

2015-01-01

El cuerpo como símbolo e identidad en los adolescentes: creencias sobre la estética del cuerpo

Briand Camargo Arias

Liceos del Ejército, Colegio de Bachillerato Patria, jmjlb73@gmail.com

Deisy Yanira Álvarez Robayo

Colegio Gimnasio Nuevo Suba, deisyar83@hotmail.com

Deisy Johana Velasco Acosta

Liceos del Ejército, Colegio de Bachillerato Patria, deisy2006@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ap>

Citación recomendada

Camargo Arias, B., D.Y. Álvarez Robayo, y D.J. Velasco Acosta. (2015). El cuerpo como símbolo e identidad en los adolescentes: creencias sobre la estética del cuerpo. *Actualidades Pedagógicas*, (65), 69-87. doi:<https://doi.org/10.19052/ap.3048>

This Artículo de Investigación is brought to you for free and open access by the Revistas científicas at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Actualidades Pedagógicas by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

El cuerpo como símbolo e identidad en los adolescentes: creencias sobre la estética del cuerpo*

Briand Camargo Arias

Liceos del Ejército, Colegio de Bachillerato Patria
jmjlb73@gmail.com

Deisy Yanira Álvarez Robayo

Colegio Gimnasio Nuevo Suba
deisyar83@hotmail.com

Deisy Johana Velasco Acosta

Liceos del Ejército, Colegio de Bachillerato Patria
deisy2006@gmail.com



Resumen: Actualmente existe un interés por la imagen que proyectamos a los demás, sin diferencia de estrato social, edad, raza o sexo. Observamos que para obtener una figura bella, los jóvenes encuentran presentes en su entorno social y diario vivir los alargamientos, tatuajes, *piercings*, formas de vestir, cirugías estéticas, implantes y modas; por lo tanto, es de gran importancia dirigir la mirada a este aspecto, ya que se ha venido observando una creciente tendencia hacia la realización de estas prácticas. Con esta investigación se pretende determinar cómo inciden las creencias sobre la estética del cuerpo en los comportamientos de los estudiantes de grados décimo y undécimo de colegios de Bogotá, ya que por diversos factores han llegado a generar un cambio en la forma de enfrentar la vida.

Palabras clave: creencias, belleza, adornos, moda, adolescentes.

Recibido: 29 de agosto de 2014

Aceptado: 30 de enero de 2015

Cómo citar este artículo: Camargo Arias, B., Álvarez Robayo, D. Y. y Velasco Acosta, D. J. (2015). El cuerpo como símbolo e identidad en los adolescentes: creencias sobre la estética del cuerpo. *Actualidades Pedagógicas*, (65), 69-87.

* La presente investigación se enmarca dentro del macroproyecto *Creencias de los estudiantes de colegios del sector oficial de Bogotá*, que cuenta con la participación de 1790 estudiantes de 32 colegios en convenio de 5 localidades: Usme, Ciudad Bolívar, Kennedy, Bosa y Suba, las cuales fueron seleccionadas debido a que cuentan con el mayor número de colegios en esta modalidad.





*The body as symbol and identity
in adolescents: Beliefs about the
aesthetics of the body*

Abstract: There is at present an interest in the image we project to others, without any distinction of social class, age, race, or sex. In order to obtain a beautiful figure, young people find in their social and daily living environment elongations, tattoos, piercings, different forms of dressing, cosmetic surgeries, implants, and fashion trends; therefore, it is of great importance to examine this aspect, as an increasing tendency to implementing these practices has been observed. This research aims to determine the impact of beliefs about the aesthetics of the body on the behavior of students of tenth and eleventh grades from Bogotá, since for diverse reasons they came to generate changes in how students face life.

Keywords: beliefs, beauty, ornaments, fashion, adolescents.



*O corpo como símbolo e identidade
nos adolescentes: crenças sobre a
estética do corpo*

Resumo: Atualmente existe um interesse pela imagem que projetamos aos outros, sem diferença de estrato social, idade, raça ou sexo. Observamos que para obter uma figura bela, os jovens encontram presentes em seu entorno social e diário viver os alongamentos, tatuagens, piercings, formas de vestir, cirurgias estéticas, implantes e modas; portanto, é de grande importância dar uma olhada neste aspecto, já que se tem observado uma crescente tendência até a realização de estas práticas. Com esta pesquisa, se pretende determinar as incidências que as crenças têm sobre a estética do corpo nos comportamentos dos estudantes de 2º e 3º anos do ensino médio de colégios de Bogotá, já que por diversos fatores chegaram a gerar uma mudança na forma de enfrentar a vida.

Palavras chave: crenças, beleza, adornos, moda, adolescentes.



Introducción

Esta investigación con estudiantes de grados décimo y undécimo de colegios del sector oficial de Bogotá indaga por las creencias sobre la estética del cuerpo en los adolescentes, al relacionar aspectos como belleza, moda, alargamientos, tatuajes, *piercings*, formas de vestir, cirugías estéticas, implantes y tribus urbanas, los cuales son factores de interés en ellos. Entre los cambios que se presentan en el adolescente, es notorio cómo él se engrandece con la apropiación que siente sobre su cuerpo, y lo utiliza como símbolo de identidad, realizando transformaciones en este.

