas tienden a ser menos felices con su aspecto que los varones de la misma edad, sin duda por la gran énfasis cultural sobre los atributos físicos de las mujeres. Cuando a los adolescentes se les pregunta ¿qué es lo que no te gusta de tu cuerpo? Generalmente los varones responden nada, mientras que las niñas responden una serie de aspectos que en realidad odian.

La adolescencia es, si se quiere una etapa muy delicada y clave en el desarrollo de la personalidad que va a regir la vida del adulto, su desarrollo social, emocional y desenvolvimiento positivo en la sociedad.

La imagen corporal adquiere mayor importancia cuando el adolescente se encuentra en grupos que dan demasiada importancia a los atributos físicos tanto del varón como la hembra, o cuando en su entorno familiar o social se burlan de cualquiera de sus características físicas, estatura, complexión, color, etc.

La imagen corporal se toma más en cuenta en la hembra que en el varón y hasta en algunos casos determinan la profesión escogida. Pero es necesario hacer hincapié, que aunque la imagen corporal juega un papel en el desarrollo de la personalidad, son factores de mayor importancia el ambiente donde se mueve el joven, la familia y los valores que se mueven a su alrededor y de vital importancia la motivación como el motor que pone a funcionar todas sus acciones hacia el logro de metas trazadas.

Según Martínez (2009), la ropa comunica. La ropa es un medio de comunicación: con ella se dicen muchas cosas y los adolescentes se han dado cuenta que una imagen vale por 3 mil palabras y quieren utilizarla para expresarse.

De pequeños solían aceptar la ropa que su mamá decidía y, conforme crecen, sus opiniones se hacen más patentes y ambos padres tienen que llegar a acuerdos con ellos. En la adolescencia saben lo que quieren, y no se trata sólo de escoger la ropa, sino de definir que son diferentes, autónomos y que toman sus decisiones. Con la ropa, los peinados y los adornos buscan reafirmar su propia identidad, reflejar una personalidad única y original; aunque en realidad todos los adolescentes se visten de forma parecida, y lo que logran es mostrar y comunicar lo que caracteriza a su generación.

Están orgullosos de su vestimenta, porque instintivamente buscan que sus compañeros los miren y reaccionen. Así se sienten apreciados por parecerse a su grupo, y porque cada elemento del vestuario es un signo de pertenencia.

Lujos y razones suelen ser un punto de contradicción que rebasa a muchos adolescentes: es difícil que comprendan que una playera cubre la misma función tenga o no la marca o estilo de moda, y para muchos de ellos se vuelve un problema vital el hecho de comprar los artículos que la publicidad les sugiere.

Por ejemplo, uno de los artículos donde la juventud encuentra una fuente de originalidad y definición de su personalidad son los tenis. Los fabricantes, sin ningún pudor o prudencia, han generado toda clase de artilugios, colores, plataformas, y diseños para crear verdaderas obras en cada par de tenis. Muchos dicen ser ergonómicos, aunque otros son simplemente llamativos.

El caso es que los adolescentes encuentran en sus tenis una forma de comunicación y la distinción de su propia personalidad. Cuando los tenis sirven para algo más que caminar, son una señal de identidad y una forma simbólica de juventud, estatus, originalidad y estilo personal.

Un interesante estudio realizado por Lefkowitz, Blake y Mouton (1955 citado por Knapp, 1999), muestra no solo el modo en que la ropa desempeña una función particular, sino también el modo en que afecta la conducta de los otros.

Según Knapp (1999), algunos de los eventuales atributos personales que la ropa puede comunicar son la edad, el sexo, la nacionalidad, la relación con el otro sexo, el estatus socioeconómico, la identificación con un grupo específico, el estatus profesional u oficial, el humor, la personalidad, las actitudes, los intereses y los valores. La ropa también determina nuestras expectativas de la conducta sobre el usuario, especialmente si se trata de un uniforme de algún tipo. La certeza de tales juicios varía considerablemente, y los ítems más concretos, tales como edad, sexo, nacionalidad y estatus socioeconómico tienen más alto índice de acierto que las cualidades más abstractas, tales como actitudes, valores y personalidad. Los juicios de personalidad probablemente sean dependiendo de los rasgos que se juzgan.



Los observadores pueden fijarse más en la ropa para juzgar respeto de cosas como la eficacia y la personalidad, y más en las características del rostro para juzgar acerca de la amabilidad o la timidez. En ciertos juicios de personalidad es probable que la ropa no desempeñe papel alguno. Otro factor que influye en la exactitud de tales juicios es la semejanza entre el observador y la persona observada, en relación con las características que se le han de evaluar., Si pertenece al mismo grupo o si tiene características semejantes a las de la persona observada, la exactitud del juicio acerca de dichas características puede aumentar.

Por tanto la ropa puede estimular o desalentar ciertas pautas de comunicación. Un traje nuevo puede estimular o desalentar ciertas pautas de comunicación. Un traje nuevo puede promover sentimientos de alegría y felicidad, es posible que uno se sienta menos eficaz si los zapatos le hacen daño; el usar un traje “inadecuado” puede promover la autoconciencia, que es un sentimiento común en los adolescentes que tratan de comprenderse a sí mismos.

Si no es ahora, ¿cuándo? los jóvenes gustan de probar nuevas alternativas: su creatividad está en ebullición y cada aspecto de su vida es una prueba de ello. Su indumentaria no es la excepción.

En cada generación los adolescentes prueban nuevas formas y colores (¿quién no recuerda el corte de pelo de los Beatles?). Cada grupo de jóvenes muestra su ideología a través de su ropa, sus peinados, su maquillaje.

El que un adolescente pruebe nuevas formas de presentarse es comprensible e incluso deseable: muestra que está madurando, que “le gusta gustar”, que se adorna y se preocupa por su forma de parecer, que tiene deseos de seducir, se arregla como búsqueda de la propia personalidad. Si algún día la extravagancia se exagera, es una prueba de su búsqueda de creatividad y originalidad. (Martínez, 2009).

Los jóvenes se muestran atentos a la imagen que tienen, no tratan la ropa y el cuerpo de una forma ingenua o descuidada, tienen conciencia de que pueden permitir el tránsito por los espacios que quieren frecuentar, o impedir su circulación. El joven de la actualidad no absorbe un estilo por tradición, sino que hace una elección de estilos (Rabello, 1999).

Según Knapp (1999), la belleza exterior, o atractivo físico, desempeñan un papel muy influyente en la determinación de las respuestas en una amplia gama de encuentros personales.

Los estudios sobre el proceso de persuasión muestran también que el atractivo es importante. Milles y Arosón (1965 citado por Knapp, 1999), hallaron que una mujer atractiva puede modificar las actitudes de los estudiantes varones en mayor medida que una no atractiva.

El atractivo físico parece desempeñar un papel importante en la persuasión y/o manipulación de los demás, sea en el tribunal, en el salón de clases o en una situación de oratoria pública. Kliffe (citado por Knapp, 1999), ciertamente el atractivo ejerce una gran influencia en las primeras impresiones y expectativas de un encuentro.

En la mayoría de las situaciones de comunicación, un cierto grado de atractivo habrá de interactuar con otros factores que pueden compensar o alterar las percepciones de la apariencia, por ejemplo, el contenido de los mensajes verbales que se emiten. (Knapp, 1999).

Lo que somos, o creemos ser, organiza lo que decimos y hacemos. Parte importante de nuestra autoimagen es nuestra imagen corporal; tal vez la primera que se constituye en nuestra más tierna infancia. (Jourald y Secord, 1955 citado por Knapp, 1999), descubrieron que los varones se sentían más satisfechos de sus cuerpos cuando eran algo más grandes de lo normal, y que las mujeres se

sentían más satisfechas cuando tenían el cuerpo más pequeño de lo normal, pero cuando sus pechos eran grandes que el tamaño medio.

Según Knapp (1999), el papel exacto de la apariencia y la vestimenta en el sistema total de la comunicación no verbal no es aún desconocido. Sin embargo, sabemos que la apariencia y la vestimenta son parte de los estímulos no verbales totales que influyen en las respuestas interpersonales, y que en ciertas condiciones son los determinantes principales de tales respuestas. El atractivo físico puede ejercer influencia en el hecho de ser visto o no; puede tener su importancia en hacer de alguien una persona persuasiva o capaz de manipular a los demás; a menudo es un factor importante en la selección de compañeros de salidas y de matrimonio y puede determinar que se declare inocente o culpable a un reo.

## CAPITULO II

### Adolescencia

#### 2.1 La adolescencia

El término adolescencia aparece en el idioma español a mediados del siglo XV como cultismo sinónimo de juventud y deriva del término latino *adolescens* o *adulescens*, participio activo del verbo latino *adolesco*, que significa crecer, desarrollarse. Este último vocablo no se escribe con *sc*, y significa *carecer de algo, estar en defecto*. *Adolescencia*, como derivado del participio activo latino, connota la situación de estar creciendo, robusteciéndose. El término *adulto* corresponde al participio pasado latino (de *adolesco*, crecer) que significa crecido, que ha crecido. (López, 2008)

De acuerdo a Blos (1976), el término adolescencia literalmente significa llegando a ser adulto. Blos (cita el Shorter Oxford English Dictionary 1967) y dice haber encontrado que el término ya era de uso común desde el siglo XV, para denominar el período de la vida del individuo, entre la niñez y la vida adulta, que va de los 14 a los 25. Blos, hace notar que el término, en esa época, se utilizó para denominar un período que cronológicamente llega a su fin independientemente de la madurez sexual y que no se establecía, por lo menos en esa época, un paralelismo entre el crecimiento psicológico, el psicosocial y el biológico.

El Diccionario de la Real Academia Española (2007) indica que el término adolescencia connota la edad que sucede a la niñez y que transcurre desde la pubertad hasta el completo desarrollo del organismo.

El Diccionario enciclopédico UTHETA (1950) ofrece exactamente el mismo significado, excepto que, en lugar de señalar como terminación de este período la edad adulta, señala el completo desarrollo del cuerpo.

Este diccionario da además, los términos adolescente: “que va a entrar la adolescencia” y adolescéntula: “jovencita, doncella”, es decir, femenino de adolescente.

El Diccionario hispánico universal W.M. Jackson, ofrece los mismos términos y significados.

Es interesante observar que estos diccionarios dan como punto de referencia, al inicio y a la terminación de la adolescencia, parámetros biológicos (inicio de la pubertad y completo desarrollo del cuerpo). Dentro de las nociones y conceptos actuales de la psicología y de la psiquiatría, se acepta generalmente que el inicio de la adolescencia coincide con el de la pubertad, entendiendo como adolescencia el conjunto de fenómenos psicológicos y socio psicológicos que ocurren durante esta etapa; y por pubertad, el conjunto de cambios biológicos que ocurren durante la misma. En cuanto a la terminación de la adolescencia, hay un acuerdo en que no existen parámetros biológicos que correspondan a ésta.

Varios autores clásicos señalaron que la adolescencia es una recapitulación de etapas tempranas del desarrollo. Jones (1922 citado por Blos, 1976) describió una recapitulación de las fases predípica y edípica en la adolescencia. Wittels (1949 citado por Blos, 1976), desarrolló un esquema del desarrollo del yo, en el que postula una segunda fase fálica y un segundo período de latencia. Blos (1967) describió un segundo período de individualización. En cuanto a la situación edípica, Blos (1976) señala que este sentido, la adolescencia, más que una recapitulación, es una continuación de la fase edípica.

La adolescencia es el período de transición que media entre la niñez dependiente y la edad adulta y autónoma. Psicológicamente, es una “situación marginal” en la cual han de realizarse nuevas adaptaciones, aquellas que, dentro de una sociedad dada, distinguen la conducta infantil del comportamiento adulto.

Cronológicamente, es el lapso que comprende desde aproximadamente los doce o trece años hasta los primeros de la tercera década, con grandes variaciones individuales y culturales.

Según Muuss (1997) la adolescencia tiende a iniciarse antes en las niñas que en los varones y a acortarse en las sociedades más primitivas. Los términos “adolescencia”, “edad adolescente”, “período adolescente” se usan como sinónimos. Landis (1997), agrega como sinónimo suplementario, la palabra “juventud”, que él emplea para describir el último período de la adolescencia, mientras que Gesell (1997), utiliza ese término para el lapso comprendido entre los diez y los dieciséis años.

Sin embargo, Kuhlen (1997 citado por Melo, 2000) la adolescencia es el período durante el cual tiene lugar la adaptación sexual, social, ideológica y vocacional y se pugna por independizarse de los padres. De ahí que, desde el punto de vista psicológico, el criterio para fijar el fin de la adolescencia no responda tanto a una edad cronológica determinada, sino al grado que esa adaptación haya alcanzado.

La adolescencia puede considerarse dentro del periodo de evolución que lleva al ser humano desde el nacimiento hasta la madurez y en el cual se presenta una serie de cambios a nivel físico, psicológico y social y que se manifiestan en diferente intensidad en cada persona. (Ballesteros, 1984 citado por González, 2001).

La teoría de campo de Lewin (1997), define a la adolescencia como un período de transición de la niñez a la edad adulta. Esa transición se caracteriza por cambios profundos y trascendentales, por la rapidez con que se efectúan dichos cambios y por la diferenciación del espacio vital en comparación con la última etapa de la infancia.

También se caracteriza por el hecho de que el individuo entra en una región cognoscitivamente no estructurada, cosa que provoca inseguridad en la conducta.

La transición de la infancia a la edad adulta es obviamente un fenómeno universal, puesto que en todas las sociedades los niños terminan por convertirse en adultos. Sin embargo, el paso de la infancia a la edad adulta suele acortarse de diferentes maneras. Puede adoptar la forma de un cambio repentino, tal como lo observamos en algunas sociedades primitivas.

Gesell, consideraba como Lewin, que la adolescencia es la transición decisiva entre la niñez y la edad adulta. Los primeros indicios de conducta adolescente aparecen aproximadamente a la edad de once años, y la madurez final se logra poco después de los veinte. La tarea central del adolescente consiste en encontrarse a sí mismo. El período tiene aproximadamente dos años menos para las niñas, porque estas se desarrollan más rápidamente. Los cambios más importantes se producen durante los primeros cinco años de la adolescencia. Éste es el período de tiempo que Gesell llamaba “juventud”.

La adolescencia es la etapa comprendida entre los doce o trece años, la pubertad hasta la adultez tardía para Hall (citado por Melenez, 2009), entre los 22 y 25 años. Hall describe a la adolescencia como un período de “tormenta e ímpetu”, términos extraídos de una etapa de la literatura alemana idealista, revolucionaria, sentimental, apasionada y trágica.

Para Hall (citado por Melenez, 2009), la adolescencia es un segundo nacimiento porque es cuando aparecen las características esencialmente humanas. El adolescente vive una vida emotiva fluctuante con tendencias contradictorias. Puede expresar mucha energía y actividad desmedida y alternativamente mostrarse indiferente y desganado. Pasar de la euforia a la depresión, de la vanidad a la timidez, del egoísmo al altruismo idealista.

Es una etapa de pureza y de tentación en que el adolescente desea la soledad, pero al mismo tiempo necesita integrar grupos y tener amistades, que suelen tener gran influencia sobre él. Puede ser dulce a veces y muy cruel otras, apático y entusiasta. El adolescente desea encontrar ídolos pero rechaza la autoridad.

Hall (citado por Melenez, 2009) Describió la adolescencia como un segundo nacimiento, “pues es entonces cuando aparecen los rasgos más evolucionados y más esencialmente humanos”.

Para González (2001), la adolescencia es el periodo de transición entre la niñez y la edad adulta. Se considera un estadio trascendente en la vida de todo ser humano, ya que es una etapa en la cual hombres y mujeres definen su identidad afectiva, psicológica y social.

En forma cíclica, se describe a la adolescencia como un período crítico de grandes cambios y confusión. Rebeldía, egoísmo, intransigencia, irreverencia, impulsividad, impredecibilidad y beligerancia son características que se aluden para describir a un adolescente. (López, 2008).

En la adolescencia, los jóvenes se sienten los reyes del mundo, para ellos nada es imposible, ser rebeldes es signo de triunfo, ir en contra de las reglas los hace sentirse fuertes y admirados.

La adolescencia implica cambios físicos y emocionales para los propios adolescentes, también cambios en la organización y relaciones familiares. Hay distintos tipos de adolescencia, cada uno trae consigo sus peculiaridades particulares por ello citamos los diferentes tipos y sus principales características.

### La adolescencia temprana.

Es un período de muchos cambios físicos, mentales, emocionales y sociales. Con el comienzo de la pubertad, se producen cambios hormonales. Los adolescentes tempranos pueden sentir preocupación por estos cambios y por la forma en que otras personas los percibirán. Este también puede ser un período en que su adolescente tal vez enfrente presión de sus compañeros para usar alcohol, productos del tabaco y drogas, y participar en actividades sexuales.



Otros retos pueden ser los trastornos de la alimentación, depresión, dificultades de aprendizaje y problemas familiares. A esta edad, los adolescentes toman más decisiones por cuenta propia sobre amigos, deportes, estudios y escuela. Se vuelven más independientes y desarrollan su propia personalidad y sus propios intereses (Cassidy, 2009)

De acuerdo a González (2001), los aspectos internos que caracterizan a la adolescencia temprana son los siguientes:

1. Una continuación progresiva de las nuevas metas instintivas que matizan e intensifican los afectos.
2. Una falta de catexia (energía afectiva) en los objetos de amor incestuoso. La elección de objeto en esta etapa es, en esencia, narcisista. El adolescente de esta edad necesita poseer objetos a los que pueda admirar y amar, además es preciso que estén fuera del ámbito familiar; esta falta de afecto en los objetos de amor incestuoso provoca una libido libremente flotante, la cual a su vez promueve que: a) el Superyo disminuya su eficacia, y b) que el Yo pierda control, particularmente en los afectos, la motilidad e incluso en el intelecto.
3. Existe un episodio bisexual transitorio de tipo inconsciente, situación que le angustia y que el adolescente niega, incluso se avergüenza de poseer fantasías al respecto.
4. Se favorece el ideal del Yo, que en este periodo adolescente posee características narcisistas. Asimismo se presenta una ruptura repentina de las relaciones de objeto primarias, desplazándose a una idealización de la amistad; posteriormente habrá una frustración, pero en esta etapa tener amigos es un asunto de suma importancia.

5. Se promueve la identificación con el progenitor del mismo sexo. Esto es, los afectos tiernos y agresivos, las sensaciones de dependencia e independencia dirigidos hacia la madre en la etapa anterior, ahora se resuelven en parte al poner el afecto en el progenitor del sexo opuesto, es decir, queriendo ser como él. Al identificarse con el padre, el propio adolescente varón se ayuda a salir de ese periodo bisexual y queda preparado para el siguiente, y la mujer se identifica con la madre logrando así una adecuada identificación psicosexual. Lo mismo que sucedió en la infancia, cuando el niño cruzó el mundo simbiótico donde la madre era lo más importante para luego entrar en una simbiosis con el padre, ahora, en la adolescencia temprana, la figura del padre vuelve a adquirir importancia emocional para el adolescente. ¿Cómo se sabe esto?, pues porque el propio adolescente lo demanda.

6. Junto con la identificación del adolescente varón con el padre (y de la adolescente mujer con la madre) las fantasías masturbatorias neutralizan la angustia de castración vivida por el episodio bisexual.

7. En la adolescencia temprana, el mundo externo y los padres, especialmente la figura paterna del sexo contrario, favorecen el inicio de la madurez emotiva; porque ahora el adolescente debe aprender a expresar sus afectos y emociones de maneras menos infantiles y más adultas, haciendo uso de su tolerancia a la frustración.

Los adultos colaboran en esta fase si son congruentes con la expresión de los afectos propios y hacia el joven, sobre todo tolerando la ambivalencia con la que éste se expresa. Adultos ambivalentes y pocos tolerantes desconciertan y confunden al adolescente. Si en la etapa superior la represión era fundamental y normal, ahora los adultos deben permitir la expresión y, ¿por qué?, tolerar fallas en la represión para poder inculcar en ellos sus afectos (González, 2001).

## La adolescencia normal.

La niñez y la latencia han terminado, esto es, el niño encuentra seguridad en la relación continuada con sus padres, ha logrado una solución satisfactoria a sus conflictos emocionales de etapas anteriores y se encuentra en condiciones de incorporarse a un grupo Esquivel (1994 citado por González, 2001); ahora está presente la adolescencia con todo lo que es inherente a ella (incluyendo sus nuevos objetivos impulsivos).

La adolescencia tiene una ubicación ontológica, es una etapa de la vida cuya elemento sustancial y característico es la aparición de cambios notables tanto morfológicos como funcionales. Los primeros están relacionados directamente con el crecimiento glandular; las gónadas inician su funcionamiento dando al individuo una nueva fisonomía corporal, sexual y emocional. Las metas de niñez y latencia han cumplido su cometido y ahora, en la adolescencia, hay nuevas metas impulsivas, las primeras son más bien receptivas, es decir, la satisfacción consiste en recibir lo necesitado; mientras que las de adolescencia son más bien activas, buscan satisfacer. (González, 2001).

## La adolescencia tardía.

Existe ya una mayor unificación entre los procesos afectivos, volitivos y de acción. Es una fase en la que se jerarquizan y se consolidan los siguientes cambios según González (2001).

- a) Se hace un acomodo jerárquico de los valores e intereses del Yo.
- b) Cristaliza una posición sexual irreversible (constancia de identidad) bajo una fórmula que puede ser genital heterosexual, bisexual, homosexual o celibatal.
- c) La estabilización de los recursos mentales y físicos de manera automática salvaguardan la identidad.
- d) Un acomodo jerárquico de los afectos de acuerdo con la identidad lograda.

-Para esta fase las diferencias individuales afectivas son notorias a simple vista, ya que la tolerancia al conflicto, la ansiedad y las descargas, matizan la fuerza y la cualidad individual.

-Con esas características individuales reconocibles la adolescencia tardía se caracteriza también por el esfuerzo del Yo para lograr una mayor integración de diversos fenómenos como el trabajo, el amor y la afirmación de una ideología.

-Otra característica predominante de la adolescencia tardía es, no tanto la resolución de los conflictos instintivos sino lo incompleto de la solución; también resulta muy importante la función restauradora afectiva, ya con más consistencia y constancia que en épocas anteriores de la adolescencia.

-Aparece como notoria la capacidad de sublimar en esta época. Si en la latencia se inició, en la adolescencia tardía se completa; sublimar implica destinar una serie de afectos para que el Yo no sólo conserve sus funciones, sino que se enriquezca, se supere.

-Desde el punto de vista externo, el ambiente colabora con el adolescente en favorecer que la decisión decidida y ya establecida se integre a una ocupación que le permita satisfacer las necesidades de seguridad económica tanto en el presente como en el futuro (González, 2001).

La adolescencia es una época de inmadurez que normalmente (no siempre) deja paulatinamente de serlo.

Para hablar del adolescente es útil especificar que, si bien la adolescencia es ese periodo de la vida que oscila entre la niñez y la adultez, no existe sólo una adolescencia, más bien, la teoría contempla varias adolescencias.

Según Blos (1962 citado por González, 2001) no existen etapas cronológicas en la adolescencia, sino de evolución, donde cada una de ellas constituye un prerrequisito para la madurez de la siguiente; sin embargo, forzando un poco esta clasificación, es posible dar una edad cronológica aproximada a cada etapa.

El adolescente madura en la medida en que se decide a recorrer el camino recién descubierto sin “ataduras”. El progreso es más lento y difícil pero también más efectivo (Coleman, 1980 citado por Reales, 2010).

“El concepto de madurez respecto al adolescente no debe considerarse un estado fijo o el punto final de proceso de desarrollo; la madurez es un término relativo que denota el grado en que la persona descubre y es capaz de emplear recursos, que se hacen accesibles a él en el proceso de crecimiento”. (Marquez, Phillippi, 1995 citado por Reales, 2010).

Junto con los comportamientos inmaduros, se dan también desde el inicio de la etapa adolescente, comportamientos que denotan cierta madurez; porque un rasgo de inmadurez solamente queda evidenciado cuando se ha producido algún progreso de algún tipo (Coleman, 1980 citado por Reales, 2010).

La finalización de la adolescencia, generalmente se enmarca, por el logro de las siguientes adquisiciones:

- Establecimiento de una identidad sexual y posibilidades de mantener relaciones afectivas estables.
- Capacidad de establecer compromisos profesionales y mantenerse (independencia económica).
- Adquisición de un sistema de valores personales (moral propia).
- Relación de reciprocidad con la generación precedente (sobre todo con los padres). (Horrocks, 1984 citado por Reales, 2010).

La adolescencia, universalmente, es un período intermedio entre la infancia y la edad adulta, y como tal, no es un estado definitivo donde el adolescente pueda quedar estancado. Siempre debe ser superada de una manera u otra. Ello, nos hace ver que no será igual en todas las sociedades, y dependerá en gran medida tanto de los roles que se establezcan culturalmente para el niño cuanto de aquellos que se establezcan para el adulto.

### Metas internas durante la adolescencia.

La adolescencia propiamente tal se caracteriza porque el adolescente obtiene las siguientes metas internas de acuerdo a (González, 2001).

1. La conciencia de que existe una nueva meta instintiva: la procreación; situación que matiza y afectiviza la fantasía de paternidad; tal fantasía es ambivalente, se desea, se niega, se aborrece, se busca, se aborta, etc.

2. En esta etapa culmina la formación de la identidad sexual. Se hace una completa renuncia a los objetos incestuosos y se abandona la posición bisexual, para hacer posible la orientación del sujeto hacia la heterosexualidad, que da la probabilidad de lograr la nueva meta impulsiva: la reproducción.

La vida emocional del adolescente ahora es más intensa, más profunda y con mayores horizontes: los deseos edípicos y sus afectos correspondientes resurgen. Los celos, la envidia y la culpa reaparecen, y los conflictos internos sobre la identidad alcanzan su máximo desarrollo.

3. En el periodo de la adolescencia propiamente tal existe un empobrecimiento del Yo que se da ante el desprendimiento de los objetos primarios y la sustitución por nuevos objetos amorosos que representan a los anteriores.

