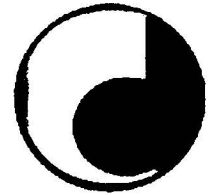


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE SAN LUIS POTOSÍ



ESCUELA
**CIENCIAS DE LA
COMUNICACION**

ESCUELA DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN
EN EL ASPECTO ESTÉTICO-FÍSICO
DE LAS ADOLESCENTES
DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ
Y SU REPERCUSIÓN EN LAS RELACIONES
INTERPERSONALES, CULTURA Y SALUD.

Trabajo Recepcional
que para obtener el título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presenta:

IRAÍS VALENCIANO CALVILLO

Asesor:

JOSÉ YOJAN PALACIOS ALONSO

San Luis Potosí, S.L.P. Octubre de 2006.

AGRADECIMIENTOS

A lo largo de este gran viaje que se llama vida, son muchas las personas que nos rodean, que pasan de largo o que llegan y se van, pero son realmente pocas las que nos ayudan a cumplir metas, que nos impulsan a seguir y que, de una manera u otra, nos recuerdan que vale la pena vivir.

Lo logrado hasta ahora, incluyendo esta tesis, no hubiera sido posible sin mis padres, quienes pese a cualquier circunstancia son -y sé que seguirán- siendo el punto de partida y, al mismo tiempo, el refugio ideal.

Marisol, gracias por estar cuando más se necesita, por ser la mejor hermana.

Paco y Ulises, sin ustedes, este paso por la vida no sería el mismo. Gracias por complementar mi existencia.

Hay también personas que Dios pone en el camino y que se convierten en las mejores compañías:

Isa, gracias por enseñarme a soñar y demostrar que todo es posible si realmente se desea.

Meli, gracias por compartir tantas cosas y por tu honestidad

Sayra, agradezco tus enseñanzas sobre anteponer el corazón a la razón.

Gracias además a quienes con su apoyo representado de diferentes maneras, permitieron la culminación de este trabajo y de otros proyectos, no por ello menos importantes: Hugo, Lalo, Paco, Camacho y Yojan (gracias por la paciencia).

Y por supuesto, a Dios, gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	5
• Fase Exploratoria	6
• Objeto de Estudio	16
• Mapa Conceptual	17
• Planteamiento	18
• Delimitación	18
• Objetivos	19
• Preguntas de Investigación	19
• Justificación	20
• Hipótesis	21
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	23
CAPÍTULO 3: TRABAJO DE CAMPO	40
MARCO METODOLÓGICO	41
* Estudio Exploratorio	41
DESARROLLO DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	46
• ENCUESTAS	46
a) Resultados y Gráficas	47
b) Resultados y Gráficas de Cruces	57
c) Interpretación de los Cruces	71
• ANÁLISIS DE RECEPCIÓN TELEVISIVA	81
a) Fichas de Registro	82
b) Interpretación de la Técnica	92
• ENTREVISTAS	95
a) Versiones Estenográficas	
1.- Buscador de Talentos	95
2.- Experta en Nutrición	99
3.- Encargado de Farmacia	102
4.- Modelo	103
b) Interpretación de las Entrevistas	
• HISTORIA DE VIDA	113
a) Tablas de Registro	114
b) Interpretación de Historia de Vida	129
INTEGRACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	132
CONCLUSIONES FINALES	136
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO COMUNICATIVO	142
FUENTES DE INFORMACIÓN	145
ANEXOS	149

INTRODUCCIÓN

El cuerpo humano, desde hace muchos años, ha acaparado la atención del hombre, no sólo para conocer y combatir las enfermedades que lo atacan, sino para tener un panorama amplio de cómo funciona ese sistema casi perfecto que componen los músculos, huesos, órganos vitales y demás elementos.

Pero no sólo eso, en las últimas décadas un aspecto relacionado con el cuerpo ha adquirido especial auge: la apariencia física. Son muchas las personas que día a día ya no sólo buscan mantenerse saludables, sino además lucir un físico envidiable.

En San Luis Potosí, durante los últimos años se ha observado un notable incremento en la venta de productos relacionados con el aspecto físico, así como la proliferación de negocios cuyo propósito es ayudar a mejorar la apariencia. Cada vez es más frecuente encontrar productos como té, cremas reductoras, suplementos alimenticios, pastillas y bebidas, ya sea naturales o a base de químicos, que supuestamente ayudan a bajar de peso o mantenerse en una cierta talla, y muchos de esos artículos se anuncian en la televisión.

Además es común encontrar gimnasios en diferentes puntos de la ciudad, los cuales ha añadido nuevas prácticas como el *spinn*, *kick boxing*, canotaje, pesas y los ya muy conocidos *aerobics*, e incluso hay otras opciones que se salen de la cotidianidad, pues no hace mucho se inauguró en una de las más conocidas calles de la ciudad, una escuela en la que las mujeres pueden quemar calorías y mantenerse en buena condición física a base de la práctica del "tubo-tubo".

No resulta censurable el hecho de que las personas se preocupen por su físico, y sobre todo por su salud, al contrario, es altamente recomendable cuidar ese aspecto, sin embargo, el problema es que hay quienes sólo recurren al ejercicio, los productos, las dietas o incluso a dejar de comer sólo para lucir delgadas, y sin contar con la asesoría de un experto.

Es por ello que surgió el interés por realizar la presente investigación, pues un sector de la población que se preocupa cada vez más por la apariencia estética son los adolescentes, quienes en esa etapa están en pleno desarrollo, y el mal manejo del cuidado de su físico puede acarrearles consecuencias desastrosas.

Uno de los factores primordiales que se desarrollaron en el presente estudio consiste en el impacto que tienen los programas y comerciales que se transmiten en televisión, pero no sólo refiriéndose a la venta de productos, sino a los prototipos de aspecto físico que "promocionan" los actores, actrices, cantantes, modelos, conductores y demás personajes que aparecen en ese medio de comunicación.

Otra idea que figuró como eje principal a lo largo de este trabajo fue el hecho de que la televisión influye en el comportamiento y las decisiones de los espectadores, pues no por casualidad, muchas empresas recurren a ese medio de comunicación para, a través de comerciales, promocionar sus productos, pues saben que sus ventas serán mayores si aparecen en televisión.

Pero no sólo los comerciales ejercen influencia, ya que muchas personas, en este caso las adolescentes, buscan en la televisión a sus ídolos y tratan de imitarlos, no sólo en lo que respecta a la forma de vestir o hablar, sino incluso buscan actuar y verse como ellos, prueba de ello es un programa que durante varias semanas mantuvo al aire la cadena de televisión MTV, en el que se presentaban los procesos y hasta las cirugías a las que se sometían algunas jóvenes para tener un aspecto físico muy similar al de su actriz o cantante favorita.

También en este texto se plantea que el hecho de que las adolescentes se sientan atraídas por los prototipos que difunde la televisión, e incluso los adopten como ejemplo a seguir, no significa que estén de acuerdo con ellos, incluso hay quienes los critican, pero terminan por acatarlos.

¿A qué se debe lo anterior? No hay que perder de vista que la televisión da a conocer los prototipos físicos en forma masiva, y casi siempre éstos son aceptados y adoptados por los diferentes grupos sociales, por lo que si una persona se rehúsa a acatar lo que la televisión "sugiere", pero al mismo tiempo quiere pertenecer a un grupo determinado, y los individuos que integran ese grupo adoptaron como suyos esos prototipos televisivos, la persona terminará por ceder y se acoplará a ellos.

A lo largo del estudio, uno de los puntos que más se dificultó desarrollar fue si los mensajes son recibidos por los espectadores de manera consciente o inconsciente, pues no se puede negar el hecho de que muchas personas saben perfectamente qué es lo que reciben, y tienen capacidad de análisis y razonamiento, como para darse cuenta de qué es lo que está bien y lo que está mal, pero tarde o temprano, llegan al conflicto entre lo que quieren de manera individual y la presión que ejerce la sociedad, y no pocos se dejan llevar por lo que los demás dicen que es lo ideal. Eso no significa que todos actúen conscientemente, pues también hay muchas acciones y decisiones que la gente realiza por inercia, sin meditar con detenimiento, prácticamente de manera inconsciente.

Y como la investigación no se basó en todo tipo de influencia televisiva, sino específicamente en lo que concierne al aspecto estético, se abordó también la influencia de prototipos estadounidenses, pues hoy en día, desde los canales de paga en los que se transmiten programas de origen extranjero, hasta Televisa -empresa mexicana- difunden imágenes en las que destacan mujeres de cabello rubio, delgadas y con ojos claros, o incluso con características físicas que ni siquiera coinciden con los rasgos raciales de las mexicanas. Aún así, muchas personas que ven a esas personas tan diferentes a ellas, tratan de imitarlas.

¿Por qué se consideró importante realizar este estudio? La notoria preocupación de cada vez más gente por cuidar su aspecto físico, no sólo con el propósito de tener una buena salud, sino para verse bien, puede incluso provocar que se pierdan valores y conductas adecuadas que benefician a la sociedad, pues se otorgaría mayor importancia al cómo luce una determinada persona y no al cómo piensa.

Ahora bien, ¿porqué la televisión y no otros medios de difusión y comunicación como las revistas o la internet se incluyó en este análisis? Ese aparato al que muchas personas llaman "la caja boba" lleva ya más de cinco décadas inmersa en los hogares

no sólo de México, sino también del resto del mundo, y ha logrado conquistar a diferentes generaciones por ser un medio dinámico, y en sólo 24 horas incluye programación muy variada, a diferencia de las revistas, las cuales sólo suelen especializarse en determinados temas.

Con este trabajo pues, no se pretendió encontrar el "hilo negro" en temas de salud relacionados con la anorexia y la bulimia, sino más bien definir el grado de influencia que representa la televisión las repercusiones de dicha influencia, especialmente en lo que se refiere a relaciones interpersonales.

¿Cómo se distribuye la información a lo largo de la presente investigación? En un primer capítulo, se incluye la configuración del objeto de estudio, es decir, los tópicos analizados, un primer acercamiento a dichos temas, el grupo social estudiado, los puntos de interés, la delimitación del estudio y las interrogantes a resolver, principalmente.

Posteriormente hay un segundo capítulo en el que se aborda el marco teórico, es decir, todos esos conceptos y teorías que sustentan la presente investigación y que permitieron configurar razonamientos propios y juicios de valor.

En el capítulo tres se encuentran las técnicas de investigación que se aplicaron para conocer la realidad actual en la ciudad de San Luis Potosí, específicamente de la influencia de la televisión en la reconfiguración estético física de la mujer, y la manera en que ésta ha impactado en la sociedad. De cada una de las técnicas utilizadas existe un análisis e interpretación de datos. Además, se integraron en un apartado extra los resultados de los cuatro trabajos de campo.

Por último, se aportan algunas sugerencias en las conclusiones finales, relacionadas con aminorar el impacto televisivo y, sobre todo, crear conciencia social. Todo lo anterior, además de los anexos que complementan el presente trabajo.

Es así que se conformó esta investigación, basada en información documental y en un acercamiento a la realidad social de las adolescentes de la ciudad de San Luis Potosí, de esas jóvenes que día a día se esfuerzan por ser y sobresalir, pero que deben tomar conciencia de lo que valen, pues a fin de cuentas, poco importa el físico si se dañan otros aspectos como las relaciones interpersonales, la economía y la salud.

CAPÍTULO 1:

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

FASE EXPLORATORIA

Sin duda, uno de los aspectos que más importancia ha tenido para el ser humano desde tiempos remotos es la belleza. Luego de resolver necesidades básicas como la alimentación –a través de la caza y recolección– y del posterior descubrimiento de la agricultura, el hombre tuvo oportunidad de disfrutar del tiempo libre, y así desarrollarse en aspectos como las artes mediante la apreciación de lo bello, y qué mejor muestra de belleza que el propio ser humano.

Para hablar de estética corporal es necesario remontarse a la antigua Grecia, ya que en dicha cultura se crearon diversas obras en las que el eje principal era la representación de la figura humana, pues la consideraban atractiva y digna de inmortalizarse.

Los griegos, maestros de la escultura tanto en piedra como en bronce, se volvieron expertos en la representación de la figura humana a escala monumental. Aún cuando existen obras previas, fue principalmente en el siglo IV, durante el periodo clásico del arte griego, cuando éste se tornó más naturalista y lograron la perfección en sus esculturas, ya que las figuras estaban bien proporcionadas y expresaban movimiento. Claros ejemplos de ello son *La Venus de Milo*, *El Discóbolo* y *La Victoria de Samotracia*, por mencionar algunos¹.

Si bien las esculturas renacentistas todavía se apegaban un poco al modelo del cuerpo atlético y musculoso como prototipo de la belleza humana, en la pintura de esa época se desarrolló una perspectiva un poco diferente, pues artistas como Botticelli (*El Nacimiento de Venus*)² y Leonardo Da Vinci (*La Gioconda*), entre otros, crearon obras en las que la figura corporal era más robusta, sin músculos y no tan perfecta como en el caso de los griegos, lo cual demostraba una nueva percepción de la belleza.

Para los artistas posteriores, como es el caso de los impresionistas y sus sucesores (Vincent Van Gogh, Henry Toulouse-Lautrec y Paul Gauguin, por ejemplo), la percepción de la estética era también diferente a la desarrollada por los griegos, pues ellos encontraron a sus musas entre las prostitutas de aquella época, las cuales eran calificadas algunas veces como “grotescas”, físicamente hablando³.

En la época contemporánea resulta indispensable mencionar al pintor, dibujante y escultor colombiano Fernando Botero, cuyas obras tienen como eje principal la representación de formas humanas de complexión obesa; sus creaciones llaman la atención dado que se oponen al prototipo actual de belleza, cuya característica principal es la figura esbelta y delicada.

¹ Algunos de los principales representantes de este periodo fueron Escopas y Praxiteles. http://es.wikipedia.org/wiki/Escultura_griega#Per.C3.ADodo_cl.C3.A1sico

² “*La Venus de Milo*) no representa el amor carnal o el placer sensual sino que, con su postura y sus facciones finas, se acerca más al ideal de inteligencia pura o saber supremo”. Los renacentistas dieron más importancia al intelecto que a la apariencia física. http://es.wikipedia.org/wiki/Sandro_Botticelli

³ “*Lautrec escamotea los detalles vulgares. Sus heroínas pueden ser feas y dolorosas, pero nunca repugnantes. Su arte reside en decir las peores verdades con un acento ligero, espiritual; en el don de extasiarse, de descubrir una noble belleza ahí donde nadie la ve*”. Enciclopedia Historia del arte. Salvat Editores. Barcelona, 2000. Tomo 24, Pág. 87.

Es claro que, debido a la fuerte dependencia que la cultura crea sobre el concepto de lo estético, al evolucionar la humanidad también se modifica la definición de lo bello. Por tal motivo, la estética griega es adecuada para su sociedad, la medieval para la suya, y sucede lo mismo con la india, china, maya, renacentista, entre otras. Pero debido a la diversidad cultural que existe hoy en día, resulta difícil establecer un parámetro de lo que es estético y lo que no. Aun así, se ha logrado imponer no sólo un prototipo de la "mujer ideal"; en la búsqueda del físico perfecto, una gran cantidad de jóvenes se han adaptado a los patrones de conducta y hábitos, creándose así una cierta homogeneidad dentro de una sociedad tan pluricultural como la actual.

¿Cómo se logra dicha uniformidad? A partir del acoplamiento de los productos a las condiciones y formas de vida de cada país, es posible introducir ciertos parámetros a las diversas culturas, sin perder de vista el propósito inicial:

"Las compañías globales o multinacionales, cuyos modelos de mercadotecnia fueron diseñados para mercados como Estados Unidos y Europa Occidental, con esquemas tradicionales de mercado, inicialmente tenían como objetivo extender ese mismo modelo hacia países en desarrollo como Latinoamérica, Asia o Europa Oriental. Obviamente, con ese modelo se lograban resultados bastante buenos en la Unión Americana y Europa Occidental, pero en países como México, que aún no ha desarrollado todo su potencial, se ha tenido que replantear el concepto de mercadotecnia; pensar diferente, más creativamente".⁴

Diversos autores, al describir el proceso de globalización al que se enfrenta la civilización actual, incluyen dentro de sus análisis a la juventud como el segmento social que más resiente dicho fenómeno, tal es el caso de Naomi Klein,⁵ quien en su libro *No Logo* explica, entre otras cosas, el deseo de identidad que caracteriza a la sociedad hoy en día, así como el papel de la mercadotecnia dentro de dicha situación:

"Lo que la mayoría de las campañas publicitarias siguen vendiendo más agresivamente es la idea del mercado juvenil mundial, un caleidoscopio de rostros de todas las etnias que se confunden entre sí: trenzas rasta, cabellos rosados, manos pintadas con henna, algunas banderas nacionales y carteles luminosos extranjeros, en cantonés y en árabe, y unos toques de palabras inglesas, todo ello sobre capas de ejemplares de música electrónica".⁶

El ejemplo anterior es sólo uno de los modelos que se intentan vender a la juventud por medio de la mercadotecnia, la cual es considerada por algunos como el arte de vender a la gente lo que no necesita, por lo que induce e impone, a nivel subconsciente, deseos que de otra forma no llegarían a un sector considerable de la sociedad.

Las personas, al ser víctimas de algún método publicitario, son orilladas a creer que los personajes en comerciales, telenovelas, películas, etcétera, son un modelo a seguir, por

⁴ Entrevista con Scout White, director de mercadotecnia de *Health and Beauty Care*. México y Centroamérica. *Procter and Gamble*. Revista Segmento, Mayo-Julio. Año 5, número 26.

⁵ Naomi Klein (Montreal, 1970) es periodista y sus artículos han aparecido en numerosas publicaciones, incluyendo *The Nation*, *The Guardian*, *The New Statesman*, *Newsweek Internacional*, *The New York Times*, *The Village Office* y *Ms. Magazine*.

⁶ KLEIN, Naomi. "No Logo. El Poder de las Marcas". Editorial Paidós. Barcelona, 1999. Pág. 156.

lo que es posible encontrar casos en los que la gente trata de ser como no quiere, sino como cree que quiere.

El instinto de imitación social permite que la estética pueda ser inducida por la mercadotecnia, aún siendo el espectador, en algunos casos, consciente de ello.

Para entender mejor la importancia de la mercadotecnia y publicidad, basta con recordar lo dicho por Roland Marchand: "...Como a menudo la gente siente que carece de fuentes de asesoramiento para vivir una vida mejor, la publicidad ha podido llenar el vacío enseñando cómo otros sacan más partido a la vida".⁷ La publicidad no es sólo anuncios, es una forma de proponer estilos de vida y prototipos fácilmente adoptables por la sociedad.

Con el fin de impactar en los individuos consumidores, la mercadotecnia se vale de diversos métodos cuya efectividad depende de qué tanto se identifique el espectador con lo que le están presentando. "*Para ayudar a conseguir el impacto de la publicidad, cada anuncio para el consumidor debe estar vinculado, aunque sea oblicuamente, a una imagen de buena vida y, si procede, debe mostrar que la marca facilita la integración social*".⁸

Actualmente, esa buena vida que menciona O'Shaughnessy, para la mujer se ha establecido como alcanzable sólo si se es una persona exitosa, lo cual implica poseer, físicamente hablando, ciertos rasgos acordes al modelo occidental impuesto por potencias como Inglaterra, Francia y Estados Unidos.

En años recientes, la imagen de la mujer perfecta –salvo ciertas excepciones– ha incluido algunos rasgos físicos que son considerados como ejemplos de la belleza humana:

La complexión debe ser delgada, sin embargo esto no significa la ausencia de busto y caderas, por el contrario, estas partes deben ser pronunciadas y llamativas sin caer en lo exagerado, Además del cuerpo espigado y alto. Si las mujeres quieren destacar en sociedad –según lo han presentado los medios– deben poseer rasgos finos lo cual, de acuerdo al modelo estadounidense, debe ser enmarcado por un aspecto rubio; por tal motivo, existe una gran cantidad de mujeres, tanto en México como en Latinoamérica, que se tiñen el cabello con un tono claro, sin importar qué tan bien les vaya ese color con su tono de piel.

