

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS**



**“INCIDENCIA DE LA AUTOESTIMA EN LA CONSOLIDACION DE  
LA IMAGEN CORPORAL EN MUJERES ADOLESCENTES”**

**MANUEL ALEJANDRO AGUILAR FIGUEROA  
ROMEO MAURICIO ENRIQUE VILLAGRAN PAIZ**

**GUATEMALA, AGOSTO 2010**

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

**“INCIDENCIA DE LA AUTOESTIMA EN LA CONSOLIDACION DE  
LA IMAGEN CORPORAL EN MUJERES ADOLESCENTES”**

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN  
PRESENTADO AL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO  
DE LA ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

**POR**

**MANUEL ALEJANDRO AGUILAR FIGUEROA  
ROMEO ENRIQUE MAURICIO VILLAGRAN PAIZ**

PREVIO A OPTAR AL TITULO DE

**PSICÓLOGOS**

EN EL GRADO ACADÉMICO DE

**LICENCIATURA**

GUATEMALA, AGOSTO 2010

# **MIEMBROS CONSEJO DIRECTIVO**

**Doctor César Augusto Lambour Lizama**  
**DIRECTOR INTERINO**

**Licenciado Héctor Hugo Lima Conde**  
**SECRETARIO**

**Jairo Josué Vallecios Palma**  
**REPRESENTANTE ESTUDIANTIL**  
**ANTE CONSEJO DIRECTIVO**



**ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLOGICAS**

CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-

9a. Avenida 9-45, Zona 11 Edificio "A"  
TEL.: 2485-1910 FAX: 2485-1913 y 14  
e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

CC. Control Académico  
CIEPs.  
Archivo  
Reg. 381-2010  
CODIPs. 1261-2010

De Orden de Impresión Informe Final de Investigación

24 de agosto de 2010

Estudiantes

Manuel Alejandro Aguilar Figueroa  
Romeo Mauricio Enrique Villagran Paiz  
Escuela de Ciencias Psicológicas  
Edificio

Estudiantes:

Para su conocimiento y efectos consiguientes, transcribo a ustedes el Punto VIGÉSIMO PRIMERO (21º) del Acta VEINTICINCO GUIÓN DOS MIL DIEZ (25-2010), de la sesión celebrada por el Consejo Directivo el 23 de agosto de 2010, que copiado literalmente dice:

**"VIGÉSIMO PRIMERO:** El Consejo Directivo conoció el expediente que contiene el Informe Final de Investigación, titulado: **"INCIDENCIA DE LA AUTOESTIMA EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN MUJERES ADOLESCENTES"**, de la carrera de Licenciatura en Psicología, realizado por:

**MANUEL ALEJANDRO AGUILAR FIGUEROA** CARNÉ No. 200017124  
**ROMEO MAURICIO ENRIQUE VILLAGRAN PAIZ** CARNÉ No. 200416322

El presente trabajo fue asesorado durante su desarrollo por la Licenciada Carina Lizett Santiago Vargas y revisado por el Licenciado Marco Antonio García Enríquez. Con base en lo anterior, el Consejo Directivo **AUTORIZA LA IMPRESIÓN** del Informe Final para los Trámites correspondientes de graduación, los que deberán estar de acuerdo con el Instructivo para Elaboración de Investigación de Tesis, con fines de graduación profesional."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

Licenciada Blanca Leonor Peralta Yanes

SECRETARIA



Melveth S.



Escuela de Ciencias Psicológicas  
Recepción e Información  
CUM/USAC

**RECIBIDO**  
15 JUL 2010

CIEPs 381-10  
REG 152-09  
REG 141-09

ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS

CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO - CUM - USAC

9ª Avenida 9-45, zona 11 Edificio "A"

Tel. 24187530 Telefax 24187543

e-mail: usaapsic@usac.edu.gt

**INFORME FINAL**

Guatemala, 09 de Julio 2010

SEÑORES  
CONSEJO DIRECTIVO  
ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS  
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO

Me dirijo a ustedes para informarles que el Licenciado Marco Antonio García Enriquez ha procedido a la revisión y aprobación del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN** titulado:

**"INCIDENCIA DE LA AUTOESTIMA EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN MUJERES ADOLESCENTES."**

**ESTUDIANTE:**

**Manuel Alejandro Aguilar Figueroa**  
**Romeo Mauricio Enrique Villagran Paiz**

**CARNÉ No:**

**2000-17124**  
**2004-16322**

**CARRERA: Licenciatura en Psicología**

El cual fue aprobado por la Coordinación de este Centro el día 24 de Junio 2010, y se recibieron documentos originales completos 07 de Julio 2010, por lo que se solicita continuar con los trámites correspondientes para obtener **ORDEN DE IMPRESIÓN**.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

**Licenciada Mayra Frine Luna de Alvarez**  
**COORDINADORA**

**Centro de Investigaciones en Psicología-CIEPs. "Mayra Gutiérrez"**

c.c archivo  
Arelis





ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLOGICAS  
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-  
9. Avenida 9-45, zona 11 Edificio "A"  
Tel. 24187530 Telefax 24187543  
e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

CIEPs 382-10  
REG: 152-09  
REG. 041-09

Guatemala, 09 de Julio 2010

Licenciada Mayra Frine Luna de Álvarez, Coordinadora  
Centro de Investigaciones en Psicología  
-CIEPs. - "Mayra Gutiérrez"  
Escuela de Ciencias Psicológicas

Licenciada Luna:

De manera atenta me dirijo a usted para informarle que he procedido a la revisión del **INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN**, titulado:

**"INSIDENCIA DE LA AUTOESTIMA EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN MUJERES ADOLESCENTES."**

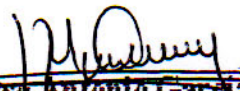
<b>ESTUDIANTE:</b>	<b>CARNE</b>
<b>Manuel Alejandro Aguilar Figueroa</b>	<b>2000-17124</b>
<b>Romeo Mauricio Enrique Villagran Paiz</b>	<b>2004-16322</b>

**CARRERA:** Licenciatura en Psicología

Por considerar que el trabajo cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología, emito **DICTAMEN FAVORABLE** el día 16 de Junio 2010 por lo que solicito continuar con los trámites respectivos.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
~~Licenciado Marco Antonio García Enriquez~~  
**DOCENTE REVISOR**

/Arelis.  
c.c. Archivo



Guatemala 6 de Julio de 2010


**Licenciada Mayra Luna de Álvarez, Coordinadora  
Centro de Investigaciones en Psicología  
-CIEPs.- "Mayra Gutiérrez"**

Licenciada Mayra Luna de Álvarez:

Informo que he asesorado y aprobado el Informe Final de Investigación, **"INCIDENCIA DE LA ATOESTIMA EN LA CONSOLIDACION DE LA IMAGEN CORPORAL EN MUJERES ADOLESCENTES"** de los estudiantes Manuel Alejandro Aguilar Figueroa con carné No. 200017124 y Romeo Mauricio Enrique Villagran Paiz con carné No. 200416322 de la Carrera Licenciatura en Psicología.

Considerando que cumple con los requerimientos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología doy por APROBADO y solicito que se le de continuidad al mismo.

Atentamente,

  
Licda. Carina Lizett Santiago Vargas  
Asesora  
col 1303



**ESCUELA DE CIENCIAS PSICOLOGICAS**  
CENTRO UNIVERSITARIO METROPOLITANO -CUM-

9a. Avenida 9-45, Zona 11 Edificio "A"  
TEL.: 2485-1910 FAX: 2485-1913 Y 14  
e-mail: usacpsic@usac.edu.gt

CIEPs. 029-10  
REG.: 141-09

## APROBACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Guatemala, 10 de Febrero 2010.

**ESTUDIANTE:**  
**Manuel Alejandro Aguilar Figueroa**  
**Romeo Mauricio Enrique Villagran Paiz**

**CARNÉ No.**  
**2000-17124**  
**2004-16322**


Informamos a usted que el **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**, de la Carrera Licenciatura en Psicología titulado:

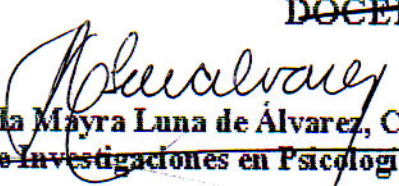
**"INCIDENCIA DE LA AUTOESTIMA EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL EN MUJERES ADOLESCENTES."**

**ASESORADO POR: Licenciada Carina Lizett Santiago Vargas**

Por considerar que cumple con los requisitos establecidos por el Centro de Investigaciones en Psicología -CIEPs-, ha sido **APROBADO** por la Coordinación de Investigación el día 09 de Febrero 2010 y se solicita iniciar la fase de Informe Final de Investigación.

Atentamente,  
**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
**Licenciado Marco Antonio García Enriquez**  
**DOCENTE REVISOR**

  
**Vo.Bo. Licenciada Mayra Luna de Álvarez, Coordinadora**  
**Centro de Investigaciones en Psicología CIEPs. "Mayra Gutiérrez"**



/Arelis.  
CC. Archivo







Centro Universitario Metropolitano CUM

Dirección 9na Avenida 9-45, zona 11

TEL: 24595450 Email: unidadpopularusac@gmail.com

Guatemala 6 de Julio de 2010

**Licenciada**

**Mayra Luna de Álvarez, Coordinadora  
Centro de Investigaciones en Psicología  
-CIEPs.- "Mayra Gutiérrez"**

Licenciada de Álvarez:

Reciba un cordial saludo del Centro de Practica "Unidad Popular de Servicios Psicológicos" de la Escuela de Psicología, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Por este medio me dirijo a usted para informarle que les fue autorizado a los estudiantes de la Licenciatura en Psicología:


<b>Nombre</b>	<b>Carné No.</b>
Manuel Alejandro Aguilar Figueroa	200017124
Romeo Mauricio Enrique Villagran Paiz	200416322

Quienes iniciaron el 27 de Octubre del año 2009 y finalizaron el 27 de Mayo del año 2010, en un periodo de 6 meses; el informe de tesis con el título "Incidencia de la Autoestima en la consolidación de la Imagen Corporal en mujeres adolescentes."

Para los usos que a los interesados convenga, se extiende la presente.

Atentamente,

**Ψ UNIDAD POPULAR DE  
SERVICIOS PSICOLÓGICOS  
USAC**  
9a. Avenida 9-45 Zona 11 Edificio "A" Tercer Nivel  
Oficina 311 CUM Guatemala, Guatemala

  
Lic. Mariano Gonzales  
Supervisor  
Unidad Popular

## **ACTO QUE DEDICO**

### **A DIOS**

Por ser la luz en mi camino, darme la sabiduría y el entendimiento necesario para lograr este sueño.

### **A MIS PADRES**

Por ser un ejemplo para mi vida y apoyarme en cada momento.

### **A MIS HERMANOS**

José y Pablo por ser mis compañeros y amigos a largo de mi vida.

**Y A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE HAN DEPOSITADO SU  
CONFIANZA EN MÍ.**

**Manuel Alejandro Aguilar Figueroa.**

**AGRADECIMIENTOS**  
**Manuel Alejandro Aguilar Figueroa**

**A DIOS**

Por darme una vida tan plena y a las personas que amo.

**A MI FAMILIA**

Por su confianza, apoyo incondicional y sobre todo la fe.

**A MIS AMIGOS Y AMIGAS**

Ana, Claudia, Jorge, Mauricio, Dashina, Marilú, Meches, Eva, Andrea, Paola,  
Aida, Heleana, Mariano, Gaby, Nancy, Karla, Natalia, Flor, Karina, Jenny,  
Por darme siempre ánimos y estar junto a mí en cada momento.  
y a tod@s aquellos que han dejado una huella imborrable en mi vida. Gracias!!!

**AGRADECIMIENTOS**  
**Romeo Mauricio Enrique Villagrán Paiz**

**A DIOS**

Por concederme el conocimiento para conducirme en un camino útil para la  
sociedad.

**A MI FAMILIA**

Por brindarme la posibilidad de superarme, por su indispensable motivación y  
ayuda en los momentos difíciles, tomándolos como ejemplo de Vida..

**A MIS AMIGOS Y AMIGAS**

Manuel, Dashina, Cindy, Victor, Laura, Cristian, Gaby, Mario, Aroldo, Jimmy,  
Félix y a mis amigos en general que estuvieron conmigo en diferentes etapas de  
este proceso

## **ACTO QUE DEDICO**

### **A DIOS**

Por el don de la vida, por concederme la sabiduría y discernimiento para servir a mi familia, patria y sociedad.

### **A MIS PADRES**

Porque esta meta es suya.

### **A MIS HERMANOS**

Por su indiscutible forma de ser y ser parte fundamental de la familia que formamos.

**Y A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE HAN DEPOSITADO SU  
CONFIANZA EN MÍ.**

**Romeo Mauricio Enrique Villagran Paiz**

**PADRINOS**

**Manuel Alejandro Aguilar Figueroa**

**JORGE MARIO ILLESCAS GRIJALVA  
LICENCIADO EN PSICOLOGIA  
COLEGIADO No. 1838**

**JENNIFER IVETTE HERNÁNDEZ BRAN  
LICENCIADO EN PSICOLOGIA  
COLEGIADO No. 1837**

**PADRINO**

**Romeo Mauricio Enrique Villagran Paiz**

**ANABELA PAIZ ROSALES  
LICENCIADA CONTADORA PÚBLICA Y AUDITORA  
COLEGIADO No. 8353**

## ÍNDICE

### PRÓLOGO

<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
Introducción.....	1
Marco Teórico.....	3
Hipótesis.....	17
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>19</b>
Técnicas e instrumentos.....	19
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>22</b>
Presentación, Análisis e Interpretación de resultados.....	22
Análisis Cualitativo.....	33
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>36</b>
Conclusiones .....	36
Recomendaciones.....	37
Bibliografía.....	38
Anexos.....	40
Resumen.....	55

## **PRÓLOGO**

La presente investigación persiguió como objetivo primordial, desde un enfoque fenomenológico de construcciones mentales pragmáticas, identificar el impacto que tiene la autoestima en la consolidación de la imagen corporal de las mujeres adolescentes para determinar si el nivel de autoestima (de acuerdo a escalas preestablecidas) contribuye de algún modo a la satisfacción o insatisfacción de las mujeres adolescentes con su imagen corporal.

Adicionalmente se procedió a identificar las variables que inciden en la construcción de la imagen corporal como constructo mental, partiendo de la idea de que no solo es cognitiva, sino; además, está impregnada de valoraciones subjetivas y determinada socialmente; se produce en forma paralela al desarrollo evolutivo y cultural de la persona y se trata de factores multicausales de índole social y subjetiva, constituyéndose en el segundo objetivo fundamental de la presente investigación el identificar cuáles son las variables que inciden en la construcción de la imagen corporal.