Debido a esta apropiación sobre su cuerpo, los jóvenes lo utilizan como campo para la experimentación, la expresión personal y la búsqueda de identidad, logrando que esta nueva concepción implique una necesidad de cuidado y protección desde factores enmarcados en la salud y la optimización física. Desde la perspectiva anterior, el cuerpo, aunque cada vez más propio, también será cada vez más ajeno, en vista de la necesidad de conseguir satisfacerlo de acuerdo con el alto consumismo que la publicidad y los medios incitan en los jóvenes.

La presente investigación se enmarca dentro del macroproyecto *Creencias de los estudiantes de colegios del sector oficial de Bogotá*, desarrollado bajo un enfoque mixto, con la participación de 1790 estudiantes de 32 colegios en convenio de 5 localidades: Usme, Ciudad Bolívar, Kennedy, Bosa y Suba, las cuales fueron seleccionadas debido a que cuentan con el mayor número de colegios en esta modalidad.

Consideramos que nuestra investigación es de gran importancia, pues es necesario que, desde nuestra postura como padres y maestros, asumamos una posición responsable y de compromiso para orientar a nuestros hijos y estudiantes frente a las implicaciones que tiene hacia el futuro la utilización

de tatuajes, *piercings* y expansiones o la realización de cirugías estéticas. Es relevante mencionar que día tras día estas prácticas son más cotidianas y al estar los estudiantes inmersos en una cultura cambiante, los colegios deben implementar estrategias educativas para abordar estos temas con ellos, no desde la represión, sino desde la concientización, pues en la medida en que logremos convencerlos con argumentos válidos acerca de las consecuencias de la utilización de estos elementos, se lograrán cambios positivos en sus comportamientos relacionados con estas tendencias.

Problemática: los tatuajes, los *piercings* y las expansiones eran algo prohibido, porque la sociedad lo veía como un tabú, pero a medida que van cambiando los tiempos, las opiniones y los pensamientos de las personas también lo hacen, pasando estas prácticas a ser algo normal como se observa en otras culturas. Actualmente los jóvenes están inmersos dentro de un fenómeno social, donde las marcas en su cuerpo hacen parte de su generación como identidad, y es esa búsqueda de querer ser individuos autónomos, con personalidad estructurada y autoconcepto definido, lo que ha llevado a juzgar sus conductas y comportamientos en la sociedad.

72 ■ Para hacer más comprensible esta problemática es necesario preguntarse por ¿cuáles son las creencias sobre la estética del cuerpo de los estudiantes de grado décimo y undécimo de colegios en convenio de Bogotá? Por ello, la presente investigación pretende reconocer dichas creencias para generar un punto de partida que le permita al maestro en la escuela orientar en ellos estas prácticas, con una postura de interés y compromiso social, teniendo en cuenta los diversos motivos y razones que llevan a cabo los jóvenes para transformar y adornar su cuerpo.

Al realizar una búsqueda de investigaciones que se relacionaran con nuestro proyecto, encontramos en primera instancia el artículo “El discurso tecno-científico en la construcción estética del cuerpo en la publicidad de cosméticos” (Cely, 2010). En este trabajo se menciona que la forma como asumimos y exigimos de nuestro cuerpo una manera de presentarse ante el mundo, está relacionada con el deseo de los sujetos de ser capaces de batallar permanentemente contra los miedos históricos: envejecer, enfermar y morir. En este artículo, además, se menciona que la publicidad es un factor que entra en el espacio mediático como lugar en el cual se producen los significados de lo real, lo valioso y lo deseable para la sociedad actual.

El segundo trabajo investigativo que se tuvo en cuenta fue la tesis “Interpretaciones y reflexiones en torno al ideal estético del cuerpo y su

relación con la práctica del ejercicio físico, a partir de la interacción entre profesores y usuarios del gimnasio de empresas públicas de Medellín” (Correa *et al.*, 2008). Este trabajo resalta la importancia que los medios masivos de comunicación actualmente han otorgado a la belleza corporal, para impulsar en gran medida el auge de los centros de acondicionamiento físico y gimnasios en las sociedades occidentales, convirtiéndose, además, en un factor motivacional en la búsqueda de una imagen corporal “agradable” que satisfaga el deseo de un cuerpo idealizado.

Además, se resalta el ideal de belleza corporal plasmado en la realidad en cada una de sus distintas esferas: sociales, religiosas, económicas y culturales. Allí se propone la delgadez, la juventud, la armonía de las formas, la salud y los cuerpos atléticos como modelos de belleza necesarios para ganar la aceptación y el reconocimiento del otro.

La tercera y última investigación tomada como referente fue la tesis “Comprensión de mitos y creencias de las relaciones familiares que generan escenas de violencia entre hijos adolescentes hacia sus padres, una co-construcción de pautas de cambio” (Corredor *et al.*, 2009). Según esta investigación, las creencias desempeñan un papel importante en la noosfera familiar, donde estas se pueden modificar de acuerdo con los giros significativos que haga la familia respecto a sus comprensiones, opiniones, justificaciones y vivencias. Así, dentro de las múltiples interacciones relacionales están aquellas que repercuten en situaciones de agresión y violencia, que en algunos casos se presentan de hijos adolescentes hacia sus padres.

Como objetivo general de esta investigación, pretendemos determinar las creencias sobre la estética del cuerpo de los estudiantes de décimo y undécimo grado de colegios en Bogotá. Para ello planteamos como primer objetivo específico: identificar las creencias sobre la estética del cuerpo que tienen estos estudiantes, y como segundo objetivo específico: establecer relaciones entre las creencias sobre la estética del cuerpo y los comportamientos de estos jóvenes dentro del contexto escolar.