"Como muchos otros fenómenos de cultura de masas, esta locura se da en el contexto del espectáculo estadounidense. Al elegir la cirugía cosmética, las mujeres de diversas clases sociales y etnias 'escogen grandes senos y pequeñas narices como Barbie', dice la entrenadora de reinas de belleza venezolanas Giselle Reyes. Afirma que todas ellas están en pos de la "fantasía nórdica". Por su parte, el sociólogo venezolano Briceño León advierte de una colonización cultural y alude a este "boom" estético reconstructivo

MARCHAND, Roland. "Advertising the American Dream". Berkeley, California. 1985.

⁸ O'SHAUGHNESSY, John. "Porqué Compra la Gente". Ediciones Díaz de Santos. S.A. Madrid. 1989. Pág. 24.

como una devaluación de nosotros que pone un mayor valor a aquello que viene de fuera".⁹

El prototipo occidental logró expandirse, originalmente, como consecuencia de diversos factores, entre ellos las corrientes migratorias europeas posteriores a la Primera Guerra Mundial, el éxito del Plan Marshall¹⁰ para la reconstrucción de la economía del viejo continente, y la llegada de nuevos medios de comunicación: "La influencia del cine en color, a partir de los años treinta y, tres décadas después, la televisión policromática universalizaron como patrón apetecible el estereotipo del estadounidense rubio de ojos azules como modelo sin contrapartida en el imaginario popular".¹¹

Además de lo anterior, la revolución sexual, la ideología feminista y el deseo por sobresalir en la sociedad llegaron a extremos insospechados, colaborando así a la configuración de la imagen de la mujer actual:

"...Varias mujeres rompieron el umbral publicitario que restringía a la mujer exclusivamente al ámbito de lo casero – detergentes, línea blanca, utensilios del hogar – y de inmediato las industrias de dietética, cosméticos y cuidado de la piel sustituyeron el modelo de la ama de casa feliz por el de la modelo joven y atractiva como árbitro de lo femenino. La revolución sexual promovió el descubrimiento de la sexualidad femenina y los derechos reproductivos llevaron a las mujeres a controlar sus cuerpos al tiempo que el peso de las modelos bajó un 23 por ciento debajo de la mujer promedio y los trastornos alimentarios aumentaron exponencialmente. Con esto se generó una neurosis masiva que promovió el control sobre el alimento y el peso para despojar a las mujeres de su autoestima y control. Las mujeres insistieron en politizar la salud y paralelamente las nuevas tecnologías de cirugías cosméticas invasivas se desarrollaron para ejercer un nuevo control sobre el cuerpo femenino: implantes en senos, liposucción, reducción de tallas por operación de costilla, operación en nariz, glúteos".¹²

¿Cómo se puede explicar el origen de la contradicción entre delgadez y voluptuosidad que, al mismo tiempo, se unen para configurar un prototipo ideal? Lo anterior se relaciona con la siguiente idea:

"Lo que nos gusta ver es una cosa; lo que nos gusta tener es otra. En las revistas para mujeres se ven mujeres delgadas, altas, algunas veces andróginas. Y en las revistas de hombres vienen mujeres voluptuosas, con formas acentuadas. Un chico prefiere una chica con formas que una delgada. La delgadez disminuye los rasgos femeninos. Ahora

⁹ FERNANDEZ, S. "The Plastic Surgery Craze". Time. 2001. Pág. 26.

¹⁰ El Programa de Reconstrucción Europeo, mejor conocido como Plan Marshall, fue anunciado por el entonces secretario de estado norteamericano, George Marshall, y a él se integraron 16 países europeos con la finalidad de impedir la insolvencia europea después de la Segunda Guerra Mundial, prevenir la expansión del comunismo en Europa y crear una estructura que favorecieran la implantación y el mantenimiento de regímenes democráticos. www.historiasiglo20.org/GLOS/planmarshall.htm

¹¹ "La Responsabilidad de los Medios de Comunicación. (Entre la Hipocresía y el Amarillismo)".

http://www.discriminacion.org/libro_racismo_disc/capitulo_x.htm

¹² WOLF, N. "The Beauty Myth". N.Y. Bantam Books. 1991. Pág. 11.

la ropa y accesorios pueden ser usados por hombres y mujeres. Así crece el mercado al doble".¹³

El hecho de que la sociedad sea bombardeada constantemente con mensajes sobre cómo debe lucir una persona para ser considerada "perfecta", no se limita al aspecto corpóreo; resalta también la importancia del uso de cosméticos, accesorios y prendas de vestir. Si un prototipo es aceptado por la gente, las ventas de los artículos relacionados con el modelo impuesto se elevarán.

Para lograr la imposición de ciertos parámetros, las grandes empresas recurren a personas famosas y con éxito. Las marcas de ropa, maquillaje, perfumes y demás artículos relacionados con la mujer encuentran un anzuelo perfecto en actrices y cantantes cuya fisonomía coincide con el patrón occidental dominante hoy en día.

En diversos anuncios, basta con presentar un rostro o un cuerpo "perfecto" para inducir a las consumidoras a la compra de ciertos artículos. *"Año tras año las firmas de cosméticos y perfumes en el mundo realizan grandes campañas para dar a conocer sus nuevos productos. Estos llamativos despliegues de publicidad, que involucran sobre todo comerciales en televisión y anuncios en la prensa escrita, puntos de venta y demás locaciones estratégicas, tienen como motivo central un hermoso rostro, en el caso de los productos de belleza, o una inquietante y atractiva presencia, en el caso de los perfumes. Se trata de la llamada imagen de la empresa, un rostro o una persona cuyos atributos físicos representan en buena medida el concepto que la compañía desea vender al mercado"*.¹⁴

La moda en el atuendo reviste gran relevancia, dado que es el "empaquetado" que envuelve al ya de por sí predeterminado por los medios, conjunto femenino. La importancia de la ropa está altamente relacionada con la conformación de las diversas tendencias: *"El modelo de vestir de todas las clases sociales y de todas las edades entró en el ciclo de las modas y por lo tanto aquel debe ser objeto de un juicio desde el punto de vista de la moda. Comercialmente hablando, este estado de cosas se traduce en la comprobación de que ningún fabricante ni distribuidor podría ya lanzar al mercado un producto sin atender a las tendencias de la moda"*.¹⁵

Aunque parezca omnipotente, lo cierto es que la moda también tiene ciertas limitantes: *"La última moda de alta costura es cara, y no todo el mundo se siente presionado a tenerla. Pero hay otras modas aparte de la alta costura que se producen a otros niveles y dentro de otros grupos sociales, de modo que poca gente – ni siquiera los niños de preescolar – escapa totalmente a su influencia"*.¹⁶

¹³ Comentario de Vanesa Fréjaville, modelo francesa de 26 años, quien fuera víctima de la anorexia en años anteriores. *DÍA SIETE*. Revista semanal. Artículo: "Legalmente Delgadas". Por Raúl Tortolero. Año 3. Número 129. Pág. 54.

¹⁴ *DÍA SIETE*. Revista semanal. Artículo: "Égeries de la belleza". Por Abdón Flores. Año 4. Número 155. Pág. 54.

¹⁵ YONNET, Paul. "Juegos, Modas y Masas". Editorial Gedisa. Barcelona, 1988. Pág. 224.

¹⁶ O'SHAUGHNESSY, John. *Op. Cit.* Pág. 138.

Las diversas tendencias en ropa y accesorios han sido muy variadas a lo largo del tiempo, y resulta relevante dado que, para presentar sus modelos, las diferentes firmas de alta costura como *Gucci*, *Donna Karan*, *Calvin Klein* y *Gianni Versace* – por mencionar algunas – realizan desfiles de moda en los que presentan lo último en vestuario e imagen, y es ahí donde se puede observar cómo se ha ido modificando el ideal de cuerpo perfecto durante los últimos años, para ir acorde con la nueva moda.

Dentro de ese mundo de modelos y pasarelas, la obsesión por el cuerpo delgado se volvió polémica en 1999, cuando diseñadores de renombre presentaron sus creaciones para mujeres de apariencia exclusivamente espigada. *“La publicidad en los medios de comunicación, así como las tendencias impuestas por los mismos protagonistas de la moda, explotaron al máximo la imagen de la mujer esquelética, casi enfermiza, para proyectar sus diseños. Calvin Klein tenía a su favorita, la modelo Kate Moss, una de las máximas “representantes” de la anorexia en el mundo, las modelos de cuerpos curvilíneos, como Cindy Crawford, se vieron forzadas a adelgazar para seguir vigentes en las pasarelas”*.¹⁷

Dichas innovaciones presentadas por ciertos diseñadores se enfrentaron a múltiples críticas; Calvin Klein,¹⁸ al incluir en su publicidad a niñas extremadamente delgadas y con apariencia de enfermas, fue objeto de diversas quejas y demandas, pues mucha gente consideró que sus campañas fomentaban el aumento de problemas como la anorexia y la bulimia entre las adolescentes deseosas de obtener una figura semejante a la presentada en los anuncios.

Si bien es cierto que fue durante los años noventa cuando el prototipo de la mujer excesivamente delgada causó controversia, su origen se remonta a la década de los sesenta, con la aparición de *Twiggy*. *“Al ser descubierta Lesly Hornby, Twiggy, (ramita) como le apodaban, en los años 60 y con tan sólo 16 años de edad, encantó al mundo con su complexión delgada, casi andrógina, y apariencia juvenil. No obstante, su delgadez no pasó inadvertida. Los padres de familia comenzaron a quejarse de que su imagen escuálida sería imitada por miles de jóvenes, que iniciarían así su camino hacia la anorexia”*.¹⁹

El mundo de la moda, el espectáculo y la actuación han sido los principales promotores del prototipo de belleza femenina, pues aunque en un principio se culpa a los anuncios publicitarios de imponer ciertos patrones de conducta para lograr con ello un aumento en sus ventas, también las novelas, los videos musicales y demás programas dedicados a la juventud actual contribuyen a la reconfiguración estética de la mujer:

¹⁷ DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: “De la Lentejuela al Minimalismo”. Por Fernando Bermúdez. Año 1. Número 10. Pág. 65.

¹⁸ Otro escándalo desatado por Calvin Klein tuvo lugar cuando, a mediados de los años noventa “... puso a modelar a heroinómanos de la calle con sus ojos vidriosos y extraviados, delgadez y desaliño, con ello comenzó una tendencia denominada Heroin Chic. Otras marcas copiaron esa tendencia. Hubo fotos de modelos abandonadas en el piso luego de una fiesta, con pastillas en las manos y la boca ensangrentada”. DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: “Legalmente Delgadas”. Por Raúl Tortolero. Año 3. Número 128. Pág. 52.

¹⁹ DÍA SIETE. Revista semanal. “Pies de Fondo”. Año 3. Número 132. Pág. 61.

"Kate Moss seguramente ejerció una enorme influencia en las adolescentes anoréxicas, pero ella no sólo trabaja en publicidad, sino que también está presente en televisión a través de los videos. La música, los videos y la televisión son tan responsables como la publicidad en la creación y difusión de criterios estéticos".²⁰

Para lograr el impacto necesario en las masas, la publicidad y los promotores de la "imagen perfecta" requieren de los medios de comunicación para llegar hasta los hogares y las mentes de los espectadores, y qué mejor apoyo que la televisión para lograr dicha penetración. Al respecto, Rafael Roda Fernández explica el porqué las personas se sienten atraídas por la televisión.

"La televisión tiene una gran fuerza expresiva, porque se basa en imagen y esto es muy eficaz para interiorizar los mensajes ya que se meten directamente en el subconsciente. Son imágenes con color, música, presentan la realidad con movimiento, viva".²¹

Por su parte, Jesús Requena, al explicar la relación entre televisión y belleza menciona lo siguiente:

"La televisión construye un mundo aparentemente neutro y que supuestamente representa al mundo real. La televisión da una visión de la vida más agradable y con menos problemas de los que hay en la realidad, para conquistarnos. Al estar basada en la imagen, la televisión da demasiada importancia al físico, y las personas que aparecen en el mundo televisivo se ajustan siempre al canon de belleza vigente, lo cual no ocurre en la realidad y esto crea inseguridad en los ciudadanos de a pie. Un buen ejemplo de ello son las series norteamericanas, que más que representar a la juventud, la vulgarizan y simplifican, pero a pesar de ello los jóvenes necesitan sentirse identificados con ellas".²²

¿A qué se debe el hecho de que los medios de comunicación y las tendencias estéticas fomentadas por la mercadotecnia sean consideradas las causantes de problemas de tipo nutricional como la anorexia y la bulimia? En el mundo occidental, que ha sido invadido por la publicidad de las diversas empresas transnacionales, es posible observar un aumento en casos de anorexia a comparación de hace aproximadamente 30 años, época en que la publicidad y la moda no presentaban la delgadez como el tipo ideal.

"Lo que es modelo de belleza hoy, no lo era hace unas décadas. Baste hacer un estudio exploratorio sobre cine a lo largo del siglo pasado para observar los diferentes patrones de belleza en mujeres que se han construido. En un ensayo provocador escrito en 1981 sobre la obsesión femenina por la delgadez de las últimas décadas se lee: "si fuéramos admiradas por tener cuellos redondos como las mujeres de principios de siglo y pudiéramos tener abdomenes abultados y caderas regordetas, miles de mujeres no estarían vomitando ahora".²³

²⁰ "El Espejo de la Publicidad". http://www.unesco.org/courier/2001_07/sp/doss12.htm

²¹ RODRÍGUEZ, Francisco Javier. "La Televisión y los Españoles". Editorial Paraninfo. España, 1992.

²² GONZÁLEZ Requena, Jesús. "El Discurso Televisivo: Espectáculo de la Modernidad". Editorial Cátedra. Madrid, 1988.

²³ CHERNIN, K. "The Obsesión. Reflections on the Tyranny of Slenderness". N.Y. Harper and Row. 1981.

En años anteriores, el rechazo a la obesidad se debía principalmente a los problemas de salud que ésta ocasionaba. Sin embargo, hoy en día la obsesión por tener un cuerpo espigado va más allá: las jóvenes actuales buscan disminuir su peso con el fin de encajar en el modelo de belleza actual, y creen que con eso lograrán la felicidad y el éxito.

"Bombardeadas e influenciadas por la estereotipada belleza de las modelos, muchas personas se encuentran convencidas de que sólo siendo delgadas pueden ser felices, gustar a los demás y gustarse a sí mismas. En una encuesta realizada por la revista estadounidense Esquire, entre mujeres de 18 a 25 años, el 50 por ciento aseguró que prefería morir a estar gorda. En México, el 81 por ciento de las mexicanas quiere bajar de peso y lo hacen a través del empleo de diversos métodos restrictivos".²⁴

Actualmente existen diversas investigaciones relacionadas con la moda y el comportamiento de la juventud actual; algunos de esos estudios han incluido a los medios de comunicación como causantes de diversos fenómenos. Un ejemplo de ello es el análisis realizado por un grupo de la Universidad de Navarra, el cual tiene como finalidad identificar los principales factores que propician el desarrollo de la anorexia y la bulimia: *"...El gran avance de este grupo navarro ha sido cuantificar el tiempo que dedicaban las chicas del estudio a los diversos medios de comunicación. Así han obtenido unos datos objetivos, cuantificables, a diferencia de lo realizado ahora por otros autores".²⁵*

Respecto a la televisión y su participación en la reconfiguración de la dimensión estético física de la mujer, se han realizado algunos análisis de contenido de la publicidad en diversas partes del mundo. En uno de ellos se tomó como muestra a la sociedad estadounidense, arrojando los siguientes resultados:

"Se tienen datos sobre las mujeres estadounidenses expuestas diariamente a entre 400 y 600 comerciales. Esto significa que para cuando ella cumpla 17 años, ha recibido 250 mil impactos publicitarios a través de los medios. Otro estudio mostró que solamente nueve por ciento de los comerciales tienen un mensaje directo sobre la belleza, pero muchos de ellos enfatizan implícitamente su importancia y en particular la femenina, especialmente mujeres jóvenes y niñas. Otro estudio sobre comerciales de juguetes para niños encontró que 50 por ciento de los que se dirigían a mujeres hablaba sobre "atractivo femenino", mientras que ninguno de los que estaban dirigidos a los niños lo hacía. Registraron que el 56 por ciento de los comerciales dirigidos a jóvenes mujeres en televisión y 57 por ciento en revistas femeninas y de moda hablaban de la belleza".²⁶

Además de lo anterior, existen cifras relacionadas con la televisión y el concepto de lo que es agradable y lo que no. *"Otro estudio realizado en EEUU por Myers revela en una muestra de 4.294 comerciales que uno de cada 3.8 de ellos incluyen mensajes sobre "atractivo físico" indicando a los consumidores lo que es y no es atractivo. El mismo*

²⁴ DIA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Relaciones Peligrosas: Moda y Salud". Por Alejandra González Duarte. Año 3. Número 132. Pág. 58.

²⁵ Tomado de una nota publicada en la página de internet www.mifarmacia.es

²⁶ LA VOIE, A. "Media Influence on Teens. The Green Ladies Website". 2000.

estudio reporta que el adolescente promedio ve más de 5.260 mensajes al año que definen la "atractividad".²⁷

En cuanto a investigaciones realizadas en México, no existen aún estudios detallados sobre la reconfiguración estética física de la mujer y sus consecuencias, sin embargo, se sabe que "... Las instituciones médicas y de apoyo terapéutico públicas y privadas están concentradas en el Distrito Federal en donde se registran 18 instituciones de las cuales cuatro realizan un estudio socioeconómico al paciente para determinar el costo de la consulta. Estos son el Instituto Mexicano de Psiquiatría, el Instituto de Nutrición Salvador Zubirán, el Centro Integral de Salud de la Secretaría de Salud y la Fundación CBA. Un estudio realizado en población estudiantil del D.F. informa que se han iniciado una serie de investigaciones en diferentes poblaciones como son pre-adolescentes, adolescentes y adultos, población clínicamente diagnosticada con trastornos alimentarios y grupos de alto riesgo, en los que existe un interés social por el peso, tamaño y forma del cuerpo, entre ellos deportistas, jockeys, bailarines, modelos, actrices".²⁸

La preocupación por el modelo estético imperante hoy en día, y las consecuencias que éste puede traer a las jóvenes que buscan acoplarse a dicho modelo, ha propiciado diversas acciones en todo el mundo, como es el caso del proyecto de ley propuesto por el diputado argentino Leopoldo Moreau:

"A fin de evitar que se siga agravando este fenómeno, y que se vean discriminadas nuestras jóvenes es que propongo en mi proyecto de ley que los fabricantes de ropa femenina deberán confeccionar las prendas en todos los talles, de manera tal que cubran todas las medidas antropométricas de la mujer adolescente. Así como también, que los comercios que vendan ropa de mujer deberán tener en existencia todos los talles correspondientes a las referidas medidas de la mujer adolescente, de las prendas y modelos que comercialicen y ofrezcan al público".²⁹

Por otra parte, en un intento por informar y prevenir a la sociedad respecto a los problemas que puede traer consigo la búsqueda de un físico ideal, se han realizado diversas campañas en algunos países del mundo, las cuales se transmiten incluso a través de la propia televisión, como fue el caso del proyecto desarrollado en Inglaterra a partir del escándalo desatado por la princesa Diana de Gales al confesar su padecimiento de bulimia.

"...En abril de 1998 se transmitió por la TV británica una telenovela sobre una joven bulímica cuyo guión fue revisado por la Asociación Británica de Trastornos Alimentarios. Había preocupación sobre la ansiedad que podría provocar entre el público el tratamiento del tema y se tomó la decisión de mostrar los teléfonos de ayuda que proporciona la ABTA al final de cada emisión. La asociación proporcionó más líneas de

²⁷ MYERS, S. "The Elastic Body Image. The Effect of Television Advertising and Programming on Body Image Distortions in Young Men". Journal of Communication. No. 42. 1995. Pág. 122

²⁸ UNIKEL, Et. Al. "Conductas Alimentarias de Riesgo en Adolescentes Mexicanos. Datos en Población Estudiantil del D.F.". La revista de Investigación Clínica. Volumen 52, No. 2. Marzo-abril.