El tercero objetivo de la investigación consistió en caracterizar y describir la autoestima de las mujeres adolescentes. Ésta importante tarea se llevó a cabo mediante el muestreo, no aleatorio, con 20 pacientes mujeres adolescentes que reciben tratamiento terapéutico psicológico en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos de la Universidad de San Carlos de Guatemala durante el año 2009. Para recabar los datos se utilizó la escala de medición de la autoestima "TEST VA" y sus indicadores específicos con su respectivo protocolo. Para evaluar los indicadores de autopercepción y valoración de la propia imagen corporal y entender como perciben su imagen corporal las adolescentes, se elaboró un cuestionario especialmente en base a los indicadores de la variable "Imagen Corporal" para valorar el nivel de autopercepción y autoconcepto, así como la aceptación y satisfacción que poseen las mujeres adolescentes de la muestra con respecto a su imagen corporal.

Por último se relacionaron de forma cualitativa y cuantitativa la autoestima con la consolidación de la imagen corporal en mujeres adolescentes mediante el procesamiento de los datos recabados en el test VA y los cuestionarios y entrevistas y se presentan los resultados obtenidos y las conclusiones de la investigación.

La principal motivación, para llevar a cabo el presente trabajo de investigación fue haber realizado el trabajo de práctica clínica con algunas pacientes adolescentes que presentaban trastornos alimenticios y sufrieron un deterioro integral de su salud psíquica debido a un nivel bajo de autoestima y a la insatisfacción con la imagen corporal. Se descubrió cómo las adolescentes hacen grandes esfuerzos por tener el mismo aspecto que la imagen femenina difundida por los medios de comunicación y cada vez tienen más probabilidades de obsesionarse y tener compulsiones con su propia imagen corporal.

El origen de los trastornos alimenticios se consideran multicausales, dentro de los diversos factores precipitantes se identificó la insatisfacción con la imagen corporal, donde se enlazan tanto motivadores individuales como los de carácter social; por ejemplo, ser ridiculizado porque le sobran kilos, tener que exponer el cuerpo a las miradas de los demás, sentir que la apariencia no corresponde con lo presentado por la sociedad como ideal (es decir, no cumple los criterios de la "figura ideal"), practicar un deporte donde se valora mucho la silueta, sentir insatisfacción general, desear ser diferente. Los y las jóvenes no se pueden abstraer del mundo social donde viven y este se caracteriza por atribuir valores, los cuales corresponden a necesidades en la adolescencia (libertad, independencia), a los personajes de moda con cuerpo ideal. Esto motiva aún más a tomar dicho modelo.

A nivel social la presente investigación persiguió esclarecer el origen de los problemas actuales de la juventud. La adolescencia es clave para el progreso



social, económico y político de todos los países del mundo. Existe una creciente preocupación porque, recientemente, se ha encontrado que los cambios radicales en las condiciones sociales tienen profundos efectos en la salud física y mental de este grupo etario; uno de estos cambios está asociado con las tendencias de comportamiento y actitudinales derivadas de la insatisfacción con la imagen corporal. Es así, como algunos trastornos de la adolescencia se empiezan a tratar como “*fenómeno social*”, resaltando la ascendencia de los aspectos sociales sobre el individuo, sin negar los enfoques médicos y psicológicos que empiezan a dar cuenta del grave problema que representa la búsqueda de modelos prácticamente inalcanzables de imagen corporal. Se ha señalado reiteradamente que tras la insistencia en la sociedad actual por una imagen corporal ideal, no sólo hay valores culturales, sino dimensiones económicas. El consumo se ha proyectado en el cuerpo humano, valorándose este, predominantemente, por la *belleza*. Una imagen física atractiva es una condición de la vida social moderna, forma parte del proceso de producción. Por consiguiente, *lo bello* ha sido utilizado para fomentar el mercado, convirtiéndose en una norma. El concepto de belleza se ubica dentro de las corrientes socioculturales históricas, dentro de la producción capitalista y la cultura racionalista y analítica (maximización de los beneficios).

A nivel académico fue de especial interés el identificar y describir, en el contexto actual, los estereotipos de la apariencia física que las actuales generaciones persiguen para que su autoimagen coincida con la imagen del Yo ideal. Los sujetos se auto castigan e incluso se rechazan a sí mismos si no cumplen todas y cada una de las pautas de belleza estéticas y físicas puestas en vigencia por quienes imponen las modas. Como psicólogos clínicos se parte de la idea de que la Autoestima es un valor determinante en la consolidación de la imagen corporal expresada como concepto de la propia imagen (vista como objeto) según unas cualidades subjetivables y valorativas de las categorías personales y sociales del self. La autoestima se presenta como una conclusión final del proceso de autoevaluación que determina la satisfacción personal del individuo consigo mismo.

Como aporte científico, ante este contexto, se consideró importante investigar la etapa de la adolescencia en cuanto a aquellos fenómenos sociales los cuales van en su detrimento; así, se realizó este estudio con un grupo de adolescentes pacientes de la Unidad Popular de Servicios Psicológicos para conocer la relación entre su nivel de autoestima y su percepción y satisfacción con la imagen corporal con técnicas analíticas estadísticas y análisis cualitativo.

Para llevar a cabo la presente investigación se abordó la problemática desde un enfoque fenomenológico que permitió describir e identificar a través de 2 instrumentos el nivel de autoestima de las adolescentes y la noción de imagen corporal que estas interiorizan sobre su propia figura corporal. Los instrumentos que se utilizaron fueron una escala de medición del nivel de autoestima llamada TEST VA (valoración de la autoestima de Grajaless-Valderrama 2000) y un Cuestionario Sobre Imagen Corporal elaborado específicamente para valorar la autopercepción y autosatisfacción, de la imagen corporal. También se realizó un Taller Institucional que permitió observar y evaluar a las jóvenes así como Entrevistas Semi-estructuradas a Terapeutas y Pacientes. Finalmente se relacionaron los datos obtenidos a través de los indicadores de ambas variables.

## **CAPITULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

Durante los trabajos de práctica psicológica supervisada, realizados en los años 2008 y 2009 por los y las estudiantes del centro de práctica clínica, Unidad Popular de Servicios Psicológicos, se pudo evidenciar en la problemática de las pacientes mujeres que la insatisfacción corporal es una condición muy comúnmente observada. Esta insatisfacción se da especialmente en mujeres adolescentes, causando, en algunos casos, un trastorno emocional que tiene incidencia en los comportamientos y actitudes de las jóvenes. En las últimas décadas, el modelo estético corporal "ideal" se refleja constantemente en los medios de comunicación de masas. Se ha investigado ampliamente su influencia sobre ciertas enfermedades como los trastornos de la conducta alimentaria, entre estos la anorexia y la bulimia, de las cuales uno de los síntomas principales es la alteración de la percepción de la forma y del peso corporal.

La desordenes de la alimentación y conductas compulsivas para lograr conseguir la anhelada figura ideal se caracterizan por la persecución de una figura corporal apegada a los cánones socialmente aceptados de los tiempos actuales, mediante la reducción de la ingesta en dietas y al exceso de ejercicios a tal punto que puede llevar incluso a la muerte por inanición y sobre entrenamiento. Las personas afectadas muestran una constante insatisfacción y molestia por su imagen corporal también a nivel mental y afectivo, presentan un miedo intenso a ganar peso (que no disminuye con la pérdida de éste) y una imagen corporal distorsionada; es decir, cuando han alcanzado o superado la imagen ideal se siguen viendo gordas y deformes y entran en una espiral que las conduce a todo tipo de desordenes mentales y físicos. Así, la belleza se define en virtud de una norma estética, un criterio ideal, como un ajuste a patrones abstractos y rígidos y

no a una moral tradicional donde se percibe la belleza como lo auténtico y lo singular. Es necesario analizar 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 pueden generar insatisfacción corporal, ansiedad, depresión, trastornos alimenticios, etc.

Debido a que la imagen corporal es un constructo mental resulta imprescindible evaluar, cómo, la autoestima, definida como un sentido subjetivo y duradero de auto-aprobación realista y afectiva del valor personal basado en auto-percepciones, incide en la consolidación de la propia imagen corporal en mujeres adolescentes, es decir, de qué manera la autoestima influye en la auto-aceptación y satisfacción con la propia imagen corporal.

## **MARCO TEÓRICO**

La adolescencia es un proceso de desarrollo continuo de la existencia del ser humano, en donde se realiza la transición entre el infante o niño de edad escolar y el adulto. Esta transición de cuerpo y mente, proviene no solamente de sí mismo, sino que se conjuga con su ambiente social, el cual es trascendental para que los grandes cambios fisiológicos que se produce en el individuo lo hagan llegar a la etapa adulta. La adolescencia es un fenómeno biológico, cultural y social, por lo tanto, sus límites no se asocian solamente a características físicas, ni solamente con la maduración de la psiquis del individuo sino que depende de factores psico-sociales más amplios y complejos, originados principalmente en el ámbito social.

La Organización Mundial de la Salud (OMS), estima que, “de cada cinco personas en el mundo una, es adolescente, el 85% de ellos viven en países pobres o de ingresos medios. La OMS define la adolescencia como la etapa que va entre los 11 y 19 años, considerándose dos fases, la adolescencia temprana 12 a 14 años y la adolescencia tardía 15 a 19 años. Sin embargo la condición de juventud no es uniforme y varía de acuerdo al grupo social que se considere”<sup>1</sup> (OMS, 1995). Guatemala es un país compuesto por una población eminentemente adolescente. De un total de 11 millones 237 mil 196 habitantes, aproximadamente 8 millones de guatemaltecos y guatemaltecas están comprendidos entre los 0 y 30 años de edad, y de ellos, alrededor de 4 millones son jóvenes entre los 15 y 29 años, de los cuales el 48.6% son jóvenes indígenas, 51% mujeres jóvenes, y el 60.3% jóvenes que viven en el área rural. Según el Instituto Nacional de Estadística, aproximadamente hay un 54.33% de la población juvenil entre los 15 y 29 años (1.733.867 jóvenes)

---

<sup>1</sup> Organización Mundial de la Salud. (1995). *La salud de los jóvenes. Un reto y una esperanza*. Ginebra: OMS. Pp 27.

*“La adolescencia es un período de transición entre la dependencia de la niñez y la independencia de la edad adulta. En ella, ocurren diferentes cambios biológicos, sociales y psicológicos en los cuales se genera una sensación de perplejidad, dudas, miedos y ansiedad que la mayoría de los y las adolescentes superan con éxito. Estos cambios provocan la necesidad de alcanzar una integridad psicológica, coherente con el entorno social en el cual los individuos se desarrollan. Es una etapa donde los y las adolescentes se esfuerzan por entenderse a sí mismos, exploran su propia identidad e intentan saber quiénes son, cómo son y hacia dónde se dirige su vida. No solo tratan de comprenderse (representación del yo), sino también evalúan sus atributos, esto conforma su autoestima (dimensión de evaluación del yo) y el autoconcepto (evaluación del yo en un dominio específico)”<sup>2</sup>(Santrock, 2004).*

Todos los individuos, durante el período de la adolescencia, presentan un mayor o menor grado de crisis de desarrollo. Desde el punto de vista práctico, el perfil psicológico es transitorio, cambiante y emocionalmente inestable. El desarrollo de su personalidad dependerá en gran medida de la personalidad que se haya estructurado en las etapas preescolar y escolar y de las condiciones sociales, familiares y ambientales que se les ofrezcan. Los cambios y transformaciones que sufren los individuos en esta etapa son considerablemente importantes tanto en la esfera psíquica como en la orgánica. Paulatinamente, la capacidad de juicio crítico se extiende a sí mismo, de ahí el sentimiento de culpabilidad como característico de la esfera afectiva y por el cual nacen deseos de rectificación por mecanismos de sublimación y racionalización. Las relaciones con el sexo opuesto se hacen más serias, aumenta su capacidad para establecer sus propias metas, disminuyen los conflictos y aumenta su estabilidad emocional, así como la aparición e identificación de patrones o tendencias aberrantes.

---

<sup>2</sup> Santrock, J. W. *Adolescencia. Psicología del desarrollo*. Ed. McGraw Hill. España: (2004). Pp 459.

Las niñas tienden a ser más receptivas con respecto a los temas de relaciones y con mentalidad abierta acerca de los sentimientos; no obstante cuando se llega a la adolescencia, aceptan las nociones estereotipadas de cómo deberán ser y reprimen los verdaderos sentimientos en aras de ser "lindas". Cuando las mujeres adolescentes reconocen que están perdiendo parte de sí mismas, lo cual significa que ya no puede tener relaciones auténticas, su confianza se resquebraja.

La cultura en la que la mujer adolescente socializa deja su marca en ella, incide en sus planes, inquietudes, temores, esperanzas, influye, en suma, en su forma de entender y en los ensayos que efectúa en busca de su identidad. Las adolescentes buscan un lugar social de arraigo y una comunidad de pertenencia que le confiera sentido a sus vidas. Es en esta etapa de adolescencia donde se obtiene la noción del Yo, llamada self (mi mismo). Para la formación del yo son factores contraindicados importantes: la superprotección, la supresión de las emociones parentales, los conflictos familiares, la inducción de falsas identidades. Por el contrario, el calor familiar, el establecimiento de límites claramente definidos y trato respetuoso favorecen la formación del Yo. La instancia psíquica del Yo tiene diferentes niveles, el Yo conocido, que el individuo percibe que es el mismo; el nivel del otro Yo, o lo que los otros piensan de él; y el Yo ideal, o lo que desearía ser.

Las categorías o aspectos del Yo que poseen los individuos, abarcan características físicas, habilidades, rasgos, actitudes, valores y metas. El autoconcepto consiste en las representaciones simbólicas que una persona se forma de sus distintas características físicas, biológicas, psicológicas, éticas y sociales, y que además es la organización de las cualidades que la persona se atribuye a sí misma, en un complejo de elementos organizados en relaciones sistemáticas, en esa estructura consistente (estable).

*“El cambio físico en la adolescencia se experimenta cuando el niño(a) va perdiendo su cuerpo infantil y aparece la necesidad psicológica de reestructurar la*

*imagen corporal. Los y las incipientes adolescentes empiezan a tener autoconciencia de los cambios, una preocupación por el cuerpo, la necesidad de integrar una imagen individual del aspecto físico y la “ofuscación” por el grado de aceptación que su figura despierta en el grupo de pares. La preocupación se agudiza especialmente durante la pubertad (inicio de la etapa de la adolescencia), cuando los y las adolescentes están más descontentos con su cuerpo”<sup>3</sup>(Santrock, 2004).*

La adolescencia en las mujeres comienza a los 10 o 12 años. Se caracteriza por un agrandamiento en el tejido glandular por debajo de la aureola consecuencia de la acción de los estrógenos producidos por el ovario. La edad de aparición es después de los 8 años, puede ser unilateral—y permanecer así por un tiempo—o bilateral y casi siempre es doloroso al simple roce. Al avanzar la adolescencia, el desarrollo mamario, además de ser cuantitativo es cualitativo, la areola se hace más oscura y grande y sobresale del tejido circundante, aumenta el tejido glandular, se adquiere la forma definitiva, generalmente cónica y se desarrollan los canalículos. Puede haber crecimiento asimétrico de las mamas.