4. La libido retirada del padre internalizado por identificación conduce al varón a una elección narcisista de objeto amoroso, elección basada en el Yo ideal. Igual fenómeno aparece en la mujer.

Esta retirada de catexias del objeto hacia el mismo provoca en el adolescente un aumento en el narcisismo. Pueden aparecer afectivamente como muy egocéntricos y ensimismados. Si sobre valora mucho su sí mismo, aumenta la autopercepción a expensas de la percepción de la realidad, desarrolla una sensibilidad extraordinaria; experimenta un gran alejamiento de los objetos familiares de la infancia: llega a la sensación de soledad. Ante la percepción de independencia biológica, psicológica y social se deprime.

Durante la etapa narcisista de la adolescencia propiamente tal, se pasa de una sobrevaloración de los padres a una devaluación de éstos. Hay adolescentes que llegan a sentir vergüenza de sus padres, lo cual los lleva a una postura narcisista que lleva implícito un afecto de arrogancia y rebeldía, si no que éste ya apareció. Sin embargo, este periodo narcisista tiene aspecto positivo para el desarrollo emocional del adolescente: favorece su identidad, separación e independencia y está al servicio progresivo del adolescente. También esta etapa narcisista transitoria conduce a un estado de omnipotencia y fallas en el juicio.

5. Mientras se desarrollan en el adolescente los principios inhibidores de control que orientan sus deseos, acciones, pensamientos y valores hacia la realidad, éste oscila entre la impulsividad y el control yoico.

Para que esto suceda se hace necesario que tales principios se hayan desligado de los objetos de amor y odio que los provocaron originalmente. El establecimiento de la organización adulta de los impulsos supone una renuncia a los objetos de amor primarios y el encuentro de nuevos objetos. Ambos estados afectivos pueden describirse respectivamente como duelo y enamoramiento. Por lo general, el amor tierno precede a la experiencia heterosexual.

Es posible pensar que si el muchacho no ha vivido con intensidad el amor platónico, tierno, es probable que no haya pasado de la adolescencia. Ahora predominan mucho los sentimientos de ternura y devoción, así como la preocupación de conservar a sus objetos de amor con un vehemente deseo de pertenecerse en forma mutua y exclusiva. A pesar de ello, al principio, este amor tierno resulta también amenazante para el adolescente, pues lo vive como una nueva dependencia, como una sumisión o como una rendición emocional; si tiene relaciones sexuales vive también el profundo temor de prostituir el amor de su vida.

6. El adolescente necesita ayuda desde el mundo externo para el logro de la heterosexualidad y la identidad. Precisa que los adultos que lo rodean muestren una escala de valores y una actitud firme y flexible que le permita reconocer límites en el exterior. Así también, solicita que los adultos se comporten con un claro desempeño de su rol personal, social y sexual (González, 2002).

La adolescencia es por tanto un hecho cultural, donde las normas y reglas establecidas así como el medio socioeconómico, influirán de manera decisiva en la vida y conductas adolescentes. Por tanto la adolescencia es una etapa que supone ciertos riesgos adaptativos para el adolescente, por tener que afrontar ciertas exigencias evolutivas debidas tanto al cambio de rol, como de entorno.



## **2.2 Características de la Adolescencia.**

Para enfatizar algunas características del adolescente, es importante tomar en cuenta su falta de estabilidad en las manifestaciones de su conducta social. Cada adolescente es multifacético, posee una especie de polaridad dentro de su personalidad y cada una de sus manifestaciones conductuales se esfuerza por dominar a las demás y construir aspectos definitivos para la personalidad adolescente.

El problema se incrementa cuando se trata de fijar normas y principios tipológicos que sirvan para caracterizar y generalizar los conocimientos de esta etapa. La diferenciación sexual constituye un factor decisivo que impide esta generalización, así como diversas formas de conducta, caracteres orgánicos (de crecimiento), medio económico, estilo de vida, ambiente familiar, tipo de localidad en la que reside, clase social, variaciones propias de la herencia, características raciales, clima, aspectos socioculturales, entre otros. Todos estos elementos se conjugan para dar lugar a un individuo adulto único y diferenciado, pero acorde a las características comunes de la especie.

Es complicado fijar la duración de la adolescencia, así como las etapas que la constituyen; para su comprensión es necesario recalcar que forma parte de la primera fase del curso de la vida del ser humano, llamada también fase evolutiva, que inicia al momento de la fecundación y termina a los 25 o 30 años de edad, siendo la adolescencia el periodo caracterizado por el crecimiento orgánico (expansión física), adquisición de la madurez sexual y capacidad reproductiva, fortalecimiento del dominio de la conducta y de la vida social, así como la maduración global de la inteligencia. (González, 2001).

En las sociedades de mayor desarrollo económico se presenta una prolongación de la adolescencia producida, en gran parte, por la permanencia en la escuela.

En grupos humanos de actividades económicas sencillas la adolescencia abarca un corto periodo Moreno (1981 citado por González, 2001); sin embargo, en la actualidad con el avance de la educación los largos periodos de la adolescencia se han convertido en experiencias normales para los jóvenes de todas las clases sociales.

Gesell (1990), no creía que la adolescencia deba necesariamente ser turbada, errática y atribulada, tal como Hall, la pintaba en su concepto de “tormentas y tensiones”. La consideraba en su totalidad como un proceso de maduración, aunque no exento de irregularidades. Además, consideraba que los niveles de edad que él mismo utilizaba para definir las distintas etapas del desarrollo eran sólo aproximados, sujetos a un lento proceso de modificación entre un nivel y otro, y algunos supuestos a otros. Rechazaba toda psicología puramente funcional y todo sistema evolutivo meramente teórico; se servía de perfiles de madurez para describir las características de cada nivel de vida.

Para hablar de las características más importantes de la adolescencia se tomó como referencia las aportaciones de (Gesell, 1990/1992 citado por González, 2001).

Quién dice que durante la adolescencia el individuo cursa distintas fases que reúnen las siguientes características:

A los 12 años tienen un creciente sentido del humor y una alegre sociabilidad. Son más razonables y poseen una nueva visión de sí mismos y de sus compañeros; son menos ingenuos en las relaciones sociales y muestran una mayor adaptación dentro de éstas. Tienden a contemplar los problemas desapasionadamente pero siempre toman en cuenta el punto de vista del grupo, sin embargo, poseen una mayor aptitud para realizar tareas individuales.

Alrededor de los 13 años, el adolescente se muestra muy susceptible a que lo molesten hermanos menores aunque, por otra parte, es capaz de adaptarse y es digno de confianza. Responde con un interés intenso a los estudios escolares, en el hogar suele ser callado, reflexivo y dedicado a pensar y soñar; también se observa una tendencia a eludir las relaciones confidenciales íntimas con sus padres.

Los jóvenes de 14 años mantienen interminables comunicaciones telefónicas. En ambos sexos se observa mayor alegría y relajación. Se encuentran mejor orientados con respecto a sí mismos y en relación con su medio interpersonal; tienden a mostrarse amistosos y extrovertidos tanto en su hogar como fuera de él. Adoptan una actitud más madura hacia los adultos en general y hacia la familia en particular.

A los 15 años algunos adolescentes pueden llegar a la extravagancia en el vestir siguiendo la moda predominante en su grupo social; sin embargo, reflejan una madurez gradual que impacta a su madre y profesores. Adoptan actitudes indiferentes, que en el fondo reflejan una preocupación reflexiva por estados anímicos íntimos. Poseen un naciente espíritu de independencia que los impulsa a tratar de separarse del círculo familiar, a veces de manera abrupta debido a que experimentan un conflicto entre apego y desprendimiento. Sin embargo, las relaciones con sus hermanos han mejorado y establecen vínculos interpersonales profundos y verdaderos. Les gusta la vida colectiva y escolar que sirve como una válvula de escape para aflojar las ligaduras familiares.

El adolescente de 16 años tiene mayor confianza en sí mismo y autonomía, se ha vuelto más tolerante, muestra una felicidad permanente e interés por la gente, con respuestas positivas y sociales. Los varones cultivan relaciones con chicos de su mismo sexo, principalmente por intereses comunes de naturaleza deportiva o intelectual. Varones y mujeres prefieren estar en compañía de amigos de ambos

sexos, sin embargo, la relación con sus familias ha mejorado considerablemente; en esta edad existe mayor concentración al futuro que en etapas anteriores.

El interés del adolescente por formar parte de grupos en los que la presencia de líderes se hace evidente, así como de personajes altamente idealizados, como héroes cinematográficos, artísticos o deportivos, se observa alrededor de los 17 años de edad. Ambos sexos se encuentran en pleno establecimiento de vínculos afectivos que, aunque tienden a ser de corta duración, tienen un carácter más significativo que en la edad anterior. En el aspecto escolar muestran selectividad por los intereses vocacionales, así como mayor interés por la actividad que emprenderán en el futuro. Sus relaciones familiares se encuentran en armonía, sin embargo, asuntos como la elección de vocación y los planes a futuro tienden a ser temas de discusión entre la familia.

A los 18 años de edad, en la mayoría de los casos, el individuo se encuentra realizando una elección vocacional, situación que conlleva al surgimiento de la necesidad de actuar dentro de una realidad social, con la creciente necesidad de cuestionar y refutar valores tradicionales. Aunque ya se ha realizado la elección de carrera o actividad laboral, existe una preocupación por la adquisición de bienestar inmediato, que otorgue comodidad, sin una auténtica preocupación por su situación económica futura. Existe en ambos sexos un interés más genuino por entablar relaciones interpersonales duraderas; la vida amorosa y sexual ocupa gran parte del interés emocional del joven de esta edad, no obstante, existe una franca separación de ambos aspectos.

A partir de los 19 años los adolescentes se encuentran en tránsito hacia la madurez, en una plena ejecución de los roles y actividades formales que les obliga a emprender un proceso adaptativo. Suelen estar cerca de la separación de los padres, y en algunos casos ya la han consumado.

También se encuentran en la consolidación de una relación de pareja y a veces ya ejercen las tareas de procreación. Con frecuencia están inmersos en un proceso de preparación profesional o dentro de una actividad laboral.

Deben realizar un esfuerzo constante dirigido a objetivos definidos que influyen el desempeño de un rol en el aspecto escolar, familiar, social, económico, político, y cultural, para ello es necesario la adquisición de una identidad adulta y un adecuado grado de economía.

La adolescencia termina aproximadamente a los 25 años; cuando se espera una madurez plena, que implica la adquisición de intereses heterosexuales definidos, independencia de la tutela paterna y de la familia, así como la adquisición de una independencia intelectual y económica, que incluya la terminación de una carrera profesional o el establecimiento de una actividad laboral un manejo apropiado del tiempo libre, con un ajuste emocional y social a la realidad, y la formación de una filosofía de vida (González, 2001).

La adolescencia es una etapa de cambios, en la que los adolescentes poco a poco van experimentando dependiendo de su desarrollo físico como psicológico. Las características van a depender de la madurez que van adquiriendo con el paso de los años.

### **2.3 Interés por la apariencia física**

La apariencia física es el conjunto de características físicas y estéticas que nos hacen ser percibidos como diferentes unos de otros. Es un factor importante en el desarrollo de la personalidad y las relaciones sociales. Aunque existe un dimorfismo sexual relativamente bajo entre hombres y mujeres en comparación con los animales, las personas son muy sensibles a las variaciones en su aspecto físico, algo que podría suceder por motivos de evolución.

Según Jiménez (2008) en la adolescencia los jóvenes empiezan a convivir con el acné, irrumpen los cambios de voz, el crecimiento del vello facial etc. Las chicas quieren perder peso y verse atractivas y los chicos desean estar delgados pero musculados. Es la época en que ellas aumentan caderas y pecho, se ven obesas y no se gustan.

En este periodo los jóvenes dejan de tener el cuerpo de niños que tenían para desarrollar los caracteres secundarios (vello, distinta voz, pecho...). En general están confusos ante los cambios que están experimentando al verse todos los días en el espejo.

Todo ello les lleva a estar incómodos con su cuerpo. Es muy importante para los adolescentes el tener un buen aspecto físico, (al menos en las primeras impresiones) por este aspecto. El comienzo del desarrollo puede hacerles parecer desproporcionados o mal hechos hasta que el crecimiento se complete y el cuerpo se establezca en un aspecto uniforme.

Para Marroquín (2009), otro factor importante son los prototipos sociales, tan expuestos y valorados en la moda, la televisión, la publicidad. Los cuerpos perfectos que se exhiben son mostrados como ejemplo de belleza, simpatía y triunfo, tratando de convencer al adolescente, que busca un modelo de referencia, que la belleza es el modelo a seguir.

No es nada extraño el que estos jóvenes se sorprendan ante sus propios y rápidos cambios a los que han de adaptarse o los rechacen. Su cuerpo es el intermedio, no muy bien compuesto, entre un niño y un adulto.

Según Márquez (1985 citado por Reales, 2010), el adolescente se juzga a sí mismo de la misma forma de cómo es percibido por los otros, y se compara con ellos. Estos juicios pueden ser conscientes o inconscientes, con inevitables connotaciones afectivas, que dan lugar a una conciencia de identidad exaltada o dolorosa, pero nunca afectivamente neutra.

El autoconcepto es el elemento central de la identidad personal, pero integra en sí mismo elementos corporales, psíquicos, sociales y morales.

Los cambios fisiológicos obligan a revisar y rehacer la imagen del propio cuerpo. La preocupación por el propio físico pasa a primer plano. Pero no sólo la imagen del propio físico, sino la representación de sí mismo pasa a constituir un tema fundamental.

El adolescente tiene una enorme necesidad de reconocimiento por parte de los otros, necesita ver reconocida y aceptada su identidad por las personas (adultos, compañeros) que son significativas para él. Es este reconocimiento y aceptación lo que asegura un concepto positivo de sí mismo (Coleman, 1980 citado por Reales, 2010).

Por otro lado Metal (2009) dice que durante la adolescencia, es común experimentar la necesidad de encontrarse a sí mismo y de descubrir su identidad personal. Para lograrlo, muchas veces, los jóvenes se dejan influenciar por la moda, ya que a través de ella, tratan de marcar una diferencia entre su mundo y el de los niños, del cual sienten haberse desprendido.

Los jóvenes no sólo cambian su manera de vestir, sino su forma de actuar, las expresiones, el vocabulario y las actividades recreativas. El vestido y la apariencia física se convierten en muy importantes, bien puede ser como una forma de expresar solidaridad con los amigos, o bien como manera de declarar su creciente independencia de la familia. Muchas veces escuchamos, "la primera impresión nunca se olvida", "como te ven te tratan", estas frases van muy ligadas a la apariencia física, los adolescentes, según el medio en el que se desenvuelven pueden creer completamente ciertas estas frases y dedicarse a cuidar su apariencia en exceso, o bien como una actitud de rebeldía, tratar de hacer todo lo contrario para romper los moldes y no hacer ningún caso de la apariencia.

Así encontramos: mechones de pelo de distintos colores, tatuajes y perforaciones en el cuerpo, pelo largo o de plano a rape, pantalones de mezclilla a media cadera mostrando su ropa interior, camisetas de dos o tres tallas más grandes y un andar inconfundible. Y ellas no se quedan atrás pues usan pantalones de mezclilla muy ceñidos, zapatos de la altura de un edificio y colores para ojos y labios que no pueden pasar desapercibidos.

También en esta edad se presentan excesivas preocupaciones, que pueden ser signos de malestar emocional. Por ejemplo; el sobrepeso provoca infelicidad, fobias y ataques de pánico en los adolescentes por no tener una figura "adecuada". Generalmente, sobre todo las mujeres quieren parecerse a los modelos de belleza que vemos en las revistas, la televisión o en diversos anuncios publicitarios. Para lograr la apariencia física adecuada, cada persona utiliza distintos métodos. Puede ser desde series prolongadas de ejercicios, dietas, hasta las conocidas enfermedades anorexia y bulimia (Metal, 2009).

Los trastornos alimenticios representan graves consecuencias para la salud. A continuación mostramos un estudio exhaustivo de dichas enfermedades realizado por los (Servicios de Información Nidus, Well Connected, de Nueva York, Estados Unidos, 2005).



Estos trastornos se originan debido a que las tiendas exhiben ropa empleando la imagen de adolescentes extremadamente delgadas, lo que constituye un fuerte modelo de referencia basado en la "*actual definición de belleza*". Definiendo de esta manera, para muchas personas, el ser alguien o no serlo. Si el perfil es parecido al "*perfil correcto*" esa persona se convierte en "*alguien*", sino, su destino es ignorado al igual que los "*anteriores perfiles correctos*".

El grueso de la sociedad, impulsados por la satisfacción de pertenecer al grupo estereotipado por el "*perfil correcto*" se atribuye poderes divinos; juzgando y sentenciando criterios que no son compartidos por el grupo. Empujando así, a los criterios remanentes a incluirse en el gran estereotipo (Ruíz, Carranza, 2005).

Según Corral (1988 citado por Alemañy, 2009), el cuerpo es también presencia social y tiene gran importancia la dimensión social del propio cuerpo. En la mayoría de los casos la percepción vivencial del propio cuerpo se halla mediatizada por su efecto social, o la imagen especular que le devuelve el entorno. A muchas personas les es imposible apreciarse a sí mismos en cuanto al cuerpo de forma independiente del efecto social, la presión del grupo social al que pertenezca. En el caso de los adolescentes, y en especial las chicas la percepción de su cuerpo se halla muy influenciada por los sistemas culturales y ambientales de referencia, y derivan en desarrollar conductas peligrosas para su salud que terminan en el grave problema de la anorexia y la bulimia.

Es importante que se remarque en el adolescente la resistencia a los pensamientos negativos sobre el propio cuerpo. Mostrar el camino hacia las opciones alternativas y no pasar por alto sus logros. Evitar la comparación siempre será positivo en la adolescencia, periodo en que su concepto de sí mismo se encuentra en proceso de formación y de alta vulnerabilidad a las opiniones de los mayores importantes para él (Alemañy, 2009).

Según la psicóloga Morell (2006), los adolescentes están cambiando muchísimos rasgos físicos y asumir todos esos cambios lleva bastante esfuerzo. Antes su cuerpo no les preocupaba, ahora parece que no tengan otra cosa en que pensar. Por un lado la búsqueda de aceptación por parte de los demás y de otro el despertar del interés por el sexo opuesto, les lleva a un análisis pormenorizado del propio cuerpo.

Que a un adolescente no le guste su cuerpo o determinada parte de su cuerpo, es del todo normal y de hecho, suele ser lo más frecuente. Pero cuando llegan a obsesionarse con ello, pueden desarrollar un trastorno llamado “dismórfico” que les lleve a sentir verdadero asco de sí mismos. La autoestima en cualquier edad sufre altas y bajas, en la adolescencia, con su ir y venir de sentimientos es del todo normal estar un día eufórico y al otro deprimido, de modo que verse un día muy guapo y otro horroroso es del todo normal.

Como conclusión a este apartado. La apariencia física en la adolescencia es algo esencial para los jóvenes quieren mostrar lo mejor de sí ante los demás, para ellos es muy importante la opinión de sus amigos, compañeros, parejas, grupos etc., no les importa cuanto tiempo tengan que tardar en arreglarse, lo importante es mostrar lo mejor de ellos a través de su vestuario y si lo importante es andar a la “moda” mucho mejor.

La apariencia física en los adolescentes no basta con llevar solo una playera y unos jeans, abarca desde traer el look más raro, usar las botas más ridículas, traer los jeans rotos, desgastados, pintados, maquillarse excesivamente, colgarse anillos, collares, cadenas, tatuarse el cuerpo y todo por lograr una apariencia física que según ellos es la adecuada y se sienten cómodos con ella.

Claro está que la apariencia física que adoptan los adolescentes va de la mano con todas las modas que nos exhiben los medios de comunicación, a través de la televisión, cine, revistas, etc.

## **2.4 Influencia de la Moda en la Imagen Personal.**

La moda se refiere a las costumbres que marcan alguna época o lugar específicos, en especial aquellas relacionadas con el vestir o adornar. Y es que la moda es el gusto masivo, impuesto o adquirido, frente a la ropa, los perfumes, los anteojos, los colores, y todo lo que se vincule con el embellecimiento. No sólo el de la mujer, ya que los hombres, cada vez con más fuerza, se incorporan a los gritos de la moda.

Por ende, la moda es aquello, que se considera actual. Lo que se está utilizando en un período determinado. Anteriormente, la moda, era un poco más estable, no cambiaba tan rápido. Hoy en día, la moda cambia de estación en estación y de año en año. La moda actual, no es perdurable, por lo que siempre hay que estar atento a lo que se va a utilizar en la próxima temporada.

Con respecto a la historia de la moda, los primeros vestigios de esta se pueden encontrar incluso en la prehistoria. Ya que los seres humanos, también se vestían. En un principio, utilizaban cueros de animales, para taparse. Además, los dientes y uñas de los animales, eran utilizados para formar collares, usados por hombres y mujeres. Con el tiempo se utilizaron ropas más elaboradas y las mujeres comenzaron a pintarse la cara (Andrade, 2008).

Para Castello, Bollini, Albertini, Balabasquer (2008), la moda a diferencia de las tribus urbanas, no tiene la capacidad hoy en día para permanecer tanto tiempo vigente, puede durar como mucho 6 meses hasta que sea reemplazada por otra más innovadora. Esta constante renovación de modas se da debido a que la oferta y la demanda requiere constantes cambios para atraer a los consumidores.

Según Ludueña (2007), en la actualidad, para los adolescentes la ropa es un medio de comunicación, ya que a través de ella logran expresarse, mostrar su personalidad, su propio estilo, buscando destacarse en la sociedad.

Los adolescentes siempre aceptaron la “moda” que les imponían sus padres, pero al llegar a la pubertad, son ellos los que eligen su propia ropa, valiéndose de revistas y TV, como también de personajes famosos e incluso de sus propios amigos o vecinos; de esta forma, tratan de llamar la atención frente a los demás.

Vale aclarar también que nuestro país se caracteriza por ser excesivamente consumista en cuanto a la estética y la apariencia, por lo que dentro de esta aclaración ocupa un lugar destacado la vestimenta, la cual obviamente varía según el gusto de cada una de las personas; y este interés por la apariencia comienza a estar a la vista de todos en la etapa de la adolescencia.

Los años de la adolescencia son años de creatividad y ensayo. La ausencia de responsabilidades permite actividades exploratorias. Ahora bien, como todo emprendimiento nuevo, genera incertidumbre y dudas. En un mundo cada vez más complejo, en el cual prevalece el “culto a la imagen”, los adolescentes valoran más la estética que ética; la popularidad que la verdad; la satisfacción del deseo y la búsqueda del placer inmediato, a los esfuerzos y la constancia por alcanzar los logros.

Transgredir las normas ha sido una característica de la adolescencia en todas las épocas, pero tal vez hoy sorprende la insensibilidad frente al otro y los actos de violencia que conllevan esas transgresiones adolescentes, y la capacidad de repetir las una y otra vez incansablemente del mismo modo en que escuchan su canción preferida en su MP 3 (Aspillag, 2010).

Vivimos en una sociedad donde uno de los aspectos más importantes, es la imagen. Algunos pueden considerarlo frío, pero es la realidad, que a día de hoy abunda y simplemente tenemos que fijarnos en la publicidad, o mirarnos a nosotros mismos.

Por medio de las estrategias publicitarias, los anuncios se van introduciendo en nuestra mente, y con ella la falsedad del mundo y de los personajes por ellas creadas ya que contienen roles y estereotipos sociales que acaban condicionando nuestra conducta. Influencia de la sociedad en la imagen personal.

Los mensajes publicitarios exhiben personajes que desempeñan un papel concreto en la sociedad, esta función es muchas veces sexista e irreal. Ser hombre o mujer, joven o adulto, niño o anciano, conlleva a cumplir con unas labores y obligaciones predispuestas y que la publicidad se encarga de perpetuar. (Joacos, 2007).

El amor al cuerpo no sólo se presenta como una actitud individual, sino también como una imposición mediática y figurativa ya que el cuerpo es símbolo del deseo y el erotismo humano. Se hace uso del miedo individual al rechazo social por culpa de no responder a los cánones de belleza establecidos. La forma corporal adecuada y, por tanto, la aceptada, es impuesta socialmente.

Esta imagen idealizada se construye en base al concepto de el buen cuerpo; un valor al que se puede y debe aspirar, que provocará sentirse mejor con uno mismo, verse más sano, más atractivo y que abrirá las puertas del éxito y el prestigio social. (Joacos, 2007).

Para Güembé, Goñi (2008), muchos adolescentes están atrapados por las modas, como una gran piedra imantada les atrae con una fuerza que ellos no pueden controlar. Sin poderlo evitar son zarandeados por las olas de las modas. Ella les hace vestirse y peinarse de una determinada manera, colgarse un piercing o tatuarse, escuchar diferente tipo de música, leer revistas, hablar diferente, etc.

En el momento vital en que se encuentran, la ropa se convierte en una gran aliada para los adolescentes. La forma de vestirse la identifican con la forma de ser. Para los jóvenes no es indiferente ponerse una cosa u otra, ponerse cualquier cosa, tiene su razón de ser.

Aunque las mujeres comienzan antes, que los hombres, la preocupación por la ropa también les afecta a ellos. Ir a la moda lo interpretan como ir a su manera.

Según Güembé, *et al* (2008), los creadores de moda saben que los adolescentes necesitan manifestarse a través de lo que llevan puesto y lo aprovechan. Son un mercado seguro justamente porque esta siempre dispuesto a cambiar. El adolescente se apasiona por algo que está de moda con la misma facilidad con que lo abandona cuando deja de estarlo para comprarse otra cosa con la misma pasión y dejarla con idéntica facilidad.

Sin embargo a los adolescentes no solo les atrae la moda de la ropa, también les atraen las modas, de las drogas, las dietas, la música, y un sin fin de modas que solo ellos aceptan o rechazan.etc. Ser adolescente para unos es querer probar de todo, con tal de ser aceptado en algún grupo social, pandilla o tribu urbana. El querer sentir lo máximo los lleva a cometer muchas locuras por el hecho de ser joven e inocente.