²⁹ Fragmento de la justificación del Proyecto de Ley propuesto por el diputado Leopoldo Moreau <http://www.leopoldomoreau.com.ar/laborlegislativa/Normas%20para%20la%20confecci%C3%B3n%20de%20indumentarias%20para%20adolescentes%202383-s-99.doc>

apoyo e información durante la emisión de dicha novela. Los resultados fueron sorprendentes, ya que se recibieron casi 10 mil llamadas a lo largo de tres semanas".³⁰

Mucho se ha mencionado ya el hecho de que trastornos nutricionales como la anorexia y la bulimia afectan a la sociedad actual, en especial a las mujeres pero ¿en qué consisten dichas enfermedades?

*"En México, según datos de la Secretaría de Salud, la anorexia afecta principalmente a las mujeres de entre 11 y 25 años de edad, y consiste, básicamente en la no alimentación. Esto no significa que las anoréxicas no sientan apetito, sino más bien, no desean comer. Quien presenta este mal disminuye su ingesta de alimentos o bien presenta episodios esporádicos de comer compulsivamente para enseguida vomitar, laxarse, utilizar diuréticos o realizar ejercicios en forma excesiva y compulsiva".*³¹

Algunas de las principales consecuencias que trae consigo la anorexia son: *"Las chicas anoréxicas se preocupan por las dietas y por estar delgadas y a menudo se ven a sí mismas como robustas a pesar de ser extremadamente delgadas. Su pérdida excesiva de peso ocasiona en algunos casos, encogimiento de órganos, pérdida de minerales en los huesos y arritmia cardíaca. Cerca del 10 por ciento de los pacientes de esta enfermedad mueren, según la Asociación Americana de Anorexia y Bulimia".*³²

Respecto a la bulimia, la Secretaría de Salud explica lo siguiente: *"La bulimia se manifiesta en mujeres y hombres de entre 15 y 35 años de edad. Los bulímicos tienen atracones de comida seguidos de sentimientos de culpa que conducen al enfermo a buscar comportamientos compensatorios: se provocan el vómito, utilizan pastillas para bajar de peso, se sobre ejercitan, entre otras cosas. Cerca del 1.5 al 2.5 por ciento de la población mexicana presenta bulimia".*³³

Un dato por demás preocupante es el hecho de que los efectos originados por el deseo de pertenecer a la nueva "generación espigada" no afectan solo a personas adultas. Estudios recientes demuestran que las adolescentes en pleno desarrollo son las más propensas a caer en problemas de nutrición, y al mismo tiempo, corren el riesgo de sufrir consecuencias fatales.

*"La anorexia nerviosa y la bulimia son trastornos alimenticios generados por el deseo constante de estar delgado y cada vez se diagnostican en personas más jóvenes. Se cree que el 35 por ciento de las anoréxicas tienen menos de 20 años de edad. La bulimia es más difícil de detectar que la anorexia, pero se estima que el 19 por ciento de las jóvenes estudiantes de preparatoria lo padecen".*³⁴

³⁰ "Report of Eating Disorders, Body Image and the Media". British Medical Association/Board of Science and Education. Great Britain. 2000.

³¹ DIA SIETE. Revista semanal. "A Propósito". Año 2. Número 67. Pág. 63.

³² DIA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Nacidas bajo una delgada estrella". Por Alison Motluk. Año 2. Número 67. Pág. 62.

³³ DIA SIETE. Revista semanal. "A Propósito". Año 2. Número 67. Pág. 63.

³⁴ DIA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Relaciones Peligrosas: Moda y Salud". Por Alejandra González Duarte. Año 3. Número 132. Pág. 58.

Existen además riesgos de índole psicológico, tal y como lo han demostrado investigaciones recientes. *"En Gran Bretaña se realizó un estudio en 1994 y reveló que el estereotipo del ideal de extrema delgadez producía depresión, estrés, culpa, vergüenza, inseguridad e insatisfacción corporal en una muestra de mujeres adolescentes"*.³⁵

Además de las consecuencias físicas y psicológicas que se han mencionado con anterioridad, resulta conveniente analizar la reconfiguración estética de la mujer desde una perspectiva social, pues el hecho de que una persona sea delgada o gorda, en la actualidad funciona como un parámetro de discriminación. Así como a lo largo de la historia los negros, judíos u homosexuales han sido víctimas del rechazo y la marginación, ahora la gente obesa tiene que luchar por su aceptación en la vida social.

"Lo que puede parecer un espacio frívolo para el goce de unos cuantos, se transforma en una fuente inagotable de actitudes discriminatorias para aquellos que no calzan en el modelo propuesto. Las muchachas cuyos organismos "no dan" el aspecto exigido, caen en la anorexia y en la bulimia intentando conseguirlo: ambas enfermedades pueden ocasionar y han ocasionado la muerte de sus víctimas. Los adolescentes, por su parte, que no entran tampoco en el modelo, son humillados en los lugares de diversión – donde también se les agrede- y sus posibilidades de encontrar un primer trabajo disminuyen".³⁶

La importancia de la estética y la belleza de la mujer no es un tema nuevo, pero sí lo es el hecho de que, en años recientes, el diseño de un modelo perfecto sea presentado a través de los medios masivos de comunicación, y que influya de diversas formas en los ámbitos que rodean al ser humano en sí.

Una vez que se obtuvieron elementos para situar la investigación, que se configuró un punto de partida a través de los antecedentes y una noción de dónde se ubicaba actualmente el análisis de los temas que interesan para este estudio, se tuvo que plantear hacia dónde se dirige el mismo, y para ello se requirió construir una problematización de la realidad, y al mismo tiempo, delimitar temporal y especialmente los alcances de la indagatoria. Lo anterior se incluyó en el siguiente párrafo, conocido como:

OBJETO DE ESTUDIO

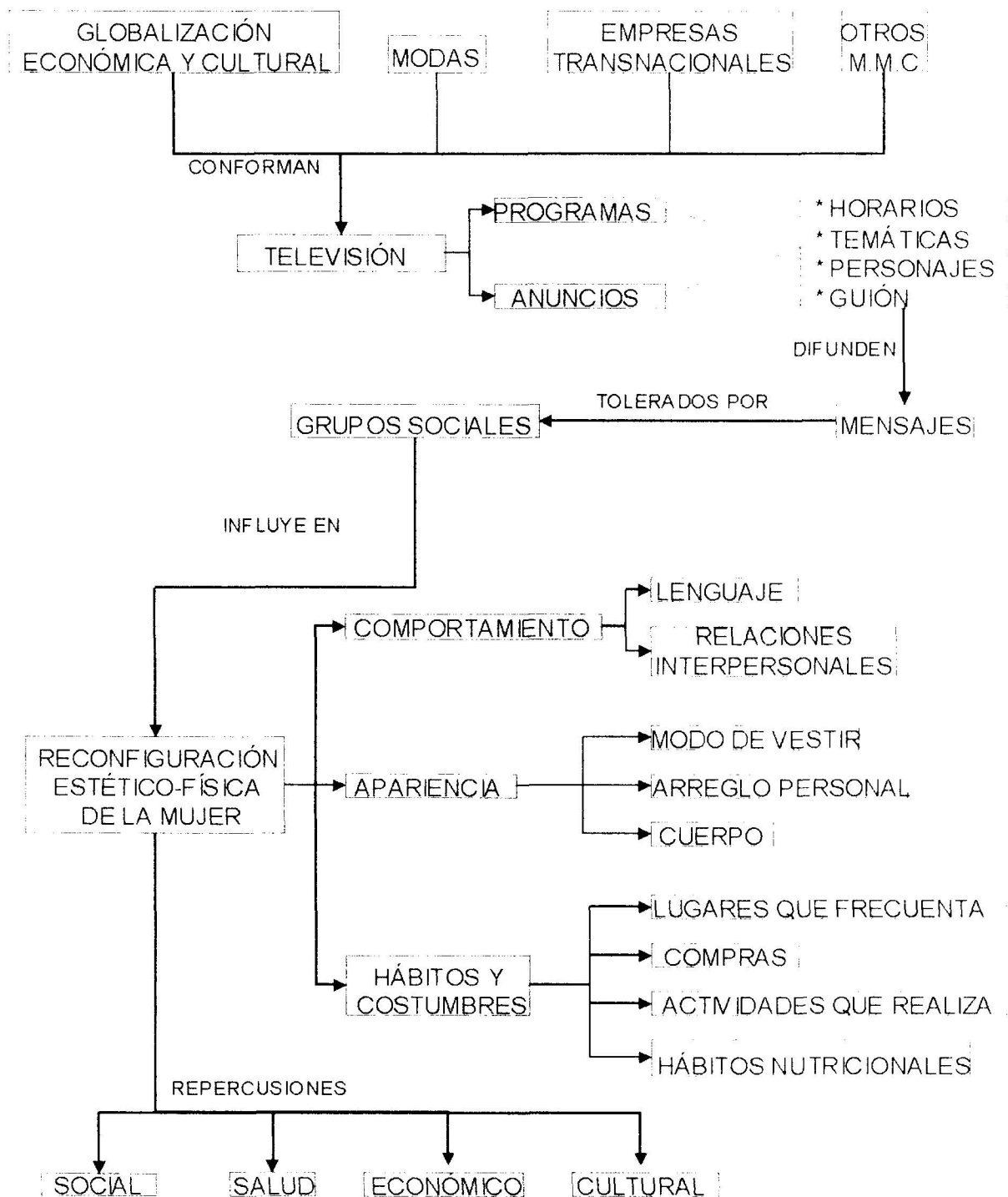
Influencia que ejercen los mensajes de la televisión en la reconfiguración de la dimensión estético física de las adolescentes de 15 a 18 años que estudian en colegio y viven en la ciudad de San Luis Potosí, así como el trasfondo económico y cultural de dichos mensajes, lo que lleva a la venta de prototipos y cánones de belleza, los cuales, al ser consumidos por las mujeres, ocasionan consecuencias a nivel psicológico, social, económico, de salud y laboral, principalmente.

³⁵ STICE, E y Shaw. "Adverse Effects of the Media Portrayed Thin Ideal on Women and Linkages to Bulimic Symptomatology". Journal of Social and Clinical Psychiatry. No. 13. 1994. Pág. 288.

³⁶ "La Responsabilidad de los Medios de Comunicación. (Entre la Hipocresía y el Amarillismo)". http://www.discriminacion.org/libro_racismo_disc/capitulo_x.htm

Para facilitar el desarrollo de ideas durante la investigación a partir de lo que se consiguió como antecedentes y lo que se configuró como objeto de estudio, se creó el siguiente mapa conceptual:

MAPA CONCEPTUAL



A lo largo de la fase exploratoria se plantearon antecedentes y relaciones actuales de diferentes aspectos como la moda, la belleza, la mercadotecnia y la televisión, pero se consideró importante también hacer una valoración empírica sobre la imagen que se tiene de las personas que son de tal o cual complejión, y en lo cual la televisión ejerce influencia. Todo ello se incluyó en el siguiente:

PLANTEAMIENTO

Desde pequeños, a los niños y niñas se les enseña que su apariencia importa. Basta con pensar en los pequeños de tres o cuatro años que continuamente son alabados por ser "tan bonitos". Con una población creciente de niños que pasan mucho tiempo delante de los televisores, hay muchos más que crecen con un sentido superficial de lo que son.

Las imágenes pasan innumerables horas diciendo a la gente los beneficios que trae consigo la pérdida de peso, así como el estar delgado y guapo. Los programas de televisión muestran hombres y mujeres de constituciones esbeltas, poniendo en las mentes del espectador que ese es el tipo de vida deseado. El carácter de las personas con sobrepeso es el retrato típico del holgazán, sin amigos, mientras que las mujeres delgadas y los hombres musculosos son exitosos, populares, deseables y poderosos.

La televisión se vale de todo tipo de métodos para llegar al mercado meta que pretende. Para imponer prototipos y cánones sobre la forma de vida, también se toma en cuenta a los niños y niñas. A las muñecas del tipo *Barbie* a menudo se les ha culpado de jugar un rol importante en el desarrollo de los problemas de imagen corporal y los desórdenes alimentarios, pues no sólo tienen unas proporciones ficticias, sino que también se centran en aumentar la creencia de que las posesiones materiales, la belleza y la delgadez son sinónimo de felicidad.

La mercadotecnia a través de la televisión impone estilos de vida y constitución física de una manera tal que ha logrado impactar en los diversos ámbitos del ser humano, específicamente de la mujer, pues en la búsqueda de status, pertenencia a un grupo, seguridad y autoestima se ven relacionados diversos aspectos de índole económico, social, cultural y psicológico, principalmente.

DELIMITACIÓN

Para lograr los propósitos de la investigación, fue necesario especificar un sector de la población femenina que sirvió como muestra para realizar el trabajo de campo. Dicha muestra incluyó adolescentes que viven en la ciudad de San Luis Potosí y estudian el bachillerato. Se eligió esa etapa escolar porque la mayoría de las personas que se ubican en la adolescencia se encuentran en ese nivel de estudios.

Dado que la mayoría de las adolescentes que estudian bachillerato se ubican dentro de un cierto parámetro de edad, éste se tomó en cuenta como la medida para evaluar la muestra, es decir, las personas incluidas en el estudio de campo tienen entre 15 y 18 años. Además se tomó en cuenta que las personas que formaron parte de esta investigación estudiaran en colegio privado, y tuvieran acceso a los programas y comerciales difundidos a través de la televisión.

Pero no bastó sólo con definir el objeto de estudio y escoger el sector específico de la población que se iba a someter a análisis, sino que además se requirió plantear los objetivos específicos de la investigación, así como diversas interrogantes, para tener más claro hacia dónde se dirigiría el estudio, y sobre todo, qué es lo que se quería resolver a través del mismo.

OBJETIVOS

- Determinar el grado de influencia que posee la televisión, mediante el establecimiento de cánones y prototipos bien definidos, en la reconfiguración de la dimensión estética de la mujer actual.
- Analizar el contenido de las propuestas que presentan los programas de televisión dirigidos a la juventud actual, así como los comerciales que se proyectan durante la transmisión, y el impacto de dichas herramientas mercadológicas -utilizadas por las empresas transnacionales dedicadas a la venta de ropa y productos de belleza- en el comportamiento y las acciones de las jóvenes. Todo ello mediante el estudio de las propuestas publicitarias y la forma en que éstas son percibidas por los consumidores.
- Razonar si existe o no influencia de la televisión en la reconfiguración físico-estética de la mujer actual; en caso afirmativo, especificar el sector social en que sucede dicho fenómeno, así como su repercusión en las relaciones interpersonales.
- Evaluar las consecuencias que trae consigo el impacto de los mensajes mercadológicos de la televisión en la mentalidad de las adolescentes potosinas, específicamente en aquellas cuya edad oscila entre los 15 y 18 años y estudian bachillerato en colegios privados.
- Fomentar que las jóvenes tomen conciencia de su valor como personas, a fin de evitar que el excesivo cuidado de la apariencia estética repercuta en aspectos como la autoestima, las relaciones personales, la economía y la salud.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- Los propósitos de la televisión, dirigidos a buscar un estereotipo estético de la mujer ¿están asociados con el modelo capitalista que prevalece hoy en día?
- ¿Cuáles son las estrategias utilizadas por la televisión para lograr una penetración determinante en la mujer?
- ¿Cuál es la importancia de la globalización dentro de la constitución de prototipos de belleza a nivel mundial?
- ¿Qué tan eficientes resultan las campañas publicitarias lanzadas por las empresas transnacionales relacionadas con el aspecto físico de la mujer (ropa, maquillaje, accesorios)?
- ¿Qué importancia tiene el discurso basado en imágenes en la construcción de mensajes dirigidos a las jóvenes actuales?
- ¿Está la mujer conforme con los cánones y parámetros que la televisión le impone?
- ¿Qué impacto y consecuencias tiene la venta de prototipos de belleza?

- ¿El aspecto físico de las mujeres influye en la constitución de relaciones interpersonales?
- ¿Qué tanto influye la preocupación de las mujeres por su aspecto físico en sus gustos y preferencias?
- ¿Qué relación tienen las artistas y/o modelos de la televisión con las aspiraciones y deseos de las mujeres?

Hasta este momento, ya se sabe qué y a quién se analizará durante el desarrollo de la investigación, pero falta definir con claridad por qué se decidió efectuar este estudio, las razones por las que reviste importancia a nivel social, y aunque ya se incluyó un adelanto al inicio del presente texto, a continuación se explican a detalle los razonamientos que motivaron la realización de este trabajo.

JUSTIFICACIÓN

Durante los últimos años, aspectos como la complexión física de la mujer, su forma de vestir y de peinarse, así como los accesorios y cosméticos que usa, han adquirido enorme relevancia, pues lo que antes parecía ser sólo parte de las modas en constante cambio, hoy en día se ha convertido en una forma de homogeneizar a las diversas sociedades, con base en estereotipos y cánones establecidos a través de los diferentes mensajes que los medios de comunicación presentan día con día.

En los últimos años, las mujeres mexicanas han tratado de demostrar que pueden ocupar un lugar importante dentro de la sociedad, así como su deseo por terminar con esa visión machista que hasta hace una década imperaba no sólo en México, sino en gran parte del mundo. Hoy en día es posible encontrar cada vez más representantes del sexo femenino en universidades, despachos, hospitales, fábricas, entre otros, sin que eso signifique el descuido de las labores del hogar.

Todo ello ha traído como consecuencia un replanteamiento del papel de la mujer en la vida social, y poco a poco, el reconocimiento de las capacidades y habilidades que caracterizan al sexo femenino contribuye al desarrollo y crecimiento de la sociedad mexicana actual.

Dicha situación ha sido utilizada por la mercadotecnia, pues ha relacionado la idea de esa mujer exitosa y deseosa de sobresalir, con un estereotipo muy bien definido a través del cual se vende la idea de que es necesario ser de complexión delgada pero voluptuosa, alta, de rasgos finos y vestida de cierta forma, para alcanzar una vida plena.

A través de los medios de comunicación, la mercadotecnia ha logrado penetrar en la mente de la gran mayoría de las jóvenes actuales; las campañas publicitarias que se presentan en televisión anuncian ya no sólo productos, ahora venden prototipos y modelos a seguir. El comercio se ha extendido hasta promover formas de vida que, a la larga, beneficien las ventas de las grandes empresas.

¿Porqué la televisión es reconocida como el medio de comunicación con mayor impacto en el público? Existen diversos factores, entre ellos el hecho de que tanto elementos auditivos como visuales puedan unirse para atraer la atención del espectador. Además

es un medio que en los últimos años se ha vuelto de fácil acceso para la gente, incluso en algunos casos, indispensable.

La televisión logra unir en sí misma diversas formas de expresión del ser humano, y se complementa con los demás medios de comunicación existentes hoy en día. En pocas palabras, ese aparato al que muchos llaman "la caja boba" sirve como un espacio en el que se fusionan ideas, sentimientos y nuevas tecnologías; lo importante es ver si el resultado de dicha unión resulta benéfico o nocivo para la sociedad.

Debido al constante proceso de aculturación al que se ven sometidos los diversos grupos sociales de la actualidad, las personas poco a poco van perdiéndose en el mundo de opciones que se le presentan, por lo que se ha generado una crisis de identidad que origina que las personas, principalmente los jóvenes, busquen prototipos con los cuales puedan identificarse y que les brinden la esperanza de lograr algo en la vida.

Los sujetos que la televisión muestra son vistos como modelos a seguir y la juventud actual, al identificarlos como gente exitosa, adopta dichos prototipos. ¿Cómo se logra dicha apropiación? El hecho de que las producciones audiovisuales cuenten con elementos tanto de imagen como de sonido, logra transmitir a los espectadores la idea de que lo que están presenciando es la realidad en sí, sin tomar en cuenta que la televisión no es más que la representación de una pequeña porción de lo existente, o incluso, una manipulación de la realidad, es decir, una ficción.

Para muchas mujeres, el deseo inconsciente de superación las orilla a adoptar los modelos que, mediante el buen manejo del discurso audiovisual, la televisión transmite como prototipo de vida. Sin embargo, eso no significa que las adolescentes no adquieran conciencia de los propósitos que tienen los mensajes televisivos, e incluso pueden razonarlos y no estar de acuerdo con ellos, pero finalmente, se apropian de ellos con tal de encajar en la sociedad.