Una investigación de este tipo nos permite conocer la percepción de quienes toman la decisión de realizarse una cirugía estética, tatuarse, colocarse un *piercing* o simplemente determinar un estilo de vestir. Durante décadas, los jóvenes han utilizado adornos o han tomado una tendencia específica de vestir, buscando o manteniendo la aceptación de su grupo de amigos o compañeros de colegio.

Actualmente, los jóvenes están inmersos dentro de un fenómeno social donde las marcas en su cuerpo hacen parte de su generación como identidad, lo que habla de ellos como sujetos, de sus valores, de su forma de ver el mundo, de su estilo de vida, de sus sueños y hasta de sus pesadillas. Por ello, es necesario que como maestros nos comprometamos con una educación que implique el cambio de la concepción tradicional, asumiendo que ellos están inmersos en una cultura cambiante, con una actitud positiva frente a las implicaciones hacia el futuro de la utilización de estas prácticas, las cuales día tras día son más cotidianas y son consecuencia del proceso de personalización en la expresión personal a través del cuerpo.

Con lo descrito se pretende tener un enfoque más amplio de lo que sucede a diario con el comportamiento y las conductas de algunos adolescentes, y sus relaciones con los demás. ¿Qué tipo de creencias tienen?, ¿cómo manejan su autoestima, su autoconcepto, su autoimagen?, y, por supuesto, ¿qué podrían pretender ellos obtener en un futuro, llámese lejano o cercano, frente a su proyecto de vida, desde visiones laborales, profesionales, familiares, entre otros? Por lo mismo, la apropiación del cuerpo como medio de expresión personal no es una tarea tan fácil para estos jóvenes, se puede convertir en un reto demasiado arduo, ya que en búsqueda de esa identidad, a ellos les corresponde elegir los materiales, estudiar los códigos de expresión, componer una personalidad de acuerdo con lo que quieren transmitir, y estar sujetos a una permanente evolución y transformación propia de la etapa adolescente.

Para concluir, en la adolescencia son muchos los valores que están presentes, y el joven no cuenta con la suficiente orientación para reconocer lo positiva o negativa que puede ser la influencia de los amigos o de la sociedad en la que vive. Con esto se trata de comprender las necesidades de nuestros adolescentes, para lograr una mayor información y formación integral, identificando sus creencias frente a estas concepciones valorativas como punto de partida para un cambio en sus comportamientos dentro del contexto escolar.

Referentes teóricos

Para Villoro, las creencias se definen como:

Un estado disposicional adquirido, que causa un conjunto coherente de respuestas y que están determinadas por un objeto o situación objetiva aprehendidos. En primer lugar, no decimos que una creencia tenga necesariamente que expresarse en acciones, sino solo que si se presentan determinadas circunstancias, la persona se comportará de un modo tal que supondrá la existencia de un estado disposicional a actuar llamado “creencia”; de hecho si no hay ocasión para actualizar esa disposición, no conlleva a que se deje de estar dispuesto a actuar en esa forma. (1982, p. 33)

Villoro menciona, además, que para determinar una creencia en un sujeto se deben tener en cuenta las siguientes maneras o implicaciones:

Primero, por los antecedentes: son aquellos que colocan al sujeto en situación de aprender y al modo como el sujeto adquirió la creencia. Se puede mencionar, entonces, una serie de circunstancias, hechos sociales, culturales y psicológicos, relativas al sujeto. En segundo lugar, por los motivos: son los que llevan al sujeto a aceptar que cree en algo, explicando la aceptación de esa creencia con la relación de los deseos, intenciones y necesidades del sujeto. Si la primera describía el origen de la creencia, esta segunda se refiere a los supuestos y consecuencias psicológicos de la creencia. En tercer lugar, por las razones: son las que tiene el sujeto para considerar que lo que cree existe. (1982, p. 74)

75

Para conocer sobre adolescencia retomamos a los autores Bandura y Walters, quienes señalan:

Es típico caracterizar a los adolescentes como si pasaran a través de un periodo tumultuoso y tenso y luchasen por emanciparse de sus padres. Se les describe esforzándose por la independencia, resistiéndose a la dependencia de los adultos y aliándose con un grupo de compinches, al que acatan compulsivamente, en un “conflicto de generaciones”. Por ello se dice que los adolescentes son ambivalentes, confusos e impredecibles en su conducta, por causa del conflicto de valores y normas al que se afirma que están expuestos y también porque se supone que están en un periodo de transición en el que no son niños ni adultos. (1982, p. 37)

Amerio y Ghiglione mencionan: “La identidad (difícil de definir por su extremada complejidad) se puede entender como la concepción que el sujeto construye en determinadas fases de su experiencia, sobre todo en

aquel tipo de ocasiones (nuevas, diversas, de ruptura, de paso) que imponen una estructuración de los esquemas cognitivos en relación a los nuevos acontecimientos en curso [sic]” (citado en Oriol *et al.*, 1996, p. 74). Además, Oriol, Pérez y Tropea afirman:

En efecto psicólogos y siquiátras, parecen coincidir al considerar la construcción de la identidad social, la cual lleva al joven a buscar el grupo como la condición normal para la construcción de la identidad personal e individual. Además, la variedad de grupos que se forman, la ideología de los mismos y la implicación o el grado de participación que requieren de sus miembros, tendrían en común el hecho de ser algo transitorio. (1996, p.74)

Hernando menciona: “El término identidad tiene dos significados básicos, el primero es un concepto de semejanza total: esto es idéntico a aquello. El segundo es un concepto de distinción que presume consistencia o continuidad a lo largo del tiempo. Así, la noción de identidad establece posibles relaciones de comparación entre personas o cosas. ‘Similitud’, por un lado, y ‘diferencia’, por otro” (2002, p. 50).