Durante la adolescencia no se producen cambios radicales en las funciones intelectuales, sino que la capacidad para entender problemas complejos se desarrolla gradualmente. El psicólogo francés Jean Piaget, determinó que la adolescencia es el inicio de la etapa del pensamiento de las operaciones formales, que puede definirse como el pensamiento que implica una lógica deductiva. Piaget, asumió que esta etapa ocurría en todos los individuos sin tener en cuenta las experiencias educacionales o ambientales de cada uno. (Jurado, Ventura, 2006).

### **Problemas alimenticios:**

Una moda que no podemos dejar de mencionar entre la juventud son los trastornos de alimentación. Estos se caracterizan por presentar alteraciones graves en la conducta alimentaria y este frecuentemente ocurre en la adolescencia.

Esta plaga de la búsqueda de la perfección tiene distintas formas de manifestarse y algunas de ellas difieren notablemente entre sí. La anorexia y la bulimia nerviosas, que vienen de la mano de la denominada "cultura de la delgadez". Otra como la Vigorexia es una obsesión en torno al culto del músculo. La dismorfia corporal conlleva una obsesión reiterada por alguna parte del cuerpo, aunque no exista ningún defecto.

### **Vigorexia en la adolescencia**

La vigorexia es un trastorno mental denominado así por el psiquiatra es Harrison G. Pope del Hospital Mac Lean de la Facultad de Medicina de Harvard en Belmonte (Massachusetts) y sus colegas de las Universidades de Providence y de Keele.

Sus síntomas son evidentes, los que la padecen tienen tal obsesión por verse musculosos que se miran constantemente en el espejo y se ven delgados. Sentirse de este modo les hace invertir todas las horas posibles en hacer gimnasia para aumentar su musculatura.

Se pesan varias veces al día, y hacen comparaciones con otros compañeros de gimnasio. La enfermedad va derivando en un cuadro obsesivo compulsivo que hace que se sientan fracasados, abandonen sus actividades y se encierren en gimnasios día y noche. También siguen dietas bajas en grasas y ricas en hidratos de carbono y proteínas para aumentar la masa muscular y tienen más riesgo de abusar de sustancias como hormonas y anabolizantes esteroideos.

Aunque a la vigorexia se le denomina "la anorexia de los 90" es un trastorno mental diferente, no es estrictamente alimentario, pero sí comparte la patología de la preocupación obsesiva por la figura y una distorsión del esquema corporal.

La vigorexia todavía no está incluida en las tablas de trastornos psicológicos o psiquiátricos y se le considera una dismorfia corporal, ya que también se le conoce como dismorfia muscular. Así los pacientes aquejados de vigorexia comparten con los dismórficos y anoréxicos los mismos pensamientos obsesivos y siguen unos rituales reiterativos ante el espejo que les devuelve su imagen distorsionada.

Estos trastornos derivados de la excesiva preocupación por el cuerpo que nos inunda en este final de siglo se están convirtiendo en una verdadera epidemia. Desear una imagen perfecta no implica padecer una enfermedad mental, pero sí aumenta las posibilidades de que aparezca. (Navarra, 2002).

Las enfermedades de bulimia y anorexia, se sabe que son producto de múltiples factores, que pueden incluir trastornos emocionales y de la personalidad, así como presiones familiares, una posible sensibilidad genética o biológica y el vivir en una sociedad en la cual hay oferta promisorio de comida y una obsesión por la delgadez. Esta idea de la estética transmite a los jóvenes sistemas de valores que se basan en el "buen *look*" y el problema es que puede derivar en una adicción por la delgadez del cuerpo y producir enfermedades. (Salcedo, 2007).

Cierto es que esta estética, esta moda, es sólo un disparador que afecta negativamente a algunos jóvenes con problemas familiares y con desajustes de personalidad.

### **Anorexia en la adolescencia.**

En la etapa primaria sólo se tiene un miedo intenso a subir de peso y ésta se caracteriza por dos tipos de padecimientos: la anorexia *nervosa* restrictiva y la bulimarexia. En la primera, se utiliza el ayuno y la disminución exagerada de la ingestión de alimentos para controlar el peso sin utilizar el vómito o los laxantes como métodos de control.



En la bulimarexia se combinan periodos de ayuno con periodos de ingestión compulsiva y después se provoca el vómito, y se aplican purgas y enemas para controlar el peso.

En la etapa secundaria, la anorexia *nervosa* es consecuencia de alguna enfermedad psiquiátrica como la esquizofrenia o la depresión; en esos casos, la anorexia se debe a una interpretación falsa de la alimentación y no a la búsqueda de pérdida de peso. Por lo que respecta a la cantidad de casos de anorexia, se da más en los países anglosajones que en las sociedades orientales. En Latinoamérica, y específicamente en México, los estudios estadísticos y epidemiológicos son muy pocos; carecemos de la información suficiente sobre la incidencia de los trastornos de la conducta alimentaria, aunque en la actualidad diversos grupos investigan este fenómeno. (Salcedo, 2007)

### **Bulimia en la adolescencia.**

La palabra bulimia proviene del griego y significa "hambre de buey". Generalmente se presenta entre los 18 y 28 años de edad. Al igual que en la anorexia, el 95% de los pacientes bulímicos son mujeres. (Salcedo, 2007)

Según Palma (citado por Salcedo, 2007), "este trastorno se caracteriza por la ingestión rápida de gran cantidad de alimentos; la culpabilidad provocada por el abuso al comer y la autoinducción al vómito; la utilización en forma indiscriminada de laxantes y diuréticos y el ejercicio excesivo, debido a que estos jóvenes tienen pavor a subir de peso. También es característico que durante mucho tiempo ellos nieguen estas conductas".

Según datos del INN, en muchos países la frecuencia de la bulimia es mayor que la de la anorexia *nervosa*, pero en México tampoco se tienen cifras sobre la incidencia de este trastorno, debido a que, aun cuando se han aplicado cuestionarios entre la población de riesgo, se esconden los síntomas.

Los trastornos de la alimentación, sobre todo la anorexia y la bulimia, se presentan en la adolescencia como parte de la crisis del desarrollo, del crecer, del descubrirse.

El psiquiatra Barriguete (citado por Moreno, 2009), advierte que estas enfermedades son producidas por múltiples factores neurobiológicos, socioculturales, psicológicos y familiares. "Estos trastornos suceden dentro de una época de muchas crisis, de redefiniciones sociales y personales. Vivimos en un entorno donde al afecto, a la intimidad y a las relaciones no se les presta atención, los jóvenes inmersos en este entorno encuentran problemas para redefinir su identidad y para poder describir, conocer e identificar sus emociones.

También, la crisis del crecer de los adolescentes va ligada a los cambios del cuerpo. Su cuerpo evoca que llega una nueva etapa; que tiene nuevos deseos e inquietudes; que tiene gran susto por crecer y desarrollarse y el pavor a aumentar en medidas y peso le lleva a intentar detener su desarrollo mediante estas conductas alimentarias.

Algunos jóvenes no asumen estos cambios, debido a que implican una manera de ser vistos y de ver una manera de relacionarse con sus padres, de redefinir los interjuegos de poder frente a ellos. El cuerpo escuálido de los anoréxicos, que no evoca formas ni movimientos, va relacionado con el deseo de no manifestar lo que sienten. La esbeltez representa, un desafío, un desacato a lo voluptuoso, al deseo. Las y los jóvenes se autocastigan dejando de comer y dejando de expresar sus emociones y sentimientos, que no es otra cosa que dejar de ser ellas mismos.

Según Barriguete (citado por Moreno, 2009), la moda por sí misma no propicia el trastorno, pero se suma a las dificultades que lo facilitan; las verdaderas causas surgen de la compleja naturaleza humana.

Para Salcedo (2007), algunas características principales de la anorexia y la bulimia son:

### **Anorexia**

Los adolescentes que padecen esta enfermedad se vuelven perfeccionistas, obsesivos, dependientes y obedientes. Sobresalen en los estudios, experimentan sentimientos de bajo amor propio (autoestima). También tienen creencias de que están obesos, sin importan que están delgados. Carecen de dominio sobre su vida personal, tienen extrema rigidez en el control del apetito y hay negación del riesgo que implica el bajo peso.

### **Bulimia**

Los adolescentes con este tipo de enfermedad son conflictivos, impulsivos y poco tolerantes a las presiones, ingieren gran cantidad de comida (de alto contenido energético). Después de los atracones vacían el estomago con purgas y vómitos aparte combinan orgías alimenticias con dietas severas, les aterra comer debido a las calorías, pero consumen alimentos de manera voraz después de comer sienten culpa y vergüenza, ocultan el hábito de vomitar con diversas tácticas.

Todos estos trastornos comparten varios síntomas en común, desear una imagen corporal perfecta y distorsionar la realidad frente al espejo. Esto ocurre porque en las últimas décadas, ser físicamente perfecto se ha convertido en uno de los objetivos principales de las sociedades desarrolladas. Es una meta impuesta por nuevos modelos de vida en los que el aspecto parece ser el único sinónimo válido de éxito, felicidad e incluso salud. (Salcedo, 2007).

## **Drogadicción en la adolescencia.**

Para integrarse dentro de un grupo de amigos y divertirse. Muchos adolescentes comienzan el consumo de las drogas por inducción del grupo de amigos. En lugar de negarse, por miedo a no ser aceptados o ser considerados unos "cobardes", se dejan llevar por lo que dicen los demás. En esta etapa, la influencia de los amigos es muy grande, de ahí la importancia de saber elegir y tener criterios propios a la hora de formar parte de un grupo. Consideran que puede ser una ayuda para superar problemas. Ante los problemas personales, en lugar de afrontarlos abiertamente o pedir ayuda, muchos adolescentes prefieren evadirse y pueden llegar a utilizar la droga como medio de escape.

Por curiosidad. Aún existe la idea equivocada de que probar la droga o consumirla esporádicamente no es perjudicial. Esta idea es mucho más permisiva cuando se trata del alcohol. Esto lleva a que muchos adolescentes prueben determinadas sustancias para averiguar "que se siente", para "experimentar nuevas sensaciones", para descubrir los mitos, no reales, que envuelven a la droga (más placer sexual, disminución del sueño o menos sensación de cansancio, más seguridad en uno mismo, etc.) y se extienden al consumo de alcohol. En estos casos el adolescente prefiere no pensar y evadirse entrando en el mundo que estos tóxicos le ofrecen. (Aparicio, 2009).

Los adolescentes tienen la tendencia a sentirse indestructibles e inmunes hacia los problemas que otros experimentan. El uso del alcohol o del tabaco a una temprana edad aumenta el riesgo del uso de otras drogas más tarde. Algunos adolescentes experimentan un poco y dejan de usarlas o continúan usándolas ocasionalmente sin tener problemas significativos.

Otros desarrollarán una dependencia, usarán luego drogas más peligrosas y se causarán daños significativos a ellos mismos y posiblemente a otros.

La adolescencia es el tiempo de probar cosas nuevas. Los adolescentes usan el alcohol y las otras drogas por varias razones, incluyendo la curiosidad, para sentirse bien, para reducir el estrés, para sentirse personas adultas o para pertenecer a un grupo. Es difícil el poder determinar cuáles de los adolescentes van a experimentar y parar ahí, y cuáles van a desarrollar problemas serios. (Ceis, 2004).

La adolescencia es un momento particularmente vulnerable en la vida de una persona, por ser un momento de "transición" entre la pérdida de los padres como educadores principales y la búsqueda o el encuentro de otras nuevas figuras, deseos y sensaciones. A todo esto también se suma el enfrentamiento con un mundo que cada vez se les va haciendo más complejo.

Existe además un verdadero "bombardeo" de la publicidad dirigida hacia los adolescentes, apetecible para el mercado; basta ver como ejemplo al respecto, las publicidades de cerveza destinadas a jóvenes y el "encuentro" entre ellos si se la consumen juntos. Es posible que en nuestra cultura actual, el alcohol juegue algún papel en este sentido para los adolescentes en tanto "se es grande" por estar "tomando alcohol" o por estar borracho. Por otra parte, el alcohol "suelta la lengua" y "da ánimos" para "encarar" el juego de la seducción inicial. El alcohol es una droga socialmente aceptada, y esta droga daría, desde la consideración de los jóvenes, la fuerza y el valor necesarios para hacer lo que no se atreven hacer sobrios. (Dagradi, 2009).

Podemos notar la gran influencia que ejerce la moda sobre los adolescentes, que en muchos casos, termina generando ciertos problemas dentro del seno familiar, pero en general "vestirse" divierte mucho a los adolescentes se sienten libres y cómodos con lo que traen puesto. Pero cuando se encuentran atrapados en drogas, alcoholismo o anorexia la moda ya no es tan divertida como vestirse con el último grito de la moda.

## CAPITULO III

### Grupos de Adolescentes

#### 3.1 Comunicación de grupo.

La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujeto. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto.

Según, Lomonosov (2004), la comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala.

Por su parte Zorín (2007), dice que la comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano.

El punto de inicio de la comunicación no es más que lo que las personas quieren saber, necesitan saber y deben saber, ya que es aquí cuando la comunicación tiene sentido. Por tal motivo los adolescentes necesitan transmitir lo que sienten, lo que piensan, lo que desean a alguien de su misma edad , que los acompañe en ese viaje a descubrir todas esas dudas que en ocasiones sus padres no pueden resolver, por ello su inserción a un grupo y esa búsqueda de comunicación. Bermúdez (citado por Taborda, 2010).

Verderber (1999) define la comunicación como un proceso de compartir el sentido, ya sea que el contexto sea una conversación informal, una interacción de grupo, o una conferencia pública.

La gente se comunica para satisfacer sus necesidades, para fortalecer y mantener un sentido de identidad, para cumplir con las obligaciones sociales, para desarrollar relaciones, para intercambiar información y para influir en los otros.

La Integración entre adolescentes es llegar a ser parte de un grupo, donde se tienen que respetar las reglas que se te imponen, hacer todo lo que hacen, y apoyarse unos a otros como una nueva familia.

Para la sociedad, la juventud es una etapa de transición entre la edad de la infancia y la adultez, pero para los jóvenes el mundo está anclado en su presente y lo más importante es vivir lo mejor posible el momento actual.

La juventud no está agrupada sólo por la edad sino por formas de pensar y sentir parecidas, donde se encuentra una gran diversidad de culturas, consumos y formas de vida adolescente a las que llamamos “tribus urbanas” o “mundos sociales”.

Para algunos, el término grupo puede estar referido a un determinado número de personas que trabajan juntos o que simplemente se encuentran presentes en un salón al mismo tiempo. Para otros, la definición se aplicaría únicamente a individuos que pertenezcan a una organización y que estén unidos por objetivos comunes. Otros, consideran que la simple reunión de individuos independientemente de que se conozcan o se comuniquen constituyen un grupo. (Contreras, Pavón, Rodríguez, 2005).

Gurvich (1952) considera al grupo de manera muy amplia: “unidad colectiva que encara una obra común, se expresa por actitudes y comportamientos comunes.”

Para Olmsted (1972 citado por Villa, Cirigliano, 2005) el grupo es una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta

la existencia de unos y otros, y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia. Una característica esencial del grupo es que sus miembros poseen algo en común y que creen que ese algo establece una diferencia.

Sin embargo para Whittaker (1990), el término grupo significa un conjunto de personas con ciertas características.

En los grupos las personas tienden a desarrollar normas de conducta que se conocen como normas sociales, las cuales constituyen creencias o valores compartidos, que gobiernan la conducta de los miembros de grupos.

Para abordar un poco más en lo que respecta a la comunicación de grupo nos apoyaremos con un artículo (citado por Burgos, 2008).

Según Burgos (2008), los jóvenes que habitan el mundo complejo y cambiante de hoy, se organizan en espacios propios donde se acepte la diversidad de formas de expresarse y comunicarse. Una buena parte de ellos se incorporan a las exigencias de hoy y se integran en ámbitos sociales y públicos.

Con respecto a otros grupos de adolescentes, se les ve como más rebeldes y revoltosos, estos son los llamados grupos alternativos o disidentes que suelen sentir placer en transgredir las normas sociales y son propensos a crear sus propias formas de cultura. La forma de comunicación que tienen entre ellos es variada y distinta a lo que estamos acostumbrados los adultos. Los nuevos estilos o formas de comunicación son una fuente inagotable que va produciendo y construyendo la subjetividad del joven. La comunicación entre las personas hasta no hace mucho tiempo atrás era codificada y con un sentido real, esto quiere decir, en espacio y tiempo real. Existían códigos compartidos entre los jóvenes y entre ellos y los adultos, una característica de este tipo de comunicación era la necesidad de estar atento y concentrado. Para comunicar “algo” había que pensar y memorizar. (Burgos, 2008).



Hoy en día la comunicación no necesariamente es codificada, hay una comunidad virtual además de la real, se comparte infinidad de información en la red, se habla de una subjetividad mediática sin códigos compartidos, hay una falta de diálogo cara a cara. Recibimos infinidad de información a través de las nuevas tecnologías y no toda la llegamos a procesar internamente.

Según Burgos (2008), hacemos un espacio, consumiendo una gran diversidad de estímulos visuales y auditivos. Esta saturación de información puede producir en el adolescente, una sensación de vacío que termina en estados de aburrimiento y desconcentración.

Por otra parte, no es cierto que los adolescentes lean o escriban poco, sino que algunos se refugian en libros y otros lo hacen en forma más placentera fuera de la escuela y con medios diferentes a las que estamos acostumbrados los adultos.

Una de las formas más comunes y tradicionales de escribir, es a través del diario íntimo. Lo que hace atractivo al diario íntimo es que el dueño del mismo es autor y en secreto va plasmando los cambios y experiencias de vida que va viviendo, claro está que el diario es más común entre las niñas adolescentes.

Al escribir poemas de amor, canciones, cartas, la escritura adquiere un sentido de propiedad privada y se convierte en una actividad más entretenida. Otra forma de escribir es en la pantalla de la computadora estando conectado a la red. A veces se completa la escritura con la utilización de “emociones” que son una especie de dibujitos animados que expresan distintos estados de ánimo.

Muchas veces cuando los adolescentes no desean quedar expuestos a la comunidad cibernética, sus escritos son ocultos detrás de un seudónimo. En estos momentos los jóvenes están creando sitios en Internet como el Blog, my space, Hi5, Fotolog y el Facebook entre otros.

Estos son sitios en Internet que se actualizan periódicamente, donde se escriben artículos, hay comentarios, se elevan fotos y se conversa sincrónicamente a través del chat, del correo electrónico o comentarios que acompañan siempre a la imagen.

El chatear es una comunicación escrita entre dos o más personas en la web. Los SMS son mensajes cortos donde los adolescentes crean su propio lenguaje, los e-mails, los foros o lugares de discusión en internet, juegos en línea o multiplayer, y el You Tube (videos en la Web), donde los jóvenes suben, ven y comparten filmaciones, música y videos. Estas son las formas más frecuentes de comunicación que tienen hoy los adolescentes.

Algunos grupos de adolescentes inventan lugares y estilos nuevos de escritura, como lo son los Pichacoés, que son escrituras con manchas de alquitrán que combinan formas de pictograma, ideograma y escritura alfabética. Se exhiben en lugares públicos, pero se trata de mantener escondido lo que se quiere expresar porque es un mensaje que tiene que ser descifrado por los distintos grupos que forman un mismo tipo de tribu urbana.

El pichar es un trabajo, una ocupación, una forma de ocupar el tiempo. Se realizan con trazos fuertes, gruesos e indelebles con aerosoles. Son coloridos e imitan a la escritura en cursiva, son firmados por el grupo que los realiza. Son mensajes secretos entre grupos. Se realizan en lugares peligrosos de difícil acceso como túneles por donde pasa el tren, en alturas como en tanques de agua o terrazas de edificios. (Burgos, 2008).

Hay otro tipo de expresiones a través de lo psicomotriz, que algunos adolescentes utilizan como lo son los llamados “exploradores urbanos” quienes van deambulando por las calles, de día y de noche como una forma de elaborar el alejarse de su casa y conquistar nuevos espacios.

Los flashmobs, que etimológicamente significa multitud relámpago, es un grupo de personas que se reúnen en lugares públicos para hacer algo inusual y se dispersan rápidamente como lo fueron la guerra de almohadas, el desmayo masivo o la fiesta silenciosa donde cada adolescente bailaba con su mp3, sin compartir la música con los demás. El parkour es otra forma de comunicación o actividad del joven en la cual se desplazan de un lado al otro de la ciudad, superando los obstáculos que presenta la misma solo con el cuerpo. El objetivo de esta actividad es la superación personal.

Como conclusión a este apartado sólo nos queda decir que la comunicación entre los adolescentes es un idioma que solo ellos comprenden, lo más importante es estar juntos como grupo, aceptar los comentarios de los demás es algo que los fortalece y los anima a seguir unidos. Para ellos el pertenecer a un grupo es algo esencial, de esta manera pueden hablar de cosas de su edad que quizás con sus padres no lo hacen como también pueden hablar de un sin fin de cosas, de lo que les gusta hacer, de música, de ropa, de cine, etc.

Las famosas redes sociales han alcanzado tanto auge entre los adolescentes que todo el día quisieran estar en comunicación con sus grupos de amigos. El Messenger, el face-book, metroblog, el blog, etc. Han provocado que los jóvenes a través de la comunicación se escriban para estar en contacto sin embargo, la única excepción es que de tanto que quieren expresar empiezan por distorsionar su escritura abreviando las palabras y agregando un sin fin de significados que para un adulto es imposible traducir.

La adolescencia es la edad del descubrimiento, del querer trascender, de conocer y tener muchos amigos, de lograr su aceptación, esto es muy común a esta edad. El adolescente lo que desea es comunicar y saber que existe para que lo tomen en cuenta, saber que la vida se hizo para disfrutarla y si es en compañía de su grupo de amigos mucho mejor.

### 3.2 Relación de Grupo

En la adolescencia es importantísimo pertenecer a un grupo. Es cierto que la presión del grupo es muy fuerte y es muy difícil, una vez que se ha entrado en una pandilla, decir que no a la mayoría, ya que llevar la contraria puede significar ser excluido.

Se plantea la necesidad de los y las jóvenes de sentirse diferentes dentro de su entorno social, quieren ser vistos como seres que poseen características propias y formas diferentes de abordar el mundo; es por esto que requieren el concepto de sus "pares" acerca de si mismos.

La vida en grupo es tan antigua como el ser humano mismo. Los grupos dieron lugar a que los seres humanos puedan resolver sus necesidades psicológicas y sociales con mayor eficacia. Algunas de las particularidades que integran los grupos de adolescentes está dada por la participación, pero, ¿qué es lo buscan y encuentran en ellos?; ¿cómo pueden influir los grupos en los distintos adolescentes? (Santoro, 2008).

Los adolescentes se encuentran con dos grandes fuentes de influencia social en su desarrollo: Los amigos que adquieren un papel fundamental en este periodo; y la familia (especialmente los padres). A partir de la pubertad la elección de compañeros se basa sobretodo en aspectos individuales del carácter. La simpatía en el momento de la adolescencia se dirige cada vez más hacia la personalidad total del otro; y tiene en cuenta, sobretodo, las cualidades afectivas de éste.

Con el desarrollo de la madurez las posibilidades asociativas se multiplican, y las relaciones sociales se descubren mejor. El adolescente no sólo tiene la necesidad de encontrar un amigo, sino, alguien que esté con él en todo momento, acompañándolo en sus necesidades internas. (Coleman, 1980 citado por Reales, 2010).

Para los adolescentes la amistad significa entablar relaciones duraderas basadas en la confianza, la intimidad, la comunicación, el afecto y el conocimiento mutuo. Durante este periodo se valora a los amigos principalmente por sus características psicológicas, y por ello los amigos son las personas ideales para compartir y ayudar a resolver problemas psicológicos como pueden ser: la soledad, la tristeza, las depresiones, entre otras. Esta concepción de la amistad en los adolescentes es posible por el avance cognitivo que se produce en la toma de perspectiva social, que consiste en adoptar la posición de una tercera persona para analizar más objetivamente sus relaciones, es decir, tal y como las vería una tercera persona. (Aberasturi, 1985 citado por Reales, 2010).

Los adolescentes consideran las amistades como relaciones sociales que perduran y se construyen a lo largo del tiempo; entienden la amistad como un sistema de relaciones. Por tanto, podemos decir, que la amistad en este periodo permite que se tome conciencia de la realidad del otro, formándose de está actitudes sociales.

Importante es mencionar, otro aspecto, que cumple la amistad en este proceso, ésta tiene una función integrativa en la sociedad, ya que el hecho de sentirse integrado en el mundo y en la sociedad, lo cual se logra, por medio de la amistad, contribuye a reforzar y sociabilizar el “yo”. (Aberasturi, 1985 citado por Reales, 2010).

Otro aspecto importante, no mencionado anteriormente, pero que lo complementa es la inserción de los adolescentes en grupos.

El adolescente espera del grupo que le permita la conquista de su autonomía, pero una vez que llega a ser independiente abandona el grupo porque la noción de autonomía y la de grupo se oponen.

Es normal que el adolescente se salga del grupo para comprometerse en relaciones personales, y en relaciones con el otro sexo. Por otro lado, tenemos las relaciones con los padres, que es la otra gran influencia en el plano social que los individuos reciben en este periodo.

A partir de la pubertad, los adolescentes empiezan a sentir nuevas necesidades de independencia, y como consecuencia de esto desean realizar actividades sin el continuo control paterno; les molestan las ocupaciones caseras, las preguntas de los padres sobre lo que ellos consideran “su vida privada” (amigos, lugares que frecuentan, etc).

Los adolescentes no saben muy bien lo que quieren o a qué aspiran. Pueden llegar a parecer adultos muy pronto (físicamente), por lo que desean ser tratados como tales por sus padres; sin embargo la concepción social de la adolescencia alarga enormemente este periodo, por lo que aún les queda un largo camino por recorrer para conseguir el estatus de adulto. (Coleman, 1980 citado por Reales, 2010).