El vello púbico, bajo la acción de los andrógenos adrenales y ováricos, es fino, escaso y aparece inicialmente a lo largo de los labios mayores y luego se va expandiendo. El vello púbico en algunos casos coincide con el desarrollo mamario y en otros puede ser el primer indicio puberal. Típicamente comienza a notarse a los 9 o 10 años de edad. Al pasar los años, el vello pubiano se hace más grueso y menos lacio, denso, rizado y cubre la superficie externa de los labios extendiéndose hasta el monte de Venus, logrando la forma triangular característica adulta después de 3 a 5 años (más o menos entre los 15 y 16 años de edad). El vello axilar y corporal aparece más tarde.

Los genitales y las gónadas cambian de aspecto y configuración. Los labios mayores aumentan de vascularización y en folículos pilosos, hay estrogenización inicial de la mucosa vaginal, los ovarios y el cuerpo del útero aumentan en tamaño.

---

<sup>3</sup> Santrock, J. W. *Op cit.* Pp 448



Las trompas de Falopio aumentan después de tamaño y en el número de pliegues en su mucosa. Los labios menores se desarrollan, los labios mayores se vuelven luego delgados y se pigmentan y crecen para cubrir el introito. La vagina llega a 8 cm de profundidad y luego de 10 – 11 cm. Por efectos estrogénicos, la mucosa se torna más gruesa, las células aumentan su contenido de glucógeno y el pH vaginal pasa de neutro a ácido un año antes de la menarquía. Se desarrollan las glándulas de Bartolino, aumentan las secreciones vaginales, la flora microbiana cambia con la presencia del bacilo de Doderlein, la vulva sufre modificaciones en su espesor y coloración, el himen se engruesa y su diámetro alcanza 1 cm.

La menarquía, que es la primera aparición del ciclo menstrual, aparece precedida por un flujo claro, inodoro, transparente y bacteriológicamente puro que tiene aspecto de hojas de helecho al microscopio. La menarquía tiende a ocurrir a los 11 o 12 años, aunque puede aparecer en la pubertad avanzada.(8-10 años)

*“La imagen corporal que se va construyendo en la adolescencia no solo es cognitiva, sino; además, está impregnada de valoraciones subjetivas y determinada socialmente; se produce en forma paralela al desarrollo evolutivo y cultural de la persona”<sup>4</sup> (Pruzinsky y Cash, 1990 citados en García, 2004).*

La imagen corporal incluye la imagen mental de cómo luce el sujeto viéndose a si mismo desde fuera y lo que piensa y siente sobre esa imagen. La imagen corporal no empieza siendo ni positiva ni negativa. El valor de lo que las mujeres adolescentes ven en el espejo es algo que aprenden como resultado de varios factores, alguno reales y otros inventados, por experiencias que se han tenido y cuentos sobre la apariencia que socialmente han sido aceptados como ciertos. Los sentimientos sobre la propia imagen corporal surgen por eventos que hacen pensar en el propio cuerpo: la enfermedad, el trauma, la cirugía o en el

---

<sup>4</sup> García, N. I. *Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes de ambos sexos con y sin diabetes mellitus tipo*, Universidad Autónoma de Barcelona, España. 2004. Pp.87.

presente caso los propios cambios del desarrollo en la adolescencia, y también surgen de las propias preferencias estéticas innatas. Adicionalmente, se está expuesto a mensajes que valoran una apariencia específica y esto tiene un efecto acumulativo en la psique.

Al hablar del Yo, del sí mismo o Self, surge este concepto en el curso de la interacción y la lucha entre el individuo y el medio. Toma forma de acuerdo a las condiciones y coacciones del ambiente y cambia en la misma medida que este. El sí mismo o Self es producto de la interacción con objetos y personas. Puede comenzar con la formación de un Self corporal.

*“Es de especial interés el dominio de la imagen corporal; se analiza la evaluación hecha por los y las adolescentes sobre su aspecto físico, el cual es una dimensión especialmente importante de la autoestima durante la adolescencia. La imagen corporal se refiere a la representación mental realizada del tamaño, figura y de la forma de nuestro cuerpo (en general y de sus partes); es decir, cómo lo vemos y cómo creemos que los demás lo ven. Además de la percepción, la imagen corporal implica cómo sentimos el cuerpo (insatisfacción, preocupación, satisfacción, etc.) y cómo actuamos con respecto a este (exhibición, evitación, etc.)”<sup>5</sup>(García, 2004).*

A medida que la imagen corporal cobra valor, una mujer adolescente comienza a ver que ser más alta o más delgada, más gorda o más baja deja de ser un simple hecho y comienza a ser juzgada positiva o negativamente. Repentinamente lo que se piensa sobre la propia imagen corporal y apariencia externa comienza a ser importante y a causar vulnerabilidad. Depende de muchos factores el que tan vulnerable puede ser una mujer adolescente a un juicio externo: depende de su sensibilidad para recibir críticas, del tipo de personalidad, del grado en que su cuerpo se ajusta al “ideal” cultural, de la naturaleza,

---

<sup>5</sup> García, N. I. Op Cit. Pp. 63.

frecuencia e intensidad de los mensajes corporales que recibe, y del contexto en el que fueron enviados esos mensajes.

*“Para los y las adolescentes, es muy importante cómo son percibidos por sus compañeros(as); algunos harían cualquier cosa para formar parte del grupo y no ser excluidos, situación la cual les genera estrés, frustración y tristeza. La aceptación del grupo de pares, al igual que el aspecto físico, son dos elementos especialmente importantes en la adolescencia que correlacionan con la autoestima”<sup>6</sup>(Harte, 1989 citado en Santrock, 2004; Krauskopf, 2002).*

La conciencia de Sí Mismo o Self, tiene un aspecto formal en la etapa de la adolescencia; es la conciencia que tiene un Yo jugando un papel determinante según la concepción adoptada para la noción de persona en la sociedad donde está situado el sujeto, y la conciencia de Sí produce algo, tiene sus funciones y obra según ciertos mecanismos. Entre los elementos del Yo es indudable que la imagen del propio cuerpo juega un importante papel en la conciencia de sí. El self corporal es en gran parte función de la relación con las cosas lo mismo que de los motivos y sentimientos es en gran medida función de la relación con el elemento humano. Al descubrir el self en el contraste con el resto de personas, se advierte cuán diferente es de los demás.

El elemento primario para llegar a ser persona consiste en avenirse con el entorno aprendiendo a diferenciar entre el Yo y el no-Yo. En un comienzo el niño aprende a diferenciar entre el propio cuerpo y el de los demás. El cuerpo sigue siendo de gran importancia para el concepto del Yo que posee la persona, lo que se llama autoimagen. El concepto que se tiene acerca de quién y qué se es, carece de relación con las características físicas, puesto que se aprende que algunas de ellas están valoradas socialmente.

---

<sup>6</sup> Santrock, J. W. *Op cit.* Pp 445.

*“Para integrar su autoimagen, los y las adolescentes exploran detalladamente los cambios corporales experimentados y analizan las posibilidades que les ofrecen en su entorno para mejorar su apariencia, tales como: prendas de vestir, maquillaje, peinados, gestos, manera de hablar, expresiones faciales y posturas. Estas posibilidades, por lo general, son las que están de moda y las tienden a seguir para no sentirse excluidos y ser aceptados en el grupo de interés”<sup>7</sup> (Noshpitz, 1995 citado en Monge, 2005).*

Los patrones estéticos corporales han sido valorados de manera distinta en ciertas épocas de la historia. Actualmente, en el mundo occidental está de moda un modelo estético corporal caracterizado por un cuerpo delgado, denominado “*tubular*” (andrógino). La existencia de este ideal de belleza, establecido y compartido socialmente, supone una presión significativa para la población en general y, especialmente, para la adolescente quien se encuentra en la etapa de integración de la imagen corporal. De tal manera, si se es delgado o delgada hay razones para valorarse positivamente; sin embargo, aquellos y aquellas quienes se apartan del modelo delgado sufren y suelen padecer baja autoestima.

*“Por Autoestima entendemos la evaluación que efectúa y mantiene comúnmente el individuo en referencia a sí mismo: expresa una actitud de aprobación o desaprobación e indica la medida en que el individuo se cree capaz, significativo, con éxito y merecedor. En síntesis la autoestima es un juicio de la persona sobre el merecimiento que se expresa en la actitud que mantiene esta hacia sí misma. Es una experiencia subjetiva que el individuo transmite a otros mediante informes verbales o mediante la conducta abierta.”<sup>8</sup>(Mruk Chris, 1998)*

La autoestima es el sentimiento valorativo del propio ser, de la manera de ser, de quiénes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales, mentales y

---

<sup>7</sup> Monge, R. *Ingesta de nutrientes en adolescentes y factores psicosociales asociados*. Programa de Doctorado en Ciencias, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica. 2005. Pp. 64.

<sup>8</sup> Mruk Chris. *Autoestima, Investigación Teoría y Práctica*. Ed Desclée Brovwer. España 1998. Pp. 26.

espirituales que configuran nuestra personalidad. Esta se aprende, cambia y la podemos mejorar. Es a partir de los 5-6 años cuando empezamos a formarnos un concepto de cómo nos ven nuestros mayores (padres, maestros), compañeros, amigos, etcétera y las experiencias que vamos adquiriendo.

Según como se encuentre nuestra autoestima, ésta es responsable de muchos fracasos y éxitos, ya que una autoestima adecuada, vinculada a un concepto positivo de mí mismo, potenciara la capacidad de las personas para desarrollar sus habilidades y aumentará el nivel de seguridad personal, mientras que una autoestima baja enfocará a la persona hacia la derrota y el fracaso.

La autoestima es un componente del autoconcepto. El autoconcepto describe al Yo, la autoestima es el componente evaluativo del autoconcepto. Las dimensiones de la variable autoestima tienen que ver con las dimensiones del ser humano. El estudio de estas dimensiones al medir la autoestima dependen del propósito de cada investigación. Como ya vimos, algunos instrumentos pretenden abarcar todo el yo o al menos una buena cantidad de sus dimensiones, otras solo se ocupan de una o algunas dimensiones, mientras aún se utilizan instrumentos que pretenden medir una evaluación general del yo sin considerar sus dimensiones, lo cual no deja de tener cierta utilidad como medida de la forma general en que el individuo se ve a sí mismo

La variable autoestima es considerada como un constructo, es decir como una variable multidimensional. No se pretende abarcar la totalidad del yo, pero las dimensiones escogidas para tener en cuenta en la presente escala pretenden captar una idea general de la autoestima de la persona. En este caso la variable autoestima es definida como los sentimientos generalizados y relativamente estables que la persona experimenta hacia sí mismo en general (yo emocional), hacia sí mismo en sus relaciones con las demás personas (yo social) y hacia sí mismo respecto a su capacidad personal (yo competente).

Se adquiere la imagen de uno mismo en contraste a cómo se ve a los demás, o a partir de lo que dicen que nosotros somos, es decir, el sí mismo o Self tiene su origen en la interacción social. No obstante, los seres humanos poseen una percepción no sólo de lo que son y lo que han sido, sino también de lo que proyecta hacer, de lo que son sus objetivos y propósitos, de lo que quisiera ser. Gran parte del comportamiento humano sigue la profecía de la autorrealización. Las personas tienden a ser lo que se les dice que son.

El Yo ideal, a semejanza de otros aspectos del Yo, deriva probablemente de los padres en primer término. Para el niño un poco mayor, los amigos, otros adultos, las estrellas pop y de cine, los personajes políticos o religiosos, son modelos que pueden asumir como tipo de persona que quisieran ser.

El Yo ideal se lleva a veces a una altura que hace imposible su consecución, si desaparece el ideal o es mucho más alto que el Yo efectivo, es probable que se experimenten problemas de adaptación, se afirma por algunos autores que el núcleo central de la neurosis estriba en la tendencia del neurótico a juzgarse en términos de un ideal inalcanzable.

Cuando se asume la delgadez como valor altamente positivo, como modelo corporal por imitar, como criterio de evaluación estética del propio cuerpo, el ser delgado significa triunfo, éxito, control sobre sí mismo. Por el contrario, el no ser delgado, el engordar, implica sentimientos asociados con el fracaso aunque se hayan hecho intentos de alcanzar la figura deseada. Es así como muchos jóvenes, principalmente mujeres, al forjar su propia identidad y su imagen corporal para alcanzar el equilibrio emocional, toman no solo sus experiencias y sus rendimientos personales, sino también la aprobación y desaprobación de los demás, principalmente del grupo coetáneo. Entonces, la aceptación de su propio cuerpo va a estar condicionada por los criterios predominantes en el grupo de pares, quienes están, a su vez, determinados por los modelos sociales de moda.

*“Los y las adolescentes se encuentran en un medio donde toda la sociedad, la prensa, los amigos y las amigas, los padres, la televisión, etc. empujan hacia el adelgazamiento”*<sup>9</sup> (Toro y Vilardell, 1987).

En los últimos decenios, el modelo estético corporal delgado se refleja constantemente en los medios de comunicación de masas. Se ha investigado ampliamente su influencia sobre ciertas enfermedades como los trastornos de la conducta alimentaria, entre estos la anorexia, de la cual uno de los síntomas principales es la alteración de la percepción de la forma y del peso corporal.

Se ha llegado a considerar que en la sociedad actual la insatisfacción corporal es una condición común. Hay un anhelo por conseguir un cuerpo delgado, debido, en parte, a los medios de comunicación, publicidad, presión social e imitación. Esta insatisfacción se da especialmente en mujeres y en adolescentes, causando, en algunos casos, gran trastorno emocional

La Organización Mundial de la Salud ha resaltado que la adolescencia es clave para el progreso social, económico y político de todos los países. Ha manifestado su preocupación porque, recientemente, se ha encontrado que los cambios radicales en las condiciones sociales tienen profundos efectos en la salud de este grupo etario; uno de estos cambios está asociado con los hábitos alimenticios. Es así, como algunos trastornos de la adolescencia se empiezan a tratar como *“fenómeno social”*, resaltando la ascendencia de los aspectos sociales sobre el individuo, sin negar los enfoques médicos y psicológicos.

*“Las investigaciones con adolescentes han venido señalando la relación significativa entre la imagen corporal negativa y la probabilidad de desarrollar trastornos alimenticios”*<sup>10</sup> (Attie y Brooks-Gunn, 1989 citados en Santrock, 2004).

---

<sup>9</sup> Toro, J. y E. Vilardell. *Anorexia nerviosa*. Ed. Martínez Roca. Barcelona, España 1987. Pp.46.

<sup>10</sup> Santrock, J. W. *Op cit.* Pp 445.