La reconfiguración de la dimensión estética de la mujer resulta relevante por su repercusión en otros aspectos de la vida de la mujer. Es un fenómeno que afecta principalmente la economía de las personas involucradas (los gastos van desde los cosméticos hasta tratamientos reductores), la vida social (las relaciones y pertenencia a ciertos grupos se determina a partir de cómo te ven), el aspecto psicológico (es posible el surgimiento de traumas y complejos por no pertenecer a) y la cuestión biológica (desórdenes alimenticios como la anorexia y bulimia).

Se han realizado diversas investigaciones acerca de la mercadotecnia y su impacto en diversos ámbitos de la sociedad —dependiendo del tipo de publicidad que se maneja— sin embargo, resulta interesante ver de qué forma los medios de comunicación logran imponer prototipos y estilos de vida, pues a partir de ello es posible entender el porqué las personas hoy en día actúan de tal o cual manera, y así lograr establecer un panorama de hacia dónde nos llevaría esta situación, de continuar así.

HIPÓTESIS

- Las empresas transnacionales, al tratar de elevar las ventas de sus productos, han impuesto en los últimos años estereotipos y parámetros de lo que debe ser la mujer actual, tanto en actitudes como en aspecto físico, dando origen a una nueva concepción de lo estético.
- La mujer, a través de la apropiación de los prototipos de belleza proporcionados por la televisión, funda su valor en la dimensión físico-estética, esperando con ello una aceptación en la vida social en que se desenvuelven y, al mismo tiempo, obtener cierta identidad dentro del mundo globalizado que impera hoy en día.
- Los medios de comunicación, a través del uso de diálogos e imagen, apelan a la necesidad de autoestima, status y búsqueda de posición social para penetrar en las masas y así imponer un prototipo de belleza corporal que ayude a cumplir con los intereses mercadológicos.
- La reconfiguración del aspecto estético de la mujer trae consigo consecuencias en los diferentes ámbitos que le rodean: económico, socio-cultural, psicológico y físico.
- En caso de que los medios de comunicación sean quienes establecen los patrones de belleza y conducta que rigen a la mujer, el resultado será un desequilibrio en las prioridades del sexo femenino, provocando con ello un estancamiento en el desarrollo de la vida humana, y una pérdida de valores y conductas adecuadas que benefician a la sociedad, pues se otorgará mayor importancia al ¿Cómo luzco? y no al ¿Cómo pienso?

CAPÍTULO 2:

MARCO TEÓRICO

La investigación social, como su nombre lo indica, está íntimamente relacionada con el análisis de ciertas características de la sociedad, del comportamiento humano y de los grupos que conforman las civilizaciones.

Precisamente, a lo largo del presente texto, se analizó el comportamiento de una parte de la sociedad: las adolescentes. De ellas se estudiaron sus gustos, la forma en que se relacionan con los demás y los aspectos que más les llaman la atención.

Pero para comprender mejor el aspecto social y los vínculos interpersonales, se requirió tener una noción de conceptos básicos, no sólo desde una perspectiva antropológica, sino también psicológica.

¿Por qué desde esas dos perspectivas? Si se toma en cuenta que la antropología es el "estudio del hombre y su cultura"³⁷, mientras que la psicología es "la ciencia que estudia la conducta, los procesos mentales y la personalidad del hombre, considerado individualmente, a lo largo de su vida y en su búsqueda por dar a ésta un sentido que le permita trascender más allá de sí mismo",³⁸ se comprende que ambas ramas están íntimamente relacionadas con el análisis del ser humano.

Como se mencionó párrafos atrás, se estudió un grupo social, pero ¿en qué consisten éstos? Según Bertha Yoshiko Higashida, autora del libro *Ciencias de la Salud*, un grupo social puede definirse como un número de personas cuyas relaciones se basan en un conjunto de roles y posiciones sociales, comparten ciertos valores y creencias, y son tan conscientes de sus relaciones recíprocas que son capaces de diferenciarse a sí mismos frente a los demás. Además, la autora identifica como características grupales, la interacción, los valores, las creencias compartidas y la conciencia espiritual.

Los grupos se dividen en dos: primarios y secundarios. Los grupos primarios se caracterizan "porque tienen relaciones estrechas e íntimas, por ejemplo el grupo de juego, los amigos, la familia y en algunas ocasiones los vecinos. A diferencia de la familia cuya existencia y organización está institucionalizada, en los otros grupos, las relaciones son espontáneas y personales".³⁹

En toda sociedad, los grupos primarios constituyen una base importante, ya que prácticamente no existe persona que no esté inmersa en dichas asociaciones, mismas que tienen cierto impacto en cada persona, en su comportamiento y su personalidad, definida ésta última como "la organización dinámica interna del individuo, de aquellos sistemas psicofísicos que determinan su conducta y pensamientos característicos".⁴⁰

"El grupo primario influye en el desarrollo de la personalidad, proporciona al individuo afecto, seguridad e intimidad, sirve también para llevar a cabo un control social porque al individuo le interesa la opinión de las personas y se va a ajustar a las normas del

³⁷ SALZMANN, Zdenek. "Antropología; Panorama General". Publicaciones Cultural. México, 1995. Pág. 4

³⁸ ZEPEDA Herrera, Fernando. "Introducción a la Psicología. Una Visión Científico Humanista". Alhambra Mexicana. México, 1994. Pág. 30.

³⁹ HIGASHIDA Hirose, Bertha Yoshiko. "Ciencias de la Salud". McGraw Hill. México, 1990. Pág. 247.

⁴⁰ ZEPEDA Herrera. *Op. Cit.* Pág. 304.

grupo para obtener su aprobación y respeto, por esa razón, el grupo primario sirve de moderador entre el individuo y la sociedad en que vive".⁴¹

Entre los grupos primarios, destaca aquel al que casi todos los individuos pertenecen desde su nacimiento: la familia, definida desde el aspecto psicológico como "la unidad de protección emocional y afectiva, es en ella donde se manifiestan las primeras emociones, forma los roles sexuales. Desde ahí empieza la socialización".⁴²

Según el número de sus integrantes, existen tres tipos de familia:

- a) Nuclear elemental: Es aquella formada únicamente por padre, madre e hijos.
- b) Extensa: En ella convergen varias generaciones, es decir, puede incluir abuelos, hijos, hijos políticos o nietos.
- c) Familia compuesta: Puede existir poligamia o poliandria. Este tipo no es aceptado en la sociedad occidental.⁴³

Hay otra categorización, según las reglas y los roles de cada integrante de la familia:

- a) Rígida tradicional: No puede modificar las reglas que considera adecuadas.
- b) Rígida en transición: Va modificando los roles tradicionales.
- c) Igualitaria: Hombre y mujer tienen las mismas posibilidades de desarrollo personal.
- d) Laxa: Los roles de sus integrantes son contradictorios, hay conflicto de autoridad y no existen valores.⁴⁴

Además de los grupos primarios, existen los secundarios, entre los que se incluyen grupos religiosos, sindicatos, corporaciones de negocios, fábricas, oficinas de gobierno, etcétera. Dentro de dichos grupos se distinguen tres tipos generales:

- a) La asociación que se forma por individuos que buscan alguna finalidad semejante o defienden intereses comunes, por ejemplo: los sindicatos.
- b) Los grupos étnicos formados por individuos que comparten una tradición cultural (creencias, religión, lenguaje etcétera).
- c) Las clases sociales que con frecuencia están relacionadas con el grupo étnico.⁴⁵

Ahora bien, en toda sociedad existen clases sociales, las cuales hoy en día suelen relacionarse principalmente con el aspecto económico, y aunque en esta investigación no se especificaron rangos de ese tipo, al menos se determinó que las adolescentes estudiadas cursaran el bachillerato en colegios de paga. Dicho grupo, incluso, forma parte de una clase social, pues ésta se define como "uno de dos o más grupos cuyos miembros adquieren su sentido de unidad mediante las condiciones distintivas que comparten".⁴⁶

La sociedad, pues, como ya se explicó, está conformada por diversos grupos, los cuales inevitablemente impactan a cada ser humano, lo vuelven partícipe de diversas actividades y ejercen cierta influencia, y como mencionan algunos antropólogos, "el

⁴¹ HIGASHIDA Hirose. *Op. Cit.* Pág. 247.

⁴² *Ibidem.* Pág. 248.

⁴³ *Idem.*

⁴⁴ *Ibidem.* Pág. 249.

⁴⁵ *Ibidem.* Pág. 251.

⁴⁶ SALZMANN, Zdenek. *Op. Cit.* Pág. 240.

hombre es un animal social, es decir, que su desarrollo es modelado por la sociedad, depende de la sociedad durante un periodo más largo que cualquier animal".⁴⁷

En efecto, los seres humanos son sociables por naturaleza, y buscan constantemente establecer relaciones interpersonales, a las que dan un valor muy importante, sobre todo por la necesidad de afecto y estima. En otras palabras, a lo largo de su vida, en reiteradas ocasiones establecen contacto con otros humanos, el cual, según los psicólogos, se manifiesta *"en la forma como nos atraen o atraemos a las personas, por la manera en que nos influimos unos a otros, el modo en que nos comunicamos, por la vivencia de los procesos grupales, etcétera"*.⁴⁸

Ya se mencionó con anterioridad, los grupos sociales influyen en la personalidad de los individuos, y dicha influencia puede efectuarse a través del aprendizaje, mismo que se puede lograr a través de tres vías:

- a) El refuerzo, castigo o extinción.
- b) El modelaje e imitación.
- c) Aprendizaje vicario: Incluye las dos formas anteriores, pero a través de una tercera persona (experimentar en cabeza ajena)⁴⁹

Y ya que se habla de influencia, uno de los grupos que más resiente ese aspecto son quienes se encuentran en la etapa de la adolescencia, y es precisamente una parte de ese sector poblacional, el de las mujeres, el que interesa para la presente investigación. Por ello, resultó indispensable conocer las características de las adolescentes.

Por principio de cuentas, adolescencia –que proviene del latín *adolescere*: crecer- se define como *"la etapa de la vida del individuo que se inicia con la pubertad, culmina en la aptitud fisiológica para la reproducción y termina cuando el individuo está preparado física, emocional y socialmente para responsabilizarse por sí mismo y desempeñar su papel social de adulto"*.⁵⁰

Aunque para los expertos en biología resulta complicado establecer a qué edad empieza la adolescencia, ya que en ello incluyen el clima, la raza, el grado de nutrición y las enfermedades de cada persona, se calcula que la mayoría de las mujeres ingresan a esa etapa a los 14 años.

Antes de convertirse en adolescentes, todos los seres humanos pasan por la etapa de la pubertad, en la que enfrentan diversos cambios físicos y fisiológicos y psicológicos. En el caso concreto de las adolescentes, éstas experimentan la aparición de vello en diversas partes del cuerpo, el desarrollo de los senos, el incremento en la actividad de las glándulas sudoríparas y sebáceas, el crecimiento del útero y el ensanchamiento de caderas, además de la aparición de la menstruación.⁵¹

En cuanto a los cambios psicológicos, éstos se presentan más en la adolescencia que en la pubertad, y consisten principalmente en:

⁴⁷ SALZMANN, Zdenek. *Op. Cit.* Pág. 215.

⁴⁸ ZEPEDA Herrera, Fernando. *Op. Cit.* Pág. 322.

⁴⁹ *Ibidem* Pág. 334.

⁵⁰ HIGASHIDA Hirose. *Op. Cit.* Pág. 259.

⁵¹ *Ibidem*. Pág. 260.

- 1.- La aceptación de los cambios físicos y de la sexualidad: El adolescente puede manifestarse preocupado, interesado o indiferente. Generalmente se llena de dudas e inquietudes, se preocupa por lo que los demás piensen de él, y teme tener un aspecto que no esté a la altura de las exigencias sociales, empieza a sentir atracción sexual.
- 2.- Siente la necesidad de un nuevo concepto del yo y de una nueva identidad, porque entra a un mundo que parece no estar hecho para él. Al no encontrar su lugar, integra su propio grupo con personas iguales a él, con los mismos grupos y los mismos problemas, sus sentimientos cambian y pueden variar mucho, desde sentirse mal hasta tener una alegría inmensa, trata de encontrarse a sí mismo, y también se identifica con modelos y levanta ídolos que cambia con frecuencia.
- 3.- Siente la necesidad de encontrar un nuevo significado a su existencia, cambia su marco de referencia familiar por otro externo al hogar, puede ir desde la sumisión a los patrones sociales hasta la rebeldía total.
- 4.- Necesita sentirse autónomo, razón por la cual se rebela contra la autoridad, tiene conflictos con sus padres por querer independizarse pero por el otro lado desea seguir bajo su protección.⁵²

Se conformó ya un bosquejo de la sociedad y los grupos que la componen, a partir de puntos de vista psicológicos y antropológicos, pero para la psicología, existe otro aspecto digno de estudio, y al que muchos especialistas en esa materia le han dedicado especial importancia: la mente humana.

Muchos psicólogos desarrollaron teorías sobre ese tema, pero para la que más interesó para los propósitos de la presente investigación fue el psicoanálisis, desarrollado por Sigmund Freud a fines del siglo XIX y principios del siglo XX.

Dentro de sus investigaciones, Freud recurre a diversos conceptos como libido, sexualidad, complejo de Edipo, hipnosis entre otros. Para algunos autores, lo más destacable dentro del psicoanálisis, es el estudio de *"...la contradicción entre la naturaleza humana (los voluptuosos deseos pulsionales) y las formas actuales de su renuncia y satisfacción de su estructura (adquirida en procesos de socialización...)"*.⁵³

Freud no sólo se ocupa del funcionamiento del cerebro y sus diversas áreas, sino de la vida social de cada individuo y cómo ésta afecta su comportamiento, pues se da cuenta que la constitución mental de cada persona se conforma según los estímulos externos. *"El psicoanálisis no tiene nada que ver con la "naturaleza", sino con la naturaleza elaborada, modificada históricamente; no con el espíritu, sino con una pulsión sublimada; no es ciencia de la naturaleza ni de la mente, sino social"*.⁵⁴

Algunos de los principales aspectos explicados por Freud –y los de mayor interés para la presente investigación- fueron las regiones de la mente (consciente, preconsciente o

⁵² *Ibidem*. Pág. 261.

⁵³ DAHMER, Helmut. "Libido y Sociedad. Estudios sobre Freud y la Izquierda Freudiana" Siglo veintiuno editores. México, 1983. Pág. 88.

⁵⁴ *Ibidem*. Pág. 63.

subconsciente e inconsciente), los procesos del subconsciente y las relaciones entre el yo, el súper yo y el ello.

Mucho se habla de las regiones de la mente y lo que se localiza en cada una de ellas, pero para comprender mejor en qué consisten y su mecanismo de funcionamiento, fue necesario conocer la definición de cada una de ellas.

Para comenzar, existe un área del cerebro en que se ubica todo aquello que le es conocido al sujeto: "...El ser humano posee una "primera" zona de la que el individuo está al tanto, es decir, de la que se da cuenta y en la que posee dominio de los contenidos que maneja. El consciente es el lugar donde se ubica el yo, y está constituido por los contenidos de los que la persona se da cuenta en un momento determinado".⁵⁵

El yo es un elemento más o menos equilibrado, como resultado de las presiones del súper yo y el ello, y es lo que origina un cierto comportamiento por parte del individuo.

Además del yo, existe en la conciencia otro elemento proveniente de las reglas impuestas por la sociedad en que se vive. "En el consciente también radica el súper yo o -para Freud- la conciencia moral. "No hay en nosotros nada que tan regularmente separemos de nuestro yo y enfrentemos a él como precisamente nuestra conciencia moral", diría Freud. Por esto es que la conciencia moral también es consciente".⁵⁶

¿Por qué se dice que la conciencia moral es producto de la sociedad en que se vive? Fernando Zepeda, en su libro *Introducción a la Psicología* lo explica de la siguiente manera: "Las normas sociales, tales como las leyes de un país, la ética, los principios religiosos, los valores culturales, etcétera, en su conjunto constituyen el súper yo, el cual actúa como una especie de policía que cuida que la conducta de las personas se mantenga dentro de los cánones establecidos por el grupo social al que se pertenece".⁵⁷

Además del consciente, existen otras dos regiones de la mente. Una de ellas sirve como almacén de los pensamientos que no se requieren constantemente, pero con un estímulo del exterior, alguno de esos recuerdos pueden salir a flote: "Visualizado como un lugar mental, el subconsciente es un puente de conexión entre consciente e inconsciente. En él se almacenan los recuerdos, imágenes e ideas que permiten una mejor operación de la mente. Por consiguiente en él residen la imaginación y la memoria".⁵⁸

En otras palabras, la principal función del subconsciente -también llamado preconsciente- es servir como área de soporte del cual se puede tomar material de apoyo para actividades sensoriales, perceptivas e intelectuales del consciente.

⁵⁵ ZEPEDA Herrera. *Op. Cit.* 164.

⁵⁶ *Idem.*

⁵⁷ *Ibidem.* Pág. 28.

⁵⁸ *Ibidem.* Pág. 167.

Todos aquellos pensamientos considerados "irrelevantes" se guardan en el subconsciente; como consecuencia de un sonido, una imagen o algún estímulo proveniente del exterior, uno o más recuerdos guardados en la memoria se vuelven conscientes.

Existe una tercera región de la mente, quizá la más compleja, puesto que resulta casi imposible acceder a ella. Según Freud, los únicos caminos para conocer lo que se ubica en el inconsciente, son la hipnosis y la interpretación de los sueños, pues es ahí donde se acumula todo aquello que escapa del conocimiento personal, es decir, de lo que no se tiene conciencia.

Es en el inconsciente donde se gestan trastornos como la neurosis y la esquizofrenia, debido a la represión acumulada de instintos y sentimientos originados desde la niñez del individuo. *"Una suposición esencial de la teoría freudiana es que los conflictos inconscientes involucran deseos y pulsiones (instintos), originados en las primeras etapas del desarrollo..."*⁵⁹

Pero en sí ¿qué es el inconsciente? *"Para Freud, el inconsciente era una especie de receptáculo donde depositamos todos aquellos contenidos mentales que no son aceptables por la persona ni por las normas y costumbres sociales"*.⁶⁰

Tanto el yo como el súper yo se han descrito con anterioridad, pero para completar la mención de los conceptos y las regiones de la mente formuladas por Freud, es necesario definir otro elemento que se localiza en el inconsciente: *"El ello se forma de los impulsos instintivos del hombre, que podrían resumirse en dos: uno amoroso o erótico y uno destructivo o tanático"*.⁶¹

Como se puede observar, el proceso mental es muy complejo, no sólo por todos los elementos que lo constituyen, sino por las variantes que cada persona presenta. Para lograr una mejor comprensión del funcionamiento del cerebro, y la forma en que los mensajes mercadológicos logran impactar en la mente del ser humano, se requirió tomar en cuenta lo descrito por Helmut Dahmer, basado en las teorías freudianas:

"A la conciencia llegan las representaciones y las mociones desiderativas por el lenguaje; más exactamente, por la conexión de las "representaciones (inconscientes) de cosa" con las correspondientes "representaciones (preconscientes) de palabra". Las últimas son incluso auditivas (eventualmente visuales), recuerdos de percepción y la conexión con ellas vuelve accesibles las "representaciones de cosa" de la percepción interna, las hace capaces de conciencia".⁶²

La teoría de Freud se tomó en cuenta para la presente investigación, principalmente por su explicación de la lucha entre lo que la persona desea y la conciencia moral, lo que los demás le dicen que debe hacer. Además, aunque Freud menciona las etapas de la mente, al analizar lo dicho por Dahmer, se consideró la idea de que los mensajes

⁵⁹ Enciclopedia Microsoft Encarta 2000.

⁶⁰ ZEPEDA Herrera. *Op. Cit.* Pág. 165.

⁶¹ ZEPEDA Herrera. *Op. Cit.* Pág. 28.

⁶² DAHMER, Helmut. *Op. Cit.* Pág. 70.

emitidos por la televisión a las adolescentes llegan a la conciencia, y no como "subliminales", es decir, las adolescentes no actúan como "simples borregos", sino que están conscientes de los mensajes que reciben, y de cómo actúan ante ellos.

Para entender mejor la forma en que reciben las adolescentes los mensajes, resultó conveniente incluir en este marco teórico otros conceptos relacionados con la mente humana, tales como sensación y percepción.