El grupo de pertenencia proporciona al adolescente una plataforma distinta para ver el mundo. Le ofrece un lugar relativamente estable que, por el mismo hecho de ser adolescente, le es difícil encontrar en su familia. En él encuentra una relación simétrica, una situación de igualdad, con pares que tiene sus mismos problemas, preocupaciones, deseos y gustos. Aprende a establecer relaciones sociales, puede encontrar apoyo para afrontar sus conflictos y elementos para construir su identidad. (Santoro, 2008).

Por otro lado Maslow basa su teoría de motivaciones en las necesidades y los deseos de las personas. Sostiene que puede aplicarse tanto en la vida familiar, como en el trabajo, la política o cualquier otra actividad humana.

Define cinco niveles de necesidades y deseos, ordenados en forma ascendente, lo que indica que, en general, primero se debe satisfacer la primera categoría y después las siguientes. Sin embargo, reconoce también que un individuo puede estar involucrado en dos o tres niveles al mismo tiempo. (Rivero, 2007), estas categorías son las siguientes:

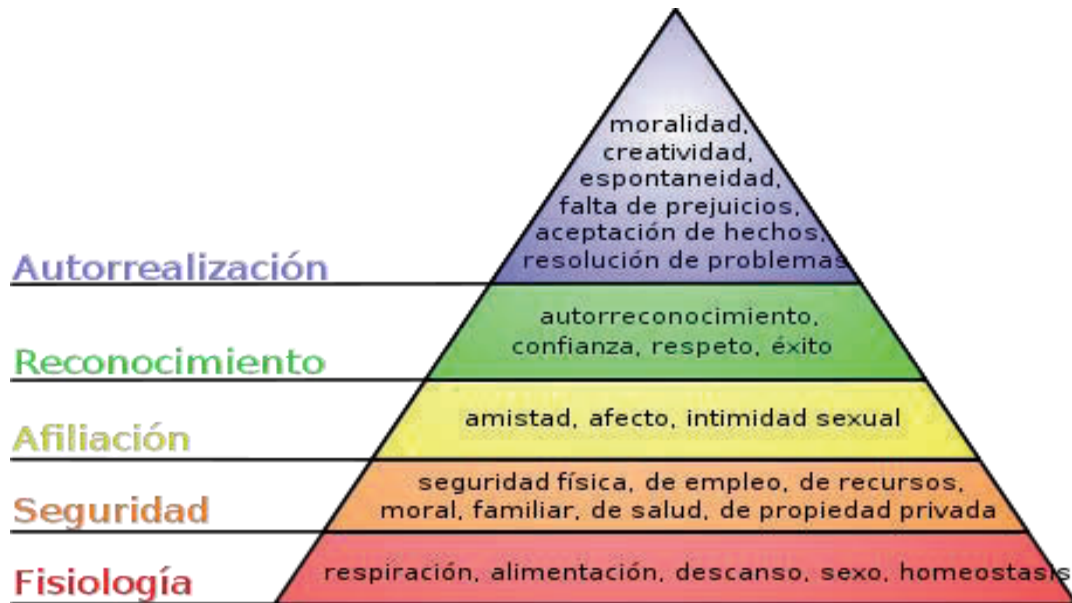


Figura 2. Pirámide de **Maslow**: jerarquía de necesidades.

Imagen tomada de [www.la.reserva.com](http://www.la.reserva.com)

Para este trabajo de investigación de las cinco categorías que propone Maslow, nos basaremos en la categoría de afiliación o pertenencia, debido a que en la adolescencia los jóvenes buscan a toda costa pertenecer a un grupo.

De Pertenencia. Son las necesidades sociales. Están en el ámbito de las relaciones del individuo con los grupos en los que interactúa, sea en el ámbito familiar, social, religioso, de trabajo u otros. Los motivadores son el impulso hacia la interacción con otras personas semejantes a ellos, la aceptación en el grupo, el afecto, así como la necesidad o deseo de compartir actividades observando las normas y costumbres adoptadas por el grupo. (Rivero, 2007).

En el grupo el adolescente, a veces puede aprender a postergar intereses particulares a favor de conductas que implican participación, solidaridad y colaboración, conductas que responden a valores que son básicos para la convivencia en comunidad.

Para el adolescente las cualidades, defectos, características y valores que cree poseer o que parecen faltarle, van conformando el concepto que esa persona tiene de sí. A partir de este concepto es que puede construir su autoestima.

Para establecer esta valoración, el adolescente busca referencia para comparar. El espejo donde se mira habitualmente es el conformado por: la familia, los vecinos, los amigos, los compañeros de la escuela. En esta comparación necesaria, se distinguen dos atributos importantes la identidad y la pertenencia, además existen otros elementos diferenciadores, que los adolescentes obtienen pautas para su propio desarrollo como lo son la publicidad, las modas, la televisión, los modelos que los adultos transmiten.

Durante este proceso el joven puede conservar su capacidad crítica, su forma singular de pensar y sentir, su pertenencia al grupo será una expresión de su propia libertad de elección. Si por el contrario, la presión del grupo no se lo permite, se producirán efectos negativos, especialmente en aquellos adolescentes vulnerables y necesitados de un marco de contención y de pertenencia, que por su propia historia personal hacen irrupciones violentas, o de silencio, ya sea en el hogar, en la escuela, o la comunidad. (Santoro, 2008).

Para Aparicio (2007), el pertenecer a un grupo el adolescente encuentra un reflejo de sus inquietudes. Sus amigos son los que mejor le comprenden, con quien más se divierten y con quien comparten inquietudes y objetivos. Adquieren tal importancia que en ocasiones parecen preferirlos más que a su familia.



La mayoría de los adolescentes tienen un grupo de amigos al que pertenecen y con el que se identifican, suelen ser grupos homogéneos con los mismos gustos, formas de vestir y de la misma edad. Se sienten muy unidos al grupo y el hecho de pertenecer a él, aumenta su confianza y autoestima, ya que se siente aceptado y querido.

Cuando los hijos llegan a la adolescencia tienen necesidad de distanciarse del entorno familiar para desarrollarse como persona e integrarse en la sociedad como individuo. Los amigos suponen un gran apoyo y son los que mejor le comprenden y ayudan ya que tienen los mismos sentimientos, problemas y ansiedades y el mismo deseo de alcanzar la autonomía personal.

Dentro del grupo o pandilla siempre encuentra a una o dos personas con quien mantiene una relación más estrecha de amistad, y es con este amigo con quien más confianza tiene y con el que cuenta para todo. Esto ocurre sobre todo cuando se trata de chicas, que necesitan contarse todo lo que les ocurre. La amistad implica valorar al otro y aceptarlo tal y como es. (Aparicio, 2007).

De acuerdo a Roger (2009) es propio de la etapa adolescente el preguntarse y cuestionar la autoridad de los adultos en general, de los padres y profesores en particular. Es en esta edad cuando el joven se muestra más sensible con lo justo y lo injusto, es más crítico con todo lo que le rodea, le dan gran importancia al grupo de amigos y se forman “las pandillas”, por encima de cualquier otra relación.

Durante este periodo, el adolescente se reúne, con los que comparte intereses comunes y en los que buscará la aceptación por un grupo social diferente al de su familia y con la intención de encontrar la respuesta a sus inquietudes. Para ello se relaciona con un grupo de chicos-as de su misma edad, que hablan un lenguaje similar al suyo y que comparten con él un interés por modificar valores y actitudes familiares y sociales que les parecen inapropiadas

Su grupo de amigos tiene gran importancia para él, y a su vez, el grupo ejerce una gran influencia en las decisiones que pueda tomar, aunque no siempre sean las más adecuadas para su desarrollo emocional.

La importancia de pertenecer a un grupo.

Según Roger (2009), el adolescente en un grupo busca la seguridad, cuando más indefenso se sienta más buscará a los otros e intentará identificarse con ellos, incluso sacrificando algunas de sus propias creencias o rasgos personales. El grupo le permitirá reafirmarse pues puede olvidar sus actitudes defensivas o su temor a ser incomprendido puesto que todos sienten y piensan lo mismo. Además en el grupo se le toma en serio.

Protegiéndose y cobijándose los unos a los otros se sienten fuertes e indispensables, no hay nada que no puedan hacer en grupo mientras que solo se pueden sentir desgraciados frente al mundo de los adultos. El problema puede venir cuando el grupo que le ofrecía al adolescente un marco de seguridad que le permitía avanzar en la maduración de su personalidad, entorpece su salida de este limitando contexto social. En vez de ser el trampolín donde el joven se lanza a la vida, se convierte en su refugio y el medio para huir de su personalidad. La dependencia al grupo conlleva, algunas veces, la renuncia de los propios ideales o de la propia forma de pensar del adolescente.

Los grupos son temporales y es normal que el adolescente salga de él para comprometerse en relaciones personales. Aunque evidentemente siempre habrá adolescentes que dediquen su tiempo y energía a unos ideales de actividad de grupo. La relación en grupo en la adolescencia para los jóvenes es algo esencial, a pesar de que esta sólo es temporal. Sin embargo, también muchos adolescentes buscan sus relaciones en grupos donde sólo se sumergen en el mundo de las drogas, el alcohol y la delincuencia porque eso los hace sentir grandes y diferentes a todos los demás.

### 3.3 Tipos de Grupo o Tribus Urbanas

Cada uno de nosotros creció en algún grupo social, generalmente dentro de una familia. Sin embargo, en el curso de nuestro desarrollo fuimos observando que algunos de nuestros motivos, intereses y necesidades podían ser satisfechas de mejor forma en conjunción con personas diferentes a este grupo inicial. Así, fuimos aprendiendo a incursionar, algunas veces de manera formal, otras de manera informal, en diferentes grupos: la escuela, los amigos, el club, etc. (Contreras, Pavón, Rodríguez, 2005).

Los adolescentes no son todos iguales pese a que con frecuencia hablamos de la adolescencia como si hubiera una única y universal manera de ser adolescente. La adolescencia comienza con los cambios biológicos que determinan la maduración física y sexual, sin embargo cómo se desarrolla, cuándo termina y qué significado adquiere esta etapa de vida, depende en gran medida del contexto sociocultural en que se vive. Los adolescentes representan, producen y comunican distintas “culturas adolescentes”.

La cultura es el conjunto de conocimientos, valores, prácticas, creencias, artefactos que se adquieren por vivir en determinado contexto social, que configura una trama de significados compartidos desde la cual nos comunicamos. Las culturas adolescentes son las distintas maneras en que ellos expresan colectivamente sus experiencias sociales construyendo estilos de vida distintivos que se manifiestan en especial en el tiempo libre o en espacios específicos que generan en distintas instituciones o lugares. (Feixa, citado por Somoza, 1999).

Según los sectores sociales de los que provengan, que dependen de la familia de origen, del barrio, de las escuelas, las iglesias, los clubes, las amistades y otras instituciones o redes sociales, los adolescentes adquieren distintos valores, expectativas y normas de conducta con los que construyen estilos de vida propios.

Otro aspecto importante en la construcción de las culturas adolescentes es la generación, pues quienes han nacido en determinado momento histórico comparten sucesos, costumbres, modas y valores comunes. Las culturas adolescentes se construyen entonces, con elementos provenientes de las identidades generacionales, de clase, de género, etnia y territorio. (Somoza, 2007).

Incorporan elementos provenientes de la moda, la música, el lenguaje, las prácticas culturales y las actividades que realizan. Las fronteras entre las distintas culturas adolescentes no son estáticas ni inaccesibles. Por el contrario, los adolescentes no se identifican siempre con el mismo estilo sino que reciben influencias de varios estilos y a menudo construyen su propio estilo, que depende de sus gustos estéticos, musicales, sus valores, y de los grupos primarios con los que interactúan.

Para Somoza (2005), los adolescentes se relacionan de distinto modo con la cultura dominante de la sociedad, según la cultura adolescente a la que pertenezcan. Algunos se relacionan conflictivamente, son los adolescentes que los adultos vivencian como “rebeldes”; otros se integran por lo menos en forma parcial, son los “buenos estudiantes y laboriosos”. Las condiciones socioculturales imperantes en la actualidad favorecen el surgimiento de distintas culturas adolescentes, las atraviesan con sus valores o “antivalores”.

No es casual que en la cultura posmoderna que promueve la falta de certezas, el escepticismo, la falta de proyección de futuro, el consumismo, la búsqueda de placer, el individualismo, en una sociedad que tiende a la fragmentación y la desigualdad, hayan surgido tantas culturas adolescentes. (Somoza, 2005).

Según Molina (2008), la juventud como concepto sociológico es presentada en la literatura de los años sesenta como fenómeno social, de entonces a la fecha las formas de interpretación de sus expresiones se han hecho presentes en la

literatura de corte científico social, al mismo tiempo que se promueven estereotipos de juventud.

El concepto de “tribu” de Michel Maffesoli (1990), se ha difundido en los medios académicos para interpretar los fenómenos sociales de la “posmodernidad”, su uso ha diluido el concepto a un punto de estereotipo social.

A partir de la formulación del enfoque neotribal algunos investigadores de juventud como (Costa, 1996 y Feixá, 1997) se aproximan a nuevos fenómenos vinculados a la subjetividad de los jóvenes urbanos, constituyendo el concepto de tribu urbana más una mirada que una conceptualización taxonómica de la diversidad de grupos juveniles.

En México hace mas de 60 años existen tribus urbanas documentadas desde los rebeldes sin causa pasando por los cholos en el norte del país y diez o veinte años después a los hippies, actualmente se han magnificado principalmente por los medios de comunicación a los emos y los punk de igual forma a los fresas y a los dark pero la realidad es que en México, hay muchas tribus urbanas que no necesariamente son jóvenes sin oficio ni beneficio al contrario son chicos que estudian, trabajan o simplemente son sanos, efectivamente las tribus urbanas son un factor y una identidad juvenil para pertenecer ya no hace falta solo vestirse o pensar igual hay que tener talento y autenticidad. (Cardiel, 2009).

Según Balaguer (2009) para mucha gente se trata simplemente de asociaciones motivadas por afinidades meramente estéticas. Es la ropa, los accesorios que se llevan, o una manera de tratar su propio cuerpo, maquillarse o tatuarse, peinarse de una manera especial o ir cuidadosamente despeinado, lo que suele caracterizar a sus componentes. A esto se le añade la coincidencia en gustos musicales, el hecho de compartir parecidas formas de llenar el tiempo libre.

La pertenencia a estos grupos implica unas determinadas formas de afrontar la vida. Sea como fuese, las tribus urbanas, agrupadas por razones estéticas o por sentimientos más profundas, son parte del paisaje del mundo actual.

Además, aunque en cada país reciban un nombre diferente, lo que en España son *pijos* se llama *chetos* en Argentina, *fresas* en México y *sifrinós* en Venezuela; los *heavies* españoles son metaleros en México... y a pesar de que la palabra tribu tenga connotaciones localistas, estas agrupaciones no han escapado a la globalización y sus componentes mantienen cierta homogeneidad, independientemente del país del mundo que habiten.

Robles (2009), nos dice que una tribu urbana es un grupo de gente que se comporta de acuerdo a las ideologías de una subcultura, que se origina y se desarrolla en el ambiente de una urbe o ciudad. Es una agrupación, generalmente juvenil, en la que sus miembros se unen en virtud de algún gusto o algún modo de vida que tengan en común. Así, este tipo de grupo se caracteriza, por ejemplo, por tener una estética tipo que sus miembros siguen y comparten. Esto obedece a la necesidad de los adolescentes de diferenciarse de las generaciones más adultas y de otros grupos coetáneos.

Para Castillo (2001), las tribus urbanas son un fenómeno que describe a las pandillas, bandas o agrupaciones de jóvenes y adolescentes, que se visten de modo parecido y llamativo, que siguen hábitos comunes y se hacen visibles, sobre todo en las grandes ciudades.

Una tribu urbana se constituye como un conjunto de reglas específicas a las que el joven decide confiar su imagen parcial o global, con niveles bastante amplios de implicación. Funciona como un lugar de mitos donde sus miembros pueden construir una imagen, un esquema de actitudes o comportamientos gracias a los cuales salir del anonimato con un sentido de identidad reafirmado y reforzado. Tienen lugar juegos de representaciones que le están vedados a un individuo normal. El exceso es una de sus características. Mediante la tribilización se reafirma la contraria operación de una identidad que quiere escapar de la uniformidad y no duda en vestir un uniforme. (Castillo, 2001).

Las tribus urbanas son agrupaciones de jóvenes que aparecen en las grandes ciudades, que comparten los mismos gustos musicales, realizan las mismas actividades, eligen vestirse de modo similar, poseen hábitos y valores comunes. Los adolescentes pueden identificarse con otros adolescentes que viven lejos geográficamente pero que comparten los mismos gustos y costumbres por pertenecer a la misma tribu. (Moreno, del Barrio 2000 citados por Somoza, 2005).

Hall-Jefferson (1983 citados por Castillo, 2001) relacionan la aparición de las subculturas en Inglaterra con cierta abundancia a la post-guerra, que había hecho surgir “Jóvenes sin clase que se agrupaban por edad y para compartir su ocio”. Según ellos, la sub- cultura manifiesta mediante rituales el miedo de la desesperación de la clase trabajadora frente a la amenaza de su destrucción.

Para Barthes y Lewis-Straus (citados por Castillo, 2001) las subculturas vendrían a representar los mitos de la sociedad capitalista.

Sinason (citado por Castillo, 2001), relaciona la participación de los jóvenes en las tribus como una respuesta frente a la “inferioridad emocional” que experimentan en ese período de su vida.

En una versión local de estos problemas en los años 70, decía Aberastury (citado por Castillo, 2001), de esta problemática: “El adolescente defiende sus valores y desprecia los que trata de imponerle el adulto, Más aún, los siente como una trampa de la que necesita escapar”.

Como todos ya sabemos, últimamente en nuestro país se ha hablado mucho de las tribus urbanas. Pero mucha gente se pregunta cuál es el motivo para que los adolescentes lleven a cabo estos grupos.

Puede haber dos motivos: por ideología (tribus más antiguas), o por moda (tribus modernas). Dentro de las tribus urbanas podemos encontrar a los Emos, Góticos, Floggers, Skaters, Cumbieros, Metaleros, Skinheads, Hippies, etc...

Hay algo que todas las tribus urbanas tienen en común, que es la identificación mediante la vestimenta. Cada integrante de las tribus, es fácilmente identificable en la calle, debido a su manera de vestir y a sus modos. Si bien hay algunas tribus que son bastante confundibles con otras, cada una tiene su propia ideología y es eso lo que las hace diferentes. El hecho de conformar un grupo con otras personas de las mismas características brinda al individuo cierto sentimiento de pertenencia a ese grupo y por qué no, de rechazo hacia otros. Desde ese rechazo provienen las diferencias que desembocan en enfrentamientos como las ya conocidas "Peleas del Abasto". (Bollini, Balabasquer, Castello, Albertini, 2008).

La juventud es una época que es vivida de manera diferente por las personas, según el nivel socio-económico, su familia, sus amistades y su medio de desarrollo. También hace referencia a la generación que define características comunes para las personas de edades similares, es así como la generación determina afinidades en cuanto a la música, la ropa, los ideales sociales, el modo de habitar el mundo y la forma de comportarse frente a la sociedad.

Para muchas personas, las tribus son una cuestión creada por los vaivenes del mercado. Este, básicamente, sería una máquina generadora de modas, corrientes de pensamiento y zombies consumistas (la televisión sería el otro mal que nos azota). A los jóvenes no hay que subestimarlos, con su forma de vivir hacen lo mismo, ven el conjunto de opciones y eligen: eligen con quién juntarse, qué ponerse, qué escuchar etc. (Gomel, 2009)

Una tribu urbana es una agrupación, generalmente juvenil, en la que sus miembros se unen en virtud de algún gusto o algún modo de vida que tengan en común. Así, este tipo de grupo se caracteriza, por ejemplo, por tener una estética tipo que sus miembros siguen y comparten.



Esto obedece a la necesidad de los adolescentes de diferenciarse de las generaciones más adultas y de otros grupos coetáneos. (Echeverría, Appelius, 2007).

Los grupos mutan con los años. Algunos de ellos por ejemplo los punks, empapados del ideal anarquista, los hippies, los skinheads, tienen un denominador común: expresaban sus ideas en la calle.

Con el tiempo los intereses cambiaron, al igual que el contexto, por ende las problemáticas y las formas de manifestarse a favor o en contra de un suceso. (Gómel, 2009).

#### Características del neo-tribalismo

Comunidad emocional: Los sentimientos y emociones se viven dentro del grupo.

Energía subterránea: Resistencia a la sumisión y reglas de la sociedad, exigiendo canales de expresión.

Sociabilidad dispersa: El joven posee varias facetas de comportamiento. Juega a diferentes papeles dentro de la sociedad. (Vásquez, 2009)

Las tribus son, en general, un factor de desorden y agitación social, ya que en su propio acto de nacimiento tiene que ver con “declarar la guerra” a la sociedad adulta de la que no se quiere formar parte. El look más extremado y menos convencional revela una intensa necesidad “auto expresiva”.

La relación de pertenencia del individuo al grupo, es intensa, globalizadora, y aporta un sentido existencial. Todas las acciones de los miembros de la tribu se sostienen en esta pertenencia, razón por la cual hay una desresponsabilización de los individuos respecto a sus propias acciones. Los canales de expresión y las modalidades en donde manifiestan estas actitudes vitalistas y agresivas son los espectáculos de música y los deportivos.

Por la masividad de estos eventos, y por su intensidad emocional, es donde los individuos se pierden en pos de los ideales del grupo y se comportan según las leyes de lo que Freud estudió en Psicología de las masas y análisis del yo. Junto con las actitudes más violentas coexiste la necesidad de dejar una marca que los identifique como tales. A su vez, para los eventos importantes, es esencial vestir el atuendo que los caracteriza. Ellos quieren destacarse, que se les distinga, y hay en esto orgullo y satisfacción. (Castillo, 2001)

Como se mencionó anteriormente, tribus urbanas hay muchas sin embargo las que más predominan en nuestro país son: Los dark o gótico, emos, fresas, punk, skinheads, cholos, hippies y los hippies chic, skaters, rastas, floggers, pokemons, Xtrials, yuppies, grafiteros o taggers y gruperos.

Hoy los adolescentes han encontrado nuevas formas de agruparse, formando verdaderas tribus con características culturales propias. Culturas adolescentes que están plagadas de símbolos en los cuales la influencia del mercado comercial es muy grande. Por ello adquieren elementos por su valor estético, es decir porque les gustan, sin considerar su valor simbólico, o aquello que representan.

Culturas adolescentes que tienden a construir modas, generando grupos y subgrupos que se diferencian entre sí por su manera de vestirse, el tipo de música que escuchan, la manera de peinarse, los lugares que frecuentan, los hábitos. En suma, por un estilo de ver la vida que los caracteriza.

Punks, rolingas, skaters, darks, emos, alternativos, floggers, entre otros son estilos de culturas adolescentes o tribus urbanas. Estilos que constituyen un fin en sí mismo, sin representación política, ideales sociales o ideología. Estilos que suponen también la apropiación de símbolos y máscaras que reafirman la pertenencia a un grupo y marcan límites con el resto de la sociedad. En estas culturas de la adolescencia predominan las experiencias emotivas y sensoriales (lo corporal, lo táctil, lo visual, la imagen, lo auditivo, etc). (Argento, 2010)

La búsqueda de pertenencia e identidad es lo que está en la base de estos fenómenos. Durante la adolescencia se modifican las relaciones que los adolescentes tienen con sus familias y cobran vital importancia las relaciones que establecen con otros adolescentes.

### **3.4 Estereotipos en la adolescencia**

Estereotipo es un conjunto de creencias acerca de las características de las personas de un grupo determinado que es generalizado a casi todos los miembros del grupo

Los estereotipos son una forma de destacar cierto tipo de personas de acuerdo a su apariencia y estilo de vida, los cuales se ven muy potenciados por los medios masivos de comunicación, siendo ejemplos claros las TV y el Internet por medio de los cuales el mercado define qué es y qué no es un adolescente, un joven, para nuestra cultura.

Para Quin, McMahon (1997), el estereotipo es una imagen convencional o una idea preconcebida. Se trata de una concepción popular sobre un grupo de personas que constituye una forma de categorizar conjuntos de individuos o grupos de gente de acuerdo con su apariencia, comportamiento y costumbres.

El mensaje publicitario dirigido a los jóvenes recurre al estereotipo, para representar un mundo feliz e ideal y lleno de éxito donde milagrosamente la pobreza, la fealdad, la enfermedad, la lucha de clases o los problemas sociales no tienen lugar.

Según Ruíz (2009), un estereotipo es una imagen muy trillada, y con pocos detalles acerca de un grupo de gente que comparte ciertas cualidades, características y habilidades. Por lo general, ya fue aceptada por la mayoría como patrón o modelo de cualidades o de conducta. El término se usa a menudo en un sentido negativo, considerándose que los estereotipos son creencias ilógicas que limitan la creatividad y que sólo se pueden cambiar mediante la educación.

Los estereotipos más comunes del pasado incluían una amplia variedad de alegaciones sobre diversos grupos raciales y predicciones de comportamiento basadas en el estatus social o la riqueza.

Originalmente un estereotipo era una impresión tomada de un molde de plomo que se utilizaba en imprenta en lugar del tipo original. Este uso desembocó en una metáfora sobre un conjunto de ideas preestablecidas que se podían llevar de un lugar a otro sin cambios al igual que era posible con el tipo portable de impresión. (Moreno, 1997).

La publicidad contribuye a la creación de estereotipos sociales, culturales, raciales, etc. Sabemos ya que no nos venden un producto, nos venden el éxito social, la competitividad, el éxito personal. Y no olvidemos nunca que la publicidad suele vender ideas viejas con ropajes nuevos.

Los medios masivos de comunicación intentan transmitir que por el solo hecho de ser “bellos” gozan de muchos privilegios dejando de lado a otros tantos que no pertenecen a este grupo, y de alguna forma discriminándolos. Esta discriminación y este estilo de vida se refleja en la vida cotidiana, en cualquier sitio, y más donde están los adolescentes, ya que lamentablemente son las víctimas de la sociedad de consumo. En la publicidad actual se recurre a los estereotipos por un doble motivo. Primero por un imperativo netamente económico: hay que recurrir a imágenes convencionales que sean decodificadas sin ningún tipo de dificultad por las audiencias. En segundo lugar, también la publicidad necesita los estereotipos como estrategia informativa porque las audiencias son emotivas antes que racionales. (Villalba, 2010).