Se ha encontrado cómo las adolescentes, quienes hacen grandes esfuerzos por tener el mismo aspecto que la imagen femenina difundida por los medios de comunicación, tienen más probabilidades de obsesionarse con el peso que aquellas quienes no hacen dicho esfuerzo. El origen de la anorexia se considera multicausal, dentro de los diversos factores precipitantes se identifica la insatisfacción con la imagen corporal, donde se enlazan tanto motivadores individuales como los de carácter social; por ejemplo, ser ridiculizado porque le sobran kilos, tener que exponer el cuerpo a las miradas de los demás, sentir que la apariencia no corresponde con lo presentado por la sociedad como ideal (es decir, no cumple los criterios de delgadez), practicar un deporte donde se valora mucho la silueta, sentir insatisfacción general, desear ser diferente. Los y las jóvenes no se pueden abstraer del mundo social donde viven y este se caracteriza por atribuir valores, los cuales corresponden a necesidades en la adolescencia (libertad, independencia), a los personajes de moda con cuerpo delgado. Esto motiva aún más a tomar dicho modelo.

*“...dentro del universo simbólico de la cultura contemporánea. Como se ha visto, el desarrollo del cuerpo les plantea a los y las adolescentes no solo cómo son, sino cómo desearían ser, y el medio en el cual viven les presenta multitud de vías donde es posible elegir (académicas, deportivas, etc.). De igual manera, les expone una forma y un volumen del cuerpo como una vía más para escoger. Tal elección no es del todo cierta, pues influye en gran medida su genética, y, como señala el mismo el acceso a la belleza adquirida está restringido a ciertos grupos sociales los cuales pueden pagar por ella (cirugías, dietas, etc.). De ahí, la frustración experimentada por muchos(as) adolescentes ante un esfuerzo por transformarse en figuras delgadas, y las consecuentes decisiones dañinas y hasta suicidas tomadas por algunos(as) jóvenes para alcanzar la imagen corporal de moda”<sup>11</sup> (Toro y Vilardell, 1987).*

---

<sup>11</sup> Toro, J. y E. Vilardell. *Op.Cit.* Pp.58.



Diversos autores señalan que tras la insistencia en la sociedad actual por una imagen corporal delgada, no sólo hay valores culturales, sino dimensiones económicas. El consumo se ha proyectado en el cuerpo humano, valorándose este, predominantemente, por la *belleza*. Una imagen física atractiva es una condición de la vida social moderna, forma parte del proceso de producción. Por consiguiente, *lo bello* ha sido utilizado para fomentar el mercado, convirtiéndose en una norma. El concepto de belleza se ubica dentro de las corrientes socioculturales históricas, dentro de la producción capitalista y la cultura racionalista y analítica (maximización de los beneficios).

“Así, la belleza se define en virtud de una norma estética, un criterio ideal, como un ajuste a patrones abstractos y rígidos y no a una moral tradicional donde se percibe la belleza como lo auténtico y lo singular”<sup>12</sup> (López, 2001; Etcoff, Orbach y Scott, 2004).

En el mundo occidental, se ha encontrado que la insatisfacción corporal ha ido aumentando, especialmente en las mujeres. Las mujeres están más conformes con su cuerpo si están delgadas, pero aún así desean pesar menos. Las partes del cuerpo las cuales les preocupan son el abdomen, las nalgas, los muslos y las caderas.

El Yo, EGO, no es fundamentalmente egocéntrico. No está dedicado exclusivamente a su propia exaltación. Necesita y desea preocuparse por el medio, vincularse con los demás y trabajar con ellos. Necesita poseer intereses más amplios que sí mismo, no estar siempre mirándose, no estar siempre observando sus sentimientos y procurando sus intereses.

Es así como se percibe en el mundo actual una gran preocupación por la apariencia física, se concluye que tanto los hombres como las mujeres modifican

---

<sup>12</sup> López, A. D. Aproximación teórica al estudio sociológico de la anorexia y la bulimia nerviosas. *Revista española de investigaciones sociológicas. España 2001* Pp.185.

su ingesta más por estética, no por salud pues el que la autoimagen coincida con la imagen del Yo ideal es de suma importancia para los adolescentes. La autoimagen incluye todo lo que la persona considera que es en una época particular. Las fuentes autoimagen son: En primer lugar, aprendemos a percibirnos como otros nos perciben, las actitudes de otros para con nosotros se incorporan en cada una de nuestras actitudes. En segundo lugar, la forma en que nos vemos a nosotros mismos, esta relacionada con los roles que desempeñamos. Todos ellos contribuyen a nuestra autoidentidad.

## **HIPÓTESIS**

### **Hipótesis General o de Investigación:**

Una Autoestima con un nivel positivo alto propicia la satisfacción y auto aceptación de la Imagen Corporal en mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

### **Hipótesis de trabajo u operacional:**

Una autoestima con un nivel elevado (positivo) incide en la consolidación satisfactoria y auto aceptación de la imagen corporal en mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

### **Hipótesis Nula**

Una autoestima con un nivel elevado (positivo) no tiene incidencia alguna en la satisfacción y auto aceptación con la imagen corporal en mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

## **DEFINICION CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES**

### **Variable Independiente**

#### **La Autoestima:**

Es la evaluación que efectúa y mantiene comúnmente el individuo en referencia a sí mismo: expresa una actitud de aprobación o desaprobación e indica la medida en que el individuo se cree capaz, significativo, con éxito y merecedor. En síntesis la autoestima es un juicio de la persona sobre el merecimiento que se expresa en la actitud que mantiene esta hacia sí misma. Es una experiencia subjetiva que el

individuo transmite a otros mediante informes verbales o mediante la conducta abierta

**Indicadores:**

- Auto-aprobación.
- Nivel de Satisfacción.
- Auto aceptación.
- Autoconcepto.
- Nivel de Autoestima (escalas de medición)

**Variable Dependiente**

**Imagen corporal:**

Es la representación mental realizada del tamaño, figura y de la forma del propio cuerpo (en general y de sus partes); es decir, cómo lo vemos y cómo creemos que los demás lo ven. Además de la percepción, la imagen corporal implica cómo sentimos el cuerpo (insatisfacción, preocupación, satisfacción, etc.) y cómo actuamos con respecto a este (exhibición, evitación, etc.).

**Indicadores**

- Auto-percepción.
- Sentimientos de satisfacción e insatisfacción sobre el propio cuerpo.
- Conductas y sentimientos dirigidos al propio cuerpo.

## CAPITULO II

### TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Esta investigación procuró relacionar de forma cualitativa y cuantitativa la autoestima con la consolidación de la imagen corporal en mujeres adolescentes mediante el procesamiento de los datos recabados en los test de valoración de la autoestima (TEST VA) y un cuestionario sobre autopercepción de la imagen corporal.

La muestra fue no aleatoria y se obtuvo de las 20 mujeres adolescentes, de nacionalidad guatemalteca, que asisten a la Unidad Popular de Servicios Psicológicos de la Universidad de San Carlos, a recibir terapia psicológica durante el presente año 2009. La población estuvo comprendida en un rango de edades de 11 a 19 años, procedentes del área urbana de Guatemala, con un nivel académico medio y escolaridad mínima de sexto primaria, de salud aceptable y una condición socioeconómica baja, media baja y media. Para elegir la muestra se eligieron las mujeres que asisten a recibir terapia a la Unidad Popular de Servicios Psicológicos y cumplen con el criterio de ser de sexo femenino y estar en un rango de 11 a 19 años según la definición de adolescencia que utiliza la OMS.

Dentro de las técnicas y procedimientos se utilizó en primer término la **recolección de datos bibliográficos** para establecer de forma clara y pragmática las dos variables; Autoestima e Imagen Corporal:

- a) Se organizó un **taller institucional** dentro de la Unidad Popular de Servicios Psicológicos de la Universidad de San Carlos de Guatemala para poder observar mediante actividades, cuestionarios y entrevistas el nivel de autoestima y el autoconcepto de Imagen Corporal en las mujeres adolescentes de 11 a 19 años. El taller consistió en un grupo de actividades programadas para que las adolescentes pudieran

expresarse y para que los investigadores pudieran recabar información e identificar si se encuentran presentes los indicadores de las variables; auto percepción, satisfacción, conductas y sentimientos valorativos del yo, etc. El tiempo del taller fue de aproximadamente de 3 horas, en el cuál se realizó la observación y se extrajo la información de los relatos citados por las adolescentes del grupo y los terapeutas que brindaron apoyo.

- b) La **entrevista semi-estructurada** se utilizó como medio de obtención de datos y detección de algunos indicadores que conllevaron a establecer la relación entre el nivel de autoestima y la consolidación de la imagen corporal, con el grupo involucrado directamente. Se informó a las autoridades de la Institución acerca de la investigación que se iba a realizar; posteriormente se concertaron diferentes citas con los terapeutas y pacientes para profundizar en los casos particularmente y obtener de manera directa e indirecta información acerca de las mujeres adolescentes de la muestra. En este caso la exploración estuvo dirigida a encontrar los indicadores sentimientos y nivel de satisfacción , auto-aprobación, conductas y sentimientos acerca de la propia imagen corporal.
- c) Durante la entrevista individual con las mujeres adolescentes se les aplicó el **TEST VA (valoración de la autoestima de Grajaless-Valderrama 2000)** para medir de forma científica y de acuerdo a escalas estandarizadas el indicador nivel de autoestima de las adolescentes. También se implementara un test diseñado especialmente para la investigación llamado **CUESTIONARIO SOBRE IMAGEN CORPORAL** para evaluar los indicadores Auto-percepción, Sentimientos de satisfacción e insatisfacción sobre el propio cuerpo y Conductas y sentimientos dirigidos al propio cuerpo.

## **Instrumentos De Recolección De Datos**

Para recabar la información, se utilizaran los siguientes instrumentos de recolección:

- **Taller Institucional Presencial** para observación: Un taller con actividades diversas para lograr establecer, mediante la observación, de las actitudes y comportamientos de las mujeres adolescentes la percepción y nivel de aceptación que tienen sobre su propio cuerpo y el nivel de autoestima que poseen.
- **Entrevistas Semiestructurada a los Terapeutas y Pacientes:** De esta forma se recabaron datos observados durante la terapia con las mujeres adolescentes, y se obtuvieron datos de manera directa de las jóvenes de la muestra. Los temas puntuales a tratar fueron: Autoconcepto, Autoestima, Imagen Corporal, Desordenes Alimenticios y Modelos Ideales.
- **TEST VA (valoración de la autoestima de Grajaless-Valderrama 2000):** Se procedió con un test de medición de la autoestima (previamente validado con escalas de medición científicas), para evaluar el nivel de autoestima de las mujeres adolescentes de la población.
- **Cuestionario Sobre Imagen Corporal:** Se utilizó un cuestionario sobre la auto-percepción, cognitiva y afectiva de la Imagen Corporal para comprender como se percibían y se aceptaban o rechazan, además de cuales son los patrones estéticos “ideales” de imagen corporal en las mujeres adolescentes de la muestra.

### **CAPÍTULO III**

## **PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Se aplicó, a la muestra no aleatoria de 20 mujeres adolescentes, la técnica de análisis estadístico descriptivo y análisis cualitativo con lo cual se realizó la comparación respectiva (cualitativa y cuantitativa) a través de graficas y tablas que muestran los resultados de los datos obtenidos, para Identificar el impacto que tiene la autoestima en la consolidación de la imagen corporal de las mujeres adolescentes que reciben terapia psicológica en la unidad Popular de servicios Psicológicos de la Universidad de San Carlos de Guatemala durante el año 2009.

La investigación se realizó de forma mixta, utilizando para ello, la presentación de forma cualitativa y cuantitativa seguidamente. Durante el periodo de trabajo con el grupo de 20 mujeres adolescentes y el taller institucional se pudo observar una participación constante por parte de las integrantes, quienes durante las sesiones de trabajo relataron sus historia personales y expresaron sus sentimientos con respecto a su imagen corporal tomando en cuenta la experiencia de otras adolescentes del grupo, presentando en común varios indicadores que determinan el nivel de autoestima y su relación con la consolidación y percepción de la imagen corporal.

El taller institucional y las entrevistas semi-estructuradas, individuales, con pacientes y terapeutas arrojaron datos cualitativos que señalan claramente la relación entre autoestima y la consolidación de la imagen corporal pero además muestran la importancia de la presión mediática sobre la obtención de un estereotipo específico de imagen corporal. Gracias a esto se pudo comprobar la hipótesis que una autoestima con un nivel elevado (positivo) incide en la consolidación satisfactoria y auto aceptación de la imagen corporal en mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

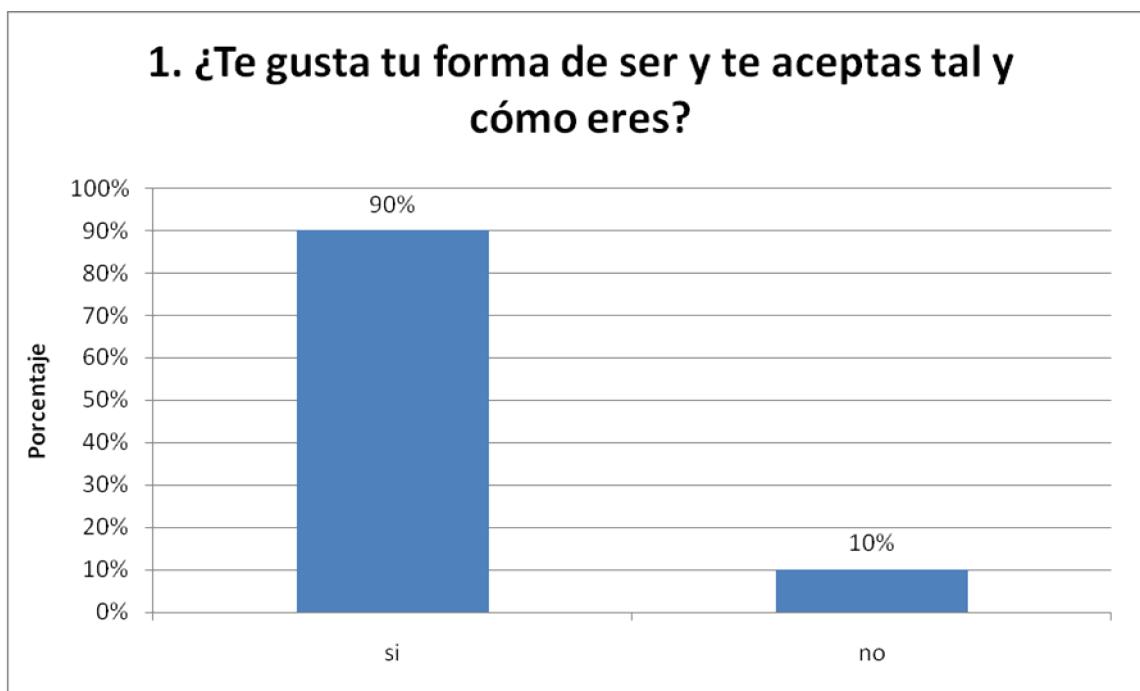


## Análisis del Cuestionario Sobre Imagen Corporal

Grafica 01.