76

Con lo planteado por estos autores, podemos decir que la identidad se construye en interacción con otros seres humanos, para buscar semejanza y diferencia entre ellos e ir modelando su identificación en el medio, puesto que esta debe establecerse, ya que no es dada por naturaleza. Hernando afirma también: “La identidad implica una negociación con la realidad, la puesta en activo de una determinada forma de estar en el mundo que haga posible la supervivencia efectiva de los seres humanos. Por eso se transforma constantemente, dependiendo de las condiciones de supervivencia, de los riesgos que cada grupo humano haya de afrontar” (2002, p. 50).

A nuestro juicio, todos los seres humanos nacemos con las mismas capacidades afectivas e intelectuales de asumir emociones y pensamientos para construir la propia identidad; sin embargo, cada quien establece las percepciones de su realidad de acuerdo con la cultura, el género, su familia, y no se considera algo dado por naturaleza.

Complementando lo anterior, Hernando plantea que existen dos mecanismos para la construcción de la identidad:

Lo primero que debemos tener claro es que la mente humana solo puede contemplar como real lo que está ordenado. Lo demás es caos y no lo puede entender,

ni relatar, ni recordar, por lo que no sirve para construir la experiencia. Por ello, para poder entender el mundo y sobrevivir en él, la mente necesita imponerle un orden, realizándolo a través de dos parámetros: el tiempo y el espacio. [...] En segundo lugar la conexión que se establece entre la mente humana y el mundo es a través de la representación que de él se hace. Así se explica cómo seleccionamos los humanos la realidad en la que vivimos. (2002, pp. 51 y 53)

Piaget menciona que el símbolo “implica la representación de un objeto ausente, puesto que es la comparación entre un elemento dado y un elemento imaginado, y una representación ficticia puesto que esta comparación consiste en una simulación deformante” (1961, p. 155).

Por otra parte, Beuchot afirma que “el símbolo del griego *symbolon*, es arrojar o yacer conjuntamente dos cosas que embonan entre sí y, por lo mismo, son partes de una más completa” (2004, p. 144). Teniendo en cuenta lo mencionado por el autor, consideramos que el símbolo le representa a los seres humanos el complemento para conformar el todo de su esencia. Beuchot de alguna manera alude a ello: “[...] el símbolo, tanto a la parte afectiva como a la parte cognoscitiva del hombre, las une, las junta, las conecta, como es su labor hacer: un mediador. Conecta lo emocional y lo conceptual, lo inconsciente y lo consiente, lo sensorial y lo espiritual” (2004, p. 145).

El símbolo une a los miembros de la comunidad y crea vínculos afectivos entre ellos, y los hace persistir y los estrecha. Los símbolos forman parte esencial de las culturas, contribuyendo de forma importante a que estas se constituyan. Y es que el símbolo solo puede interpretarse cuando puede, al menos en cierta medida, vivirse, por eso, hay que tratar de compartirlo. En la medida en que el símbolo conecte, universalice, ayude a compartir elementos culturales y éticos que son imprescindibles, las sociedades tendrán una tendencia a sobrevivir (Beuchot, 2004).

En relación con lo anterior, es relevante resaltar la importancia de las tradiciones culturales, desde la familia, la escuela, la sociedad, ya que estas determinan en los jóvenes percepciones de la realidad en la que viven, asumiendo comportamientos aprendidos a través de la imitación en busca de una identidad y creando sus propios símbolos.

Fue importante desarrollar en el transcurso de nuestra investigación, referentes sobre cuerpo, estética, belleza, adornos (tatuajes, *piercings*, expansiones y cirugías plásticas) y moda. Para indagar sobre cuerpo tomamos a Navarro, quien menciona que “el cuerpo, se propone como raíz de

la inteligibilidad y la significación, como principio y fin de todo valorar, representar, comprender espejos donde el hombre ha de mirarse jugando el infinito juego de las formas” (2002, p. 9).

Desde la perspectiva de la estética se tuvo en cuenta a Abbagnano, quien designa la estética como “la ciencia filosófica del arte y de lo bello; el nombre fue introducido por Baumgarten hacia 1750 en un libro (*Aesthetica*) en el cual sostenía la tesis de que el objeto del arte son las representaciones confusas pero claras, o sea, sensibles pero perfectas, en tanto que el objeto del conocimiento racional son las representaciones distintas (los conceptos)” (2004, p. 410).

Eco fue el referente para *belleza*, este la define como “lo ‘Bello’ al igual que ‘gracioso’, ‘bonito’, o bien ‘sublime’, ‘maravilloso’, ‘soberbio’ y expresiones similares; es un adjetivo que utilizamos a menudo para calificar una cosa que nos gusta” (2004, p. 8). De esta manera, ser bello es igual a ser bueno y, teniendo en cuenta las distintas épocas históricas, se ha establecido un estrecho vínculo entre lo bello y lo bueno. Asimismo, a esto se suma también la tendencia a considerar bueno aquello que no solo nos gusta, sino que además querríamos poseer.