Para Cremades (2010), el estereotipo es una idea que se repite y se reproduce sin variación. Es una imagen uniformada común a los miembros de un grupo que no recoge las características individuales. Puede representar una opinión generalizada que se fundamenta en una idea preconcebida y que se impone como molde o cliché a los miembros del grupo al que se refiere. “Es decir un estereotipo es una impresión sobre grupos sociales con características comunes, por las que otorgamos rasgos negativos o positivos a una misma sociedad sin tener en cuenta las diferencias existentes entre sí.

La publicidad, el marketing y los medios de comunicación masiva, son los principales creadores de personajes estereotípicos y modelos utópicos, puesto que de esta manera, les es más fácil cambiar conductas.

Según Suárez (2008), los jóvenes en publicidad, son personas dinámicas, divertidas, independientes, atractivas, triunfadoras (a veces, incluso vacías e “idiotas, preocupados solo de sí mismos) se juega con la necesidad de identificación, de pertenecer a un grupo o a una *tribu*, con los llamados “modelos aspiracionales”, es decir, ofreciendo con todo lo que se supone desean -mejor *deben*- conseguir (empezando por el celular para seguir con el auto) Y así, para venderles productos, utilizan distintas motivaciones que parten de aspectos que suelen preocupar o interesar a la juventud: la música, las fiestas, la velocidad, el deporte, etc.

El marketing y la publicidad nos han querido vender la perfección durante décadas, haciéndonos creer que si consumimos tal o cual producto ligaremos a esa chica o chico del anuncio, que nuestro pelo será el más brillante y sedoso si usamos tal marca de champú o que seremos unos ganadores si nuestro desodorante es de una marca en particular. Pero también es consciente de que de vez en cuando es necesario cambiar de imagen, ir, aparentemente, en contra de lo que antes ofrecían, no en vano la publicidad está directamente relacionada con el entorno sociocultural en que se desarrolla.

Puede parecer demagogia echar la culpa a la publicidad de todos los males de nuestra sociedad, pero tampoco se puede obviar en qué medida esos roles estereotipados que nos muestran contribuyen a afianzar conductas reprobables

Para la R.A.E. (citado por Suárez, 2008), el estereotipo es una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable. Una imagen que representa a un colectivo. Se trata de un conjunto de creencias acerca de las características de las personas de un grupo determinado que es generalizado a casi todos los miembros del grupo.

Los estereotipos refuerzan los prejuicios y convicciones que tenemos acerca de todo e incluso sobre nosotros mismos (nuestro grado de aceptación o autoestima están afectados por convicciones estereotipadas). (Quin, *et al*, 1997).

Fisac (2010), dice que el estereotipo que en su esencia es tomar ciertos rasgos de un objeto o persona para facilitar la comunicación, es retomado con fines mercantilistas por la publicidad, para ofrecer rasgos físicos y psicológicos de algunos personajes, presentándolos como modelos a seguir y utilizándolos para introducir productos, ideas, conductas y hábitos de consumo.

Los medios de comunicación especialmente la publicidad, la televisión y el cine, deben su gran auge no tanto a la presentación o el poder persuasivo de una ideología “directa”, sino que saben incorporar y reproducir esquemas y los perpetúan “indirectamente”, a través de sus mensajes.

Según, Aparici (1993), un estereotipo es una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple (causando distorsión en dicho proceso porque se hace más énfasis en algunos aspectos del grupo mientras que se ignoran otros). El estereotipo es un modo de categorizar el mundo real, de darle significado a un aspecto específico de ese mundo en vez de otro. El estereotipo nos permite organizar información sobre el mundo

Algunos estereotipos pueden parecer “obvios” porque son conocidos por todos. Estos se convierten en un modo “natural” de pensar, de hablar y de bromear acerca de grupos sociales reales como las mujeres, los indígenas, etc. Los estereotipos “codifican” nuestras reacciones con la gente y nuestras ideas sirven para construir y a la vez reforzar un sistema de convenciones sociales que presentamos y utilizamos.

Así difunden estereotipos sobre la feminidad y la masculinidad, el racismo, las personas mayores, la discriminación socioeconómica, los valores culturales, religiosos, académicos, etcétera, que desea perpetuar una sociedad o un grupo en el poder.

Las tendencias de la moda y los fines comerciales que están detrás de éstas, son las que rigen la presentación de tales estereotipos, que vienen revestidos de formas externas “modernas”, y son retomados y aceptados por las nuevas generaciones de adolescentes. Siempre traen consigo una ideología envuelta en nuevos estilos de ropa, adornos, modales, vocabularios, que hacen que una juventud se identifique como parte de esa generación.

Los estereotipos están en cada segmento de la población que escoge sus propios rasgos externos (vestido, peinados, adornos, música, etcétera), que son la manifestación de los valores internos que como grupo quieren preservar. Así tenemos los movimientos de adolescentes fresas, darks, punks, cholos, en los cuales cada joven que está en busca de su propia identidad, retoma los valores manifestados por los estereotipos propios de ese grupo y los hace suyos.

Este proceso grupal, en el mejor de los casos, es pasajero, independientemente de cuál es el grupo de adscripción; es de esperar que cada individuo al madurar, retome (al igual que lo hizo con las identificaciones paternas) la parte que es más *adecuada* y poco a poco vaya encontrando el camino de su propia personalidad, marcada por su origen familiar y los valores de su cultura y grupo social. (Fisac, 2010).

El estereotipo es un concepto de “grupo”. Es algo que comparte un grupo y hay mucha uniformidad sobre su contenido. (No se pueden tener estereotipos “privados”) Un estereotipo describe a un grupo, usualmente en lo que se refiere a sus rasgos característicos. Los estereotipos suelen ser descripciones basadas en lo subjetivo, no lo objetivo. Por ejemplo, rubia *tonta*, negro *sucio*.

El estereotipo es un concepto, un sistema selectivo de organización cognitiva y es un aspecto del pensamiento humano. (Aparici, 1993).



Este seguimiento de modas estereotipadas que se da en cada generación de jóvenes, es utilizado por la publicidad y los medios de comunicación con fines comerciales, que identifican algunos rasgos de cada generación, los ponen de moda, los refuerzan y provocan, para poder vender y comercializar determinados productos.

Lo delicado de este mecanismo es el tipo y selección de valores que representan y que cada joven asimila en su proceso de identificación, pues con ellos construye los cimientos de su propia vida. (Fisac, 2010).

Según Aparici (1993), hay dos maneras de “tener” un estereotipo:

- \* Podemos creer en su veracidad

- \* Podemos no creer, pero sabemos que existe y cuál es su contenido.

Los estereotipos sirven para proteger los intereses de algunos grupos y no los de los otros. Generalmente, el estereotipo se aplica a grupos que luchan por el poder político del que carecen: mujeres, negros, homosexuales, por ejemplo.

El estereotipo sirve para justificar o racionalizar nuestra conducta en relación a la categoría que representa; es decir, sirve para justificar nuestro acogimiento o rechazo de un grupo.

Un estereotipo es efectivo en el grado que invoca un consenso. El estereotipo representa una opinión común acerca de un grupo social.

El consenso que invoca un estereotipo es menos real de lo que aparenta porque, por lo normal, nuestras ideas sobre grupos sociales son el producto de estereotipos.

La fuerza de un estereotipo, es decir su aceptación y uso como un concepto comunicativo tiene una relación directa con el grado en que éste es percibido por su público como una representación válida de lo real.

El estereotipo se crea con:

1. La identificación de una condición social.
2. La evaluación negativa de tal condición social.
3. La formulación de esta evaluación como una característica innata del grupo.
4. La presentación de esta evaluación negativa como la causa de la condición social en vez del efecto de la misma.

Según Carreño (2008), las características y aspectos negativos de los estereotipos son:

-Se vinculan a prejuicios sociales y a acciones discriminatorias: si no eres alto, guapo y rubio.

-Suponen una generalización y visión simplista del mundo: así es la vida. -No consideran las diferencias entre las personas: el que no coma sopa panza...

-Pueden apoyarse o no en hechos reales, pero su interpretación obedece a prejuicios.

-Son difíciles de modificar y se transmiten de generación en generación.

-Expresan intolerancia ante la diversidad de las personas.

-Han servido de pretexto para perseguir, denigrar y asesinar a millones de personas que no cumplían un requisito de sangre o de raza. (Carreño, 2010).

## Estereotipos de Género

Según Penedo (2007), estos son también referidos como estereotipos sexuales y reflejan las creencias populares sobre las actividades, los roles, rasgos, características o atribuciones que caracterizan y distinguen a los hombres de las mujeres.

De este modo, se espera que los niños practiquen más la bicicleta que las niñas, o que éstas sean más ordenadas que los niños.

Bem (1981 citado por Penedo, 2007), argumenta que las personas con un estereotipo de género acentuado difieren de los no estereotipados en el modo en que organizan la información relativa al sexo.

Los primeros se distinguen de los individuos no en la cantidad de masculinidad o femineidad que posean, sino en que sus conceptos y sus conductas se organizan en función del género. Estos sujetos utilizan el género como una estrategia para organizar el procesamiento de información sobre sí mismo y sobre los demás. (Penedo, 2007).

Burgueño (2009), dice que el género son las características, roles e identidades que socialmente se le han asignado a los hombres y a las mujeres. El Género es distinto al sexo, aunque suelen confundirlo.

Género es masculino o femenino, son condiciones que se aprenden desde la infancia, pero no nacen con los seres humanos sino que según sea hombre o mujer, la sociedad, la cultura, el medio ambiente, la familia, la calle, la escuela, los medios de comunicación y la época histórica en la que vive, le imponen roles, le enseñan actitudes y creencias de ser hombre o ser mujer.

Por ejemplo, cuando un niño nace los adultos lo visten de azul, blanco o verde; le compran carros; y le colocan pantalones. Cuando una niña nace la visten de rosado o blanco; le regalan muñecas, moños y vestidos.

Los colores, los objetos y la ropa se convierten, entonces, en elementos claves para determinar lo que es masculino y lo que es femenino.

Otros ejemplos claros tienen que ver con los valores inculcados a ambos sexos. A los adolescentes se les motiva con más frecuencia que a las mujeres para que empiecen a conquistar y a proponer para demostrar su hombría. A las mujeres se les promueven valores como delicadeza, feminidad y suavidad en el trato con otras personas y se les prepara para que sean los hombres quienes las cortejen, inviten, conquisten y tomen la iniciativa al momento de las relaciones interpersonales, afectivas y sexuales.

A los hombres se les habla desde niños con expresiones como “sea macho”, incluso en algunas sociedades es mal visto que los hombres lloren o demuestren más ampliamente expresiones como la ternura.

Para Linares (2010), los estereotipos son formas de ubicar a la gente bajo una lista de características de acuerdo con su raza, sexo, orientación sexual, procedencia, edad, etc. Por ejemplo, se dice que las personas jóvenes son alegres, enérgicas, pero que también son irresponsables e inexpertas. Cuando estas características se le asignan a una persona joven solo por el hecho de su edad, sin tener en cuenta sus características y realidades individuales se está frente a un estereotipo.

En la sociedad es muy común encontrar estereotipos para cada uno de los sexos, es decir, agrupar a la gente bajo un listado de características según sean hombres o mujeres. Estos estereotipos son conocidos como estereotipos de género, pues las características que se asignan a cada sexo se basan en los roles e identidades que socialmente se le han asignado a los hombres y a las mujeres.

Los adolescentes deben aprender a no dejarse influenciar con cosas tan superficiales y saber que no por tener una esbelta figura plástica o semejante a los personajes de la televisión, cine o revistas llevarán el mismo estilo de vida que ellos pretenden mostrarnos.

No permitan ser presos de esta sociedad consumista y valoremos todas las virtudes de las personas que van más allá de la belleza, porque de tanto “querer parecerse a”, terminan siendo todos iguales. Aprendamos que lo diferente también es bueno y procuremos que no todo pase por lo estético y lo exterior, porque la esencia de la persona está en su forma de ser.

Conocernos profundamente a nosotros mismos y a nuestros pares puede resultar mucho más interesante de lo que pensamos.

# CAPITULO 4

## Diseño del Instrumento de Medición

### 4.1 Conceptos previos.

El procedimiento para construir el instrumento se basa en una escala. Definimos una escala como una serie de ítems o frases que han sido cuidadosamente seleccionados, de forma que constituyan un criterio válido, fiable y preciso para medir de alguna forma los fenómenos sociales. (Fernández, 2006).

¿Qué es un ítem?

Un ítem es una frase o proposición que expresa una idea positiva o negativa respecto a un fenómeno que nos interesa conocer.

Tres criterios para la confección de los ítems de una escala.

1. Los ítems deben facilitar respuestas relacionadas con el fenómeno medido, aunque dicha relación no tiene porqué ser necesariamente manifiesta.
2. Cada ítem debe declarar no sólo las dos posturas extremas, sino también graduar las intermedias. A medida que la escala gane en sensibilidad, ganará también en precisión.
3. Los ítems deben ser fiables y seguros. La fiabilidad con frecuencia se logra a costa de la precisión. Cuanto más refinada es una medición, más probable es que en dos medidas repetidas obtengamos puntuaciones distintas. (Fernández, 2006).

¿Qué es una actitud?

Actitud es un estado de disposición psicológica, adquirida y organizada a través de la propia experiencia que incita al individuo a reaccionar de una manera característica frente a determinadas personas, objetos o situaciones. (Fernández, 2006).

Las actitudes son procesos perceptivos permanentes de un individuo, basados en el conocimiento; son evaluadores y orientados a la acción con respecto a un objetivo o fenómeno. (Kinneer, Taylor, 1998)

Componentes de una actitud.

Por lo general, se considera que las actitudes tienen tres componentes principales: 1) *un componente cognoscitivo*: las creencias de una persona acerca del objeto de su interés, tales como rapidez o durabilidad; 2) *un componente afectivo*: los sentimientos de una persona acerca del objeto, como bueno o malo; y 3) *un componente de comportamiento*: la disposición favorable de una persona para responder con su comportamiento al objeto. (Kinneer, Taylor, 1998).

Escalas aditivas

Las escalas aditivas están constituidas por una serie de ítems ante los cuales se solicita la reacción del sujeto. El interrogado señala su grado de acuerdo o desacuerdo con cada ítem (totalmente de acuerdo, de acuerdo, Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo) a cada respuesta se le una puntuación favorable o desfavorable. La suma algebraica de las puntuaciones de las respuestas del individuo a todos los ítems da su puntuación total que se entiende como representativa de su posición favorable-desfavorable con respecto al fenómeno que se mide.

La justificación razonada de tales puntuaciones totales, como base para la colocación de los individuos en una escala, es la siguiente:

A un ítem que puede ser admitido con diversos grados de aprobación, se le pueden atribuir diversos “pesos”, conforme a las frecuencias aprobatorias que reciba de acuerdo con la curva normal.

Asimismo y por consiguiente, 1) cada individuo recibe una puntuación proporcional a su aprobación acumulada, y 2) cada ítem recibe diversos pesos según el grado con que es aprobado.

La probabilidad de acuerdo o desacuerdo con cualquiera de las series de ítems favorables o desfavorables, con respecto a un objeto, varía directamente con el grado de actitud de un individuo. Un individuo con una actitud favorable responderá favorablemente a muchos ítems (es decir, estará de acuerdo con muchos ítems favorables al objeto y disentirá a los desfavorables); de un individuo ambivalente puede esperarse que responda desfavorablemente a uno y favorablemente a otros; un individuo con una actitud desfavorable responderá desfavorablemente a muchos ítems. (Fernández, 2006).

Escala de Likert.

El procedimiento para construir el instrumento de medición para esta investigación se basa en la Escala de Likert combinado con la *escala de clasificación verbal*.

La escala de Likert, consiste en un conjunto de afirmaciones, juicios y preguntas frente a la cual la persona expresa su reacción. Los ítems califican el objeto actitudinal.

Para ello, se ubica en uno de los puntos que se le presentan en un continuo. Dicho continuo varía entre una máxima Favorabilidad hasta una máxima Desfavorabilidad.

La escala de Likert tiene la ventaja de que es fácil de construir y de aplicar, y, además, proporciona una buena base para una primera ordenación de los individuos en la característica que se mide.



El tipo de preguntas desarrolladas para el cuestionario se realizó con base a la escala de Likert, la cual se diseñó acorde a las variables de esta investigación.

El tipo de preguntas utilizadas corresponde a la categoría de preguntas cerradas de opción.

Estas preguntas están compuestas por cinco posibilidades de respuestas con un valor asignado dependiendo si la pregunta es favorable o desfavorable.

1. Se recogió una larga serie de ítems relacionados con la actitud que queremos medir y se seleccionan, aquellos que expresan una posición claramente favorable o desfavorable.

Para esta investigación se han seleccionado un total de 17 ítems.

2. Se selecciona el grupo de sujetos similar al que piensa aplicarse la escala. Estos responderán, eligiendo en cada ítem la alternativa que mejor describe su posición personal.

En este caso se eligió a los alumnos de primero, segundo y tercer año de nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga siendo en un total 71 adolescentes.

Para la presente investigación, el cuestionario se aplicó personalmente para explicarles la dinámica y así atender a las dudas que puedan surgir, y lograr una mayor seguridad de que todos los encuestados hayan contestado correctamente

3. Las respuestas a cada ítem reciben puntuaciones más altas cuando más favorable son a la actitud, dándose a cada sujeto la suma total de las puntuaciones obtenidas.

### **La Escala de clasificación verbal.**

Son probablemente las que se utilizan con mayor frecuencia en investigaciones de mercados. Estas escalas requieren que los encuestados indiquen su posición, seleccionando entre categorías verbalmente identificadas. A los encuestados se les pide que marquen la casilla adyacente a la frase que mejor corresponda a su reacción, dada la pregunta inmediata. (Kinneear, Tylor, 1998)

El tipo de escala aditiva más frecuentemente utilizado en el estudio de actitudes sociales es el de Likert, la cual se utilizó para este estudio combinándolo con la escala de clasificación verbal, el cual consta de cinco caritas mostrando la reacción a la respuesta de la elección de la persona encuestada.

### **Respuesta a estímulos no estructurados o parcialmente estructurados.**

El segundo instrumento aplicado fue el de *respuestas a estímulos no estructurados o parcialmente estructurados* propuesto por Kinneear Tylor. En este instrumento a los encuestados se les muestra un dibujo de un producto que se está comprando o usando, o alguna otra situación, y se les solicita que expresen su reacción. Otros enfoques incluyen contarles una historia, pruebas de asociación de palabras y de completar oraciones. (Kinneear, Taylor, 1998).

Para la aplicación de este instrumento se utilizaron una serie de ocho fotografías que mostraban diferentes tipos de jóvenes vestidos con modas que definen a que grupo o tribu urbana pertenecen.

## 4.2 Construcción del instrumento de medición.

En nuestro caso, el fenómeno a medir fue una actitud cuya intensidad queremos medir.

¿Qué va a ser medido? (variable)

Independiente      Imagen personal: artefactos e indumentaria.

Fueron medidos aquellos grupos de adolescentes de nivel bachillerato que son quienes más se preocupan por su imagen personal.

Se aplicó la encuesta el día 16 de agosto de 2010, empezando a las 11:30 am. En el bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga.

El tipo de preguntas utilizadas corresponde a la categoría de preguntas cerradas de opción.

Estas preguntas están compuestas de cinco posibilidades de respuesta, con un valor asignando por tipo de respuesta.

<b>Respuestas</b>	<b>Valor</b>	
	<b>Pregunta Favorable</b>	<b>Pregunta Desfavorable</b>
Totalmente de Acuerdo	5	1
De acuerdo	4	2
Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	3	3
En desacuerdo	2	4
Totalmente en desacuerdo	1	5

Fig. 3 Valores asignados al cuestionario.

La encuesta se aplicó a los alumnos de nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga de la ciudad de Morelia, Michoacán, a los grupos de primero, segundo y tercer año siendo un total de 71 alumnos.

La encuesta constó con un total de 17 preguntas y cinco opciones de respuesta que además incluye la escala de clasificación verbal para hacer más agradable la respuesta de los adolescentes.

Una vez aplicada la encuesta el paso a seguir es la elaboración de la escala de Likert, para sacar las sumatorias y de esta manera obtener las frecuencias que queremos conocer.

### **4.3 Codificación de datos**

Una vez recolectados los datos se codifican para su análisis. Para la presente investigación se utilizó una tabla de resultados para sacar la frecuencia a las respuestas de cada adolescente y después sumar el total de cada pregunta, posteriormente continuar con los gráficos de datos, esto se aplicó en el primer instrumento de aplicación.

Para el segundo instrumento se recolectaron los adjetivos calificativos más repetitivos para cada una de las fotografías.



69 70 71

5 4 2  
1 3 1

1 3 3  
1 3 5  
5 5 5  
5 5 5  
1 4 3  
1 3 5  
5 5 5  
5 5 5

3 5 5  
5 3 4  
4 4 3

1 3 1

5 5 5  
5 3 5  
2 3 5



## GRÁFICOS POR ÍTEM

### Pertenencia y Seguridad.

#### 1. Es importante para ti pertenecer a un grupo.

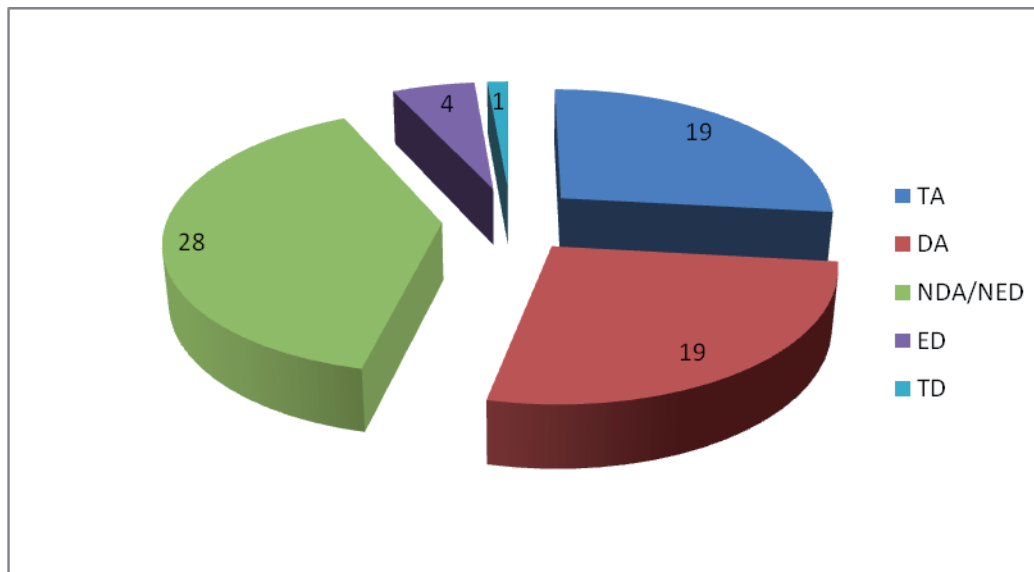


Fig. 5 Gráfica 1

La gráfica nos muestra que para los jóvenes es muy importante pertenecer a un grupo. El 38% está de acuerdo, mientras que sólo el 5% opina estar en desacuerdo, el 28% no está de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo tanto para los adolescentes es esencial pertenecer a un grupo. Los adolescentes en esta etapa tan difícil el pertenecer a un grupo los hace sentir mucho mejor porque en él encuentran gente de su misma edad, con las mismas inquietudes, mismos gustos, mismas aspiraciones y sobre todo compañerismo que tal vez en su familia no encuentra.



## Pertenencia y Seguridad

### 2. Pertenecer a un grupo te da seguridad.

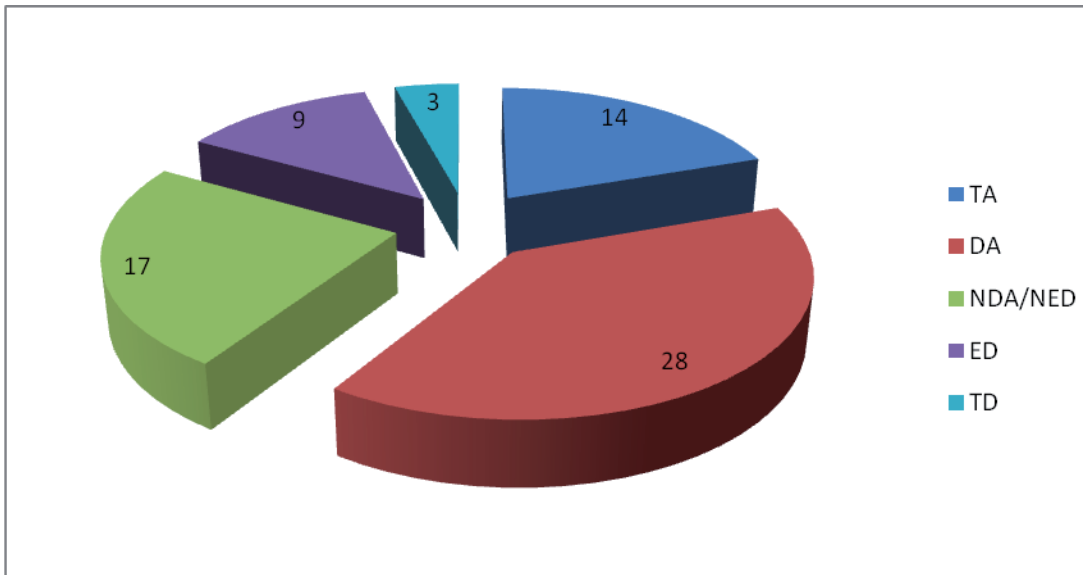


Fig. 6 Gráfica 2

La gráfica nos muestra que pertenecer a un grupo te da seguridad. El 42% de los jóvenes encuestados están de acuerdo con ello y solamente el 12% están en desacuerdo mientras que el 17% están indecisos. Por lo tanto para los adolescentes el pertenecer a un grupo es importante porque les brinda mayor seguridad y se sienten protegidos.