### Pregunta # 1

¿Te gusta tu forma de ser y te aceptas tal y cómo eres?



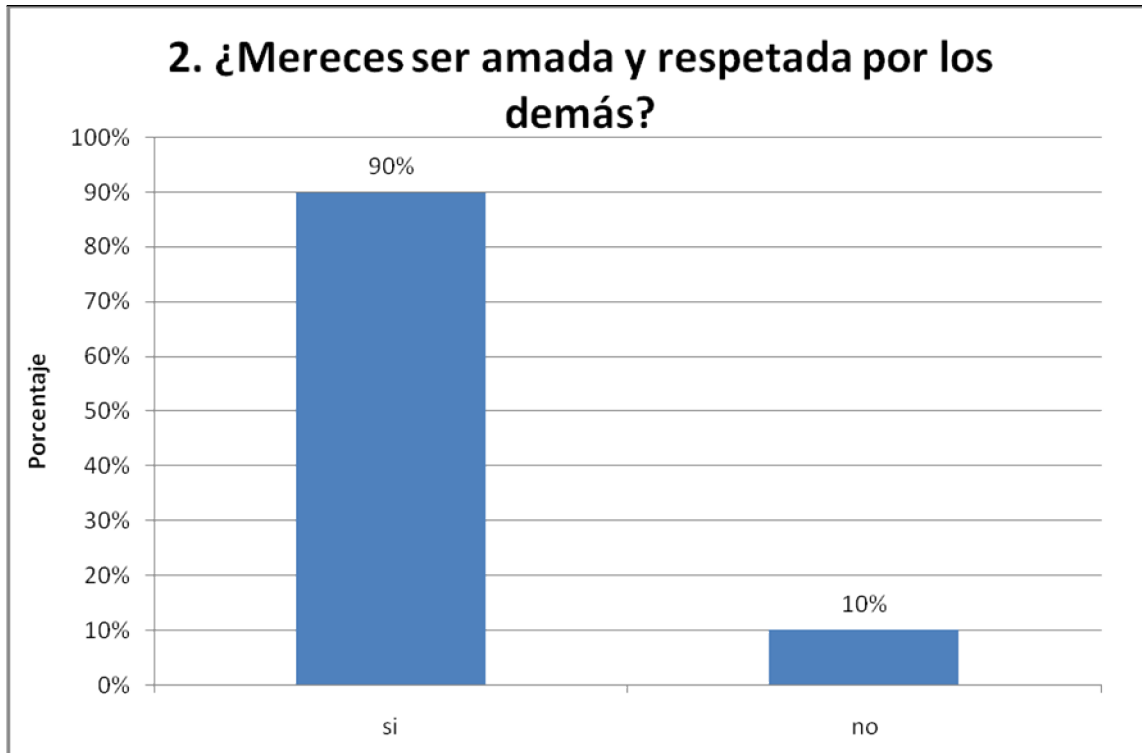
Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 90 por ciento, equivalente a 18 mujeres adolescentes, respondió que tiene un sentimiento positivo de auto aprobación, satisfacción y aceptación de su autoconcepto mientras el 10 por ciento, equivalente a 2 mujeres adolescentes, respondió que no está satisfecha con su propio autoconcepto. Esta pregunta muestra claramente que en términos generales las mujeres adolescentes de la muestra se aceptan y tienen una valoración positiva de su autoconcepto en general, lo cual incluye, aspectos físicos pero también actitudinales y conductuales.

Grafica 02.

Pregunta #2

¿Mereces ser amada y respetada por los demás?



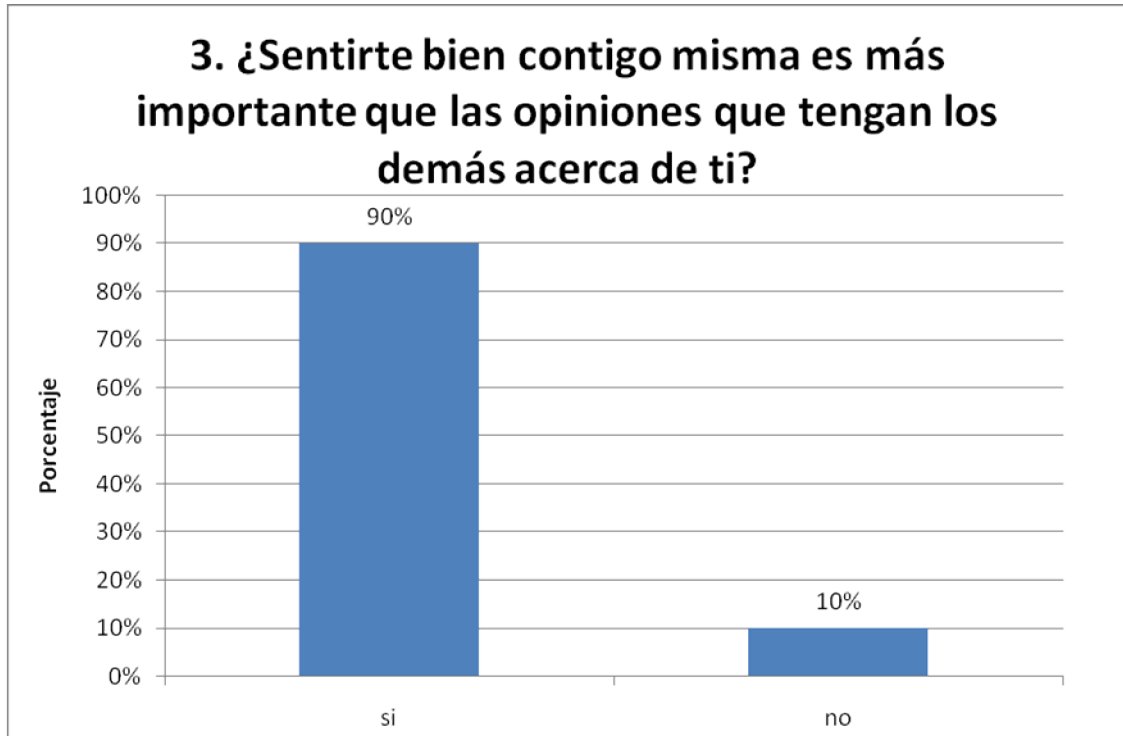
Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 90 por ciento, equivalente a 18 mujeres adolescentes, respondió que merecen ser amadas y respetadas por los demás. Mientras el 10 por ciento restante, equivalente a 2 mujeres adolescentes, respondió que no merece ser amada y respetada por los demás. Esta pregunta iba dirigida a indagar sobre la percepción que tienen las mujeres adolescentes con respecto a los sentimientos de aprobación que suscitan en los demás. Las dos adolescentes que respondieron de forma negativa en la anterior pregunta, fueron las mismas que en esta ocasión dijeron no sentirse dignas del amor y respeto de los demás lo cual muestra una clara tendencia hacia la no auto aceptación del y una profunda insatisfacción consigo mismas y bajo nivel de autoestima.

Grafica 03.

Pregunta # 3

¿Sentirte bien contigo misma es más importante que las opiniones que tengan los demás acerca de ti?



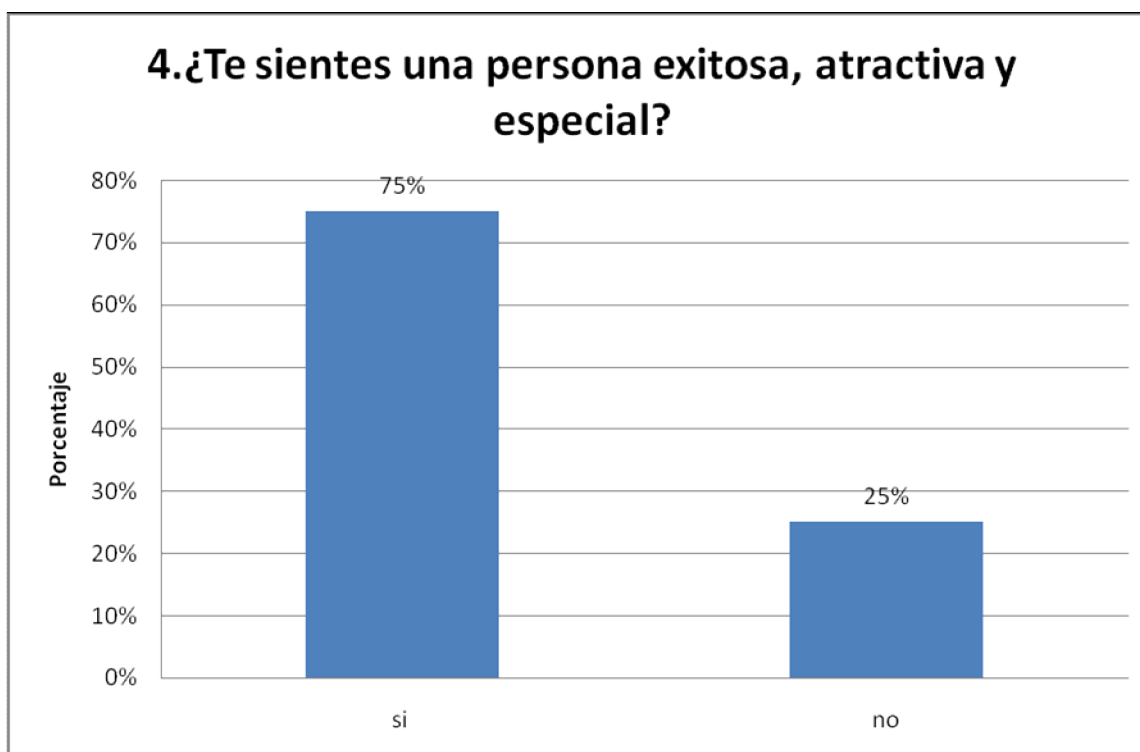
Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 90 por ciento, equivalente a 18 mujeres adolescentes, respondió que sentirse bien con ellas mismas es más importante que las opiniones que tengan los demás. Mientras el 10 por ciento restante, equivalente a 2 mujeres adolescentes, respondió que son más importantes las opiniones de los demás. Con esta pregunta se quiso establecer la importancia de las percepciones y opiniones externas sobre la autopercepción de las mujeres adolescentes, según los datos obtenidos la gran mayoría respondió que las opiniones de los demás no son tan importantes y que tiene mayor relevancia el sentimiento interno y la autovaloración, aunque sin duda, la misma es permeable a los modelos socialmente determinados como base de referencia.

Grafica 04.

Pregunta #4

¿Te sientes una persona atractiva, exitosa y especial?



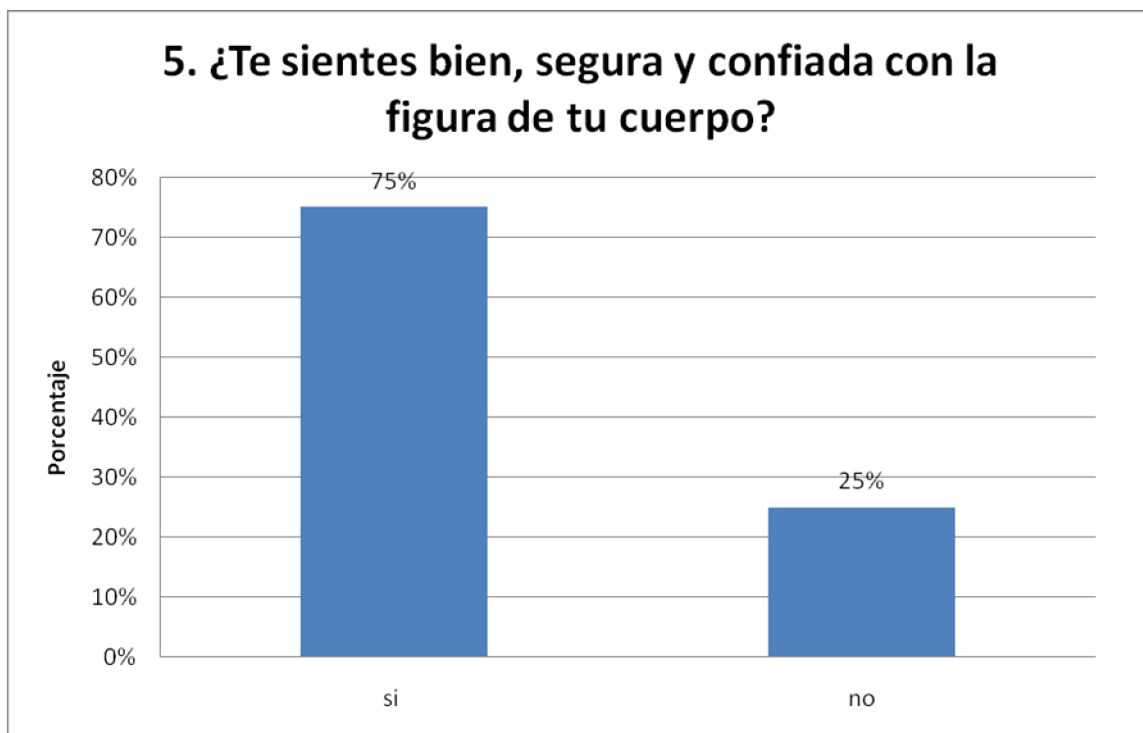
Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 75 por ciento, equivalente a 15 mujeres adolescentes, respondió percibirse y sentirse como una persona exitosa, atractiva y especial. Mientras el 25 por ciento restante, equivalente a 5 mujeres adolescentes, respondió no sentirse así con respecto a ellas mismas. Esta pregunta indaga sobre los indicadores Autoconcepto, autovaloración y nivel de satisfacción con sí mismas. Las adolescentes que dijeron sentirse personas de éxito, atractivas y especiales son las que tienen una mayor valoración de sí mismas y expresan con satisfacción sentirse complacidas con su autopercepción, en este caso la tasa de insatisfacción subió a 5 mujeres adolescentes que no tienen la seguridad de afirmar que son exitosas, atractivas y especiales de lo cual se infiere que hay un nivel bajo de autosatisfacción y autoestima.

Grafica 05.

Pregunta # 5

¿Te sientes bien, segura y confiada con la figura de tu cuerpo?



Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 75 por ciento, equivalente a 15 mujeres adolescentes, respondió sentirse bien, segura y confiada con la imagen de su cuerpo. Mientras el 25 por ciento restante, equivalente a 5 mujeres adolescentes, respondió no sentirse así con respecto a su propio cuerpo. Esta pregunta indaga sobre los indicadores sentimientos de satisfacción e insatisfacción sobre el propio cuerpo y auto-percepción. De lo anterior, se infiere, que la mayoría de las mujeres se siente segura y tiene una valoración positiva de su cuerpo, coincidentemente con la pregunta anterior el 25 por ciento de la población tiene un sentimiento y percepción baja de la figura de su cuerpo al cruzar los datos se observó que fueron las mismas 5 mujeres adolescentes que dijeron no sentirse exitosas, atractivas y especiales.

Grafica 06.

Pregunta #6

¿Crees que los demás se sienten atraídos a ti, y les gustas físicamente?