Una sensación es descrita como *"el proceso o experiencia elemental que es provocada cuando un estímulo excita un receptor. Cuando nuestros ojos son estimulados por un rojo intenso, o nuestros oídos captan un sonido estruendoso, estamos sintiendo"*.⁶³

Las sensaciones no son lo mismo que las percepciones, y ello se demuestra con las siguientes diferencias:

- a) Se considera sensación exclusivamente la excitación de algún receptor corporal al recibir una estimulación, mientras que percibir consiste en identificar en qué consistió esa simulación y cómo es que se produjo.
- b) La sensación requiere de un proceso meramente mecánico o químico, en el cual el organismo reacciona de acuerdo con las características naturales de un sistema nervioso, mientras que en la percepción intervienen la experiencia y el aprendizaje previos
- c) En la sensación simplemente se captan los estímulos, mientras que en la percepción éstos son interpretados⁶⁴.

"Podría decirse que una percepción es cuando después de captar el rojo intenso, nos damos cuenta de que es un color rojo, que corresponde a la pintura de un automóvil y que es nuestro agrado o que no nos gusta".⁶⁵

Aparte, uno de los puntos centrales de la investigación tiene que ver con el interés de algunas empresas por vender a toda costa sus productos, incluso imponiendo prototipos de belleza para que las jóvenes compren lo necesario para lucir como quienes aparecen en televisión.

Las empresas crean necesidades en las adolescentes, les hacen creer que realmente necesitan cierta falda, blusa, pantalón o accesorio para verse bien y "ser alguien en la vida", y de marcas específicas.

¿Cómo logran las empresas crear esas necesidades? Por principio de cuentas, se basan en una tabla denominada Pirámide de Maslow, la cual indica que toda persona necesita relaciones sociales, estima y autorrealización. A partir de esas necesidades básicas, se crean otras nuevas necesidades, que ni siquiera son esenciales para la vida del ser humano.

⁶³ ZEPEDA Herrera. *Op. Cit.* Pág. 111.

⁶⁴ *Ibidem.* Pág. 113.

⁶⁵ *Idem.*

Pirámide de Maslow⁶⁶:



Ahora bien, no basta con que las empresas se valgan de las cinco necesidades básicas del ser humano para crear nuevas necesidades, sino que tienen que convencer a la gente de que lo que le ofrecen es lo que más le conviene, y para ello se valen de la persuasión.

Según los psicólogos, persuadir *"es el fenómeno de la comunicación que se efectúa con el único propósito de provocar cambios en actitudes o en conductas de quienes la reciben, puede provocarse en contactos interpersonales o en comunicaciones masivas, por medio de comunicación verbal o no verbal"*.⁶⁷

¿Cómo consiguen las empresas persuadir a la gente? Hybels y Weaver II, expertos en psicología, consideraron que la persuasión se consigue a través de tres vías diferentes, pero combinables:

- a) Logos: Utilizando pruebas objetivamente sólidas y razonamientos lógicamente bien estructurados.
- b) Pathos: Cuando utilizando los sentimientos y actitudes del oyente, se establece una clara relación entre ellos y el cambio que el persuasor pretende lograr.
- c) Ethos: Cuando la persona que desea lograr la persuasión en otra, se presenta como un individuo que por su buena voluntad, su buen juicio y su carácter accesible, tiene la autoridad moral o el poder socialmente reconocido para solicitar el cambio requerido.⁶⁸

¿A través de qué se logra persuadir a la gente? Cuando se trata de temas políticos, se recurre a la propaganda, y en el caso de otro tipo de productos, sobre todo con fines comerciales, se utiliza la publicidad, ambas *"pretenden lograr un posicionamiento en la*

⁶⁶ ZEPEDA Herrera, Fernando. *Op. Cit.* Pág. 360.

⁶⁷ *Ibidem* Pág. 364.

⁶⁸ *Idem.*

*mente del público, es decir, conseguir que los integrantes de una sociedad logren asignar una posición específica a cada producto en su mente".*⁶⁹

La televisión en la actualidad es uno de los medios de comunicación que más sirven a las empresas para transmitir mensajes y persuadir a la gente, con base en imágenes y sonidos, y ya no sólo mediante comerciales, sino incluso a través de programas televisivos.

Por ello, en este marco teórico se incluyen las bases de un estudio comunicativo ya que, al incluir a la televisión como principal factor de influencia en la reconstitución del imaginario colectivo, se tuvieron que estudiar no sólo los mensajes, sino la forma en que los programas y, en general, las producciones televisivas logran influir tanto en el comportamiento como en las decisiones de los espectadores.

Como un primer acercamiento, fue posible establecer que la relación –previamente comentada- entre el productor y el consumidor resulta relevante no sólo porque brinda la posibilidad de otorgar importancia a un objeto y valorar si es estético o no, sino porque contribuye también a la conformación de un vínculo comunicativo: *"...La estética se beneficia también de la teoría de la información, ciencia que se ocupa de la información contenida en un mensaje transmitido por un emisor a un receptor, por medio del canal correspondiente, en un sistema de comunicación dado".*⁷⁰

Como en otras áreas del conocimiento, existen diversas teorías y autores que abordan de diferente forma el estudio de los medios de comunicación y los procesos de interacción entre los individuos. Para efectos de la investigación, se tomó como base el funcionalismo, el cual se caracteriza por brindar especial importancia al análisis de los mensajes.

Kurt Lewin, Carl I. Hovland, Robert K. Merton y Bernard Berelson son algunos de los personajes que han realizado aportaciones al funcionalismo comunicativo, pero entre todos ellos, destacan dos como fundadores de dicha corriente: *"Harold D. Laswell y Paul Lazarsfeld son los investigadores a quienes puede considerarse pioneros. Ellos aportan los elementos básicos de donde parten todos los estudios funcionalistas posteriores de la comunicación..."*⁷¹

¿Cuáles fueron las principales ideas que aportaron dichos autores para el análisis de los medios de comunicación?

- Kurt Lewin: Se preocupó no sólo por los medios de comunicación, sino por la dinámica de grupo, pues afirmaba que el o los grupos influyen en las decisiones. Consideraba que cambiar una opinión personal resulta más fácil si el sujeto encuentra consenso en los demás.
- Carl I. Hovland: Creía que los mensajes contenían cierta dosis de temor, es decir, los medios primero ofrecen mensajes agradables y luego desagradables.

⁶⁹ *Ibidem*. Pág. 369.

⁷⁰ SÁNCHEZ Vázquez, Adolfo. "Invitación a la Estética". Editorial Grijalbo. México, 1992. Pág. 67

⁷¹ TOUSSANT, Florence. "Funcionalismo y Comunicación". Pág. 13.

- Robert K. Merton: Hablaba de función y disfunción. Decía que los medios masivos de comunicación confieren status social, imponen normas sociales y formas de actuar, pues la gente confunde el hecho de estar informado con el hecho de actuar.
- Bernard Berelson: Practicó el análisis de contenido de los mensajes.
- Harold D. Laswell: Su principal interés consistía en los efectos del mensaje. Además, trasplantó el modelo de comunicación personal a comunicación masiva.
- Paul Lazarsfeld: Consideraba que el medio no es lo importante, sino quien acuña el mensaje. Además, categorizó a los medios masivos de comunicación como un nuevo control social. Acuñó la teoría de la aguja hipodérmica, la cual planteaba que los medios de comunicación son omnipotentes, capaces de controlar a las masas.

No obstante, para lograr la reconfiguración de la sociedad actual, no basta sólo con que los medios de comunicación difundan diversos mensajes, deben existir ciertos intereses detrás de dichos contenidos, como es el caso de las diversas compañías y empresas, quienes en su afán por vender más productos a nivel mundial, pretenden unificar formas de pensamiento y comportamiento social.

Para comprender lo anterior, se analizó lo descrito por Naomi Klein: *"La empresa multinacional opera en diversos países y adapta sus productos y sus prácticas a cada uno, con un coste relativamente elevado. Las corporaciones globales funcionan con imperturbable constancia, con costes relativamente bajos, como si todo el mundo fuera una entidad única, y venden lo mismo en todas partes. Las antiguas diferencias de gustos o costumbres comerciales locales desaparecen"*.⁷²

Tanto las compañías como las empresas tienen un propósito en común: vender, y ese fenómeno del consumismo⁷³ no es visto como una actividad mercantil, pues en la actualidad constituye ya un modo de vida y una búsqueda de status e identidad. La sociedad contemporánea se encuentra actualmente en un momento de reorganización, con el fin de adaptarse a las nuevas condiciones de vida creadas por el proceso de globalización, económicamente hablando.

"El des-ordenamiento cultural que vivimos remite en primer término al des-centramiento que atraviesa la modernidad. Abstraer la modernización de su contexto de origen no es sino el reconocimiento de que los procesos que la conforman han perdido su centro para desplegarse por el mundo al ritmo de formación de capitales, la internacionalización de los mercados, la difusión de los conocimientos y las tecnologías, la globalización de los medios masivos, la extensión de la enseñanza escolarizada, la

⁷² KLEIN. *Op. Cit.* Pág. 151.

⁷³ "El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos". GARCÍA Canclini, Nestor. "Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización". Editorial Grijalbo. México, 1995. Pág. 42.

vertiginosa circulación de las modas y la universalización de los nuevos patrones de consumo".⁷⁴

Al hablar de la globalización, resultó imposible pasar por alto el modo en que los jóvenes reaccionan ante la diversidad de cambios que enfrentan. *"Nos encontramos ante sujetos dotados de una "plasticidad neuronal" y elasticidad cultural que, aunque se asemeja a una falta de forma, es más bien apertura a muy diversas formas, camaleónica adaptación a los más diversos contextos y una enorme facilidad para los idiomas del video y el computador; esto es para entrar y manejarse en la complejidad de las redes informáticas"*.⁷⁵

¿Qué factores influyen para que los medios de comunicación –en especial la televisión– logren tal impacto en la sociedad actual, de manera que puedan reconfigurar la percepción y comportamiento humano? Existen dos aspectos que han contribuido a ello: el primero es que la televisión, mediante sus imágenes, logra influir en los niños tanto o más que sus propios padres. El segundo factor es que las imágenes audiovisuales parecen otorgar mayor "conocimiento" que lo que las "obsoletas" escuelas enseñan hoy en día.

Es por ello que Martín Barbero plantea las siguientes preguntas: *"¿Qué atención le están prestando las escuelas, e incluso las facultades de educación, a las hondas modificaciones en la percepción del espacio y el tiempo que viven los adolescentes, insertos en procesos vertiginosos de desterritorialización de la experiencia y la identidad, atrapados en una contemporaneidad cada día más reducida a la actualidad, y el flujo incesante y emborrachador de informaciones e imágenes? ¿Qué significan aprender y saber en el tiempo de la sociedad informacional y las redes que insertan instantáneamente lo local en lo global? ¿Qué desplazamientos cognitivos e institucionales están exigiendo los nuevos dispositivos de producción y apropiación del conocimiento a partir del interfaz que enlaza pantallas hogareñas de televisión con las laborales del computador y las lúdicas de los videojuegos?"*⁷⁶

La sociedad mundial vive un momento de transición, y el consumismo forma parte importante de dicho proceso. Hoy en día no basta con comprar lo que se necesita, sino lo que está de moda, o bien, lo que confiere status o pseudo identidad. *"Existe una tercera línea de trabajos, los que estudian el consumo como lugar de diferenciación y distinción entre las clases y los grupos, ha llevado a reparar en los aspectos simbólicos y estéticos de la racionalidad consumidora"*.⁷⁷

Ese consumismo desmedido es precisamente el que contribuye para que grandes empresas tengan un espacio en el cual colocar sus productos y, al mismo tiempo, un público en el cual influir. En la actualidad, diversas compañías como *Coca Cola*, *GAP* y *Benetton*, entre muchas otras, no se limitan a vender sus productos en ciertas zonas o a determinada gente; hoy su campo de acción está representado por la sociedad mundial.

⁷⁴ H.A. Faciolince. "La Telenovela o el Bienestar de la Incultura". Número 9. Bogotá, 1996. Pág. 63-68

⁷⁵ BARBERO, J. Martín. REY, Germán. "Los Ejercicios del Ver. Hegemonía Visual y Ficción Televisiva". Editorial Gedisa. España, 1999. Pág. 35.

⁷⁶ *Ibidem*. Pág. 43.

⁷⁷ GARCÍA Canclini. *Op. Cit.* Pág. 44-45.

"...Los intelectuales de la globalización empresarial propician la universalización externando las potencialidades coincidentes del pensamiento y el gusto en todas las sociedades: de otro modo, no hubiera sido posible la generalización mundial de las computadoras y tarjetas de crédito, las ropas Benetton y las muñecas Barbie".⁷⁸

Se aportaron ya elementos teóricos para comprender la conformación de los grupos sociales, las razones por las que las adolescentes actúan de tal o cual manera, el funcionamiento de la compleja mente humana, los métodos de persuasión y la forma en que operan los medios masivos de comunicación, pero dado que una parte de esta investigación se basa en la importancia que se da al aspecto físico, a la belleza de la mujer, fue necesario definir no sólo el concepto de belleza, sino también el de estética, así como las diferencias que hay entre uno y otro.

La belleza se refiere a *"... la perfección o armonía de las cosas que nos infunde deleite o admiración"*,⁷⁹ mientras que la estética es *"... la rama de la filosofía que investiga la naturaleza del arte, su percepción y los criterios que se aplican para formar juicio sobre él. El problema esencial de la estética se refiere a la belleza, su carácter esencial, las características por las cuales se reconoce y se juzga, y sus relaciones con la mente humana"*.⁸⁰

Con base en lo anterior, se entendió que lo bello conforma tan sólo un segmento del objeto de estudio de la estética, sin llegar a ser sinónimos, pues incluso lo grotesco o lo feo son tomados en cuenta como parte de lo estético.

¿Por qué al hablar del cuerpo femenino se mencionan belleza y estética por igual? Como se menciona en la fase exploratoria del presente trabajo, numerosos artistas y personajes desde la antigüedad han visto a la mujer como fuente de inspiración para sus obras, ya que consideran que la forma de su cuerpo reúne tanto proporciones como características dignas de ser admiradas, llegando incluso al nivel de la perfección.

Lo que más llama la atención de la mujer es que, a pesar de la gran cantidad de productos y tratamientos que existen hoy en día, la belleza femenina es considerada en sí, una característica natural. *¿Qué tiene esto que ver con la estética? "...aunque las distintas ciencias naturales se reparten el conocimiento de la naturaleza, ninguna de ellas atiende a lo que el hombre ve en ella como "bello natural" o "naturaleza estetizada". Atender a esta naturaleza peculiar es tarea no de las ciencias naturales, sino de la estética"*.⁸¹

Para comprender el proceso de apreciación de lo que es estético y lo que no, fue necesario tomar en cuenta ciertas características, entre ellas el hecho de que un objeto, cualquiera que éste sea, debe ser conocido para poder ser juzgado. Dicho razonamiento surge de lo expuesto por diversos autores relacionados con el estudio de los procesos de producción-consumo.

⁷⁸ *Ibidem*. Pág. 112-113.

⁷⁹ "Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado". Selecciones de *Reader's Digest*. México, 1984. Pág. 405. Tomo II

⁸⁰ *Ibidem*. Pág. 1385. Tomo IV.

⁸¹ SÁNCHEZ Vázquez. *Op. Cit.* Pág. 25.

En otras palabras, el proceso productivo tomado en cuenta por los economistas, aparece también en el ámbito de las artes: *"la relación estética se presenta, en primer lugar, como producción de ciertos objetos. Ahora bien, como toda producción, requiere determinado uso o consumo de lo producido... y significa igualmente que si el consumo crea el fin de la producción, sea lo que sea lo que se produce –objetos u obras de arte– no es simple su destino en sí mismo. En verdad, "el producto sólo conoce su cumplimiento final en el consumo" (Marx)".*⁸²

La estética no es un concepto aplicable solamente a obras de arte provenientes de la pintura o la escultura –por mencionar algunos-. Hoy en día, con la llegada de nuevas tecnologías y formas de representación de la realidad, el campo de estudio de lo estético se amplía, desatando con ello una confusión para determinar qué se puede catalogar como bello y qué no.

*"...Si el objeto estético se define por el efecto emocional que produce, sin precisar el tipo de emoción que entraña, se puede argumentar que ciertos subproductos estéticos provocan fácilmente emociones elementales más intensa y extensamente que una obra de arte. El efecto emocional que suscitan ciertas obras dramáticas que transmite la televisión comercial es mucho más intenso y extenso que el que provoca una tragedia de Shakespeare".*⁸³

Después de un primer acercamiento a los conceptos de estética y belleza, se pudo observar la enorme complejidad que los rodea, pues lo que para una persona puede resultar agradable y armónico, para otra posiblemente sea grotesco, desagradable; la apreciación de lo estético depende en parte de la percepción que cada individuo tiene, de sus emociones y los sentimientos que determinado objeto despierta en su interior.

Para algunas personas, una mujer delgada es la mejor representación de la belleza femenina, mientras que otras prefieren un cuerpo voluminoso. En cualquiera de los dos casos está presente la estética, el punto es diferenciar hasta dónde abarca lo bello y en qué momento se cae en lo grotesco.

¿Cuál es el modelo actual de belleza femenina? Aunque hay espacio para diferencia de opiniones, existen parámetros y modelos preestablecidos y bien definidos; lo importante es determinar de dónde provienen dichos prototipos y qué tan correctos y apegados a la realidad son.

Este marco teórico no estaría completo si no se tomaran en cuenta algunos aspectos relacionados con la salud, así como las afectaciones que ésta puede sufrir si las personas descuidan su alimentación con tal de lucir una figura delgada.

Antes que nada, se diferenció entre alimentación y nutrición. El primer concepto se define como *"la acción voluntaria por medio de la cual el individuo ingiere comestibles. La alimentación varía según la cultura, la situación económica, el gusto y el estado de ánimo"*,⁸⁴ en tanto que la nutrición consiste en *"el conjunto de procesos químicos que*

⁸² *Ibidem.* Pág. 81.

⁸³ *Ibidem.* Pág. 122.

⁸⁴ HIGASHIDA Hirose. *Op. Cit.* Pág. 355.

realiza el organismo digiriendo, absorbiendo y utilizando los nutrientes contenidos en los alimentos para su crecimiento, mantenimiento y reparación".⁸⁵

A lo largo de la presente investigación se planteó que en su búsqueda por lucir una apariencia delgada, muchas jóvenes caen incluso en trastornos alimenticios, entre los que sobresalen la anorexia nerviosa y la bulimia, pero ¿en qué consisten dichas enfermedades?

La anorexia nerviosa consiste en una alteración por defecto, de los hábitos y/o comportamientos involucrados con la alimentación. Las personas que la padecen dedican la mayor parte de su tiempo a temas alimentarios y todo lo que esté relacionado con ello, además de que prácticamente no comen. La preocupación por la comida y el temor a ganar peso forman lo esencial de este trastorno, junto con la inseguridad para enfrentarse al problema. Las personas niegan la enfermedad y se perciben gordas en alguna parte de su cuerpo, a pesar de presentar un aspecto esquelético.⁸⁶

En cuanto a la bulimia, quienes padecen dicha enfermedad sienten una necesidad imperiosa por ingerir grandes cantidades de comida, generalmente de elevado contenido calórico. Una vez que terminan de comer, les invaden fuertes sentimientos de autorrepulsa y culpa. Ello le induce a mitigar los efectos, autoinduciéndose el vómito entre otras estrategias.⁸⁷

Entre los síntomas de la anorexia se incluyen:

- 1.- Negativa a mantener el peso corporal por encima de un peso normal mínimo para edad y altura, por ejemplo, pérdida de peso dirigida a mantener el peso en 15 por ciento por debajo del esperado.
- 2.- Intenso temor a aumentar de peso o engordar, aun cuando tenga peso insuficiente.
- 3.- Percepción distorsionada del peso, tamaño o figura de su cuerpo.
- 4.- En las mujeres, la ausencia de por lo menos tres ciclos menstruales consecutivos.⁸⁸

El rasgo común de este desorden alimenticio, es el intentar a como dé lugar, mantener el control sobre la cantidad de comida que se ingiere. Periodos de ayuno, conteo obsesivo del contenido calórico de los alimentos, el ejercicio compulsivo, y/o la purgación después de una comida regular, son signos de esta enfermedad.