78

En la concepción de *moda*, Lehnert afirmó: “[...] el nacimiento de la moda se sitúa en el momento en que el deseo por engalanarse consigue ocupar un primer plano, junto con el gusto por lo nuevo, en oposición a otras consideraciones funcionales” (2000, p. 15). Conviene decir, entonces, que la moda permite ser uno mismo, una persona única que pueda demostrar la pertenencia a un grupo, sea cual sea, lo que implica un cambio continuo y exalta lo individual.

El uso de adornos corporales entre los jóvenes de diversas culturas y de todos los estratos socioeconómicos es actualmente una práctica común. Para Jenkyn, “los adornos permiten enriquecer encantos físicos, afirmar la creatividad e individualidad y señalar el rango dentro de un grupo cultural. Estos pueden ir en contra de las necesidades de comodidad, movimiento y salud, como el atar los pies, el uso de corsés, el *piercing* y el tatuaje” (2002, p. 28).

Ganter define “el tatuaje como una técnica de decoración del cuerpo mediante la inserción de sustancias colorantes bajo la epidermis, una vez que esta ha sido perforada con un instrumento punzante, como por ejemplo una aguja eléctrica” (2005, p. 431). Dentro de este marco consideramos el tatuaje como una práctica cultural antigua, que ha acompañado al ser humano desde sus orígenes y ha logrado permanecer en el transcurrir del tiempo.

El *piercing* es una práctica antigua, que ha ido ganando popularidad a lo largo de los años, especialmente en la población adolescente y en jóvenes adultos en las sociedades industrializadas. Su significado responde normalmente a demandas estéticas y en ocasiones supone el simple deseo de mejorar la imagen. De todos los tipos de *piercing* practicados en la actualidad, son las perforaciones en los lóbulos de las orejas las que siguen siendo más comunes.

Como consecuencia de los cambios generacionales, esta práctica ha sido considerada la más tradicional, y se ha expandido a otras partes del cuerpo, tales como la nariz, el ombligo y la lengua (Cidoncha *et al.*, 2008).

Referente a la cirugía estética, podemos mencionar que esta es una rama de la cirugía plástica en la cual es objetivo principal el embellecimiento de una parte del cuerpo. Se puede considerar además como la especialidad quirúrgica que trata de la reconstrucción funcional y estética de los tejidos. Es importante tener en cuenta que “funcional” va antes que “estética”, pues es más importante la relación con la belleza como tal. Claramente, el objetivo de una cirugía plástica es conseguir tanto lo funcional como lo estético.

Metodología

Se escogió el método mixto para esta investigación, porque permite una perspectiva más amplia y profunda del campo de estudio, lo que hace posible plantear el problema con mayor claridad y así obtener datos más ricos y variados mediante la combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo, mediante la implementación de la encuesta y la entrevista como técnicas para recolectar la información. Utilizar este método ayudó a optimizar los resultados, facilitando un mayor significado de los datos, para así consolidar las interpretaciones y la utilidad de los hallazgos encontrados luego de cada una de las fases.

El nivel de conocimiento fue el descriptivo-explicativo, sobre el cual Méndez afirma: “Ayuda a caracterizar un fenómeno o situación concreta de la realidad indicando sus rasgos más particulares, donde se intenta dar las razones que lo llevaron a que se produjese el hecho descrito. Además, identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba asociaciones entre las variables” (2001, p. 137).

Los criterios para seleccionar los colegios fueron: cobertura según las unidades de planeamiento zonal (UPZ) de cada localidad; distribución de los colegios de acuerdo con los estratos socioeconómicos: cada UPZ cuenta con población en estrato 1, 2 y 3; instituciones que cuentan con los grados décimo y undécimo; y autorizaciones de los directivos de las instituciones para llevar a cabo el proceso de recolección de la información.

A continuación se presentan las fases que se tuvieron en cuenta para la organización y desarrollo de nuestro proyecto de investigación.

1. Elaboración del anteproyecto: se realizó durante el segundo semestre del 2012. Luego de seleccionar el tema y la población con la cual se desarrollaría, se formularon los objetivos y el problema de investigación para dimensionar el alcance de esta. La fundamentación teórica comenzó con la contextualización de las localidades seleccionadas, lo cual permitió comprender en detalle el ámbito geográfico y poblacional del sector, determinando los posibles colegios a donde se llevaría a cabo el trabajo de campo. Seguidamente, el proceso continuó con una revisión bibliográfica exhaustiva sobre creencias y el campo de estudio: belleza, estética, cuerpo y adolescencia.
2. Diseño, aplicación y análisis de datos en la técnica base, la encuesta: esta fase se desarrolló durante el primer semestre del 2013. En su diseño, las categorías de indagación seleccionadas para comenzar el proceso fueron *belleza*, *adornos* y *moda*. El cuestionario final quedó constituido por dieciséis preguntas cerradas. La aplicación se realizó en horarios normales de clase, dentro de cada aula y en momentos estipulados por cada colegio. Se seleccionó un curso de grado décimo y uno de grado undécimo.