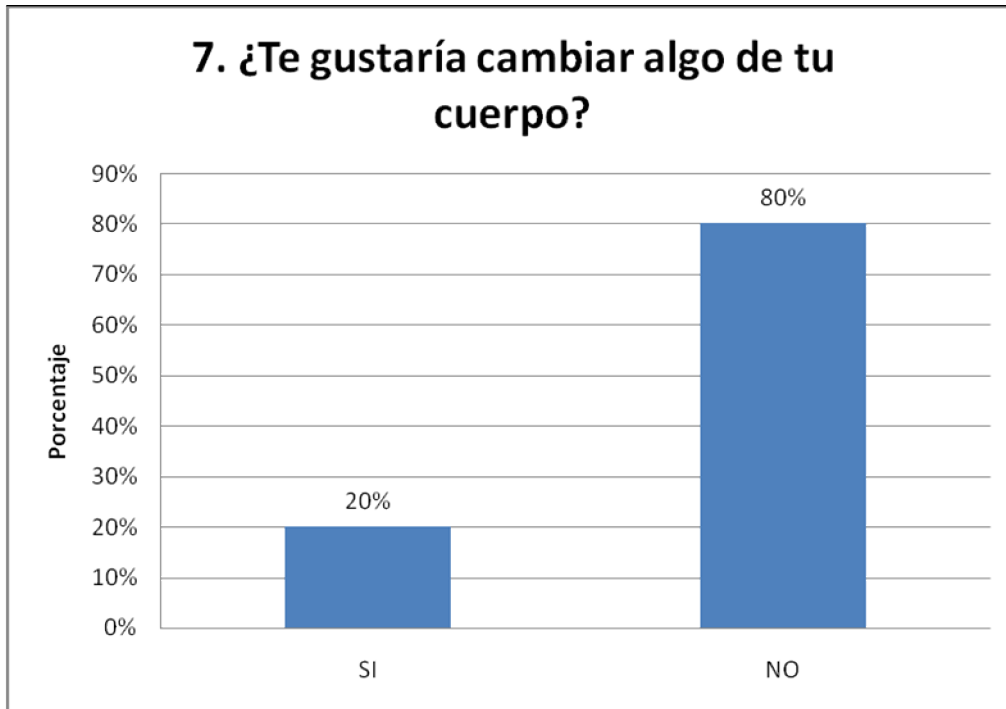
Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 55 por ciento, equivalente a 11 mujeres adolescentes, respondió que creía que los demás se sienten atraídos a ella y les gusta físicamente. Mientras el 45 por ciento restante, equivalente a 9 mujeres adolescentes, respondió no creer que los demás se sintieran atraídos a ellas y gustarles físicamente. Esta pregunta estaba dirigida a descubrir el cómo creían que los demás percibían su cuerpo y que sentimientos suscitaba como proyección de sus propios sentimientos. En este caso resulta interesante la inferencia de que, en efecto, la autopercepción del cuerpo y los sentimientos internos que este suscita no coinciden con las nociones que se tienen acerca de lo que los demás siente y piensan externamente acerca del propio cuerpo.

Grafica 07.

Pregunta #7

¿Te gustaría cambiar algo de tu cuerpo?



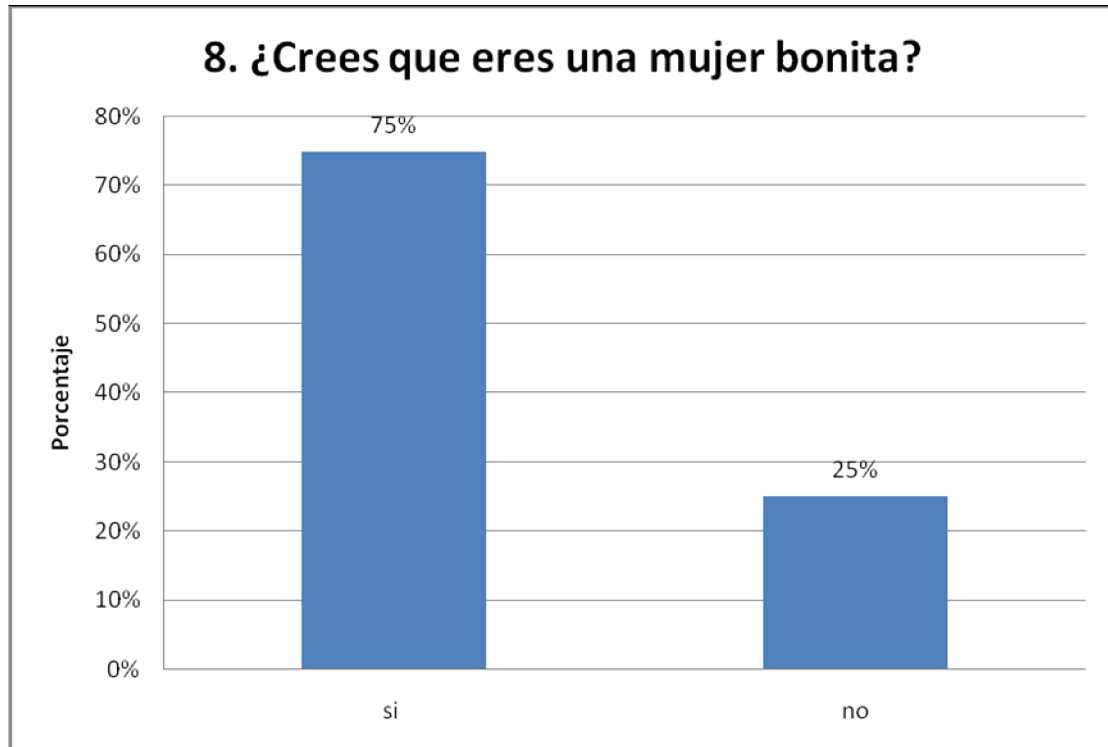
Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 80 por ciento, equivalente a 16 mujeres adolescentes, respondió que no le gustaría cambiar nada de su cuerpo. Mientras el 20 por ciento restante, equivalente a 4 mujeres adolescentes, afirmó que le gustaría cambiar algo de su cuerpo. Esta pregunta indaga sobre los indicadores Autoconcepto, autovaloración y nivel de satisfacción con el propio cuerpo y su imagen. Se infiere de la anterior pregunta que un 20 por ciento de mujeres adolescentes están inconformes con su cuerpo, de nuevo al cruzar los datos se nota que son prácticamente las mismas que respondieron no sentirse atractivas ni confiadas de su cuerpo, lo cual va marcando una tendencia hacia la baja autovaloración de la propia imagen corporal.

Grafica 08.

Pregunta #8

¿Crees que eres una mujer bonita?



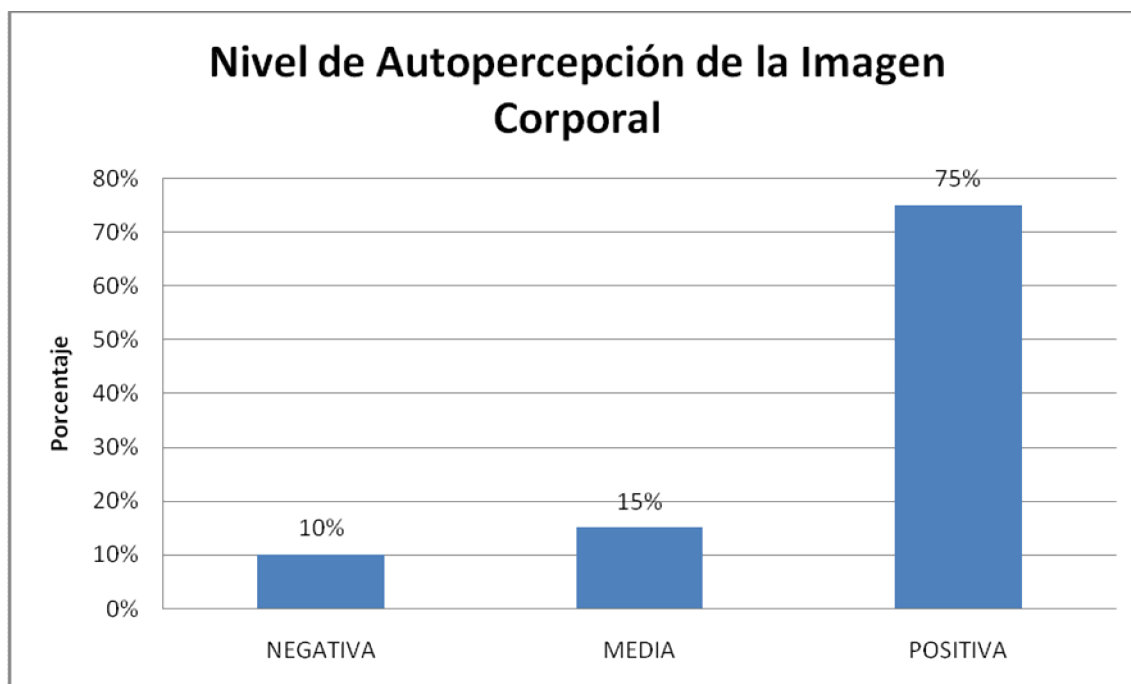
Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 75 por ciento, equivalente a 15 mujeres adolescentes, respondió que sí se consideraba una mujer bonita. Mientras el 25 por ciento restante, equivalente a 5 mujeres adolescentes, respondió no considerarse bonita. Esta pregunta indagaba sobre la autopercepción y sentimientos hacia la propia imagen así como el autoconcepto. De nuevo una de cada cuatro mujeres adolescentes respondió no sentirse bonita y al cruzar los datos con las otras preguntas coinciden con las mismas mujeres adolescentes que no se han sentido atractivas ni exitosas y espaciales y que no se sienten seguras con su imagen física.



Grafica 09.

### Análisis Global de los resultados del Test de medición de Nivel de Autopercepción de la Imagen Corporal

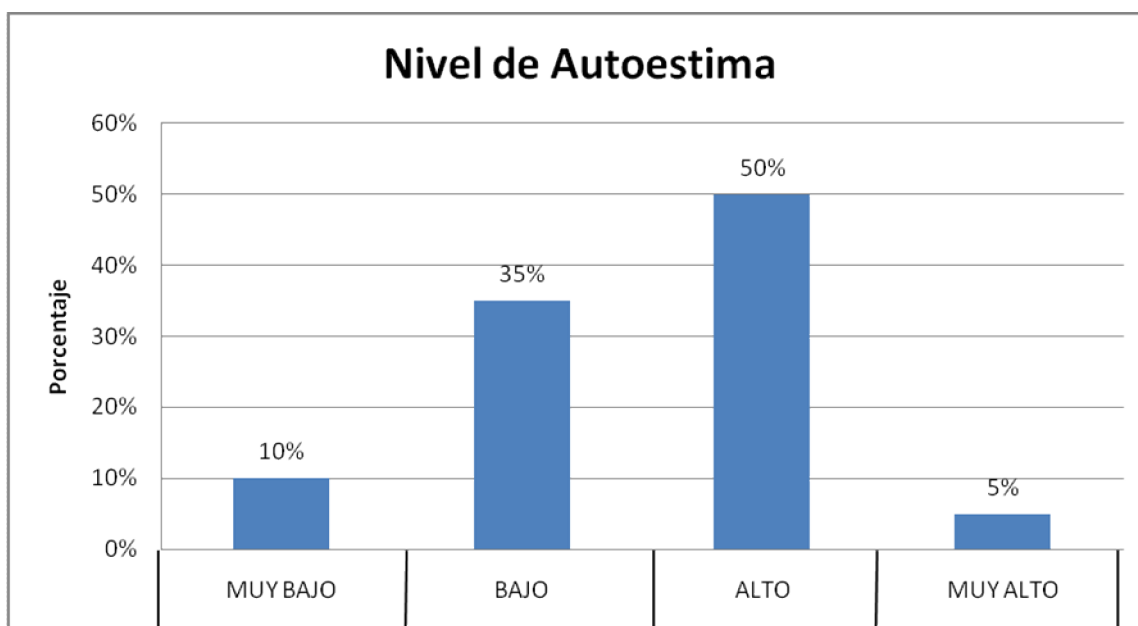


Fuente: Cuestionario Sobre Imagen Corporal aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

La anterior gráfica muestra una visión global de la autovaloración de las mujeres adolescentes con respecto a su imagen corporal. Se han clasificado en tres niveles de autovaloración y percepción de la imagen corporal, es decir, la calificación que hacen las adolescentes con respecto a su propia imagen corporal. El cuestionario sobre imagen corporal, arrojó que de las 20 mujeres adolescentes entrevistadas, un 10 por ciento equivalente a 2 mujeres tienen una apreciación realmente negativa de su propia imagen corporal, mientras un 15 por ciento equivalente a tres mujeres tiene una apreciación media que no llega a ser positiva en cuanto a su percepción y autovaloración de la imagen corporal. Un 75 por ciento de la población equivalente a 15 mujeres adolescentes fueron asertivas al expresar una valoración positiva de su propia imagen corporal.

Grafica 10.

**Resultados de la Escala de Valoración de la Autoestima  
TEST VA Grajales-Valderrama 2000**



Fuente: Test VA (Test de Valoración de la Autoestima de Grajaless-Valderrama 2000) aplicado a una muestra de 20 mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

Esta grafica presenta los resultados del Test VA (Test de Valoración de la Autoestima de Grajaless-Valderrama 2000) que evalúa el nivel de autoestima como una escala de medición estandarizada. Del total de 20 mujeres adolescentes un 10 por ciento, equivalente a 2 mujeres, tienen un nivel de autoestima muy bajo, al cruzar los datos con los resultados del Cuestionario sobre Imagen Corporal se identificaron como las dos mismas mujeres que tenían la autopercepción y valoración más baja de su propia imagen corporal. Consecuentemente se identifico una correspondencia entre las mujeres adolescentes del grupo que califico con mayor autoestima en nivel alto 5 por ciento y muy alto 50 por ciento equivalente 11 mujeres con el grupo que tuvo una autopercepción positiva de la imagen corporal en su respectivo cuestionario.

## **ANALISIS CUALITATIVO**

En General los datos obtenidos de los instrumentos cuantitativos; Test Va y Cuestionario sobre Imagen Corporal, muestran una correspondencia claramente medible científicamente que corrobora la hipótesis de que una Autoestima con un nivel positivo alto propicia la satisfacción y auto aceptación de la Imagen Corporal en mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009. Mediante la relación y cruce de datos de los dos instrumentos se pudo verificar que las mujeres adolescentes con una autoestima elevada presentan una mejor consolidación de la imagen corporal con una autovaloración positiva elevada mientras que, en cambio, las que presentaban un menor nivel de Autoestima tienen una autopercepción y valoración más pobre con respecto a su propia imagen corporal.