En cuanto a la bulimia, ésta se caracteriza por:

- 1.- Episodios recurrentes de atracones de comida.
- 2.- Una sensación de pérdida del autodomínio durante los atracones de comida.
- 3.- El uso regular de vómito autoinducido, laxantes o diuréticos, dieta estricta o ayuno, o ejercicio muy energético para evitar el aumento de peso.

⁸⁵ HIGASHIDA Hirose, Bertha Yoshiko. "Ciencias de la Salud". McGraw Hill. México, 1990. Pág. 355
⁸⁶ <http://www.monografias.com/trabajos/buliano/buliano.shtml>
⁸⁷ <http://www.monografias.com/trabajos/buliano/buliano.shtml>
⁸⁸ <http://www.monografias.com/trabajos/buliano/buliano.shtml>

- 4.- Un mínimo de dos episodios de atracón de comida a la semana durante al menos tres meses.
- 5.- Preocupación exagerada por la figura y el peso corporal. Las bulímicas están continuamente obsesionadas por su aspecto y trabajan duro para ser lo más atractivas posibles.
- 6.- Antecedentes de dietas frecuentes. Muchos estudios han revelado que casi todas las personas que desarrollan bulimia han realizado frecuentes intentos de controlar su peso.
- 7.- Síntomas de depresión. Incluyen pensamientos melancólicos o pesimistas, ideas recurrentes de suicidio, escasa capacidad de concentración o irritabilidad creciente.
- 8.- Excesivo temor a engordar.
- 9.- Comer en secreto o lo más inadvertidas posible.
- 10.- Mantenimiento de al menos un estándar normal mínimo de peso. A diferencia de las anoréxicas, las bulímicas no tienen una figura demacrada que las traicione. Por supuesto, muchas mujeres con anorexia también desarrollarían bulimia.⁸⁹

Las diferencias entre una enfermedad y otra se pueden comprender con mayor claridad en el siguiente cuadro comparativo:

Bulimia	Anorexia
<u>Conductas patológicas</u>	<u>Conductas patológicas</u>
Preocupación constante por la comida (habla de peso, calorías, dietas). Atracónes, come de forma compulsiva, esconde comida. Miedo a engordar. Evita el hecho de ir a restaurantes o fiestas y reuniones donde se vea socialmente obligado a comer. Acude al lavabo después de comer. Vómitos autoprovocados, abusan de laxantes o diuréticos. Usa fármacos para adelgazar. Realiza regímenes rigurosos y rígidos. Tiene una conducta adictiva con edulcorantes.	Conducta alimentaria restrictiva (poca cantidad de comida) o dietas severas. Rituales con la comida como: contar calorías, descuartizar la comida en trozos pequeños. Miedo intenso a engordar. Temor a verse obligado a comer en público. Hiperactividad (exceso de gimnasia u otros deportes). Esconden el cuerpo debajo de ropa holgada. Negarse a usar traje de baño y que vean su cuerpo. En ocasiones, atracónes y uso de laxantes o diuréticos. Abuso de edulcorantes.
<u>Signos fisiológicos:</u>	<u>Signos fisiológicos:</u>
Inflamación de las parótidas. Pequeñas rupturas vasculares en la cara o bajo los ojos. Irritación crónica de la garganta. Fatiga y dolores musculares. Inexplicable pérdida de piezas dentales. Oscilaciones de peso (5 ó 10 Kg, arriba o abajo).	Pérdida progresiva de peso (con frecuencia sucede en un período breve). Falta de menstruación o retraso en su aparición sin causa fisiológica conocida. Palidez, caída del cabello, sensación de frío y dedos azulados. Debilidad y mareo.

⁸⁹ <http://www.monografias.com/trabajos/buliano/buliano.shtml>

Bulimia	Anorexia
<p><u>Cambio de actitud:</u></p> <p>Modificación del carácter (depresión, sentimientos de culpa u odio a sí mismo, tristeza, sensación de descontrol). Severa autocrítica. Necesidad de recibir la aprobación de los demás respecto a su persona. Cambios en la autoestima con relación al peso corporal.</p>	<p><u>Cambio de actitud:</u></p> <p>Cambio de carácter (irritabilidad, ira). Sentimientos depresivos. Inseguridad en cuanto a sus capacidades. Sentimientos de culpa y autodesprecio por haber comido o por hacer ayuno. Aislamiento social.</p>

Tanto la anorexia nerviosa como la bulimia pueden traer consigo múltiples consecuencias, entre las que se encuentran:

- Relaciones afectivas conflictivas
- Úlcera de estómago y esófago
- Riesgo de paro cardíaco por falta de potasio
- Problemas dentales
- Crecimiento anormal del vello capilar
- Caída del pelo
- Baja temperatura corporal
- Sequedad en la piel
- Alteraciones menstruales
- Muy bajo rendimiento intelectual y físico
- Dificultades para relacionarse sexualmente
- Riesgo de muerte: entre un 5 y un 15 por ciento de los casos de bulimia y anorexia extremas son mortales.⁹⁰

⁹⁰ Idem.

CAPÍTULO 3:

TRABAJO DE CAMPO

MARCO METODOLÓGICO

Para el desarrollo de la presente investigación se efectuó un primer acercamiento a la realidad, el cual arrojó resultados relevantes, mismos que se mencionan en el apartado que se encuentra párrafos más adelante, denominado estudio exploratorio.

Una vez obtenidos esos datos del estudio exploratorio, se realizó una recopilación de información actual sobre el impacto de los mensajes televisivos en las mujeres potosinas jóvenes de 15 a 18 años pertenecientes a la clase media-alta y alta, con el propósito de medir el grado de influencia de la televisión en la venta y consumo de prototipos de belleza.

Para la recopilación de los datos se propuso el uso de la encuesta, ya que por ser una técnica cuantitativa, permitiría establecer parámetros de comparación y análisis, además de proporcionar un panorama general acerca de la situación concreta en la ciudad de San Luis Potosí. Dicha encuesta se realizó con una muestra representativa que cumplió con las características antes mencionadas, y que además resultó ilustrativa para los fines de la investigación.

A partir de los resultados arrojados por la encuesta y su respectivo análisis, se seleccionaron algunos programas de televisión en determinados horarios, con el propósito de realizar un análisis de recepción televisiva, técnica que por ser cualitativa, ofreció la posibilidad de analizar la estructura de los mensajes televisivos, además de su impacto en las jóvenes potosinas.

Dicha técnica planteó además la posibilidad de pasar a una técnica más, enfocada a analizar un caso concreto que permitiera ilustrar y explicar el grado de influencia de los mensajes televisivos en las jóvenes potosinas, acerca de los cánones de belleza impuestos por dicho medio y aceptados por la sociedad, y sobre todo, para analizar las consecuencias y repercusiones de dicha influencia, tanto a nivel social, psicológico, de salud, etcétera.

Con base en los resultados obtenidos en los pasos anteriores, la historia de vida, como técnica cualitativa, permitió un análisis a fondo de las repercusiones socio-culturales de la percepción físico estética de la mujer, y cómo los mensajes televisivos han contribuido para la reconfiguración de dicha percepción.

Además, a lo largo de todas las técnicas se efectuaron ejercicios de etnografía, con los que se complementó el trabajo empírico.

ESTUDIO EXPLORATORIO

Se eligió una muestra representativa del universo de adolescentes existente en San Luis Potosí. Dicho grupo fue escogido a partir del número total de escuelas

preparatorias de la capital potosina⁹¹, cuyas alumnas oscilan entre los 15 y 18 años de edad. De éstas, se seleccionaron las escuelas que cuentan con más de 100 estudiantes mujeres, dentro de las cuales se repartió la muestra del universo, es decir, 290 encuestas.

Después de determinar la muestra, se realizó el cuestionario con base en los objetivos de la investigación, lo cual incluyó la justificación de cada una de las preguntas, para así procurar que los resultados proporcionaran información relevante.

Al contar ya con el formato de cuestionario, se procedió al levantamiento de las encuestas en las escuelas seleccionadas como parte de la muestra: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Colegio Minerva, Instituto Hispano Inglés, Colegio Champagnat y Universidad del Valle de México (UVM).

Con los datos recopilados se realizó el vaciado de respuestas y, posteriormente, la elaboración de cruces entre preguntas y gráficas de resultados, con lo que fue posible construir una interpretación final de la información.⁹²

Además de la encuesta se llevó a cabo un estudio sobre recepción televisiva, y con base en el texto de Guillermo Orozco⁹³ se diseñó el protocolo y estrategia para la aplicación de dicha técnica.

Primero se determinó la audiencia a estudiar: Mujeres de 15 a 18 años, estudiantes de preparatoria en colegios privados, con preferencia por los programas juveniles y de moda, interesadas en su aspecto físico, así como de personalidad alegre y comunicativa.

La técnica se aplicó en la ciudad de San Luis Potosí; la duración del análisis fue de cuatro días con dos horas diarias. Los casos observados fueron 3 y se estudiaron durante un horario de 7 a 9 de la noche, ya que es el tiempo en que las adolescentes suelen ver televisión. La barra programática fue seleccionada a partir de la encuesta, e incluyó canales tanto de televisión abierta como de cable, según las preferencias de las jóvenes.

Después de recabar la información en las fichas de registro, se procedió al análisis de lo observado y posteriormente a la interpretación de los resultados mediante la comparación de conclusiones de las dos técnicas elaboradas hasta el momento.

Finalmente se realizó un acercamiento a la historia de vida, y a partir de lo explicado por Jesús Galindo Cáceres en su texto "Leer lo Social: las Historias de Vida, Dos Aproximaciones", se desarrolló –al igual que en la encuesta y recepción televisiva- el protocolo para la aplicación de la técnica.

⁹¹ Dicha información se tomó a partir de los datos proporcionados por la Secretaría de Educación de Gobierno del estado (Relación sobre alumnos del municipio de San Luis Potosí por grado y sexo de educación media superior sostenimiento particular ciclo 2002-2003).

⁹² El texto base para la realización de la encuesta fue "La Metodología de la Encuesta", de Heriberto López Romo, incluido en el libro "Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación"

⁹³ OROZCO, Guillermo. "Recepción Televisiva: Tres Aproximaciones y una razón para su estudio" Universidad Iberoamericana. México, 1991.

El proceso de trabajo de la historia de vida se dividió en tres fases:

* Etapa exploratoria: En esta fase se realizó el primer contacto con la persona entrevistada, el conocimiento de su contexto y la búsqueda de la confianza para continuar con el estudio.

* Etapa descriptiva: Aquí se continuó con la interacción entrevistado-entrevistador, y se fue construyendo el esquema de información, para posteriormente ordenarlo y darle sentido; esto, mediante la etnografía de los espacios públicos y privados donde transcurre la vida del actor, el recuento de los escenarios del pasado, y la reconstrucción de su historia y sus relaciones interpersonales.

* Etapa de significación: Se desarrolló un análisis de lo obtenido durante las entrevistas, y se comparó con los datos recabados en las técnicas anteriores, además de los elementos teóricos que se tenían hasta el momento.

Para la realización de la historia de vida fue necesario recurrir a algunos recursos técnicos: la observación etnográfica, el diario de campo, la entrevista, la observación participante, entre otros.

Después de aplicar las tres técnicas mencionadas, se procedió a la comparación de resultados e interpretación de información, proceso en el que se obtuvieron las siguientes ideas:

Para que la publicidad logre el impacto necesario en el público, resulta conveniente realizar estudios de mercado, para conocer las características de la población a la que se le pretenden crear ciertas necesidades.

Los mensajes que tanto las grandes empresas como los círculos de poder envían a los espectadores, llegan éstos a través de los medios de comunicación los cuales, al tener un conocimiento previo de cómo es la audiencia a la que pretenden dirigirse, logran crear los programas adecuados y transmitirlos durante el horario más apropiado, es decir, cuando el público que les interesa tiene mayor acceso a la programación.

Para las jóvenes, el momento en el que más posibilidades poseen de ver televisión es en la tarde-noche, momento en el cual la mayoría de ellas no tienen que preocuparse por ir a la escuela, dormir o realizar alguna otra actividad. Durante esas horas, la programación suele ser de corte juvenil, prevaleciendo programas musicales, series y novelas.

Aun cuando se pensaba que las telenovelas eran las que contaban con mayor preferencia entre las adolescentes, lo cierto es que durante los últimos años, gracias al acceso que existe a la televisión por cable, las jóvenes también suelen ver musicales, como es el caso de los videos presentados por canales como MTV y Telehit. Además les gustan las series, que en pocas palabras no son más que un formato de novela estadounidense, lo que indica que poco a poco la televisión mexicana se ha visto invadida por la cultura norteamericana y, por consecuencia, también la mentalidad de las adolescentes se ha modificado con tendencias hacia lo extranjero, o mejor dicho, hacia una sociedad global.

Lo anterior no significa que la apariencia de las jóvenes sea igual en todo el mundo, pues hay rasgos que definitivamente no se pueden cambiar, pero sí hay adolescentes que buscan alternativas para apropiarse y lucir semejantes a los modelos provenientes de otros países, ya sea con ropa, accesorios, tintes para el cabello, maquillajes, etcétera.

Con la invasión de otro tipo de programas, lo que ha sucedido es que las jóvenes no sólo ven a los actores o actrices como prototipos perfectos. Ahora, los cantantes, músicos o hasta grupos de rock se han convertido en modelos a seguir por los adolescentes que cada día se vuelven más adictos a lo audiovisual.

Respecto a las jóvenes, el hecho de comprar, actuar o tener ciertos hábitos son actividades que, aunque la mayoría de las veces se realizan de manera inconsciente, resultan de gran relevancia, puesto que son dichas acciones las que ayudan a entender el modo en que piensan y ven la realidad.

Lo cierto es que el aspecto físico suele intervenir en actividades tan sencillas como ir de compras o alimentarse de cierta manera. Para aquellas mujeres a las que su rostro no les agrada del todo, el comprar maquillajes resulta más atractivo que adquirir un libro o una blusa. Por el contrario, si una joven está inconforme con su complexión, buscará ropa que la ayude a lucir mejor. En pocas palabras, el aspecto físico se convierte - consciente o inconscientemente- en factor decisivo para las actitudes de la juventud.

La preocupación de las adolescentes por tener una apariencia atractiva en muchas ocasiones es un asunto relevante, tanto que a veces desean incluso modificar alguna parte de su cuerpo que no les agrada, como es el caso del abdomen. La primera solución que una gran cantidad de jóvenes encuentran es realizar una dieta, y para ello aplican consejos ya sea de amigas, o bien, de la televisión o las revistas. Pocas veces se recurre a la ayuda de un médico experto en nutrición.

Las dietas por lo regular son vistas por las adolescentes como tratamientos reductores, y sólo en contadas ocasiones se escucha hablar de ellas como métodos de alimentación balanceada que ayuden a mejorar la salud. El problema es que no siempre una dieta es sinónimo de buena nutrición, por lo que se corre el riesgo de caer en trastornos con graves consecuencias para la persona.

Una gran cantidad de encuestadas reconoció que han realizado dietas por lo menos una vez en su vida, lo que obliga a pensar que si el cuestionario se aplicó en adolescentes de entre 15 y 19 años, a esa edad el organismo se encuentra en pleno desarrollo, por lo que no se puede decidir formalmente si una mujer cuenta con un "físico atractivo" o no. Al mismo tiempo, cualquier desorden alimenticio a esa edad puede ocasionar problemas no sólo durante la adolescencia, sino para el resto de su vida.

Si bien es cierto que muchas mujeres han escuchado hablar de enfermedades como la anorexia y la bulimia, no en todos los casos reconocen la diferencia entre una y otra, mucho menos los síntomas. El problema es que, a pesar de que dichos trastornos son del dominio público, la falta de pleno conocimiento de lo que implican provoca dificultades para detectar la enfermedad y aún más combatirla, pues un gran porcentaje

de mujeres afectadas niegan ser víctimas de dichas enfermedades, hasta que en algunos casos es demasiado tarde para remediarlo.

En diversas ocasiones, los medios de comunicación –en especial la televisión- envían una gran cantidad de mensajes dirigidos a los jóvenes, y muchos de ellos están planeados para crear prototipos de belleza que determinen lo que es estéticamente correcto y lo que no, incluso hacen creer a la gente que el hecho de tener una buena apariencia les asegura un valor más alto como personas, generando con ello un alza en la autoestima.

Por tanto, muchas mujeres contestaron que les gusta lucir bien para tener seguridad en sí mismas pero ¿quién les dijo que la autoestima o el valor de una mujer se miden según el tipo de cuerpo que posee?

Al preguntarles directamente a las mujeres si consideraban que la televisión y la publicidad influyen en su forma de pensar y actuar, la mayoría respondieron que no, sin embargo, bastó con comparar el tipo de productos que compran y la forma en que se visten con lo que se transmite por televisión. Fue entonces cuando se encontraron ciertas semejanzas entre lo que las adolescentes hacen y lo que la tele les presenta. Si los medios de comunicación no influyen ¿Por qué adquieren los productos que ahí se les presentan y quieren lucir como los modelos que aparecen en pantalla?

En cuanto a si creían que el físico influye en las relaciones interpersonales, la mayoría de ellas respondieron que no. Sin embargo, en la pregunta referente a los casos de rechazo, un gran porcentaje de encuestadas afirmaron conocer por lo menos un caso de discriminación, la mayoría de las veces por complexión. Entonces, si dicen que el físico no tiene nada que ver con las relaciones sociales, los círculos de amigos o la pareja ¿Porqué conocen tantos casos de adolescentes rechazadas sólo porque están "gorditas"?

Anteriormente se tenía conocimiento de casos de discriminación por el color de piel, la raza o la posición económica, son embargo, en los últimos años ha surgido un nuevo parámetro de rechazo basado en el aspecto físico.

Al ser bombardeadas constantemente con mensajes sobre lo que es bello y lo que no, las mujeres se obsesionan cada vez más con estar delgadas y atractivas; ahora, la importancia de una persona se determina dependiendo de las medidas que tenga su cuerpo, y no de su forma de pensar. Tampoco se trata de llegar al extremo de creer que la inteligencia ha dejadó de importar, simplemente es necesario señalar que ahora se busca igualar el aspecto intelectual con el físico.

DESARROLLO DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

ENCUESTA

Como se explicó durante el desarrollo del marco metodológico, lo primero que se propuso fue la realización de una encuesta para conocer, a partir de una muestra bien definida, los gustos, hábitos y formas de pensar de las adolescentes de entre 15 y 18 años, para así obtener un panorama general de las características y comportamiento del sector de la población analizado.

Antes que nada, se procedió a la búsqueda de información documental sobre la encuesta, los requisitos que debe reunir y el tipo de datos que a través de esa técnica se pueden adquirir. A partir de la información obtenida, se configuró un protocolo de encuesta, el cual incluyó una fórmula matemática a través de la cual se pudo determinar el número de personas que formaron de la muestra (ver Anexo 1).

Previo a lo anterior, se recurrió a dependencias estatales como la Secretaría de Educación de Gobierno del Estado (SEGE) para solicitar el número de alumnas que cursan preparatoria en cada una de las escuelas particulares de la capital, pues sólo se escogieron para formar parte de la muestra aquellas instituciones educativas cuyo número de alumnas bachilleres rebasaba el centenar.

Así, con esos datos y aplicando la fórmula antes mencionada, se determinó aplicar 293 encuestas, las cuales se repartieron de manera proporcional según el total de alumnas inscritas, de la siguiente manera:

* TECNOLÓGICO DE MONTERREY	88
* INSTITUTO POTOSINO	74
* UNIVERSIDAD DEL VALLE DE MÉXICO	69
* INSTITUTO HISPANO INGLÉS	37
* UNIVERSIDAD DEL CENTRO DE MÉXICO	25

Ya que se tuvo la muestra perfectamente definida, se analizó cada una de las preguntas que se incluirían en el cuestionario, así como las razones por las que cada uno de esos cuestionamientos serviría para enriquecer esta investigación. (Ver anexo 2).