## Pertenencia y Seguridad.

### 3. Los jóvenes que pertenecen a una tribu urbana lo hacen sólo por moda.

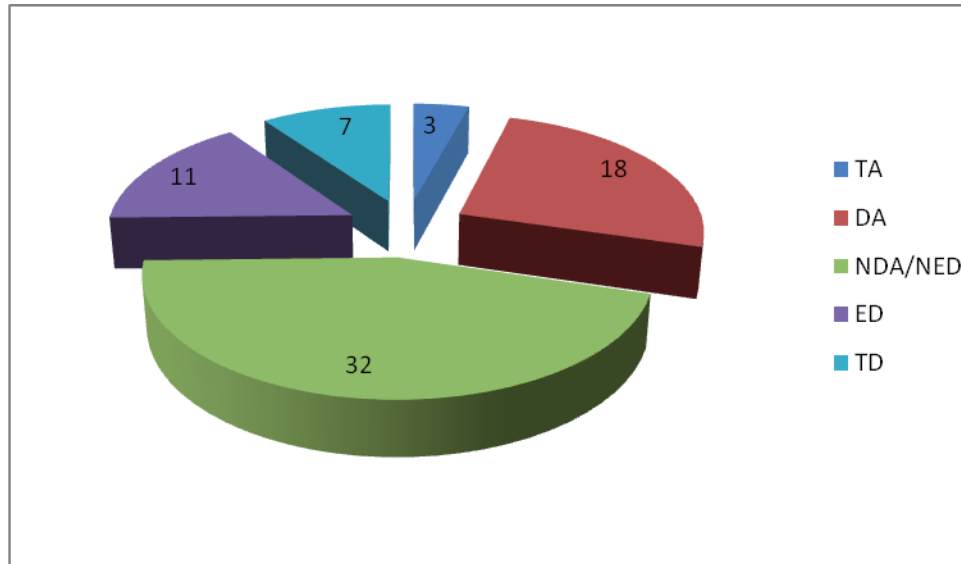


Fig. 7 Gráfica 3

El 32% de los encuestados contestaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 21% está de acuerdo, y sólo el 18% están en desacuerdo. Por lo tanto la mayoría de los jóvenes por querer pertenecer a una tribu urbana o grupo popular lo hacen sólo por moda como algo pasajero digno de su edad o sólo por buscar una identidad que los haga diferentes y sentirse protegidos.

## Estereotipos.

### 4. Las personas que visten de negro son sucias y viciosas, y es preferible no hablarles.

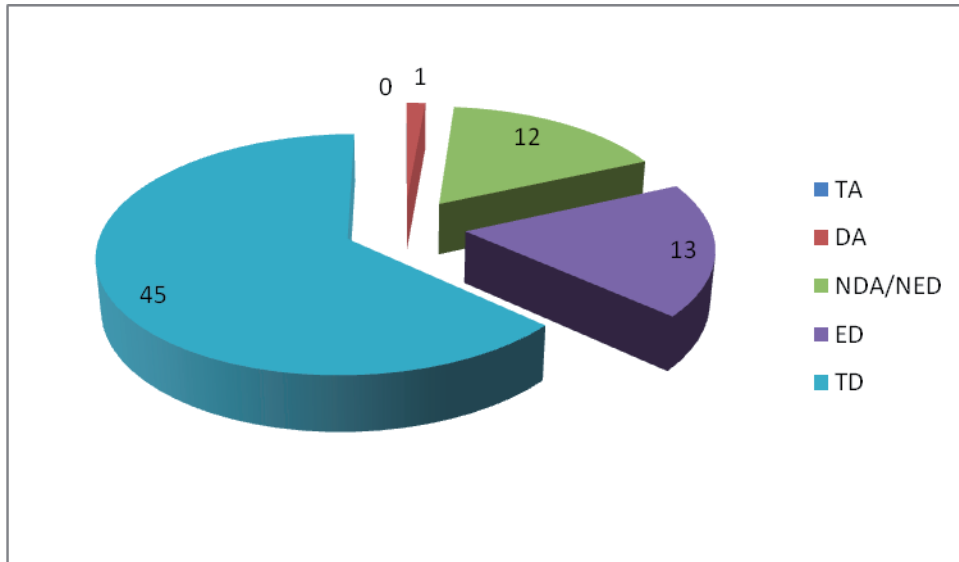


Fig. 8 Gráfica 4

En la gráfica se muestra que el 58% de los adolescentes están en desacuerdo, mientras que el 12% no están de acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 1% están de acuerdo que es preferible no hablarles. Por lo tanto los jóvenes que visten de negro lo hacen por moda o porque les gusta ese color y se sienten cómodos como se visten y no por ello son viciosos o sucios si no todo lo contrario a parte el color negro es el favorito de muchos jóvenes. Se concluye en esta gráfica que los adolescentes no discriminan a los jóvenes que visten de negro y mucho menos creen que por vestir este color son viciosos ó sucios.

## Estereotipos.

### 5. Te juntas con grupos de jóvenes sólo porque su apariencia física es “cool”.

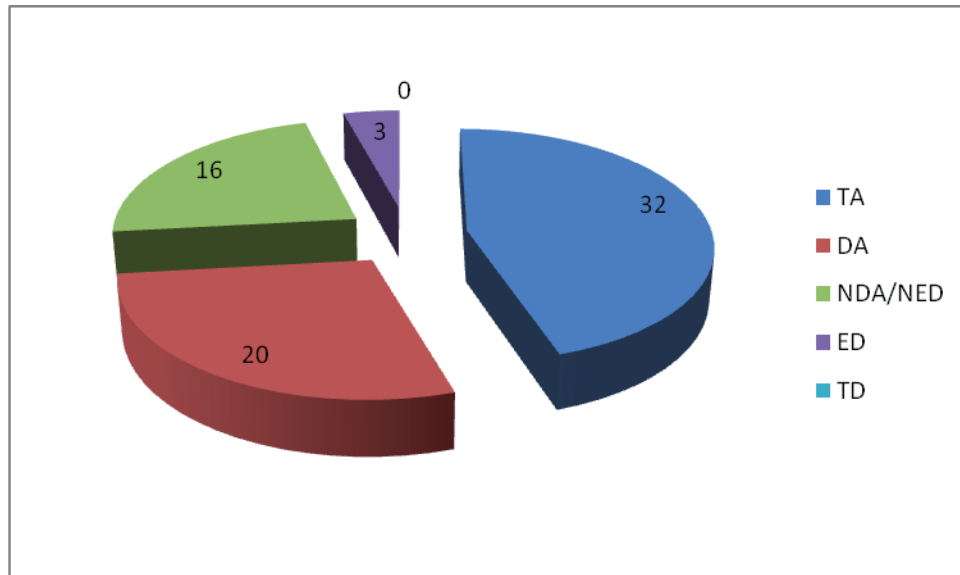


Fig. 9 Gráfica 5

La gráfica muestra que te juntas con grupos de jóvenes sólo porque su apariencia física es “cool”. El 52% de los adolescentes están a favor, mientras que el 16% no están de acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 3% están de desacuerdo. Por lo tanto los encuestados tratan de juntarse con aquellos jóvenes que tienen mejor apariencia física quizás por que les brindan más confianza que los que no la tienen o no intentan tratarlos un poco más.

## Estereotipos.

### 6. Las muchachas que pertenecen a una tribu urbana no son femeninas y evitas hablar con ellas.

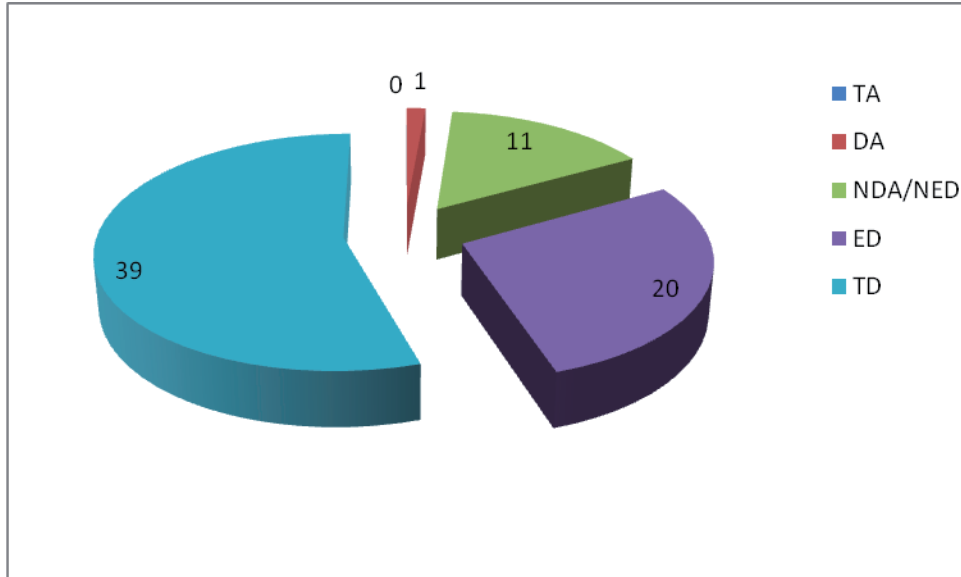


Fig. 10 Gráfica 6

La gráfica nos muestra los siguientes resultados. El 59% de los jóvenes están en desacuerdo, mientras que el 11% no están de acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 1% están de acuerdo. Por lo tanto para los adolescentes las muchachas que pertenecen a una tribu urbana no dejan de ser femeninas y pueden fácilmente aceptarlas tal como son.

## Estereotipos.

### 7. Los jóvenes que pertenecen a una tribu urbana son racistas.

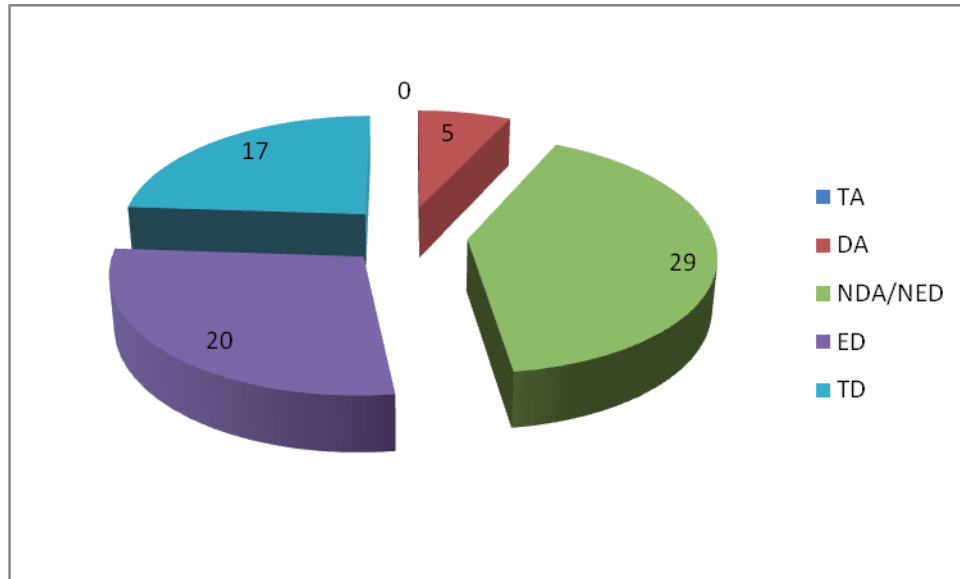


Fig. 11 Gráfica 7

La gráfica arrojó los siguientes resultados. El 37% de los encuestados están en desacuerdo, mientras que el 29% no están de acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 5% está de acuerdo. Por lo tanto para los adolescentes el pertenecer a una tribu urbana no te hace racista si no todo lo contrario lo que buscas es pertenecer a un grupo que te de seguridad y te acepte tal como eres.

## Apariencia Física.

### 8. La apariencia física te ayuda para pertenecer a un grupo.

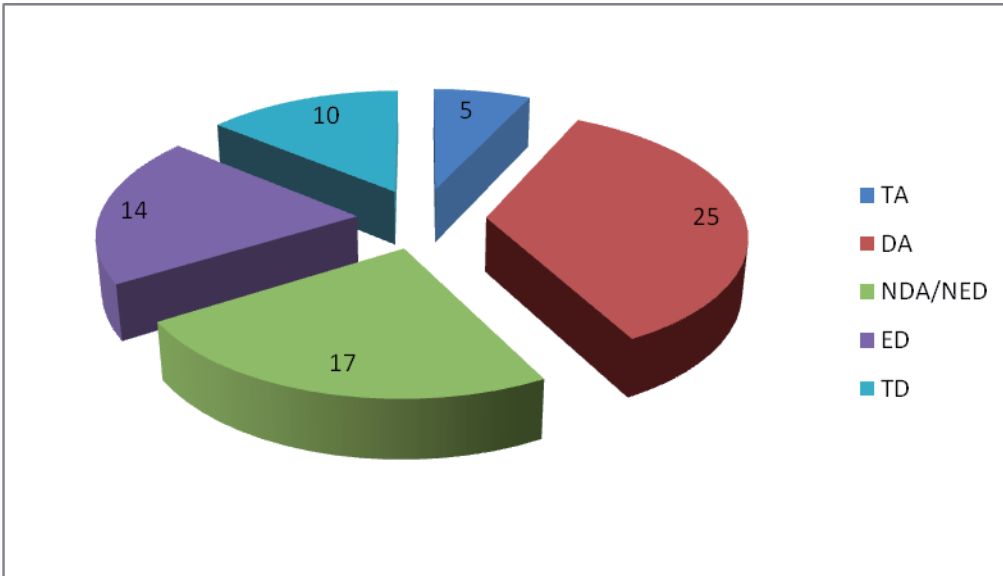


Fig. 12 Gráfica 8

La gráfica nos muestra que la apariencia física es necesaria para pertenecer a un grupo. El 30% de los jóvenes encuestados están de acuerdo, mientras que el 17% están indecisos y sólo el 24% opinan que la apariencia física no ayuda para lograr pertenecer a un grupo. Por lo tanto la apariencia física para pertenecer a un grupo es importante en estos tiempos entre los adolescentes.

## Apariencia Física

### 9. Has excluido o rechazado a alguien por su apariencia física.

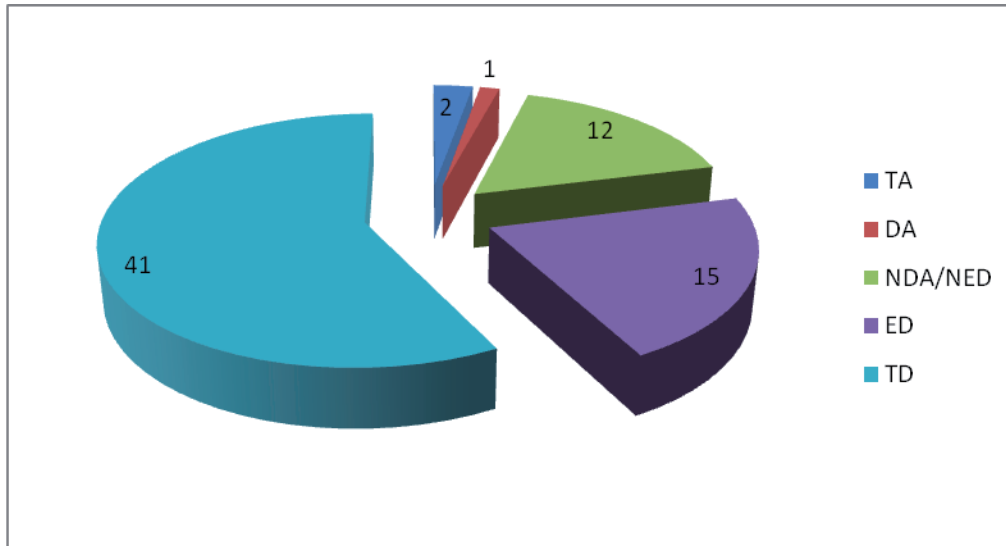


Fig. 13 Gráfica 9

La gráfica nos muestra que los jóvenes no han excluido o rechazado a alguien por su apariencia física. El 56% contestó que jamás lo han hecho, mientras que el 12% no están de acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 3% han excluido o rechazado a alguien por su apariencia física. Por lo tanto hoy día para los jóvenes el aspecto físico no es importante aceptan a sus amigos o compañeros como son.



## Apariencia Física.

### 10. La apariencia física extravagante de algunos jóvenes es digna de rechazo.

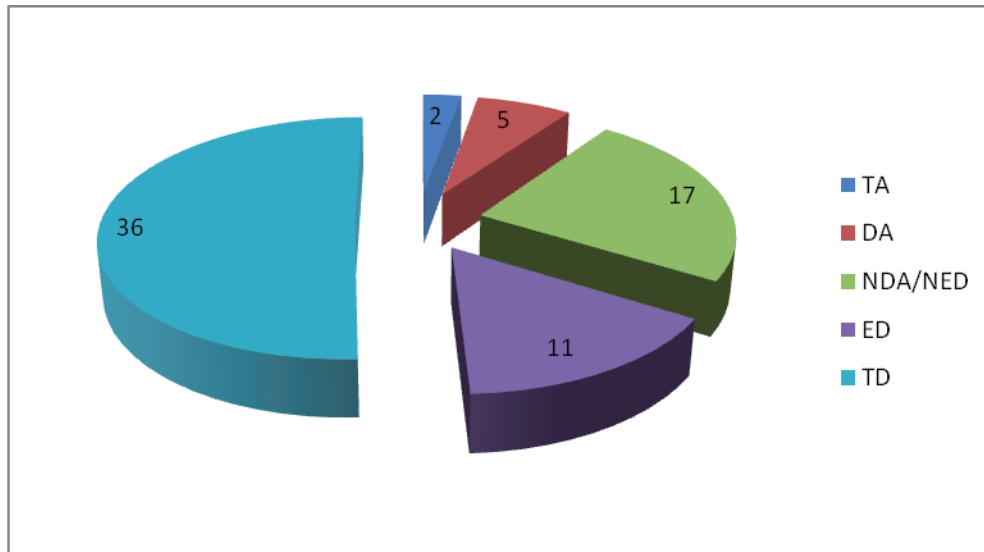


Fig. 14 Gráfica 10

La gráfica nos muestra que la apariencia física extravagante de algunos jóvenes es digna de rechazo. El 47% está en desacuerdo, mientras que el 17% no están de acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 7% están de acuerdo que la apariencia extravagante de algunos jóvenes es digna de rechazo. Por lo tanto los jóvenes de hoy aceptan cualquier tipo de imagen ya sea formal o extravagante eso no es obstáculo para no hablarles si no todo lo contrario. Hoy día los jóvenes prueban diferentes tipos de vestimenta hasta encontrar el que más les favorece y les hace sentir más cómodos con ellos mismos, no importándoles lo que digan los demás.

## Apariencia Física.

### 11. Los compañeros que se tatúan son desagradables.

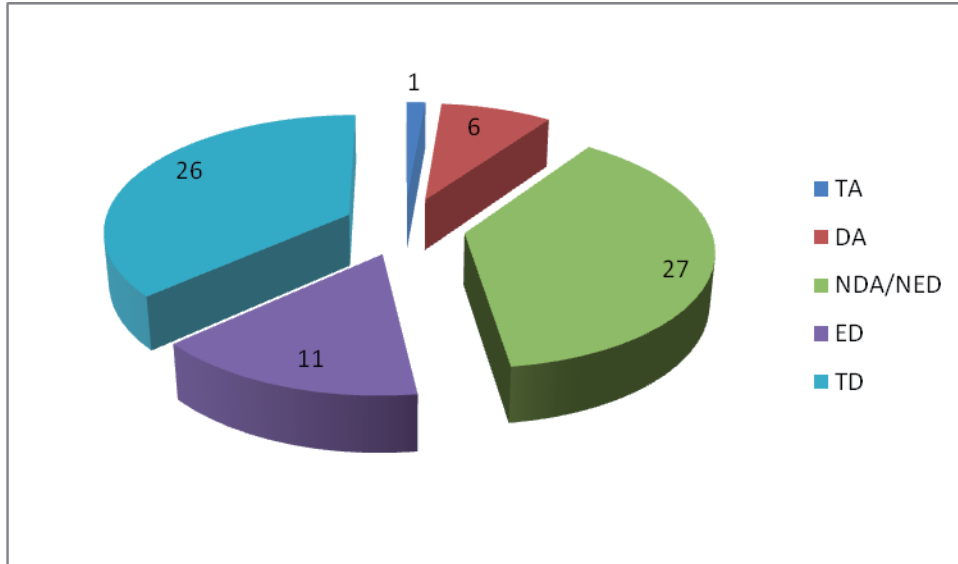


Fig. 15 Gráfica 11

La gráfica muestra que los compañeros que se tatúan son desagradables. El 27% de los adolescentes contestaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 37% están en desacuerdo y solamente el 7% están de acuerdo. Por lo tanto los jóvenes que se tatúan lo hacen por moda o por querer pertenecer a un grupo y eso no los hace desagradables los adolescentes los aceptan con sus tatuajes porque para ellos el traer o hacerse un tatuaje es "padre" o "cool" como ellos le llaman.

## Apariencia Física.

### 12. Necesitas llamar la atención a través de tu imagen personal y lograr ser aceptado en algún grupo.

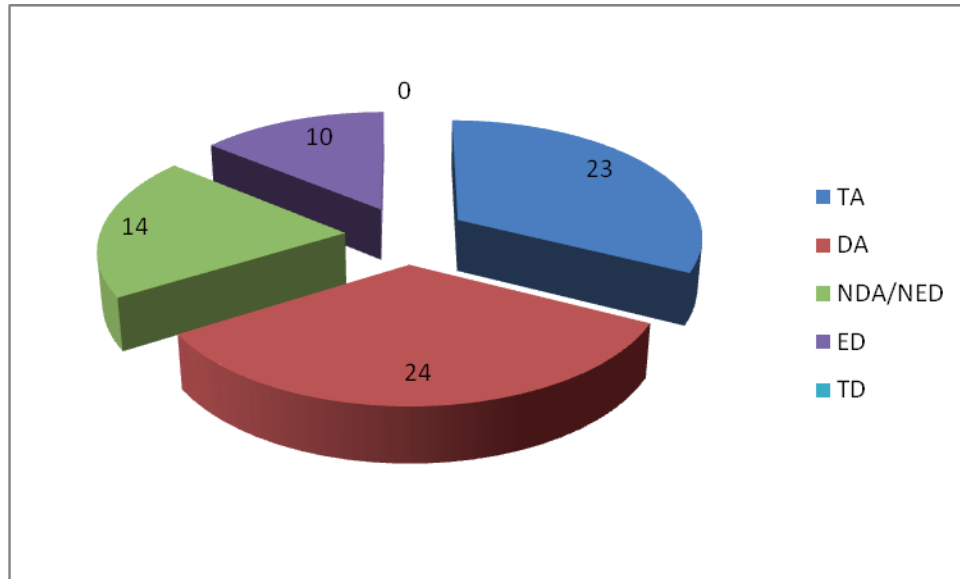


Fig. 16 Gráfica 12

La imagen muestra que necesitas llamar la atención a través de tu imagen personal y lograr ser aceptado en algún grupo. El 47% de los adolescentes están de acuerdo en que hay que lograr llamar la atención, mientras que el 14% no está de acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 10% está en desacuerdo. Por lo tanto para los adolescentes es esencial su imagen personal y harán todo lo posible por llamar la atención y lograr ser aceptados al grupo que desean pertenecer.

Apariencia física.

**13. Rechazas la amistad de jóvenes con sobrepeso.**

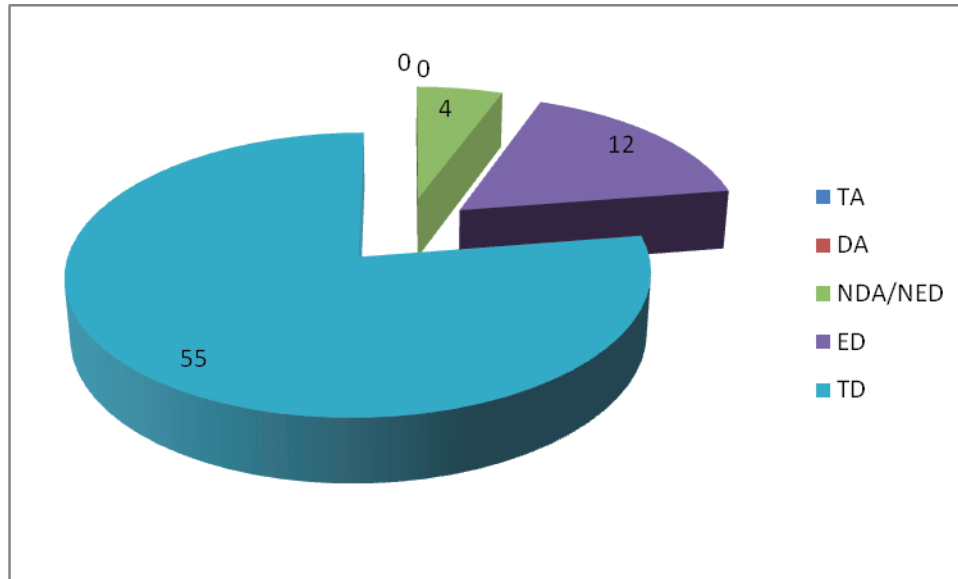


Fig. 17 Gráfica 13

De acuerdo a la pregunta planteada los resultados mostraron todo lo contrario, los jóvenes aceptan a los adolescentes con sobrepeso. El 67% están en desacuerdo mientras que el 12% no están de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo tanto para los adolescentes la apariencia física es lo de menos, lo importante es la amistad. Y no importa si eres obeso o delgado aún así serás bienvenido a cualquier grupo.