Los resultados en esta fase se obtuvieron mediante el análisis de las frecuencias absolutas arrojadas en cada una de las opciones de respuesta de las preguntas. Posteriormente, se procedió a graficar estos resultados, los cuales sirvieron como base para el inicio del guión de entrevista por desarrollar en la tercera fase. Para el análisis de la información de la encuesta se utilizó un proceso estadístico simple. En este se consideró la elaboración de distribuciones o tablas de frecuencias obtenidas a través de una sistematización de la información en la plataforma Line Sourvey, como primer paso para poder ser presentada en forma de gráficos.

3. Diseño, aplicación y análisis de datos de la técnica complementaria, la entrevista: el guión de entrevista definitivo incluyó tres categorías, belleza, adornos y moda, conformado por diecisiete preguntas, las cuales pretendían profundizar en el análisis de las respuestas del cuestionario, siendo aplicada en la localidad de Suba. En la dinámica desarrollada durante la entrevista, los estudiantes frente a las preguntas respondieron libremente a cada una de estas. La información obtenida se almacenó en grabaciones de audio, las cuales posteriormente fueron transcritas para proceder a su análisis.

El proceso seguido para analizar la información recogida de las entrevistas fue a través del método de destilación de la información de Vásquez (2013), con los siguientes pasos: 1) transcripción de las entrevistas; 2) asignación de símbolos para la transcripción de la entrevista (prosódicos, paralingüísticos, verbales y no verbales); 3) armar la entrevista y su codificación; 4) elección de criterios para agrupar descriptores; 5) asignación de descriptores; 6) selección o recortes de información relevante; 7) listado de descriptores; 8) mezcla de descriptores; 9) campos semánticos; 10) construcción del cuadro categorial.

4. Interpretación y escritura del informe: esta fase consistió en la elaboración del informe final, realizando los ajustes necesarios en cada uno de los capítulos que lo componen; se desarrolló en el primer semestre del 2014. Se realizó la triangulación de la información recibida tanto en el cuestionario como en la entrevista, lo cual permitió determinar las creencias que los estudiantes tienen acerca de la estética del cuerpo.

Resultados y discusión

La triangulación entre los resultados obtenidos de la encuesta y la entrevista mantuvo la validez sobre los enfoques cualitativo y cuantitativo. De forma posterior a este trabajo, se procedió a cruzar esta información obtenida con los aportes teóricos y así comenzar a identificar los primeros hallazgos que permitirían ir visualizando las creencias de los estudiantes sobre la estética del cuerpo.

Para dar cuenta del primer objetivo específico: identificar las creencias sobre la estética del cuerpo que tienen los estudiantes de grados décimo y undécimo de colegios de Bogotá, presentamos a continuación las cinco creencias encontradas en nuestra investigación.

Primera creencia: una persona se concibe bella si guarda un equilibrio entre lo exterior y lo interior

Desde lo exterior, la mejor manera para mantener un cuerpo bello es mediante el ejercicio físico, el cual puede ser la mejor forma de conseguir bienestar físico y saludable para el cuerpo, despejando mitos sobre alternativas de cuidado de este que pueden ser perjudiciales. Como complemento a este aspecto, se manifiesta que el deseo de poseer un cuerpo bello surge por dos necesidades: la de ser aceptado por el círculo social más cercano y en el momento de elegir pareja. Por otra parte, desde el interior del ser, los estudiantes manifiestan que una persona es bella si demuestra personalidad, intelectualidad y es respetuosa en su trato con los demás. Es oportuno mencionar que si se caracteriza la belleza desde las cualidades interiores del ser, se tiene el deseo y la necesidad de ser bien tratado, respetado y aceptado como se es.

Segunda creencia: las influencias más fuertes a la hora de buscar una belleza artificial la ejercen los medios de comunicación y los amigos

82

Para los estudiantes, la publicidad mostrada en los medios de comunicación ejerce una presión sobre las personas, lo que las lleva a realizar cambios en su cuerpo. El consumismo que promueven los medios de comunicación las lleva a adquirir de manera compulsiva elementos como cosméticos, ropa y accesorios, los cuales invitan a tratar de alcanzar los estereotipos ideales de perfección de hombres y mujeres mostrados en los distintos medios publicitarios. Cabe resaltar que la influencia ejercida por los amigos en esta edad es evidente, ya que durante la adolescencia se realiza cierto distanciamiento de varios contextos como, por ejemplo, el familiar, al tiempo que se otorga una importancia creciente al grupo de amigos. Si combinamos ambos aspectos —medios de comunicación y amigos— podemos concluir que para los estudiantes, seguir estos modelos, les permite obtener una aceptación en su grupo social.

Tercera creencia: utilizar piercing, expansiones o tatuajes no es un acto de rebeldía

Para los estudiantes, estos adornos son un arte que se puso de moda, ayudan a buscar su identidad y mediante estos se pueden expresar gustos y

sentimientos. No obstante, encontramos quienes los consideran un medio de expresión, que les permite exteriorizar algún acontecimiento significativo en su vida. Específicamente mediante el tatuaje, ellos expresan sentimientos como la muerte de un ser querido, la pasión por un equipo de fútbol, el nombre del ser amado, entre otros, y que en su momento representaron un impacto fuerte. Es significativo mencionar que frente a la búsqueda de una identidad, los jóvenes manifiestan que es importante ser diferente, por lo cual, se personalizan las modas y se utilizan algunos de estos adornos, pues esto permite expresar a los demás lo que se vive internamente y muchas veces no se puede con palabras, y que nada tiene que ver con ser rebelde.