Sin embargo, no bastó con definir cada una de las preguntas, sino que se debió revisar la forma en que éstas se plantearían a las adolescentes, sobre todo para evitar que éstas resultaran tendenciosas, o bien, que al ser cuestionamientos abiertos, propiciaran una fuga y descontrol de la información.

Además de diseñar la encuesta, se incluyó en la misma una breve explicación del propósito de la misma, para que las adolescentes supieran los motivos por los que se les pedía formar parte de esta investigación. Fue así como quedó conformado el formato de encuesta. (Ver anexo 3).

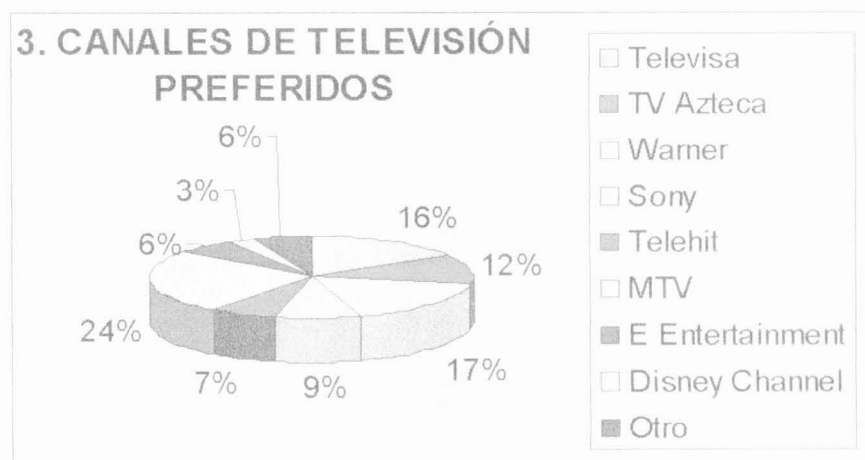
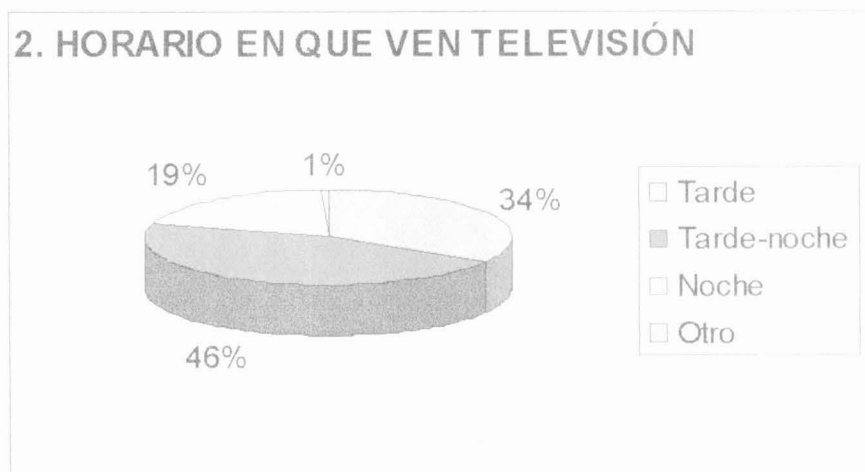
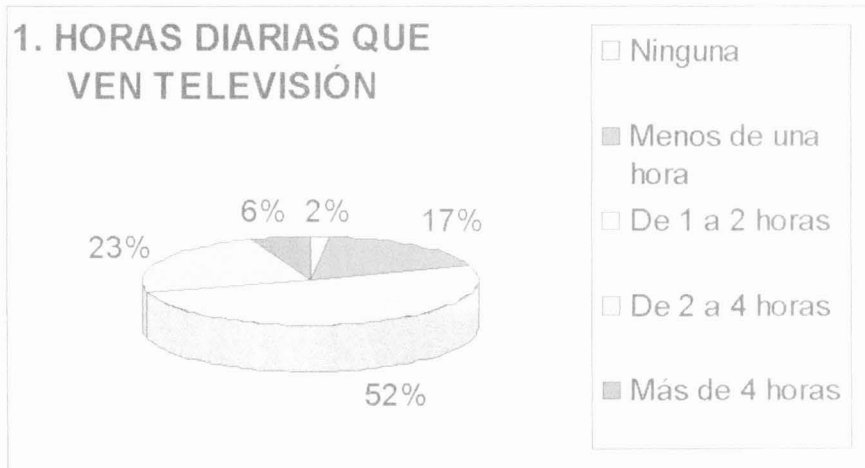
Ya con lo anterior, y después de acudir a cada una de las escuelas y aplicar las encuestas, se vaciaron los resultados en una tabla de datos, se procesaron y se obtuvieron resultados globales, así como porcentajes de las respuestas elegidas por las

obtuvieron resultados globales, así como porcentajes de las respuestas elegidas por las adolescentes. Aunque cabe hacer mención que en la pregunta 4, referente a los programas que más les llaman la atención, se optó por sacar la media, siendo las opciones con valores más bajos las que más gustan a las encuestadas. Dichos resultados se presentan en la siguiente tabla:

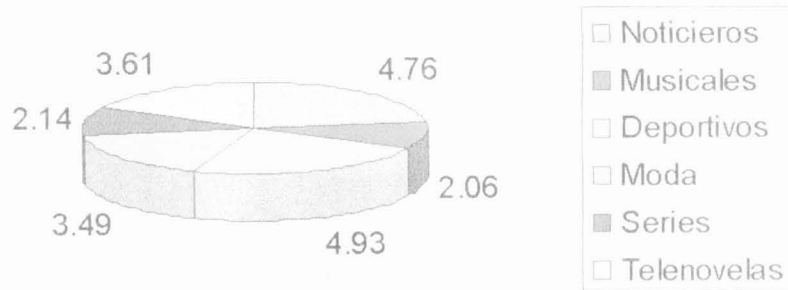
Pregunta	Inciso	Significado	Resultados	Tot. de resp.	Porcentaje
1. HORAS DIARIAS QUE VEN TELEVISIÓN	a	Ninguna	6	293	2.0%
	b	Menos de una hora	51		17.4%
	c	De 1 a 2 horas	151		51.5%
	d	De 2 a 4 horas	68		23.2%
	e	Más de 4 horas	17		5.8%
2. HORARIO EN QUE VEN TELEVISIÓN	a	Tarde	116	345	33.6%
	b	Tarde-noche	160		46.4%
	c	Noche	67		19.4%
	d	Otro	2		0.6%
3. CANALES DE TELEVISIÓN PREFERIDOS	a	Televisa	130	810	16.0%
	b	TV Azteca	96		11.9%
	c	Warner	139		17.2%
	d	Sony	70		8.6%
	e	Telehit	54		6.7%
	f	MTV	205		25.3%
	g	E Entertainment	48		5.9%
	h	Disney Channel	21		2.6%
	i	Otro	47		5.8%
4. TIPOS DE PROGRAMAS QUE MÁS LES GUSTAN	a	Noticieros	4.76	3.50	
	b	Musicales	2.06		
	c	Deportivos	4.93		
	d	Moda	3.49		
	e	Series	2.14		
	f	Telenovelas	3.61		
5. PRODUCTOS QUE COMPRAN CON MÁS FRECUENCIA	a	Ropa	264	541	48.8%
	b	Maquillaje	92		17.0%
	c	Tratamientos de belleza	22		4.1%
	d	Comida	62		11.5%
	e	Entretenimiento	101		18.7%
6. TIPO DE ALIMENTOS QUE PREFIEREN	a	Antojitos	82	293	28.0%
	b	Comida light	12		4.1%
	c	Comida integral	19		6.5%
	d	Comida balanceada	180		61.4%
7. PARTE DEL FÍSICO QUE MÁS DISGUSTA	a	Rostro	41	591	6.9%
	b	Glúteos	41		6.9%
	c	Cabello	59		10.0%
	d	Piernas	104		17.6%
	e	Abdomen	126		21.3%
	f	Complexión	64		10.8%
	g	Tez	29		4.9%
	h	Busto	56		9.5%
	i	Nariz	17		2.9%
	j	Nada	25		4.2%
	k	Otro	29		4.9%

8. CAMBIARÍAN LA PARTE DEL FÍSICO QUE LES DISGUSTA	a	Sí	127	293	43.3%
	b	No	53		18.1%
	c	Tal vez	112		38.2%
		No respuesta	1		0.3%
9. ASPECTOS QUE INFLUYEN EN CAMBIAR ASPECTO FÍSICO	a	Familia	54	452	11.9%
	b	Publicidad	87		19.2%
	c	Amigos	58		12.8%
	d	Televisión	94		20.8%
	e	Pareja	10		2.2%
	f	Autoestima	149		33.0%
10. HAN ADQUIRIDO, O LES GUSTARÍA COMPRAR CIERTOS PRODUCTOS	a	Aparatos para ejercicio	147	451	32.6%
	b	Suplementos alimenticios	65		14.4%
	c	Crema embellecedoras	89		19.7%
	d	Cera depilatoria	150		33.3%
11. HORAS DIARIAS QUE REALIZAN EJERCICIO	a	Ninguna	37	293	12.6%
	b	Menos de una hora	88		30.0%
	c	De 1 a 2 horas	134		45.7%
	d	De 2 a 3 horas	31		10.6%
	e	Más de 3 horas	3		1.0%
12. HAN REALIZADO ALGUNA DIETA	a	Sí	133	293	45.4%
	b	No	160		54.6%
13. FUENTE DE INFORMACIÓN SOBRE LAS DIETAS	a	Amigas	23	293	7.8%
	b	Televisión	26		8.9%
	c	Familiares	64		21.8%
	d	Médico	108		36.9%
	e	Revistas	68		23.2%
		No respuesta	4		1.4%
14. QUÉ ES LO QUE MÁS LLAMA LA ATENCIÓN DE LAS ARTISTAS DE TELEVISIÓN	a	Arreglo personal	83	293	28.3%
	b	Forma de vestir	104		35.5%
	c	Comportamiento	20		6.8%
	d	Cuerpo	84		28.7%
		No respuesta	2		0.7%
15. CONOCEN A LGÚN CASO DE RECHAZO	a	Sí	219	293	74.7%
	b	No	73		24.9%
		No respuesta	1		0.3%
16. CAUSA DEL RECHAZO	a	Por su rostro	38	252	15.1%
	b	Por su complexión	165		65.5%
	c	Por su estatura	15		6.0%
	d	Por su color de piel	23		9.1%
	e	Otro	11		4.4%
17. ENFERMEDADES QUE RELACIONAN CON LAS DIETAS	a	Anorexia	137	648	21.1%
	b	Bulimia	227		35.0%
	c	Desnutrición	105		16.2%
	d	Trastornos metabólicos	170		26.2%
	e	Otro	9		1.4%
18. PERSONAS QUE PRESTAN MAYOR ATENCIÓN AL FÍSICO	a	Amistades	226	539	41.9%
	b	Familiares	129		23.9%
	c	Pareja	157		29.1%
		Otro	27		5.0%

Para facilitar el análisis y entendimiento de los datos presentados anteriormente, se crearon gráficas con los datos obtenidos mediante cada una de las preguntas, mismas que se muestran a continuación:



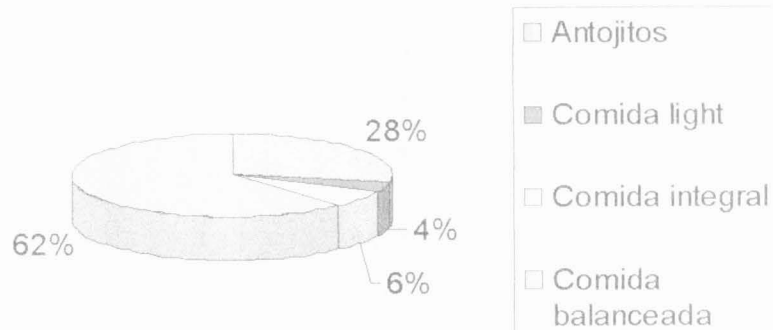
4. TIPOS DE PROGRAMAS DE SU PREFERENCIA



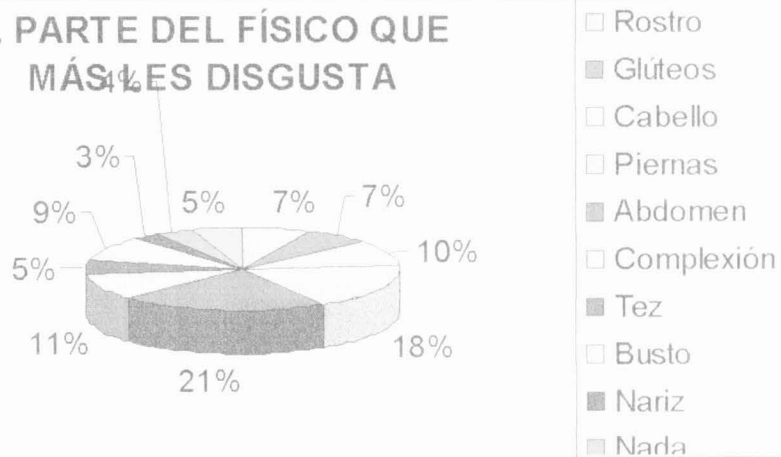
5. PRODUCTOS QUE COMPRAN CON MÁS FRECUENCIA



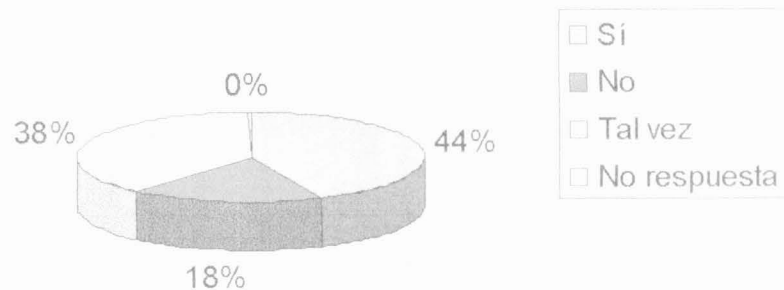
6. ALIMENTOS DE SU PREFERENCIA



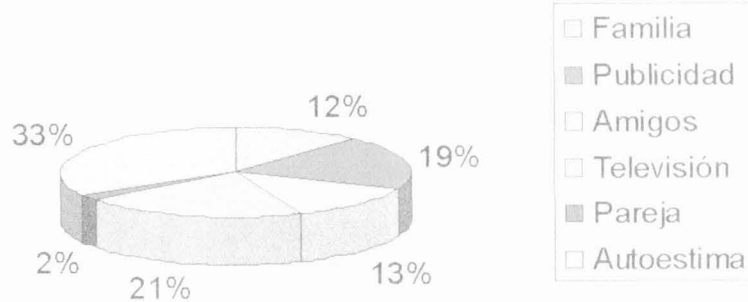
7. PARTE DEL FÍSICO QUE MÁS LES DISGUSTA



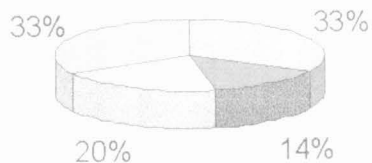
8. CAMBIARÍAN LA PARTE DEL FÍSICO QUE LES DISGUSTA



9. ASPECTOS QUE INFLUYEN PARA QUERER CAMBIAR EL FÍSICO

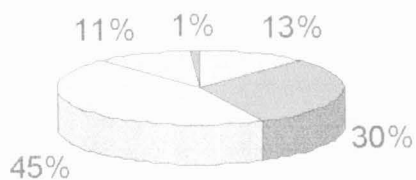


10. PRODUCTOS QUE HAN COMPRADO O LES GUSTARÍA ADQUIRIR



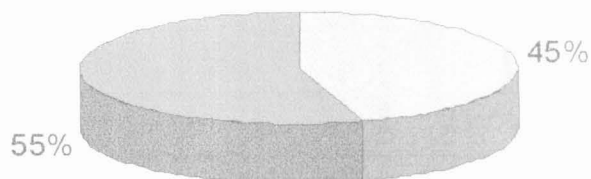
- Aparatos para ejercicio
- Suplementos alimenticios
- Cremas embelecedoras
- Cera depilatoria

11. HORAS DIARIAS QUE REALIZAN EJERCICIO



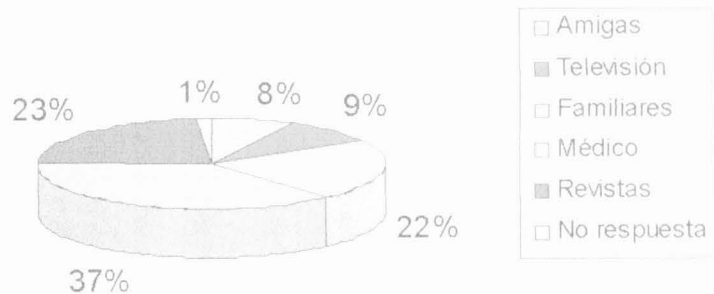
- Ninguna
- Menos de una hora
- De 1 a 2 horas
- De 2 a 3 horas
- Más de 3 horas

12. HAN REALIZADO ALGUNA DIETA

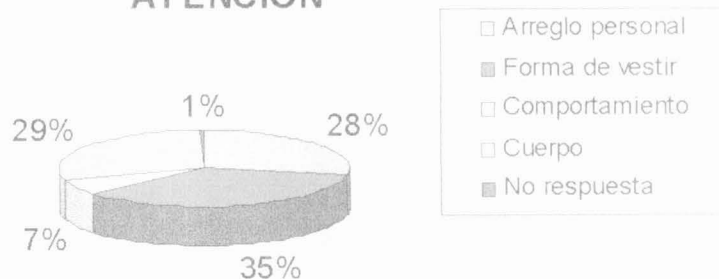


- Sí
- No

13. FUENTE DE INFORMACIÓN SOBRE LAS DIETAS



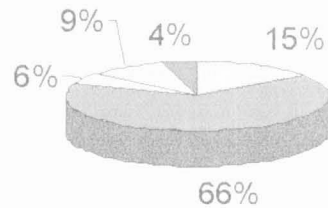
14. ASPECTOS DE LAS MODELOS O ACTRICES QUE MÁS LLAMAN LA ATENCIÓN



15. CONOCEN ALGÚN CASO DE RECHAZO

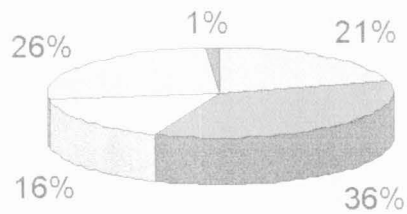


16. CAUSA DEL RECHAZO



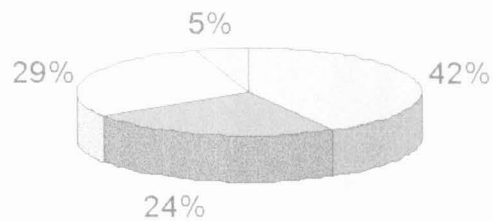
- Por su rostro
- Por su complejón
- Por su estatura
- Por su color de piel
- Otro

17. ENFERMEDADES RELACIONADAS CON LAS DIETAS



- Anorexia
- Bulimia
- Desnutrición
- Trastornos metabólicos
- Otro

18. PERSONAS QUE PRESTAN MAYOR ATENCIÓN AL FÍSICO



- Amistades
- Familiares
- Pareja
- Otro

Dichas gráficas aportaron resultados valiosos, sobre todo porque algunos datos resultaron muy relacionados con los objetivos y preguntas que se plantearon al inicio de la investigación.

En un principio, se supo que más del 50 por ciento de las jóvenes entrevistadas pasan entre una y dos horas frente a la televisión, lo que significa que en un año están en total entre 365 y 730 horas expuestas a los mensajes que transmite ese medio de comunicación, cifras que equivalen a 15 y 30 días, respectivamente. Es decir, quienes ven dos horas diarias, en total es como si un mes completo de un año hubieran visto televisión.

Lo anterior llevó a suponer que, como se mencionó en el objetivo 3, la televisión es uno de los medios que más ejerce influencia en las adolescentes, pues es casi imposible pensar que quien utiliza 30 días de un año de su vida para ver programas televisivos, no resultará aunque sea un poco influenciada por ese medio de comunicación.