Durante el taller institucional y las entrevistas semiestructuradas dirigidos a pacientes mujeres adolescentes que recibieron terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos de la Universidad Popular se buscó la inducción de las jóvenes hacia la discusión y expresión de sentimientos y pensamientos acerca de la autoestima y la autopercepción y consolidación de la imagen corporal. En general el total de las pacientes reconocieron que como mujeres es de suma importancia el poseer y proyectar una imagen corporal que las haga sentirse seguras de sí mismas, aunque la mayoría concluyó que no son tan importante las opiniones externas sobre su figura corporal aceptaron que hay una gran permeabilidad en cuanto a la idea y modelo de imagen corporal que promocionan los medios de comunicación y la publicidad. Acerca de este respecto las jóvenes dijeron que debería de haber un mejor control y supervisión de las autoridades que se encargan de la salud sobre el contenido y los mensajes que difunden los medios de comunicación y que implantan como ideales a seguir en los jóvenes. Muchas de las jóvenes dijeron que su figura física les genera ansiedad y que se han visto obligadas a hacer dieta o ejercicios para poseer una “mejor” imagen corporal, en menor medida reconocieron haber padecido de algún trastorno

alimenticio. Las jóvenes coincidieron en que se sienten presionadas a buscar ese modelo, cada vez más delgado, de belleza. En una discusión grupal dirigida se llegó a la conclusión que, en efecto, una Autoestima elevada permite tener una consolidación satisfactoria de la Imagen Corporal. Las jóvenes que se mostraron más seguras y con una autoestima de un nivel alto fueron las que dijeron no tener ningún complejo con respecto a la figura de cuerpo, en cambio, quienes eran más tímidas y menos participativas expresaron no sentirse satisfechas ni atractivas. También se expuso que el modelo de belleza introyectado pertenece a una cultura globalizada de mercado y no coincide con las realidades fisiológicas étnicas de la población de Guatemala pues se presenta como estereotipo la mujer alta, delgada, generalmente blanca y de cabello y ojos claros, lo cual, a todas luces, no coincide con las características de la población estudiada.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 50 por ciento, equivalente a 10 mujeres adolescentes, afirma haberse sentido presionada socialmente, en algún momento, para conseguir algún estereotipo de imagen corporal. Mientras el otro 50 por ciento restante, respondió no nunca haber sentido presión social para conseguir algún estereotipo de imagen corporal. Estos cuestionamientos iban dirigidos directamente a medir precisamente si se ejerce algún tipo de presión externa por parte del medio social para la consecución de cierto estereotipo de imagen corporal. Durante el taller grupal y la entrevista Semiestructurada las pacientes dijeron que de algún modo si sentían presionadas incluso por frases sutiles y aparentemente inocentes, de personas cercanas significativas, cómo “ahora estas mas gordita” o “si seguís comiendo así te vas a poner vas a perder la figura”.

Del total de 20 mujeres adolescentes de la muestra un 80 por ciento, equivalente a 16 mujeres adolescentes, respondió que sí ha padecido algún tipo de desorden alimenticio. Mientras el 20 por ciento restante, equivalente a 4 mujeres adolescentes, respondió no haber padecido nunca un desorden alimenticio. Éste cuestionamiento iba dirigido a identificar los casos más graves de distorsión de la

autopercepción de la imagen aunque hubo cuatro casos que reconocieron haber padecido anorexia o bulimia por considerar que estaban muy “gorditas”, muchas de las participantes también afirmaron haber hecho dieta o cuidado su alimentación sin caer en compulsiones graves, esto refleja que la autopercepción de la imagen corporal, en efecto, genera ansiedad en las mujeres adolescentes.

A través de las entrevistas semiestructuradas con los terapeutas de las adolescentes de la muestra, estos coincidieron en que las adolescentes, en su mayoría, tenían un nivel promedio aceptable de autoestima, sin embargo, se señalaron casos muy puntuales de las mujeres adolescentes que poseían un nivel muy bajo de autoestima y sentimientos de inferioridad. Fueron precisamente este último grupo el que mostro una tendencia marcada y definida hacia los sentimientos de fealdad y rechazo hacia su cuerpo confirmando nuevamente la hipótesis de que una Autoestima con un nivel positivo alto propicia la satisfacción y auto aceptación de la Imagen Corporal en mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

- Se verifica y acepta la hipótesis de investigación: Una Autoestima con un nivel positivo alto propicia la satisfacción y auto aceptación de la Imagen Corporal en mujeres adolescentes que reciben terapia en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos durante el año 2009.
- La consolidación de la imagen Corporal como constructo mental no solo es cognitiva, sino; además, está impregnada de valoraciones subjetivas y determinada socialmente; se produce en forma paralela al desarrollo evolutivo y cultural de la persona y se trata de factores multicausales de índole social y subjetiva.
- La cultura actual, en la que la mujer adolescente, socializa deja su marca en ella, incide en sus planes, inquietudes, temores, esperanzas, influye, en suma, en su forma de entender y en los ensayos que efectúa en busca de su identidad. Las adolescentes buscan un lugar social de arraigo y una comunidad de pertenencia que le confiera sentido a sus vidas, con el fin de lograr este objetivo buscan parecerse a los estereotipos mas aceptados socialmente.
- Actualmente, en el mundo occidental está de moda un modelo estético corporal caracterizado por un cuerpo delgado, denominado “*tubular*” (andrógino). La existencia de este ideal de belleza, establecido y compartido socialmente, supone una presión significativa para la población en general y, especialmente, para la adolescente quien se encuentra en la etapa de integración de la imagen corporal.

## **Recomendaciones**

- Promover actividades que ayuden a las mujeres adolescentes a encontrar y fortalecer una identidad propia, libre de prejuicios estéticos, mediante la visualización y revisión de los valores y principios universales que deben regir los conceptos de belleza.
- Reforzar la autoestima de las mujeres adolescentes, discutiendo los autoconceptos, autopercepciones y valoraciones subjetivas y permitiendo la expresión de sentimientos a nivel grupal, creando así una red social que motive y apunte los sentimientos de autosatisfacción y autovalía.
- Hacer una revisión exhaustiva y crítica de los modelos y estereotipos que el mercado globalizado presenta como “ideales” a seguir, buscando establecer hasta qué punto son consecuentes y adaptables a la identidad y cultura del medio guatemalteco.
- Tener una observación permanente por parte de padres, encargados e instituciones sociales a los jóvenes en cuanto a qué valores y modelos sociales son a los que están expuestos y de qué forma los interiorizan.
- Crear grupos institucionalizados multidisciplinarios que tengan la capacidad de dar apoyo a los jóvenes que presentan una autoestima baja o una percepción distorsionada de su propia imagen corporal y estén en riesgo de incurrir en desordenes alimenticios.

## V. BIBLIOGRAFÍA

1. Almudena, Albi Parra. **Libérate de la obsesión de tener un cuerpo ideal**. Ed. Aguilar. México 1999. Pp.221.
2. Branden Nathaniel. **La Psicología de la Autoestima**. Ed. Paidós Ibérica. Barcelona, España 2001. Pp. 376.
3. De Oñate, Pilar Ma. **El Autoconcepto: formación, medida e implicaciones en la personalidad**. Ed. Narcea Universidad Complutense de Madrid. España 1989. Pp. 192.
4. Gaja Jaumandreu, Raimon. **Bienestar autoestima y felicidad**. Editorial Plaza y Janes. Barcelona, España 1999. Pp. 198.
5. García, N. I. **Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes de ambos sexos con y sin diabetes mellitus tipo 1**. Tesis para optar por el título de Doctor en Psicología de la Salud y Psicología Social, Universidad Autónoma de Barcelona. España 2004. Pp 124.
6. Kater, Kathy. **Las personas de verdad son de todas las tallas**. Ed. Norma. Colombia 2006. Pp. 249.
7. López, A. D. **Aproximación teórica al estudio sociológico de la anorexia y la bulimia nerviosas**. *Revista española de investigaciones sociológicas*, 96(1), 185-199. España 1997. Pp.251.



8. Monge, R. ***Ingesta de nutrientes en adolescentes y factores psicosociales asociados.*** Tesis para optar el título de Doctor en Ciencias, Programa de Doctorado en Ciencias, Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica 2005. Pp 129.
9. Mruk, Chris. ***Autoestima: investigación, teoría y práctica.*** Ed. Desclée de Brower. Bilbao, España 1998. Pp.236.
10. Organización Mundial de la Salud. ***La salud de los jóvenes. Un reto y una esperanza.*** OMS Ginebra. Suiza 1995. Pp341.
11. Santrock, J. W. ***Adolescencia. Psicología del desarrollo.*** Ed. McGraw Hill. España 2004. Pp 458.
12. Toro, J. y E. Vilardell. ***Anorexia nerviosa.*** Barcelona: Ed. Martínez Roca. España, 1987. Pp.

# **VI. ANEXOS**

## TEST VA Grajales-Valderrama 2000

---

### Apreciado alumno:

La forma como cada joven se ve a sí mismo es un aspecto de vital importancia para su desarrollo personal. Esta prueba pretende observar la forma como te autoevalúas y así conocer un poco más respecto a las experiencias que viven los jóvenes de nuestro país. Tu colaboración será muy apreciada y contribuirá a una mejor comprensión de la vida estudiantil.

Para responder no necesitas colocar tu nombre, así que esperamos que contestes con toda sinceridad. Una vez termines de contestar, devuelve el formulario a la persona que aplicó el test.

### INSTRUCCIONES:

Por favor, lee cuidadosamente cada afirmación y escribe en el espacio asignado en la columna de la derecha, el número que corresponda.

Contesta de acuerdo a la siguiente escala:

- 0 Nunca
- 1 Casi nunca
- 2 La mitad de las veces
- 3 Casi siempre
- 4 Siempre

### EJEMPLO:

Platico con mis compañeros en el tiempo del descanso	4
--	---

---

1. Siento que la gente que conozco es mejor que yo.	
2. Me culpo, incluso hasta cuando no soy el que tengo la culpa	
3. Me siento avergonzado de mí mismo	
4. Pienso que no le caigo bien a la gente	
5. Si otros me desaprueban me siento fuera de lugar	
6. Tengo la sensación de ser una persona sin ningún atractivo físico	
7. Me siento cómodo respecto a mi imagen física	
8. Me asusta ser rechazado por mis amigos	
9. Pienso que mis trabajos no son tan buenos como los de mis compañeros	
10. Las responsabilidades de la vida son demasiadas para mí	
11. No tengo ningún talento en especial	

Muchas gracias

**TEST VA Grajaless-Valderrama 2000**  
Test de Auto estima y Manual del Test  
Elaborado por Tevni Grajales y Alberto Valderrama  
Centro de Investigaciones Educativas, Montemorelos.

---

## **MANUAL**

### **Introducción**

La autoestima aparece en la bibliografía especializada de las últimas décadas como un concepto central en un gran número de investigaciones de la Salud, la Psicología y las Ciencias de la Educación.

Su impacto en el bienestar personal, en el éxito profesional, en las relaciones sociales y en el rendimiento académico, ha sido, entre otros muchos, centro de interés de multitud de profesionales de las Ciencias Humanas y Sociales; no sólo desde el paradigma de la psicología humanista, sino que también ha sido abordado, con más o menos centralidad, por la psicología social, por el psicoanálisis y por algunos psicólogos del paradigma de la psicología cognitiva de los últimos tiempos.

### **Síntesis de las investigaciones realizadas alrededor de la autoestima**

García (1999) realizó en España una revisión bibliográfica utilizando diversas bases de datos e informes de distintas revistas especializadas. Entre las bases de datos utilizadas se destacan Teseo (<http://www.mec.es/teseo/>) y Redinet (<http://www.mec.es/redinet/>), ambas pertenecientes al Ministerio de Educación y Cultura de España, y con acceso gratuito desde Internet.

Según García, el inventario de trabajos de investigación realizados en España alrededor del tema de la autoestima el cual es tomados como sinónimo de autoconcepto, desde 1976 hasta 1998, suman más de cien, y se pueden clasificar en cinco grandes categorías:

1. El autoconcepto en el ámbito educativo: autoconcepto y rendimiento, autoconcepto y Necesidades Educativas Especiales, programas educativos para la promoción del autoconcepto, etc.
2. El autoconcepto en el ámbito del equilibrio personal, la salud, el desgaste profesional, etc.
3. El autoconcepto en relación con otros constructos propios del desarrollo personal y social, tales como la integración social, las habilidades de interacción, las relaciones familiares y afectivas, etc.
4. El autoconcepto y su influencia en la elección escolar y vocacional.
5. El autoconcepto y su relación con el rendimiento físico y deportivo.

La revisión de los trabajos señalados sugiere que los estudios sobre el autoestima realizados en España desde 1976 han abarcado los más diversos campos de la salud, la psicología y la educación.

El gran auge de los estudios sobre los constructos autorreferentes (autoconcepto, autoestima, autovalía, autoimagen...) que está ocurriendo en los últimos años, según este autor, se debe a tres razones:

Por un lado, tanto el autoconcepto, como la autoestima, como otros constructos similares, tienen un carácter holístico, permiten, de alguna manera, resumir el sentimiento general de bienestar de una persona, y esto los hace atractivos para la investigación.

El autoconcepto se revela como un de las variables fundamentales de muchos trabajos de investigación quizá porque esta es una de las variables fundamentales del desarrollo personal y social de los individuos; de tal forma, que niveles

significativamente bajos en esta variable llevan indefectiblemente a generar (se plantea una relación de causalidad circular) problemas en las relaciones con los demás, problemas de rendimiento escolar, sentimientos de incompetencia para realizar determinadas actividades de la vida cotidiana y, en definitiva, un sentimiento de infelicidad y autodesprecio que invade a toda la persona.

En segundo lugar, el auge de estos estudios puede deberse a que debido al caos terminológico existente tengan que meterse en un mismo saco estudios relativos a constructos que no son del todo similares o no se refieren a una misma realidad. Si se estableciera una separación clara entre autoestima, autovalía, autoconcepto, autoimagen, etc. Cada uno de estos apartados sería substancialmente inferior al que comprende la suma de todos ellos.

En tercer y último lugar, señala García, que la gran eclosión producida de los estudios sobre el autoestima refleja la onda expansiva de lo que ocurre en el contexto internacional, fundamentalmente, en los Estados Unidos con lo que se conoce con el nombre de "Movimiento para la Autoestima".

Como muestra de los estudios de autoestima en el campo de la salud se encuentra el trabajo de Martorelli y otros (1998) quienes realizaron una investigación para medir la autoestima en pacientes con hemodiálisis crónica después de ser sometidos a una terapia de gimnasia expresiva. Para esta investigación se utilizó el test de Piers y Harris elaborado en 1964, el cual considera a la autoestima sinónimo de autoconcepto o autoevaluación, y la define como una serie de actitudes relativamente estables que reflejan una evaluación de comportamientos y atributos personales. Este test de 80 ítems considera la autoestima como un constructo, por lo cual la operacionaliza en seis subescalas relacionadas con las dimensiones de la persona.