Cuarta creencia: no estar a la moda te excluye de grupos sociales

La moda y el buen vestir van de la mano, pues la primera tiene influencia sobre el segundo. Se considera que la incidencia de la moda se da por la personalidad y por las relaciones sociales. La importancia que se le atribuye al vestuario es fundamental, ya que es parte de la imagen que una persona refleja. Conviene subrayar que una de las cosas más importantes para los estudiantes es la aceptación en el grupo, y el vestuario es primordial para ello; estar bien vestido ayuda a mejorar la autoestima y a ganar respeto entre quienes los rodean: este es uno de los aspectos que más los identifica. Otro factor que los jóvenes consideran importante para querer estar a la moda y que los hace comportarse de manera especial es la apariencia, pues ellos expresan que los compañeros de clase siempre están juzgándolos.

Quinta creencia: tener un estilo de vestir no significa que se desee compartir las ideologías de una tribu urbana

La manera de vestir no cambia la forma de actuar, ni la manera de pensar. Los jóvenes consideran que simplemente se sienten a gusto con cierto modo de vestir o con un color específico. De esto se desprende en el pensamiento de los jóvenes, que existen algunas culturas urbanas que se visten de cierto color, como por ejemplo, el negro, y no por esto las personas que lo usan pertenecen a una de estas; simplemente lo hacen porque les gusta.

Estimamos que las creencias sobre la estética del cuerpo son un fenómeno de nuestra sociedad actual que no se debe afrontar con una postura

de indiferencia, sino desde un compromiso social, teniendo en cuenta los diversos motivos y razones que llevan a estos jóvenes a realizarse cambios en su cuerpo. Para ellos, además de ser una forma de expresión con un alto grado de significado, es un símbolo de identidad que cambia el prototipo normal de hombre en la sociedad.

Es importante atender el llamado de los estudiantes frente al poco manejo que se le da a este campo de la estética del cuerpo dentro de los colegios. Desde nuestra experiencia docente, consideramos que es importante dirigir la mirada a la realización de estas prácticas, debido a la creciente demanda por su utilización en los jóvenes de nuestra sociedad. Ellos manifiestan que solo han escuchado prohibiciones y juicios por parte de las directivas y docentes, pero nunca se les ha dado una justificación del porqué no utilizar estos elementos.

Conclusiones

Hoy día el cuidado del cuerpo se refiere más al aspecto exterior que a la salud, debido a una imperiosa necesidad de mantener cierta imagen, de guardar una apariencia y de alcanzar una identidad en los jóvenes. Como consecuencia, la sociedad de consumo les propone diferentes imágenes, lo que crea modelos estandarizados y estereotipos que les sirven de guía o inspiración; esto hace que el cuerpo caiga en una cultura de la mercancía, influenciado por la moda y la belleza, lo que muestra una imagen corporal desde una perspectiva publicitaria frente a su entorno social.

El adolescente se engrandece con la apropiación que siente sobre su cuerpo y lo utiliza como símbolo de identidad y expresión, por lo que realiza transformaciones en este mediante la utilización de *piercings*, expansiones o tatuajes.

Al expresarse, los adolescentes no solo utilizan una cultura y hábitos diferentes, también utilizan sus cuerpos. Actualmente en nuestra sociedad, es evidente la preocupación por las apariencias, las cuales conllevan a que muchas cosas se vean a través de lo superficial, y es aquí donde comienza a adquirir importancia el protagonismo de la moda y la imagen, dado que estas son un mecanismo regulador de elecciones realizadas en función de ciertos criterios de gusto.

Los jóvenes están inmersos dentro de un fenómeno social donde las marcas en su cuerpo hacen parte de su generación como identidad, lo cual

es totalmente contrario a épocas pasadas cuando se lanzaban juicios discriminantes de aquellos que tenían alguna marca en su cuerpo como tatuajes, *piercings* y perforaciones, al relacionarlos con una cultura social de estatus inferior, o con la vinculación a grupos delincuenciales y satánicos.

Las prácticas frente a la belleza, los adornos y la moda hacen sentir a los adolescentes con un cierto privilegio en torno a “ser grandes”, pues las transformaciones las realizan cuando sienten ese cambio de transición de la niñez a la vida adulta. Cabe resaltar que en su gran mayoría, el significado de estas transformaciones representa para ellos un suceso trascendente y significativo de sus vidas, como aspectos sentimentales, psicológicos, espirituales y hasta políticos.