## Apariencia Física.

### 14. Te burlas de tus compañeros por su apariencia física.

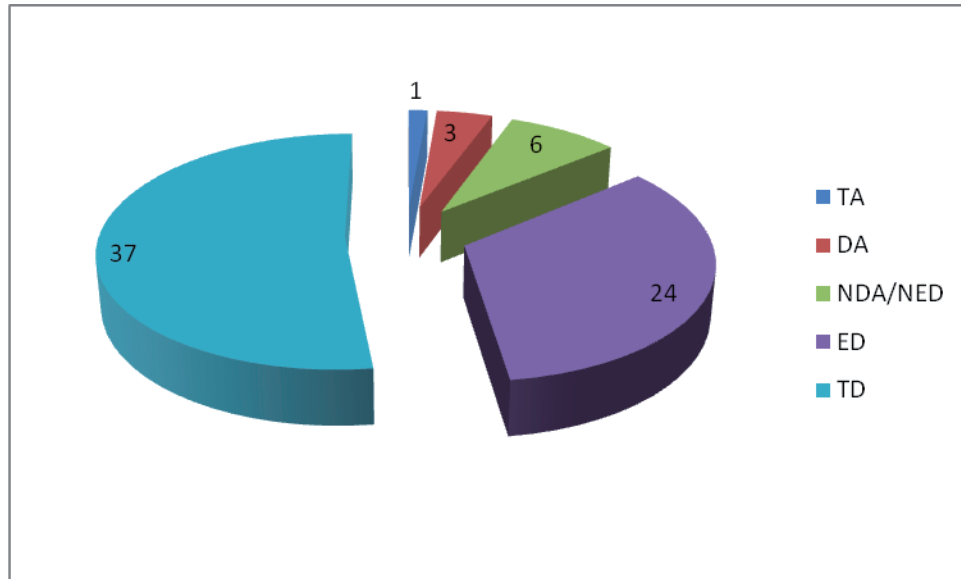


Fig. 18 Gráfica 14

La gráfica muestra si te burlas de tus compañeros por su apariencia física. El 37% están totalmente en desacuerdo, el 24% en desacuerdo, mientras que el 6% no está de acuerdo ni en desacuerdo el 3% está de acuerdo y sólo el 1% está totalmente de acuerdo. Por lo tanto los adolescentes evitan burlarse de la apariencia física de sus compañeros los aceptan tal como son.

## Apariencia física.

### 15. Los jóvenes que se maquillan y visten de negro influye para no hablarles.

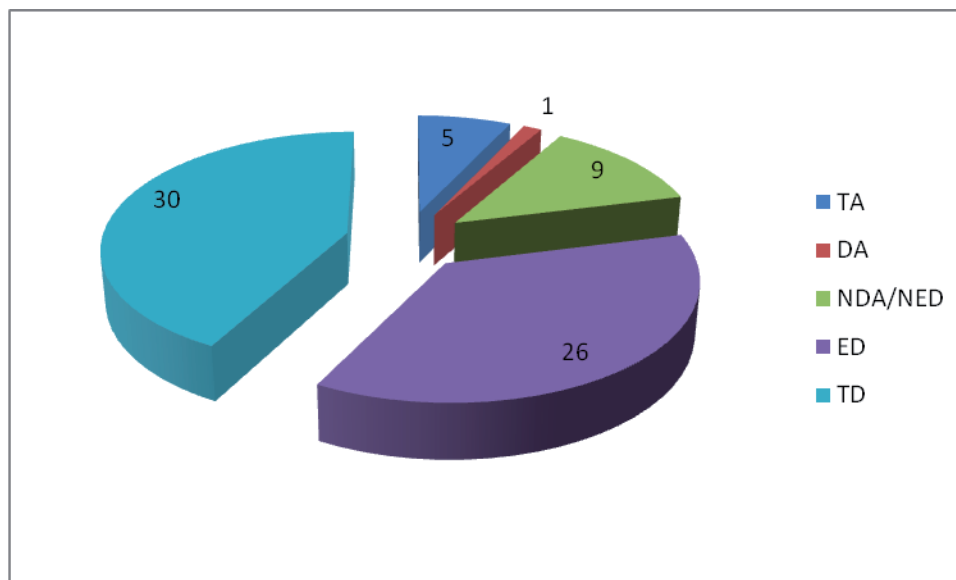


Fig. 19 Gráfica 15

La gráfica muestra que los jóvenes que se maquillan y visten de negro influye para no hablarles. El 30% de los jóvenes están totalmente en desacuerdo y el 26% en desacuerdo, mientras que el 9% no están de acuerdo ni en desacuerdo el 1% está de acuerdo y solamente el 5% está totalmente de acuerdo. Por lo tanto para los jóvenes no importan como te vistas, que color uses, si usas maquillaje o no, lo que les importa es como eres tú.

## Apariencia Física.

### 16. Los jóvenes que usan piercings son desagradables.

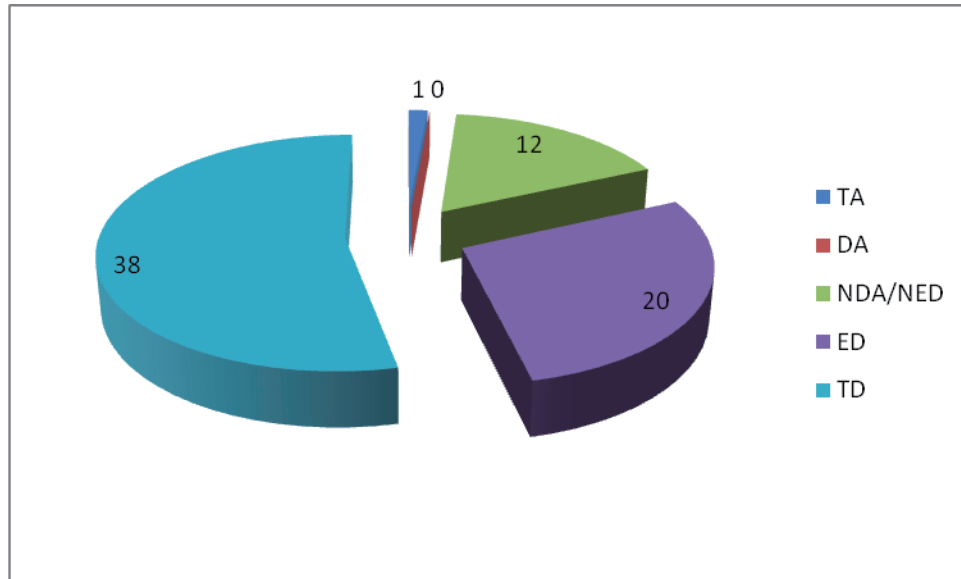


Fig. 20 Gráfica 16

La gráfica muestra que los jóvenes que usan piercings son desagradables. El 38% de los encuestados están totalmente en desacuerdo, el 20% en desacuerdo, mientras que el 12% no están de acuerdo ni en desacuerdo y sólo el 1% está totalmente en acuerdo. Por lo tanto para los jóvenes no importa la indumentaria que usen sus compañeros eso no los hace desagradables al contrario para ellos es "cool", y admiran su valentía para ponérselos y presumirlos.

## Apariencia Física.

### 17.Rechazas la amistad de los jóvenes por su color de piel.

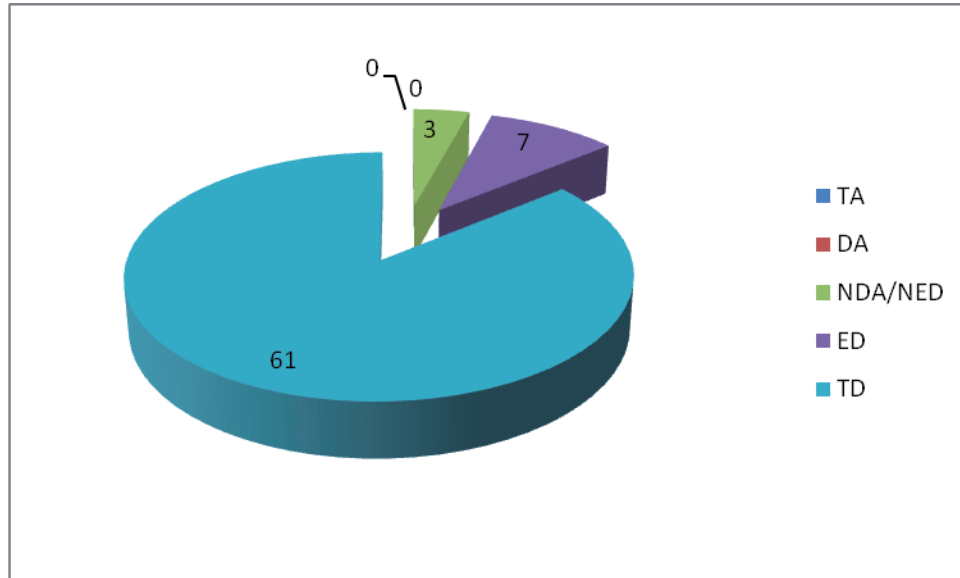


Fig. 21 Gráfica 17

La gráfica muestra si rechazas la amistad de los jóvenes por su color de piel. El 61% de los encuestados están totalmente en desacuerdo, el 7% de acuerdo, mientras que el 3% no están de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo tanto para los adolescentes el color de piel no importa para lograr una amistad, lo importante es la apariencia personal, evitan el racismo y aceptan a todos por igual.



## **Análisis de resultados del primer instrumento de aplicación.**

De acuerdo a los datos arrojados para los adolescentes de nivel bachillerato pertenecer a un grupo es importante esto los hace sentir bien porque les da seguridad ser parte de él y su imagen personal influye mucho en ello, al igual que la apariencia física es un factor que ayuda para ser miembro de un grupo. Sin embargo ser parte de un grupo o no, los adolescentes no excluyen ni rechazan a alguien por su apariencia física no importa si esta es formal o extravagante, si tienen sobrepeso, si su color de piel es diferente y mucho menos si aparentan ser sucias o viciosas por vestir de negro ese no es ningún obstáculo para aceptar su integración a un grupo.

Pero sí están de acuerdo que los jóvenes que pertenecen a una tribu urbana sólo lo hacen por moda, mientras encuentran su verdadera identidad. Tampoco creen que los jóvenes que se tatúan o que usan piercings sean desagradables es sólo una moda quizás para lograr ser aceptados en algún grupo o lo hacen para llamar la atención y sentirse bien con ellos mismos.

Obviamente los adolescentes no rechazan la apariencia física, sin embargo prefieren juntarse con jóvenes con apariencia física "cool", por eso están de acuerdo que llamar la atención a través de su imagen personal logran ser aceptados en algún grupo. Aparte opinan que las muchachas que pertenecen a una tribu urbana no dejan de ser femeninas y no hay ningún problema en brindarles su amistad así como tampoco creen que los jóvenes que pertenecen a una tribu urbana sean racistas si no todo lo contrario, al igual que los jóvenes que se maquillan no hay razón para no hablarles porque jamás se burlan de sus compañeros por su apariencia física.

Pertenecer a un grupo para los adolescentes hoy día es muy importante, y la apariencia personal si ayuda para ser parte de él y más si lograr llamar la atención a través de tu forma de vestir.

## SEGUNDO INSTRUMENTO DE APLICACIÓN.

El segundo instrumento que se aplicó fue el de *respuestas a estímulos no estructurados o parcialmente estructurados*. El cual constó de 8 fotografías de diferentes tipos de grupos de adolescentes los cuales su vestimenta y apariencia física depende del grupo de amigos al que pertenecen, antes de mostrarles las fotografías a los encuestados se les pidió que solamente nombraran adjetivos calificativos de lo que opinaban de las imágenes mostradas. A los encuestados se les mostraron 8 imágenes una por una en grupos de 6 a 8 adolescentes para que las pudieran observar perfectamente y de esta manera ellos mencionaron solamente adjetivos calificativos de lo que opinan de la imagen de los jóvenes que aparecen en ellas.

Las ocho imágenes utilizadas para este trabajo:



Fig. 22



Fig. 23



Fig. 24



Fig. 25



Fig. 26



Fig. 27



Fig. 28



Fig. 29

Después de aplicar el instrumento de las imágenes, se seleccionaron los adjetivos calificativos más repetitivos que mencionaron los grupos de adolescentes para cada una de las fotografías mostradas y estos fueron los resultados arrojados.



Fig. 30

**Felices Agradables Unidos**  
**Saludables Estudiantes Pulcros**



Fig. 31

**Tontos Viciosos Antipáticos**  
**Raros Serios Unidos**



Fig. 32

**Tristes Solitarios Tímidos**  
**Deprimidos Alternativos Raros**



Fig. 33

**Unidos Rudos Viciosos**  
**Rebeldes Sucios Groseros**



Fig. 34

**Raros Antisociales Unidos ;**  
**Desubicados Falsos Ridículos ;**



Fig. 35

**Divertidos Agresivos Rebeldes**  
**Ridículos Viciosos Unidos**



Fig. 36

**Sucios Viciosos Unidos ;**  
**Reprimidos Antipáticos Rebeldes ;**



Fig. 37

**Viciosos Agresivos Racistas**  
**Posesivos Unidos Indiferentes**

Como se pudo observar los adjetivos calificativos para cada una de las imágenes variaron dependiendo de la imagen que los jóvenes proyectan en cada una de las imágenes o dependiendo de la tribu urbana a la que pertenecen.

Con estos resultados se comprueba que para los adolescentes del grupo analizado una buena imagen recibe buenos comentarios, todo lo contrario a una mala imagen, por lo tanto; prefieren unirse en su mayoría a grupos que proyectan una imagen favorable y evitan o rechazan aquellos grupos de adolescentes donde su vestimenta es sólo pasajera o la usan sólo para llamar la atención y lograr ser parte del grupo anhelado.

También se pudo comprobar que para la mayoría de las imágenes presentadas a los grupos el adjetivo calificativo más referido fue *la unión* entre los diferentes grupos de adolescentes y esto confirma la hipótesis de que para ellos, la unión es algo esencial para su integración y aceptación dentro de un grupo.

#### **4.4 Comprobación o denegación de hipótesis**

La hipótesis propuesta para esta investigación y suscrita al inicio de esta tesis es:

**Hipótesis:** La imagen personal de los adolescentes de nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga de la ciudad Morelia, es un factor que determina su aceptación dentro de un grupo.

Una vez realizada la investigación, la hipótesis se confirma; debido a que la apariencia personal sí está impactando en el grupo más por la indumentaria que por la apariencia física, los adolescentes no rechazan ni excluyen a nadie por ser gordo o delgado, bajito o alto, blanco o moreno, a ellos lo que más les importa es la apariencia personal, como lucas y si tu forma de vestir es agradable, mucho mejor.

Así se comprueba que la imagen personal entre los adolescentes del nivel bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga es más importante para la integración de grupos que la apariencia física. La apariencia física pasa a un segundo plano e importancia hoy día entre los grupos de adolescentes de esta Institución.

La calificación que le dan los adolescentes a la imagen personal en lo referente a la pertenencia y seguridad en el ítem número uno, el porcentaje es de un 38% a favor contra un 5% en contra. Con este resultado se comprueba que para los adolescentes sí es importante pertenecer a un grupo.

En el ítem número dos los resultados arrojaron un 42% a favor contra un 12% en contra. Con los resultados obtenidos el pertenecer a un grupo brinda seguridad a los adolescentes.

En la pregunta 3 los jóvenes que pertenecen a una tribu urbana lo hacen sólo por moda el 21% de ellos están de acuerdo mientras que el 18% dicen todo lo contrario. Para la mayoría de los adolescentes es común el querer pertenecer a un grupo de amigos en esta edad y muchos de ellos recurren a las famosas tribus urbanas para divertirse y convivir con jóvenes que tienen sus mismas inquietudes y gustos.

Por otro lado, en apariencia física en el ítem número 8, el porcentaje obtenido fue de un 30% a favor contra un 24% en contra. Dando como resultado que entre los adolescentes para pertenecer a un grupo la apariencia física sí ayuda.

En apariencia física de los ítems número 9, 10, 11, 12, 13,14, 15, 16, 17. Los jóvenes no se burlan ni rechazan a sus compañeros por su apariencia física tampoco rechazan a los jóvenes que se visten de negro ó visten extravagantes, que se maquillan, que usan “*piercings*”, por su color de piel o por su complejión.

Los adolescentes no tienen ningún problema con la apariencia física pero sí necesitan llamar la atención para lograr ser aceptados en algún grupo.

Sin embargo, en el ítem número 5 los porcentajes arrojados fueron 3% en contra y 52% a favor. Dando como resultado que los adolescentes se juntan más con aquellos jóvenes donde predomina la apariencia física es “cool”.

En lo que respecta a estereotipos en los ítems 4, 6 y 7 los adolescentes tampoco discriminan a los jóvenes que pertenecen a una tribu urbana, ni mucho menos rechazan su forma de vestir ni el hecho de ser viciosos o no.

Se puede concluir del análisis de resultados que a los adolescentes a quienes se les aplicó el cuestionario, la imagen física de sus compañeros no es tan importante como la imagen personal, la cual tiene que ser más impactante para tener derecho a ser parte ó a tratar de ser parte del grupo al cual les gustaría pertenecer.



## **PROPUESTA DE SOLUCIÓN**

Los resultados son presentados sin juicios ni valoraciones personales, son solo los resultados obtenidos, pero atendiendo a la búsqueda de las condiciones universales de igualdad (condiciones de equilibrio social) entre los seres humanos descritas a continuación (ONU, 2011):

- La imagen física o personal no debe ser utilizada para dar valor a un ser humano.
- Todo ser humano por el simple hecho de serlo tiene derecho a ser considerado.
- Tolerar las diferencias es respetar, y no implica pertenecer, pero además es compartir las coincidencias sin afectación por las diferencias.

así como por la condición de inmadurez o por la inconciencia que pueda prevalecer entre los adolescente y bajo el siguiente postulado (Díez, 2007): “Se debe tener conciencia sobre las implicaciones que tiene pertenecer a un grupo, tener conciencia implica conocer y sobrellevar con madurez las consecuencias de la membresía al grupo”, serán planteadas las propuestas de solución.

### **La propuesta de solución del trabajo presentado**

La propuesta de solución al trabajo presentado, es formar talleres para adolescentes de nivel bachillerato donde se informe y se discuta la importancia de la Imagen personal hoy día, en los cuales ellos sean partícipes en todo momento, teniendo como meta que ellos mismos alcancen conclusiones sobre como decidir y utilizar con ventaja la imagen personal. (Imagen con inteligencia). Es importante que los adolescentes conozcan los determinantes de la moda e imagen a fin de que porten concientemente su imagen.

Abarcando obviamente temas relacionados a la importancia que los adolescentes le dan a la imagen.

Con el objetivo de reforzar en los adolescentes una visión realista y positiva de sí mismos en cuanto a su imagen y fomentar su seguridad, tolerancia y respeto por los demás.

Los temas que se tratarían en cada taller serán:

Los valores en un ser humano.

Derechos Humanos a Ser y Ser respetado.

Estereotipos en la adolescencia.

Grupos o tribus urbanas.

Relación y comunicación entre adolescentes.

Moda y publicidad en la adolescencia.

Imagen física e imagen personal

Todos estos temas con el propósito de que los adolescentes estén mejor informados, de cómo los medios masivos de comunicación, la publicidad y el marketing, los persuaden para lograr el objetivo de ofrecerles productos que según ellos perfeccionan la imagen personal, corporal y física, y que en ocasiones lo único que les trae son consecuencias graves.

Los adolescentes tienen que aprender a aceptarse y aceptar a los demás sin podas de imagen personal, en estos talleres se reforzará la idea de que la imagen personal o física de un joven no es un motivo para rechazarlo.

En los talleres los adolescentes aprenderán:

A no dejarse influenciar por las modas que dictan los medios masivos de comunicación.

A ser tolerantes con la imagen personal de otros jóvenes y aceptarlos como son.

A relacionarse y comunicarse cada vez mejor con los demás.

A saber elegir el grupo al cual desea pertenecer porque le resulta conveniente.

Es importante hacer notar que la conclusión sobre la condición respecto de la imagen personal entre los adolescentes del Nivel Bachillerato de la Universidad Vasco de Quiroga se crea, se fomenta o se destruye en buena parte dentro del núcleo familiar, y es esencial la influencia que sobre este tema podrían tener los padres en sus hijos adolescentes. Se podría proponer entonces como solución, trabajar los talleres propuestos, pero en familia, creo que con mejores resultados, sin embargo; sale del ámbito de ejecución de la Institución Educativa. Tómese también como una propuesta de solución.

## CONCLUSIONES

La imagen en la adolescencia hoy día cobra mucha más fuerza entre los jóvenes, se dice que la primera impresión jamás se olvida, sin embargo para ellos es muy importante el ver como lucen, no sólo en cuanto a vestimenta si no también a al tipo de peinado, la indumentaria, los artefactos y sobre todo su imagen corporal.

La imagen que proyectan los adolescentes será la percepción que los demás tendrán de él y esta se convertirá en su reputación.

Entrada la adolescencia, los jóvenes empiezan a preocuparse más sobre su apariencia personal, muchos de ellos prueban diferentes formas de cómo lucir bien ante los demás hasta encontrar una imagen que le haga sentirse bien con ellos mismos, debido a la presión que los grupos de adolescentes ejercen sobre ellos y todo porque le dan mucho valor a la imagen hoy día, también los medios de comunicación, los factores sociales y culturales influyen para que los adolescentes se preocupen más por su imagen personal que por su forma de ser, debido a que les ofrecen una imagen perfecta para querer aparentar algo que no son.

Los adolescentes con el tiempo encontrarán la imagen personal que mejor les convenga, en esta etapa de su vida lo importante es lucir bien según sus gustos y probar de todo con tal de ser aceptado, no importando si su apariencia personal es extravagante, rara, cursi, seria o casual lo importante es sacarle provecho a su imagen a través de su creatividad y originalidad.

Por otro lado la imagen física en la adolescencia es de muchos cambios, debido a que su cuerpo cada día está en constante cambio, a muchos jóvenes les gusta pero a otros les disgusta, todo porque la apariencia física que está experimentando su cuerpo no es la que esperaban, y más si se dejan llevar por los modelos estereotipados que les ofrecen las revistas de moda, la televisión y la publicidad.

Todo esto conlleva a que los adolescentes estén muy preocupados por su imagen física y personal, provocando un impacto en ocasiones sobre su autoestima cuando los demás no los perciben como ellos se perciben.

En el segundo capítulo vimos las características de la adolescencia la cual significa crecer o desarrollarse, carecer o estar en defecto. Debido a que es una edad en constante cambio y el cuerpo aún esta en proceso de desarrollo.

La adolescencia es la transición de la niñez a la edad adulta, y tiende a iniciarse primero en las niñas que en los niños. Se dice también que empieza a los once y termina después de los veinte, y sus cambios más importantes se generan en los primeros cinco años, aparte los adolescentes tienden a tener una serie de cambios repentinos de pasar de la tristeza a la euforia, del egoísmo al altruismo, ser dulce y en ratos cruel.

La adolescencia es la edad de cambios, de búsqueda, de identidad, de la rebeldía, de vanidad, de egocentrismo, etc.

Sin embargo durante la adolescencia los jóvenes también pasa por diferentes etapas, como puede ser adolescencia normal, adolescencia temprana e incluso adolescencia tardía.

Se dice que durante esta etapa el individuo cursa distintas fases que reúnen diferentes características que se van presentando y esto dependerá de la edad y el grado de madurez que se van alcanzado en el transcurso de esta hasta lograr la madurez plena.

Es complicado fijar la duración de la adolescencia debido a que esta dependerá del de cada individuo.

En este mismo capítulo se habló de él interés de los adolescentes por la apariencia física y de la influencia de la moda en su imagen personal, donde a partir de esta edad su aspecto físico es indispensable y los adolescentes

recurrirán a todo lo que sea posible con tal de lucir bien y estar al último grito de la moda, en especial las niñas a tal grado que llegan a obsesionarse con las dietas, las cirugías plásticas, los problemas alimenticios y el exceso de ejercicio. Sólo por buscar la perfección.

Como están en edad de explorar y la publicidad sabe que son un público fácil de persuadir los adolescentes probaran todo incluso hasta la droga de moda, el tabaco, el alcohol, todo tipo de modas que los haga sentir libres y admirados por los demás, muchas veces lo hacen por curiosidad, por llenar esos huecos de soledad y depresión o simplemente por querer pertenecer a un grupo o la misma presión estando dentro de un grupo.

Claro está que la adolescencia es una edad difícil, la edad de la belleza, de la inocencia, de la búsqueda, de la aceptación de los demás, del aprendizaje, donde los jóvenes quieren derrochar toda esa energía que traen dentro. Pero hay muchos adolescentes que se dejan influenciar por las malas compañías, por los problemas en casa, por falta de afecto y su único refugio son el alcohol, las drogas o recurren a las enfermedades de la bulimia, la anorexia o vigorexia por el sólo de hecho de llamar la atención y ser aceptados.

En el capítulo tres se hizo referencia a la importancia de la comunicación de grupo entre los adolescentes, la necesidad que a esta edad el joven tiene de expresar y compartir todo lo que siente, piensa, desea y quiere. Y eso lo lleva a buscar unión con adolescentes que tengan los mismos anhelos que él, algo en común que establezca la diferencia. A esta edad el adolescente adora estar rodeado de amigos para él, sus amigos son los que lo escuchan, animan, comprenden y critican, con ellos se sienten incluso a veces más a gusto que con sus padres, es muy común a esta edad ya que sus amigos son sus cómplices en todas sus aventuras y locuras propias de su edad.

Tampoco hay que dejar a un lado que la comunicación con sus amigos en estos tiempos la mayor parte es a través de las famosa redes sociales, que a últimas

fechas ha invadido por completo a todos y en especial a los adolescentes quienes están en edad de explorar y descubrir cosas nuevas, en ocasiones por querer conocer y tener muchos amigos a través del face-book, mesenger, my space, etc. Ponen en riesgo su privacidad e integridad por su inexperiencia.

La comunicación entre adolescentes cada día es menos personal se han dejado influenciar mucho por las redes sociales quienes han provocado una escasez en la comunicación personal.