Por último, se puede cifrar la importancia que este constructo ha venido tomando en el contexto internacional, en los últimos tiempos, haciendo referencia a la

revisión de la base de datos ERIC, bajo los descriptores self-esteem y self-concept, en la que aparecen, desde el año 1966, más de 20.000 títulos.

### **Síntesis de los trabajos realizados en la elaboración de instrumentos para medir autoestima**

Anastasi y Urbina (1999) afirma que la creciente investigación alrededor del constructo del autoconcepto ha venido enfatizando el estudio del efecto de la evaluación que el individuo hace de su propia ejecución; considerando así a la autoestima, como el componente evaluativo del autoconcepto que a largo plazo puede influir en el desarrollo de los rasgos cognoscitivos y afectivos.

En los años ochenta y noventa se ha presentado un interés especial en el estudio del autoconcepto y constructos relacionados. Esto ha hecho que se hayan desarrollado numerosos inventarios para medir el estos constructos.

La autoestima, como componente evaluativo del autoconcepto es un constructo engañosamente simple, por lo cual en una revisión de medidas de autoestima reseñada por Anastasi se encontró que la prueba más utilizada es la escala autodescriptiva de Rosenberg de 1965, que consta de 10 reactivos con validez de facie y pretende medir la autoestima general de la persona.

Sin embargo, Anastasi y Urbina afirman que las investigaciones más recientes se han alejado de la concepción unidimensional de la autoestima, para considerarlo como un constructo multidimensional del cual se pueden estudiar facetas específicas. Es desde esta perspectiva como se han elaborado los instrumentos más recientes para medir la autoestima de los Anastasi y Urbina desatan los siguientes:

*Student Self-Concept Scale*, SSCS; de Gresham y otros. Esta escala fue elaborada en 1993 con base en la teoría de Bandura de la autoeficacia y se diseñó para evaluar tres áreas principales del autoconcepto: Académica, social y de autoimagen. En cada una de estas áreas, los individuos indican que tanta confianza sienten en su capacidad para hacer lo que indican los reactivos, que tan importantes son estos reactivos para ellos y que tanta confianza tienen de poseer ciertos atributos o de hacer determinadas cosas que permiten obtener ciertos resultados. Esta escala está dirigida a estudiantes de escuela básica y secundaria.

*Personal and academic Self-Concept Inventory*, PASCI de Fleming y Whalen. Esta escala fue elaborada en 1990 para medir la autoestima de estudiantes de secundaria y universitarios, es una escala diseñada con base en otros instrumentos cuya versión actual consta de una escala global de autoestima y seis escalas adicionales de facetas específicas de la autoestima.

**Otros ejemplos de escalas recientes de autoestima  
se presentan a continuación:**

*The Tennessee Self-Concept Scale* (TSCS) de Bishop y otros (1997), es una escala que incluye cinco subescalas relacionadas con el yo físico, el yo moral, el yo personal, el yo familiar y el yo social.

*Dimensions of Self-Concept* DOSC de Gribbons y otros (1995), es una escala construida para medir cinco dimensiones del yo académico: nivel de aspiración, ansiedad, satisfacción académica, identificación versus alienación, y liderazgo. Esta escala tiene su versión portuguesa validada en Brasil por Aquino y otros (1995); además Smith y otros (1997) hicieron otras adaptaciones para medir la autoestima de enfermeras. Esta escala en su versión original también es descrita en <http://ericae.net/testcol.htm>.



Cada ítem de este instrumento fue preparado para representar una actividad o una actitud en el ambiente de escuela y reflejar opiniones que los estudiantes tienen de su lugar dentro de la institución educativa. El instrumento responde a dos propósitos, identificar a los estudiantes que pueden tener dificultad en sus tareas en la casa debido a una estima baja de sí mismo, y diagnosticarla, para los propósitos de la dirección o del asesoramiento, de esas dimensiones y actividades asociadas que pudieron contribuir a la estima baja y deteriorar capacidades el aprender. El número de ítems de la prueba es de 80 y fue aplicado en los niveles más altos de educación básica.

*Robson Self-Concept Questionnaire* RSEQ. Esta escala data de 1988, pero en 1994, Russell y otros hicieron a través del cual obtuvieron una nueva versión, validada de acuerdo a los procedimientos estadísticos más actuales.

*Self-Concept Inventory* Smith-Stanley. descrito en <http://ericae.net/testcol.htm>, se diseñó para medir actitudes evaluativas hacia el yo social, académico, familiar y áreas personales de la experiencia. Puede ser administrado a grupos o individuos. Además de las cuatro subescalas este test tiene una escala de mentira. El número de ítems de la prueba es de 58, el tiempo de la prueba es de aproximadamente 10 minutos, las edades para las cuales se diseñó la prueba es 8 a 15 años; esta prueba fue publicada en 1981.

*Test MSEI*: en <http://www.parinc.com/percouns/MSEI44b.html> se encuentra la descripción del instrumento MSEI como basado en un modelo coherente del concepto de sí mismo y de la autoestima, mide autoestima global y sus 8 componentes: Capacidad, capacidad de amar, capacidad de gustar, potencia personal, control personal, aprobación moral, aspecto del cuerpo y funcionamiento del cuerpo. El MSEI también contiene 2 escalas únicas: La integración de la identidad mide concepto de sí mismo global; y el yo defensivo.

El MSEI fue normalizado con 785 estudiantes de universidad. Todas las escalas excepto el yo defensivo demostraron coeficientes internos de confiabilidad del 80 o más arriba. Las diferencias del sexo ocurrieron en todas las escalas excepto identidad. Además de los inventarios para medir la autoestima, Anastasi y Urbina resaltan el hecho de que actualmente se utilizan otras técnicas, entre las cuales están:

Lista de Verificación de Adjetivos (Adjective Check List, ACL), instrumento preparado por el Instituto para la Evaluación e Investigación de la Personalidad de Estados Unidos. Presenta una lista alfabética de 300 adjetivos para que la persona señale los que lo describen. En su forma actual el ACL consta de 37 escalas dentro de las cuales algunas son de control. Este ha sido un instrumento de gran variedad de aplicaciones y de excelentes resultados.

Clasificación Q de Stephenson, técnica concebida originalmente en 1953 que consiste en proveer a la persona un conjunto de tarjetas con características diversas, para que la persona las clasifique en dos grupos, las que la describen y las que no.

Diferencial Semántico, técnica concebida por Osgood y sus colaboradores en 1957, que ha tenido muchos usos dentro de los cuales actualmente se destaca el estudio de la autoestima. Consiste en una escala grafica con palabras antónimas para que el individuo se ubique entre ellas, de acuerdo a como lo describan.

### **Definiciones de autoestima**

Gómez (1999) al referenciar casi cien trabajos realizados en España alrededor del constructo del autoconcepto llega a la conclusión que el termino autoconcepto, autoestima, autoimagen, autovalor, son utilizados indistintamente en muchos de los trabajos referenciados, y en general se define como el sentimiento general de

bienestar de una persona. En el trabajo realizado por Martorelli, A. y otros (1998), titulado autoestima en pacientes con insuficiencia renal crónica (IRC), el concepto de autoestima se hace igual del de autoconcepto o autoevaluación, y se define como una serie de actitudes relativamente estables que reflejan una evaluación de comportamientos y atributos personales.

Anastasi y Urbina (1999) infieren de su investigación que la autoestima hace parte del constructo general del autoconcepto y se puede definir como el efecto de la evaluación componente evaluativo del autoconcepto que a largo plazo puede influir en el desarrollo de los rasgos cognoscitivos y afectivos.

En la presentación que se hace en <http://www.kaaj.com/psych/scales/esteem.html> sobre el Test de autoestima se la define como la actitud positivo-negativa generalizada hacia sí; es decir, cómo positivamente o negativamente, en general, un individuo piensa y siente sobre sí. Las escalas de la personalidad de la autoestima, agrega la presentación, (e.g., Overholser, 1993) incluyen a menudo la palabra "confianza " en los ítemes positivamente redactados (e.g., sensación confidente sobre sus propias capacidades mentales y físicas o sobre ser validado, el ser tenido como una persona agradable y admirado por otras) y las palabras referentes a positivo-negativo, sensación satisfecha o insatisfecha la su aspecto o sus capacidades, sensación avergonzada, preocupada, ansiosa o depresiva.

La mayoría de los instrumentos estudiados coinciden en considerar la autoestima como una variable multidimensional. Igualmente se nota la tendencia ha considerar la autoestima como una variable componente de constructo general del autoconcepto. A este respecto, por ejemplo, Russell (1994) señala que la autoestima es un componente del autoconcepto. El autoconcepto describe al yo, la autoestima es el componente evaluativo del autoconcepto.

Las dimensiones de la variable autoestima tienen que ver con las dimensiones del ser humano. El estudio de estas dimensiones al medir la autoestima dependen del

propósito de cada investigación. Como ya vimos, algunos instrumentos pretenden abarcar todo el yo o al menos una buena cantidad de sus dimensiones, otras solo se ocupan de una o algunas dimensiones, mientras aún se utilizan instrumentos que pretenden medir una evaluación general del yo sin considerar sus dimensiones, lo cual no deja de tener cierta utilidad como medida de la forma general en que el individuo se ve a sí mismo (Anastasi y Urbina 1999)

Para efectos de la elaboración del presente instrumento, la variable autoestima es considerada como un constructo, es decir como una variable multidimensional. No se pretende abarcar la totalidad del yo, pero las dimensiones escogidas para tener en cuenta en la presente escala pretenden captar una idea general de la autoestima de la persona.

En este caso la variable autoestima es definida como los sentimientos generalizados y relativamente estables que la persona experimenta hacia sí mismo en general (yo emocional), hacia sí mismo en sus relaciones con las demás personas (yo social) y hacia sí mismo respecto a su capacidad personal (yo competente).

## Información técnica de la escala.

### Validez de facie y de constructo

Una prueba instrumento para ser aplicada a adolescentes (colegio secundario-preparatoria) consiste en 11 ítemes de los cuales 10 tienen una connotación negativa de la auto estima y uno tiene una connotación positiva ( 7 ).

A partir de un conjunto original de 35 ítemes los cuales fueron calificados según su pertinencia y claridad por 10 expertos y aplicados en una prueba piloto a 145 estudiantes de preparatoria en Montemorelos, México, se corrieron dos análisis de componente factorial de manera secuencial para eliminar aquellos ítemes que no obtuvieran una carga factorial mayor a .40 en cada uno de análisis de componente principal. A continuación la Tabla No. 1 que contiene los ítemes que constituyen la escala y su respectiva comunalidad y carga factorial en el componente principal final.

Tabla No. 1

Carga factoriales en el componente principal y coeficientes de comunalidad por ítem.

Ítemes	Comunalidad	Carga Factorial
1. Siento que la gente que conozco es mejor que yo.	.31	.56168
2. Me culpo, incluso hasta cuando no soy el que tengo la culpa	.27	.52082
3. Me siento avergonzado de mí mismo	.45	.67174
4. Pienso que no le caigo bien a la gente	.41	.63954
5. Si otros me desaprueban me siento fuera de lugar	.41	.64122
6. Tengo la sensación de ser una persona sin ningún atractivo físico	.34	.58126
7. Me siento cómodo respecto a mi imagen física	.35	-.59648
8. Me asusta ser rechazado por mis amigos	.27	.52791
9. Pienso que mis trabajos no son tan buenos como los de mis compañeros	.28	.53743
10. Las responsabilidades de la vida son demasiadas para mí	.24	.49429
11. No tengo ningún talento en especial	.26	.51530

N= 145 casos, KMO = .82896, Prueba de esfericidad Bartlett = 304.68295, Sig. = .00000 , Coeficiente de confiabilidad Alpha = .7890

### Pautas para el cómputo de la variable

Para determinar el grado de autoestima de la persona se deberá asignar los siguientes valores a cada una de las respuestas ofrecidas a cada declaración excepto la No. 7. Los valores reales de la pregunta No.7 son inversos a los de los demás ítemes.

Respuesta ofrecida	Valor real
0	4
1	3
2	2
3	1
4	0

Una vez asignados los valores reales correspondientes a cada ítem, se deberá sumar todos los valores reales a fin de obtener un valor que estará entre 0 y 44 puntos. A mayor puntaje, mayor autoestima en el estudiante.

EDAD:            INICIALES:

### Cuestionario Sobre Imagen Corporal

Instrucciones: Marca con una X la respuesta que creas se aplica mejor a ti de forma honesta, recuerda que este test es privado y nadie sabrá tus respuestas.

No.	Pregunta	SI	NO	Conteo encuestador
1.	¿Te gusta tu forma de hacer y te aceptas tal como eres?			
2.	¿Mereces ser amada y respetada por los demás?			
3.	¿Sentirte bien contigo misma es más importante que las opiniones que tengan los demás de ti?			
4.	¿Te sientes una persona atractiva exitosa y especial?			
5.	¿Te sientes bien, segura y confiada con la figura de tu cuerpo?			
6.	¿Crees que los demás se sienten atraídos hacia ti y les gustas físicamente?			
7.	¿Te gustaría cambiar algo de tu cuerpo?			
8.	¿Crees que eres una mujer bonita?			
9.	¿Te has sentido socialmente presionada para conseguir algún estereotipo de imagen corporal?			

10.	¿Has padecido algún desorden alimenticio?			
-----	---	--	--	--

MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!!!!



## **RESUMEN**

La presente investigación persiguió como objetivo, desde un enfoque fenomenológico de construcciones mentales pragmáticas, identificar el impacto que tiene la autoestima en la consolidación de la imagen corporal de las mujeres adolescentes para determinar si el nivel de autoestima contribuye de algún modo a la satisfacción o insatisfacción de las mujeres adolescentes con su imagen corporal. Se procedió a identificar las variables que inciden en la construcción de la imagen corporal como constructo mental, partiendo de la idea de que no solo es cognitiva, sino; además, está impregnada de valoraciones subjetivas y determinada socialmente.

Esta importante tarea se llevó a cabo mediante el muestreo, no aleatorio, con 20 pacientes mujeres adolescentes que recibieron tratamiento terapéutico psicológico en la Unidad Popular de Servicios Psicológicos de la Universidad de San Carlos de Guatemala durante el año 2009. Para recabar los datos se utilizó la escala de medición de la autoestima "TEST VA" y sus indicadores específicos. Para evaluar los indicadores de autopercepción y valoración de la propia imagen corporal y entender como perciben su imagen corporal las adolescentes, se elaboró un cuestionario especialmente en base a los indicadores de la variable "Imagen Corporal" para valorar el nivel de autopercepción y autoconcepto, así como la aceptación y satisfacción que poseen las mujeres adolescentes.

En General los datos obtenidos mostraron una correspondencia que corrobora la hipótesis de que una Autoestima con un nivel positivo alto propicia la satisfacción y auto aceptación de la Imagen Corporal en mujeres adolescentes. Mediante la relación y cruce de datos de los dos instrumentos se pudo verificar que las mujeres adolescentes con una autoestima elevada presentan una mejor consolidación de la imagen corporal con una autovaloración positiva elevada.