Referencias

- Abbagnano, N. (2004). *Diccionario de filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Aumont, J. (2001). *La estética de hoy*. Madrid: Cátedra.
- Bandura, A. y Walters, R. (1982). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza.
- Beuchot, M. (2004). *Hermenéutica, analogía y símbolo*. México: Herder.
- Brena, V. (2007). Utilizando el cuerpo: una mirada antropológica del tatuaje. *Anuario Antropología Social y Cultural en Uruguay 2009-2010*, 247-254. Montevideo. Recuperado de <http://www.unesco.org.uy/shs/fileadmin/templates/shs/archivos/anuario2009/Brena.pdf>
- Cea, M. (2001). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. España: Síntesis.
- Cely, A. (2010). El discurso tecnocientífico en la construcción estética del cuerpo en la publicidad de cosméticos. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 4(2). Recuperado de <http://www.une.es/Ent/productDetail.aspx?ID=135690>
- Cidoncha, G., Sánchez, G., Domínguez, E. y Herrera, J. (2008). *Piercing oral: una amenaza para la salud periodontal*. *Cient Dent*, 5(1), 21-29. Recuperado de <http://www.coem.org.es/sites/default/files/revista/cientifica/vol5-n1/21-29.pdf>
- Cifuentes, R. (2011). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Buenos Aries: Noveduc.
- Coiffman, F. (1986). *Cirugía plástica reconstructiva y estética*. Barcelona: Amolca.
- Consuegra, N. (2004). *Diccionario de psicología*. Bogotá: Ecoe.

- Correa, A., Giraldo, D. y Rivero, R. (2008). *Interpretaciones y reflexiones en torno al ideal estético del cuerpo y su relación con la práctica del ejercicio físico, a partir de la interacción entre profesores y usuarios del gimnasio de empresas públicas de Medellín*. Seminario Investigativo X, Universidad de Antioquia.
- Corredor, M., Chaverría, M., González, J., Morera, A. y Rodríguez, Y. (2009). *Comprensión de mitos y creencias de las relaciones familiares que generan escenas de violencia entre hijos adolescentes hacia sus padres, una co-construcción de pautas de cambio* (tesis de especialización inédita). Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia.
- Demarchi, F. (1986). *Diccionario de sociología*. Barcelona: Paulinas.
- Dorsch, F. (1994). *Diccionario de psicología*. Barcelona: Herder.
- Eco, U. (2004). *Historia de la belleza*. Madrid: Lumen.
- Fernández, M. (2006). *Creencias y sentidos en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Academia Nacional de Ciencias. Recuperado de <http://www.ciencias.org.ar/user/files/Fernandez.pdf>
- Ganter, S. (2005). De cuerpos, tatuajes y culturas juveniles. *Revista Espacio Abierto*, 14(1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12215222>
- Goetz, J. y Le Compte, M. (1998). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid: Morata.
- González, M., Rojo, H. y González, J. (2002). *Piercing oral: una tendencia peligrosa*. *Revista A.D.M.*, 10(201). Recuperado de <http://www.medigraphic.com/pdfs/adm/od-2002/od026c.pdf>
- Guimón, J. (2008). Avances en salud mental relacional. *Cirugía Estética: Implicaciones Psicológicas*, 7(3). Recuperado de http://www.bibliopsiquis.com/asmr/0703/cirurgia_estetica.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Cuarta parte: Los procesos mixtos de investigación. En *Ampliación y fundamentación de los métodos mixtos*. México: McGraw Hill.
- Hernando, A. (2002). *Arqueología de la identidad*. Madrid: Akal.
- Jenkyn, S. (2002). *Diseño de moda*. Barcelona: Blume.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Buenos Aires: Morata.
- Lehnert, G. (2000). *Historia de la moda siglo XX*. Madrid: Konemann.
- Lleixa, T. y Soler, S. (2004). *Actividad física y deporte en sociedades multiculturales: ¿integración o segregación?* Barcelona: Horsori.
- Martorell, E. (2006). *Tatuaje y piercing en la pubertad: marca, corte, inscripción: una aproximación al valor subjetivo de estas prácticas en los cuerpos juveniles*. Repositorio Institucional, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, Argentina. Recuperado de <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL001584.pdf>

- Méndez, C. (2001). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación* (3ª ed.) Bogotá: McGraw-Hill.
- Monroe, B. y Hospers, J. (1990). *Estética, historia y fundamentos*. Madrid: Cátedra.
- Navarro, G. (2002). *El cuerpo y la mirada: desvelando a Bataille*. Barcelona: Anthropos.
- Oriol, P., Pérez, J. y Tropea, F. (1996). *Tribus urbanas: el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Barcelona: Paidós.
- Ortega y Gasset, J. (1952). *Ideas y creencias*. Buenos Aires: Espasa.
- Piaget, J. (1961). *La formación del símbolo en el niño*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Picard, D. (1986). *Del código al deseo: el cuerpo en la relación social*. Buenos Aires: Paidós.
- Ramos, M. (2008). *Violencia y victimización en adolescentes escolares* (tesis doctoral inédita). Universidad de Sevilla. Recuperado de <https://www.yumpu.com/es/document/view/14080879/tesis-doctoral>
- Real Academia Española. (1956). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: autor.
- Sarduy, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana Salud*, 33(2). Recuperado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=21433320
- Secretaría de Educación del Distrito-Oficina Asesora de Planeación-Grupo de Análisis y Estadística. (2011). *Suba localidad 11: caracterizaciones sector educativo año 2011*. Bogotá. Recuperado de www.bogota.gov.co/tag/secretariadeeducaciondeldistrito
- Turner, B. (1989). *El cuerpo y la sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Vallejo, R. y Finol, M. (2009) La triangulación como procedimiento de análisis para investigaciones educativas. *Redhecs*, 7(4). Recuperado de www.publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/view/620/1578
- Vásquez, F. (2013). *Destilar la información: un ejemplo seguido paso a paso en el que hacer docente*. Bogotá: Universidad de La Salle.
- Villoro, L. (1982). *Crear, saber, conocer*. México: Siglo XXI.