Por otro parte también se abordó el tema de la relación de grupo que es parte fundamental para el adolescente, ya que lo ayuda a socializar y a reforzar la amistad entre sus compañeros a percatarse de lo importante que es la relación entre él y sus amigos.

Pertenecer a un grupo ayuda al adolescente a empezar a socializar en otro entorno diferente al de su familia, no hay que olvidar que el primer grupo al que pertenece el adolescente es sin duda su familia y siempre lo será, aparte también socializa en grupos religiosos, escolares, deportivos, donde empieza a descubrir y a socializar con nuevas y diferentes amistades quienes le ayudaran a descubrir sus necesidades y deseos a través de sus costumbres, reglas, normas, y a adaptarse a ellas.

Claro esta que se identificara más fácilmente con aquellos adolescentes que comparten las mismas inquietudes que él, algunas ocasiones los adolescentes pueden pertenecer a buenos grupos que los protegen y ayudan en su crecimiento pero también pueden pertenecer a grupos donde lo único que predomina es el vicio y el ocio.

El adolescente a esta edad siempre necesita el apoyo de sus padres que lo escuchen y apoyen en sus decisiones, que lo traten como lo que es un adolescente con defectos y virtudes, que no sólo critiquen sus malos comportamientos si no todo lo contrario que lo dejen hablar y opinar.

No hay que olvidar que también nosotros fuimos adolescentes y tuvimos el deseo de pertenecer al grupo más popular, o a muchos grupos a la vez. Donde lo único que buscábamos era diversión o pasar un rato agradable.

En los adolescentes predomina el gusto por los diferentes tipos de música, ropa, peinados estrafalario, los zapatos y maquillajes llamativos, etc. Es por ello que en la adolescencia siempre han surgido y siguen surgiendo tantas culturas, grupos o tribus urbanas de adolescentes quienes comparten gustos, costumbres, modas y características por algo en común.

El pertenecer a un grupo es común para el adolescente, quiere juntarse con jóvenes que tengan las mismas inquietudes, gustos, afinidades por algo en común, ya sea por algún deporte, música, identificación de vestimenta, show de TV, cine, etc. Por ellos encontramos tantos grupos de jóvenes vestidos y peinados similar, esto les da seguridad se sienten felices por ser parte de ese grupo que le comprende, respeta y apoya sus gustos.

Los adolescentes han encontrado nuevas formas de agruparse, formando verdaderas tribus con características culturales propias, de los cuales los más populares hoy día son los famosos emos, los darketos, los fresas, cholos por citar algunos, en ellos podemos ver las tribus urbanas en las cuales los adolescentes quieren pertenecer o se identificaran con alguna de ellas.

Los estereotipos en la adolescencia, los cuales los medios masivos de comunicación no se cansan de recordarles a nuestros adolescentes lo importante que es ser perfecto en cuanto a belleza y como los jóvenes en esta edad no dejan de mirarse ante el espejo, el no cumplir con las normas de belleza dictadas por los medios de comunicación se frustran o deprimen, y más si desean pertenecer a grupos de adolescentes donde lo más importante es la apariencia física y la imagen que proyectas a través de tu vestimenta.

Los medios masivos de comunicación les ofrecen a los adolescentes imágenes falsas de belleza a través de sus modelos esbeltos, bien vestidos y perfectos.



Los jóvenes tienen que aprender a no dejarse influenciar por ellos, aprender que lo que nos ofrece la publicidad es irreal que es más importante el ser original sin tratar de imitar o querer parecerse a alguien sólo por que lo dictan los medios masivos.

La imagen que posee cada adolescente es de él, por que es autentica y sus compañeros lo tendrán que aceptar como es, sin tener que mostrarles una imagen falsa o aparentarla. La adolescencia es la edad de la exploración, del descubrimiento, de pertenecer, pero también es la edad de ser original, ser autentico y sobre todo aceptar a todos por lo que son, y como son sin discriminar a nadie por su imagen.

Durante la elaboración de este trabajo, se aplicaron dos instrumentos para conocer si la imagen personal entre los adolescentes influye para su integración de grupo. Que facilitaron la conclusión del mismo de manera que la imagen personal influye más que la imagen física para la integración de grupos. Demostrando que los adolescentes no discriminan o rechazan a alguien por su apariencia física pero si se da el caso en cuanto a imagen personal.

Con esto se comprueba que la imagen personal afecta a todos aquellos adolescentes que quieren pertenecer a un grupo, pero que son rechazados por que su apariencia personal no es la adecuada. No es por racismo que se les rechaza, es por su indumentaria.

# ANEXOS



## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

ABERASTURY, Armida., KNOBEL, Mauricio. (2000).La adolescencia normal. México: Paidos.

APARICI, R. (1993). La Revolución de los medios audiovisuales. Madrid: Ediciones de la Torre.

DOLTO, F. (1994). La imagen inconsciente del cuerpo. Paidos.

ERIKSSON, E. (1950). Infancia y Sociedad. Buenos Aires, Argentina: Paidos.

FITZGERAL, H. Strommen E. Mckinney J. (1984) Psicología del Desarrollo. Edad Adolescente. Editorial Manual Moderno, México.

GIMENEZ, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales, (9na.ed.). Tijuana, México: Colegio de la frontera Norte.

GONZALEZ, N. J. J. (2001). Psicopatología de la adolescencia. (1ra.ed). México: El manual moderno.

GORDOA, V. (2004). El poder de la imagen pública. México: Grijalbo.

KAPLAN, J Louise. (1991). Adolescencia el adiós a la infancia. (1ra. ed.). Argentina: Paidos.

KINNEAR, C. Thomas; Taylor, R. James. (1998). Investigación de mercados. (5ta.ed) Bogota, Colombia: McGraw Hill.

KNAPP L. M. (1999). La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno. México, D.F: Paidos.

LÓPEZ, G. M. I. (2008). La encrucijada de la adolescencia (psicología de la adolescencia normal). (3ra.ed). México: Fontamara.

LOMONOSOV, B, F. (2004) El problema de la comunicación en Psicología.

MARCIA, J. E. (1966). Desarrollo y validación de la condición de la identidad del yo. Buffalo, NY.

MARTINEZ, A. (2002). La Sociología, aventura dialéctica. México: Trillas.








### Encuesta Educativa

Marca con una X la respuesta que consideres tu mejor opción. Se lo más honesto al contestar por favor.

Edad \_\_\_\_\_

Sexo \_\_\_\_\_

Semestre \_\_\_\_\_

	Totamente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totamente de acuerdo
1. ¿Es importante para ti pertenecer a un grupo?					
2. ¿La apariencia física te ayuda para pertenecer a un grupo?					
3. ¿Pertenece a un grupo te da seguridad?					
4. ¿Has excluido o rechazado a alguien por su apariencia física?					
5. ¿La apariencia física extravagante de algunos jóvenes es digna de rechazo?					
6. ¿Las personas que visten de negro son sucias y viciosas y es preferible no hablarles?					
7. ¿Los jóvenes que pertenecen a una tribu urbana lo hacen sólo por moda?					
8. ¿Los compañeros que se tatúan son desagradables?					
9. ¿Te juntas con grupos de jóvenes sólo por que su apariencia física es "cool"?					
10. ¿Necesitas llamar la atención a través de tu imagen personal y lograr ser aceptado en algún grupo?					
11. ¿Rechazas la amistad de jóvenes con sobrepeso?					
12. ¿Las muchachas que pertenecen a una tribu urbana no son femeninas y evitas hablar con ellas?					
13. ¿Los jóvenes que pertenecen a una tribu urbana son racistas?					
14. ¿Te burlas de tus compañeros por su apariencia física?					
15. ¿Los jóvenes que se maquillan y visten de negro influye para no hablarles?					
16. ¿Los jóvenes que usan piercig son desagradables?					
17. ¿Rechazas la amistad de jóvenes por su color de piel?					

- MUSS, R.E. (1997). Teorías de la adolescencia. México: Paidós studio.
- RABELLO, D. C. L. (1999). Infancia y Adolescencia en la cultura del consume. Río de Janeiro: Nau
- RIVIERE, P, E. "El Proceso Grupal de Psicoanálisis a la Psicología Social"
- SAMPIERI, H. R., Fernández, C. C., Baptista, L. P. (2006). Metodología de la Investigación. (3ra.ed). México: McGraw Hill.
- SCHILDER, P (1985). Imagen y apariencia del cuerpo humano. Buenos Aires, Argentina.
- TELLEZ, T. M. (2009). La influencia de responsabilidad social sustentable como medio para mejorar la imagen de una empresa de servicio público en México. México.
- VERDERVER, F. R. (1999). Comunícate. (9a.ed). México: Thomson
- VIVES, J (1997). El proceso psicoanalítico. México: Plaza y Valdés.
- WHITTAKER, O. J. (1990). La Psicología Social en el Mundo de Hoy. (2da.ed). México: Trillas.

## FUENTES ELECTRÓNICAS

- ALEMAÑY, M, C. (2009) Cuerpo y autoestima: una estrecha relación en la adolescencia.  
Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/ced/02/cam4.htm>.
- ANDRADE, A. (2008) El rincón del conocimiento.  
Recuperado de <http://aggatitakiss.blogspot.com/2008/11/cierre.html>.
- APARICIO, P, T. (2009) Drogas y alcohol en la adolescencia  
Recuperado de <http://www.pulevasalud.com/>
- APARICIO, P, T. (2007) El hijo adolescente y sus amigos  
Recuperado de  
[http://www.pulevasalud.com/ps/subcategoria.jsp?ID\\_CATEGORIA=101847](http://www.pulevasalud.com/ps/subcategoria.jsp?ID_CATEGORIA=101847)
- ARGENTO, (2010) Taringa inteligencia colectiva  
Recuperado de [http://www.taringa.net/posts/taringa/5891547/Soy-TaDinga\\_-\\_Info\\_.html](http://www.taringa.net/posts/taringa/5891547/Soy-TaDinga_-_Info_.html)
- ASPILLAG, G. (2010) Estos peques: adolescentes de hoy. Recuperado de  
<http://estospeques.blogspot.com/2010/10/adolescentes-de-hoy.html>
- BAILE, A, J I. (2003) ¿Qué es imagen corporal?  
Recuperado de [http://www.uned.es/ca-tudela/revista/2002/baile\\_ajensa.htm](http://www.uned.es/ca-tudela/revista/2002/baile_ajensa.htm)
- BALAGUER, C, M. (2009) Las tribus urbanas.  
Recuperado de <http://www.educacion.es/externo/uk/es/tecla/2009/05-09Cbis.pdf>
- BILLOROU, P. Oscar. Chávez, Norberto. Capriotti, Paul. Fernández Fernando. Di genova, Antonio. (2009) Imagen.  
Recuperado de [www.infosol.com.mx/espacio/cont/.../imagen.html](http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/.../imagen.html) -
- BOLÍVAR, Y. (s/f). La adolescencia.  
Recuperado de [www.monografias.com](http://www.monografias.com) › Psicología
- BURGUEÑO, A. (2009) La publicidad televisiva como desigualdad de género.  
Recuperado de [http://www.alipso.com/monografias4/Publicidad\\_televisiva\\_como\\_desigualdad\\_de\\_genero/](http://www.alipso.com/monografias4/Publicidad_televisiva_como_desigualdad_de_genero/)
- BURGOS, E, B. (2008) Psicología y pedagogía: Los adolescentes y sus formas de comunicación.  
Recuperado de [www.psicopedagogias.blogspot.com](http://www.psicopedagogias.blogspot.com)

- CABOT. (2000) Adolescencia.  
Recuperado de [http://html.rincondelvago.com/adolescencia\\_23.html](http://html.rincondelvago.com/adolescencia_23.html)
- CAMACHO, M, M J. (2006) Imagen corporal y actividad física.  
Recuperado de <http://www.cafyd.com>
- CARDIEL, M. (2009) Tribus urbanas en México  
Recuperado de <http://www.encontactozac.com.mx/2009/05/tribus-urbanas-de-mexico/>
- CARREÑO, R. (2010) Rincón del profe: concepto de estereotipo.  
Recuperado de <http://www.jedocardenas.es.tl/Concepto-de-estereotipo.htm>
- CASSIDY, M. (2009) Crecimiento y desarrollo: Adolescencia temprana  
Recuperado de <http://www.espanol.onetoughjob.org/crecimiento-y-desarrollo/12-a-15/crecimiento-y-desarrollo-adolescencia-temprana-12-a-15-anos->
- CASTELLO, J. Bollini, G. Albertini, E. Balabasquer, F. (2008) Tribus urbanas 08  
Recuperado de: <http://nuestratribusurbanas08.blogspot.com/>
- CASTILLO, C. (2001) Transformación de la identidad juvenil: “las tribus urbanas”.  
Recuperado de <http://www.puertasabiertas.com.ar/descargas/tribusurbanas.pdf>
- CEIS, M. (2004) Los adolescentes, el alcohol y las drogas.  
Recuperado de  
<http://www.ceismaristas.cl/novedades/2005/marzo/adolescente.htm>
- CREMADES, A, M. (2010) Los estereotipos de la mujer en publicidad.  
Recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Los-Estereotipos-De-La-Mujer-En/375597.html>
- CONTRERAS, C. Pavón, J, P. Rodríguez, C. (2005) Temas en psicología social: Los Grupos 2.  
Recuperado de <http://apsic.blogspot.com/2005/11/los-grupos-2.html>
- DAGRADI, R, F. (2009) Alcoholismo en la adolescencia. Recuperado de <http://actualidadsocialeducativaydelderecho.blogspot.com/2009/11/el-alcoholismo-y-la-adolescencia.html>
- DÍEZ, P, J, L. (2007) La madurez emocional.  
Recuperado de [www.ecojoven.com/cinco/07/madurez.html](http://www.ecojoven.com/cinco/07/madurez.html)
- DE VICENTE, M, M, P. (2009). Unidad de Conductas Adictivas. Recuperado de [http://www.saludalia.com/Saludalia/web\\_saludalia/vivir\\_sano/doc/alcohol\\_y\\_drogas/doc/alcohol\\_jovenes.htm](http://www.saludalia.com/Saludalia/web_saludalia/vivir_sano/doc/alcohol_y_drogas/doc/alcohol_jovenes.htm)



ECHEVERRÍA, C. Appelius, M. (2007) Hablemos de nuestra identidad nacional: tribus urbanas II parte.

Recuperado de <http://www.atinachile.cl/content/view/71985/Hablemos-de-nuestra-Identidad-Nacional-Tribus-Urbanas-II-parte-Los-Pokemones.html>

FERNÁNDEZ, de P, I. (2009). Construcción de una escala de actitudes tipo Likert. Recuperado de [www.siu.uan.mx/Archivos/2009/P.P.../Apoyos%20General/Likert-1.pdf](http://www.siu.uan.mx/Archivos/2009/P.P.../Apoyos%20General/Likert-1.pdf)

FISAC, D. (2010) Adolescencia, identidad y estereotipos.

Recuperado de Blog : Jóvenes Fisac. A. C.

<http://jovenes.alcoholinformate.org.mx/article.cfm?ArticleID=3427>

FISHE, Pink, Henry Head.

Recuperado de <http://www.miespacio.org/cont/inves/imagen2.htm>

GALVAN, A, M. (s/f) La obesidad en los adolescentes. Recuperado de

<http://www.monografias.com/trabajos15/obesidad/obesidad5htm>.

GOMEL, D. (2009) Tribus urbanas virtuales.

Recuperado de <http://portal.educ.ar/debates/sociedad/cultura-digital/tribus-urbanas-virtuales.php>

GUEMBE, P. Goñi, C. (2008) Adolescentes, ¿enganchados a la moda?

Recuperado de [http://www.solohijos.com/newsletter/news.php?num=104\\_1](http://www.solohijos.com/newsletter/news.php?num=104_1)

HERRERO, V, G. (2010) Como trabajar la autoestima-Aspecto físico.

Recuperado de <http://www.miautoestima.com/trabajar-a-autoestima-alta-aspecto>.

JIMENEZ, R. (2008) Adolescentes insatisfechos.

Recuperado de <http://www.lukor.com/hogarysalud/noticias/portada/08112006.htm>

JOACOS, T, M. (2007). Influencia social en la imagen personal

Recuperado de <http://www.slideshare.net/adriamor17/influencia-social-en-la-imagen-personal>

JURADO, A, P. Ventura, Ch, M. (2006). Universidad estatal de Bolívar departamento de posgrado de maestría.

Recuperado de <http://www.biblioteca.ueb.edu.ec/bitstream/15001/55/1/0027.pdf>

LINARES, Ch, M. (2010) Creencias y estereotipos de género.

Recuperado de <http://elprofe7.blogspot.com/2010/08/creencia-y-esteriotipos-de-genero.html>

LUDUEÑA, L. (2007) ¿Que es la moda para los adolescentes?

Recuperado de [www.planetamoda-moda.blogspot.com](http://www.planetamoda-moda.blogspot.com)

- MACAREN, A. Actualidades de todo el mundo Recuperado de [actualidadesdetodoelmundo.blogspot.com/](http://actualidadesdetodoelmundo.blogspot.com/)
- MARTÍNEZ, A. (2009) De que hablamos cuando hablamos de amor a nosotros mismos. Recuperado de <http://www.palermonline.com>
- MARTÍNEZ, Z, I. (2009) Adolescencia, identidad y estereotipos. Recuperado de [www.sepiensa.org.mx/contenidos/.../daolident\\_1.htm](http://www.sepiensa.org.mx/contenidos/.../daolident_1.htm)
- MARROQUÍN, R, S. (2009) Adolescentes inconformes. Recuperado de [http://www.deguate.com/artman/publish/mujer\\_familia/adolescentes-inconformes.shtml](http://www.deguate.com/artman/publish/mujer_familia/adolescentes-inconformes.shtml)
- MELENEZ. (2009) La adolescencia según Stanley Hall. Recuperado de <http://psicologia.laguia2000.com/la-adolescencia/la-adolescencia-segun-g-stanley-hall>.
- MOLINA, J, L. (2008) Tribus urbanas: Fénomeno social o expresión de la sociedad de consumo. Recuperado de <http://cinoticias.com/2008/04/01/tribus-urbanas-%C2%BFfenomeno-social-o-expresion-de-la-sociedad-de-consumo/>
- MELO, M, G. (2000) Fundación de investigaciones sociales  
Recuperado de <http://www.alcoholinformate.org.mx/seminarios/Cuaderno5.pdf>
- METAL, A. (2009) No somos perfectos (lo sabías)  
Recuperado de [http://www.taringa.net/posts/imagenes/8703499/no-somos-perfectos-\\_-\\_-lo-sabias-\\_-\\_-reeditado.html](http://www.taringa.net/posts/imagenes/8703499/no-somos-perfectos-_-_-lo-sabias-_-_-reeditado.html)
- MORRELL, G, M. (2006) Página nueva 0.  
Recuperado de [http://www.morellpsicologia.com/sesiones\\_adolescentes.htm](http://www.morellpsicologia.com/sesiones_adolescentes.htm)
- MORENO, A. (2009) Trastornos mentales: anorexia y bulimia (tesis e Hipótesis)  
Recuperado de <http://blogs.hoy.es/conductaycerebro/2009/8/31/trastornos-mentales-anorexia-y-bulimia>
- MORENO, S. (1997) Estereotipos.  
Recuperado de <http://etharitmos.filosofar.cat/?cat=97>
- MUÑOZ, F. (2009) Niños adolescentes y medios de comunicación.  
Recuperado de <http://www.svnp.es/Documen/comunica.htm>.
- NAVARRA, C, F. (2002) Anorexia, bulimia y otros trastornos.  
Recuperado de [http://www.geosalud.com/Nutricion/anorexia\\_bulimia.htm](http://www.geosalud.com/Nutricion/anorexia_bulimia.htm)

ONU. (2011) ¿Qué son los derechos humanos? Alto comisionado para los derechos humanos de la ONU.

Recuperado de [www.ohchr.org/sp/issues/pages/what are human rights.aspx](http://www.ohchr.org/sp/issues/pages/what%20are%20human%20rights.aspx)

PANDO, A. Peña, K. Piñero, R. Ruíz, M. (2008) La imagen corporal de los adolescentes. Recuperado de <http://grupo.22008.blogspot.com>

PENEDO, A, A. (2007) Debate diversidad de género en la escuela. Recuperado de [http://grupos.emagister.com/debate/diversidad\\_de\\_genero\\_en\\_la\\_escuela/7201-630320](http://grupos.emagister.com/debate/diversidad_de_genero_en_la_escuela/7201-630320)

PERPIUÑA, C. Baños, R M. (1990) Percepción de la imagen corporal en adolescentes del sexo femenino. Recuperado de [http://www.um.es/ana/esps/V06/v06\\_1/01-06-1.pdf](http://www.um.es/ana/esps/V06/v06_1/01-06-1.pdf)

QUIN, McMahon (1997) Los códigos casi invisibles: los estereotipos Recuperado de [http://tecnologiaedu.us.es/tics4\\_old/html/cursos/tema\\_correa/6-4.htm](http://tecnologiaedu.us.es/tics4_old/html/cursos/tema_correa/6-4.htm)

REALES, S. (2010). La adolescencia. Recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Adolescencia/899229.html>

RENTERÍA, Ch, F. (2009). Imagen personal y su relación con la imagen profesional. Recuperado de <http://www.mailxmail.com/curso-organizacion-imagen/imagen-personal-relacion-imagen-profesional>.

RIVAROLA, M F. (2003) La imagen corporal en adolescentes mujeres. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/184/18400808.pdf>

RIVERO, T, G. (2007) Piramide de Maslow  
Recuperado de <http://proyeccion.blogspot.es/1254454320/>

ROBLES, D. (2009) Culturas urbanas.  
Recuperado de <http://dani3711.blogspot.com/>

RODRÍGUEZ, S, M. Emos tribu urbana.  
Recuperado de [www.scribd.com/.../Emos-Tribu-Urbana-Ma-Lily-Rodriguez](http://www.scribd.com/.../Emos-Tribu-Urbana-Ma-Lily-Rodriguez)

ROGER, G, E. (2009) Los amigos de mi hijo adolescente.  
Recuperado de <http://apli.wordpress.com/2009/06/17/los-amigos-de-mi-hijo-adolescente/>

RUÍZ, B, A. (2009) Estereotipos. Recuperado de <http://blog.ajovenes.com.ar/.../PPT%20Alejandro%20Ruiz%20Balza.pps>

RUÍZ, De A, N. Carranza, S, S. (2005) La apariencia como problema  
Recuperado de  
[http://redescolar.ilce.edu.mx/educontinua/educ\\_civica/La\\_Gracia/Apariencia\\_probl  
ema/Apariencia\\_problema.htm](http://redescolar.ilce.edu.mx/educontinua/educ_civica/La_Gracia/Apariencia_probl<br/>ema/Apariencia_problema.htm)

SALAZAR, M, Z. (2008) Adolescencia e imagen corporal en la época de la  
delgadez. Recuperado de  
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.Jsp?iCve>.

SALCEDO, M, C. (2007) La censura mata: Bulimia y anorexia.  
Recuperado de [http://blogs.montevideo.com.uy/blognoticia\\_7898\\_1.html](http://blogs.montevideo.com.uy/blognoticia_7898_1.html)

SANTORO, S. (2008) Cultura adolescentes: los grupos.  
Recuperado de [http://www.cpcb.com.ar/grupos\\_adolescentes.html](http://www.cpcb.com.ar/grupos_adolescentes.html)

SOMOZA, A, R. (2005) Culturas adolescentes y valores cristianos. Recuperado de  
[http://www.slideshare.net/veronicaflores/culturas-adolescentes-y-valores-  
cristianos-presentation-931319](http://www.slideshare.net/veronicaflores/culturas-adolescentes-y-valores-<br/>cristianos-presentation-931319)

SOMOZA, A, R (2005) Culturas adolescentes y tribus urbanas.  
Recuperado de [http://asuntosdefamilia-textos.blogspot.com/2009/05/cultura-  
adolescente-y-tribus-urbanas\\_09.html](http://asuntosdefamilia-textos.blogspot.com/2009/05/cultura-<br/>adolescente-y-tribus-urbanas_09.html)

(S/A). (2009). Estereotipos y adolescencia. Recuperado de  
<http://autorneto.com/referencia/domesticas/familia/estereotipos-y-adolescencia/>

SUÁREZ, M. (2008) Los estereotipos en publicidad. El aroma de mi hogar.  
Recuperado de [http://publicidadresumida.wordpress.com/1-vamos-a-probar/los-  
estereotipos-en-publicidad/](http://publicidadresumida.wordpress.com/1-vamos-a-probar/los-<br/>estereotipos-en-publicidad/)

TABORDA, A. (2010) La comunicación, algunos aportes de la psicología.  
Recuperado de [http://portal.educ.ar/debates/eid/docenteshoy/parte-3-la-  
comunicacion-alguno.php](http://portal.educ.ar/debates/eid/docenteshoy/parte-3-la-<br/>comunicacion-alguno.php)

TEVNI, Grajales (2000). Tipos de investigaciones. Recuperado de  
<http://tgrajales.net/investigaciones.pdf>

VÁSQUEZ, K (2007) Tribus urbanas. Recuperado de  
<http://www.slideshare.net/tbleon1/tribus-urbanas-2909799>

VILLA, V, A. Cirigliano, G. (2005) El grupo como poder educador.  
Recuperado de  
[http://mail.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/923/1/El\\_grupo\\_como\\_  
poder\\_educador.pdf](http://mail.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/923/1/El_grupo_como_<br/>poder_educador.pdf)

VILLALBA, M. (2010) Estereotipos y adolescentes. Recuperado de [http://psicologiaescolarmvillalba.blogspot.com/2010\\_04\\_01\\_archive.html](http://psicologiaescolarmvillalba.blogspot.com/2010_04_01_archive.html)

ZAGALAZ, S, M L. Romero, S. Onofre, R. (2003) Anorexia nerviosa en los adolescentes. Recuperado de <http://www.rieoei.org>

ZORIN, Z, M. (2007) La comunicación verbal. Recuperado de <http://www.adrformacion.com/cursos/atencionct/leccion2/tutorial1.html>