Además se supo que el 46 por ciento de las jóvenes ven la tele durante la tarde-noche, sobre todo musicales, series y telenovelas, programas en los que las imágenes y los sonidos suelen unirse para llamar la atención de los, o en este caso las televidentes.

Dicha idea se relacionó con una de las preguntas de la investigación, en la que se planteaba la importancia que tiene el discurso basado en imágenes en la construcción de mensajes dirigidos a las jóvenes actuales, pues los musicales y las novelas son dos tipos de programas que hoy en día prestan especial atención al uso de la imagen, y están en constante renovación a fin de no perder al público cautivo que hoy tienen, y en el que se incluyen las adolescentes.

Según se observa en la gráfica 5, al 49 por ciento de las mujeres le encanta comprar ropa, y mientras se realizaba la encuesta, se notó que muchas de ellas optaban por prendas de marcas reconocidas, lo que nos ayudó a definir que las campañas publicitarias lanzadas por las diferentes empresas suelen lograr el impacto deseado, que consiste en elevar sus ventas, idea que ya se había planteado en las preguntas de investigación.

El abdomen, esa parte del cuerpo en la que la mayoría de la gente se basa para definir si alguna persona está pasada de peso o no, es la que más le disgusta al 21 por ciento de las mujeres, lo que hizo reflexionar sobre la importancia que las adolescentes le dan a la apariencia física, al cómo luce su cuerpo antes que otra cosa.

Más preocupante aún resultó el hecho de que el 44 por ciento de las jóvenes hayan respondido que les gustaría cambiar alguna parte de su cuerpo, mientras que otro 38 por ciento respondió que tal vez lo haría, pues ello indica que podrían recurrir incluso a métodos no muy recomendables para modificar su apariencia.

La gráfica correspondiente a la pregunta 9 resultó de gran utilidad, pues el 33 por ciento de las adolescentes respondió que cambiaría su físico por razones de autoestima, mientras que un 21 por ciento reveló que en esa decisión influye lo que ve en televisión.

Dichos resultados resolvieron dos interrogantes planteadas el inicio de este estudio: los prototipos impuestos ocasionan que las mujeres creen que por el hecho de lucir bien se sentirán mejor con ellas mismas, y no tanto por su capacidad intelectual, por ejemplo.

Es decir, como se comentó en uno de los párrafos de la hipótesis, la mujer funda su valor en la dimensión físico-estética, esperando con ello una aceptación en la vida social en que se desenvuelven y, al mismo tiempo, obtener cierta identidad dentro del mundo globalizado que impera hoy en día.

Además, las adolescentes reconocieron que la televisión, con todo y los personajes que en ella se presentan, influyen en sus deseos y aspiraciones, como son el querer lucir diferentes. Con ello se confirmó en parte la hipótesis de que los medios de comunicación, específicamente la televisión, apelan a la necesidad de autoestima, status y búsqueda de posición social para penetrar en las masas y así imponer un prototipo de belleza corporal que ayude a cumplir con los intereses mercadológicos.

Párrafos atrás se mencionó que a una gran parte de las mujeres les llama mucho la atención comprar ropa, sobre todo de marcas reconocidas, y en la gráfica 14 se demuestra que al 35 por ciento de las adolescentes, lo que más le llama la atención de las modelos o actrices que aparecen en televisión es la forma en que visten, lo que refuerza la teoría de que las empresas transnacionales se valen de la televisión y los prototipos que a través de ella se difunden, para imponer estereotipos que finalmente motivan a las espectadoras a consumir ciertos artículos.

Pero las jóvenes no sólo se fijan en la ropa, sino también en el cuerpo de las modelos o actrices, es decir, que la influencia no sólo se enfoca a objetos, sino también a la apariencia de las personas, a si están gordas o flacas.

Muy preocupante resultó también el hecho de que el 75 por ciento de las mujeres cuestionadas (219 adolescentes) afirmaron que conocen algún tipo de rechazo, y 252 adolescentes contestaron la razón del rechazo, es decir, 33 jóvenes en un principio negaron que éste existiera.

De esas 252 adolescentes, el 65.5 por ciento (que en la gráfica se redondeó a 66), afirmaron que la discriminación tenía que ver con la complexión de la persona rechazada, lo que permitió vislumbrar a grandes rasgos el impacto y las consecuencias que acarrea consigo la venta de prototipos de belleza, pues la apariencia incluso ya se utiliza como parámetro para definir las relaciones interpersonales, para aceptar o no a alguien como amigo, pareja, etcétera. En otras palabras, las adolescentes tienen que –y lo saben- lucir de una cierta manera para poder ser socialmente aceptadas.

Luego de realizar una primera evaluación de los resultados obtenidos a través de la encuesta, se efectuó un cruce de preguntas y respuestas, y para ello, se decidió qué cuestionamientos se utilizarían como variables dependientes e independientes y cuáles se unirían para formar un solo cruce. Además, se buscó una justificación para cada uno de ellos, con base en los objetivos planteados en esta investigación (Ver anexo 4).

De nueva cuenta, se recurrió la tabla de resultados de las encuestas y se ordenaron los datos incluidos en cada cruce, lo que arrojó los siguientes resultados:

No. CRUCE	SIGNIFICADO CRUCE	VARIABLE INDEPENDIENTE	RESULTADOS																				
			Tar de	no Tar de	No ch e	Otr o																	
1	Número de horas que las adolescentes ven televisión durante un periodo determinado del día.																						
		Menos de 1 hora	27.45	17.65	41.18	3.92																	
		De 1 a 2 horas	36.42	57.62	23.18	0.00																	
		De 2 a 4 horas	47.06	76.47	13.24	0.00																	
		Más de 4 horas	88.24	70.59	11.76	0.00																	
2	Número de horas que las adolescentes están expuestas a ciertos tipos de canales		Tel evi sa	TV Azt eca	Wa rner	So ny	Tel ehi t	MT V	E Ent ert ain me nt	Dis ne y Ch an nel	Otr o												
		Ninguna	16.67	16.67	33.33	16.67	0	50	0	0	0												
		Menos de una hora	25.49	39.22	50.98	21.57	23.53	72.55	29.41	7.84	13.73												
		De 1 a 2 horas	47.02	32.45	43.71	23.18	17.22	68.87	13.25	6.62	18.54												
		De 2 a 4 horas	50.00	32.35	54.41	27.94	17.65	70.59	14.71	8.82	16.18												
Más de 4 horas	64.71	23.53	47.06	23.53	23.53	76.47	17.65	5.88	5.88														
3	Número de horas que las jóvenes ven los programas de su preferencia.		Mu sic ale s	Mo da	Ser ies																		
		Ninguna	16.67	0.00	16.67																		
		Menos de una hora	49.02	7.84	33.33																		
		De 1 a 2 horas	34.44	5.96	41.72																		
		Más de 4 horas	29.41	5.88	52.94																		

4	Según el tipo de alimentación que las adolescentes prefieren ¿qué parte de su físico les disgusta más?		Rostro	Glúteos	Cabello	Piernas	Abdomen	Complexión	Tez	Busto	Nariz	Nada	Otro
		Antojitos	15.85	18.29	19.51	30.49	41.46	20.73	10.98	24.39	2.44	10.98	6.10
		Comida Light	8.33	25.00	8.33	41.67	50.00	16.67	0.00	25.00	16.67	0.00	0.00
		Comida integral	15.79	5.26	15.79	21.05	52.63	26.32	0.00	10.53	10.53	15.79	5.26
		Comida balanceada	13.33	12.22	21.11	38.89	42.22	22.22	11.11	17.22	6.11	7.22	12.78
5	Las adolescentes que han realizado alguna dieta ¿están inconformes con alguna parte de su físico?		Rostro	Glúteos	Cabello	Piernas	Abdomen	Complexión	Tez	Busto	Nariz	Nada	Otro
		Si	15.04	17.29	18.05	36.09	49.62	29.32	15.04	23.31	5.26	2.26	11.28
		No	13.13	11.25	21.88	35.63	37.50	15.63	5.63	15.63	6.25	13.75	9.38
6	Las adolescentes que quieren cambiar su físico ¿han tenido alguna influencia al respecto?		Familia	Publicidad	Amigos	Televisión	Pareja	Autoestima					
		Si	22.83	29.92	20.47	34.65	4.72	58.27					
		No	9.43	32.08	22.64	33.96	3.77	22.64					
		Tal vez	17.86	28.57	17.86	28.57	1.79	56.25					
7	Las mujeres que desean cambiar su físico ¿han realizado alguna dieta para lograrlo?		Si	No									
		Si	59.06	40.94									
		No	32.08	67.92									
		Tal vez	36.61	63.39									

8	El deseo por cambiar su físico ¿influye en el tipo de productos que compran?		Aparatos para ejercicio	Suplementos alimenticios	Cremas embellecedoras	Cera depilatoria													
		Si	51.18	29.13	32.28	51.97													
		No	43.40	9.43	24.53	49.06													
		Tal vez	51.79	21.43	32.14	51.79													
9	¿El deseo por querer cambiar el aspecto físico surge a partir del miedo al rechazo?		Si	No	Tal vez	No específico													
		Si	46.12	17.81	36.07	0													
		No	35.62	19.18	43.84	1.37													
10	Las adolescentes que han realizado dietas ¿han sido influenciadas por algún factor que les impulsa a querer cambiar su físico?		Familia	Publicidad	Amigos	Televisión	Pareja	Autoestima											
		Si	19.55	23.31	24.81	33.08	6.02	55.64											
		No	17.50	35.00	15.63	31.25	1.25	46.25											
11	¿Las actrices y modelos de televisión influyen en los hábitos de compra de las adolescentes?		Ropa	Maquillaje	Tratamientos de belleza	Comida	Entretenimiento												
		Arreglo personal	93.98	36.14	8.43	22.89	32.53												
		Forma de vestir	93.27	27.88	6.73	19.23	38.46												
		Comportamiento	75	10	5	20	55												
		Cuerpo	85.71	36.90	8.33	22.62	26.19												

12	¿Los casos de rechazo están influidos por algún factor relacionado con el cambio del aspecto físico?		Familia	Publicidad	Amigos	Televisión	Pareja	Autoestima						
		Sí	19.18	28.31	22.37	31.51	3.20	51.14						
		No	16.44	34.25	12.33	34.25	4.11	49.32						
13	¿Las jóvenes realizan ejercicio con el fin de mejorar su apariencia física?		Sí	No	Tal vez									
		Ninguna	45.95	16.22	37.84									
		Menos de una hora	47.73	18.18	34.09									
		De una a dos horas	38.06	18.66	42.54									
		De dos a tres horas	54.84	16.13	29.03									
		Más de 3 horas	33.33	66.67	0									
14	¿Qué causas motivan el rechazo social?		Rostro	Complexión	Estatura	Color de piel	Otro							
		Sí	17.35	75.34	6.85	10.50	5.02							
15	Las personas que han realizado dietas ¿están conscientes de las enfermedades a las que se exponen?		Desnutrición	Anorexia	Trastornos metabólicos	Bulimia	Otro							
		Sí	44.36	78.95	30.83	60.15	3.76							
		No	48.75	76.25	40.00	56.25	2.50							
16	¿Qué círculos sociales son los que más toman en cuenta el aspecto físico y con ello ocasionan el deseo por modificar la apariencia mediante dietas?		Amistades	Familiares	Pareja	Compañeros de escuela	Otros							
		Sí	78.95	45.11	56.39	8.27	6.77							
		No	75.63	43.13	51.25	10.00	6.88							

17	Las fuentes de información sobre las dietas ¿han explicado a los adolescentes los riesgos que corren en caso de una alimentación mal balanceada?	Amigas	52.17	78.26	21.74	60.87	0.00														
		Televisión	46.15	76.92	26.92	50.00	3.85														
		Familiares	48.44	82.81	42.19	60.94	3.13														
		Médico	46.30	71.30	38.89	53.70	1.85														
		Revistas	45.59	80.88	33.82	61.76	5.88														
		Desnutrición																			
		Anorexia																			
Trastornos metabólicos																					
Bulimia																					
Otro																					

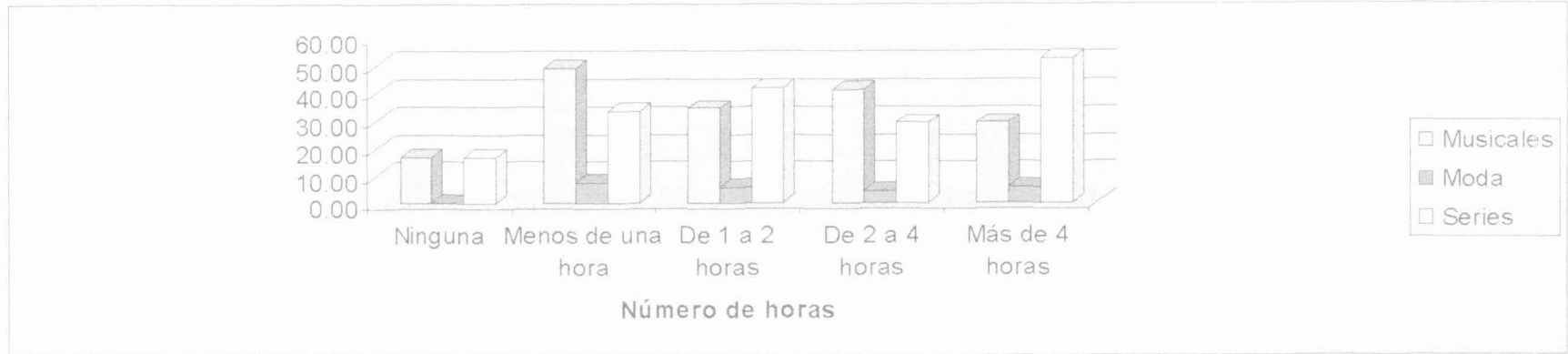
1.- Número de horas que las adolescentes ven televisión durante un periodo determinado del día.



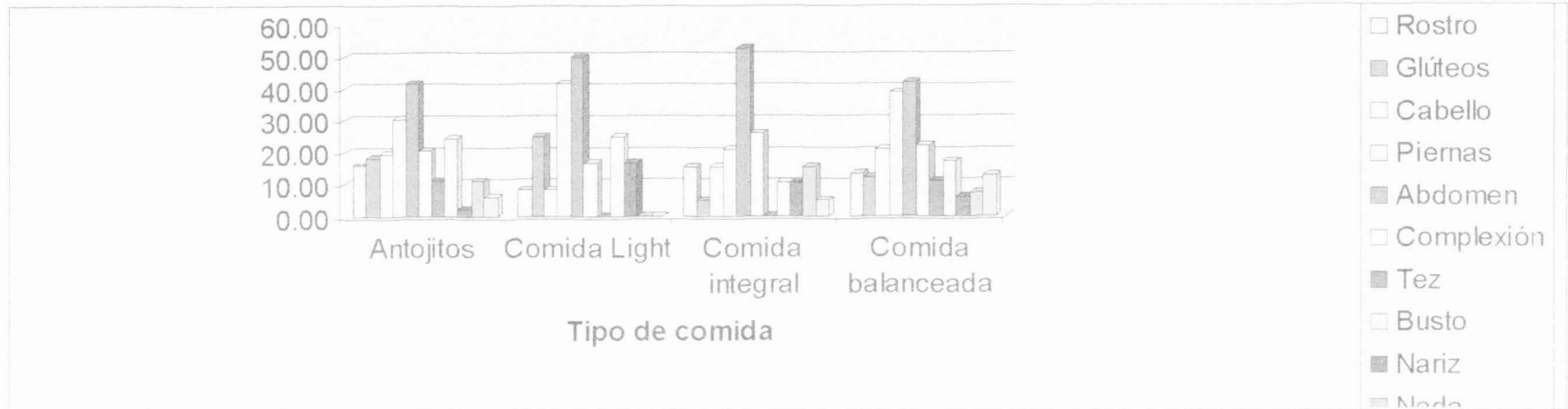
2.- Número de horas que las adolescentes están expuestas a ciertos tipos de canales.



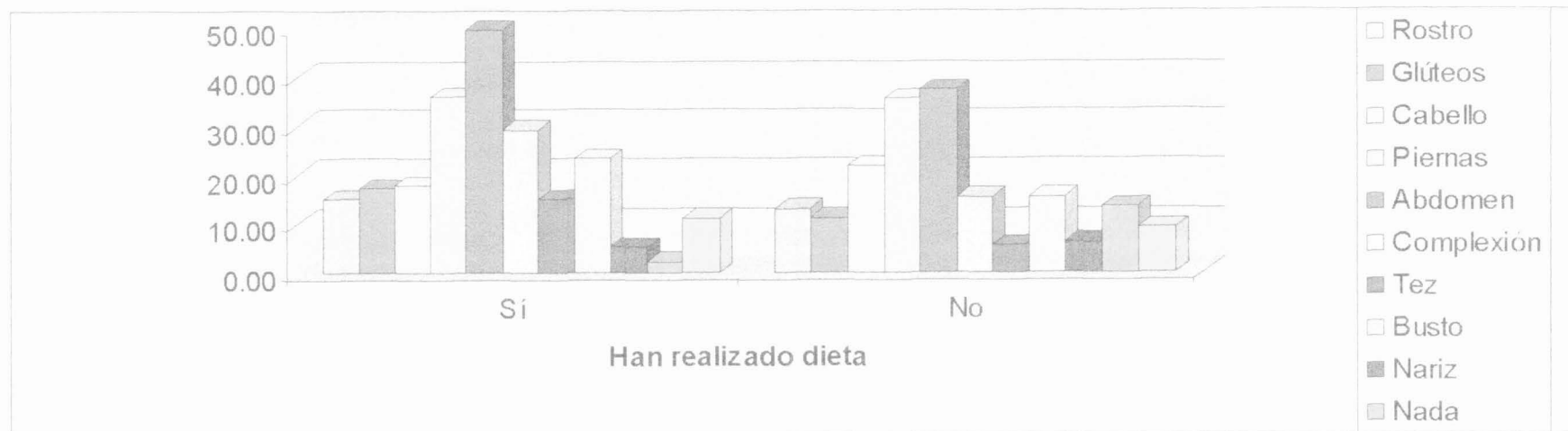
3.- Número de horas que las jóvenes ven los programas de su preferencia.



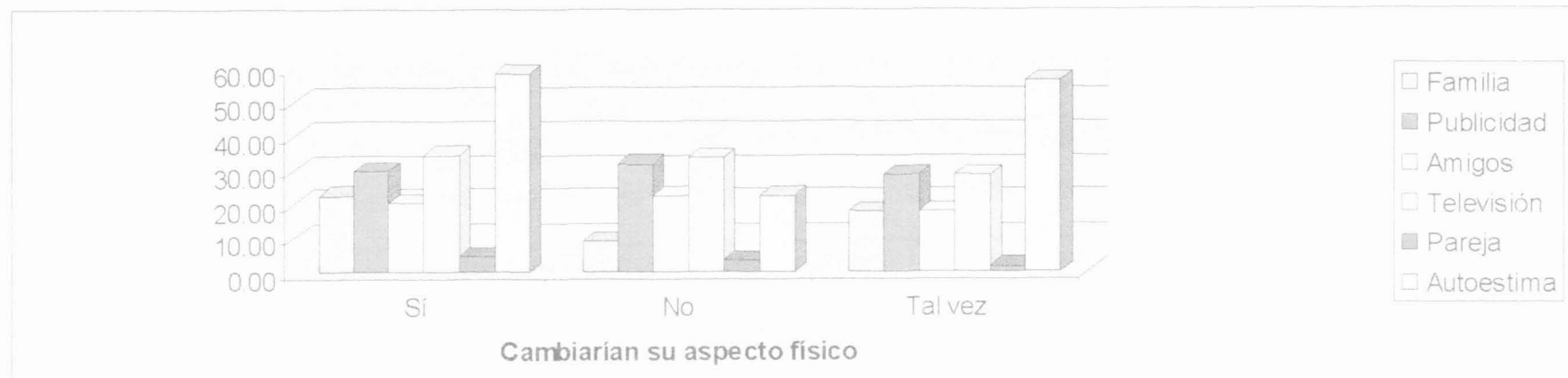
4.- Según el tipo de alimentación que las adolescentes prefieren ¿qué parte de su físico les disgusta más?



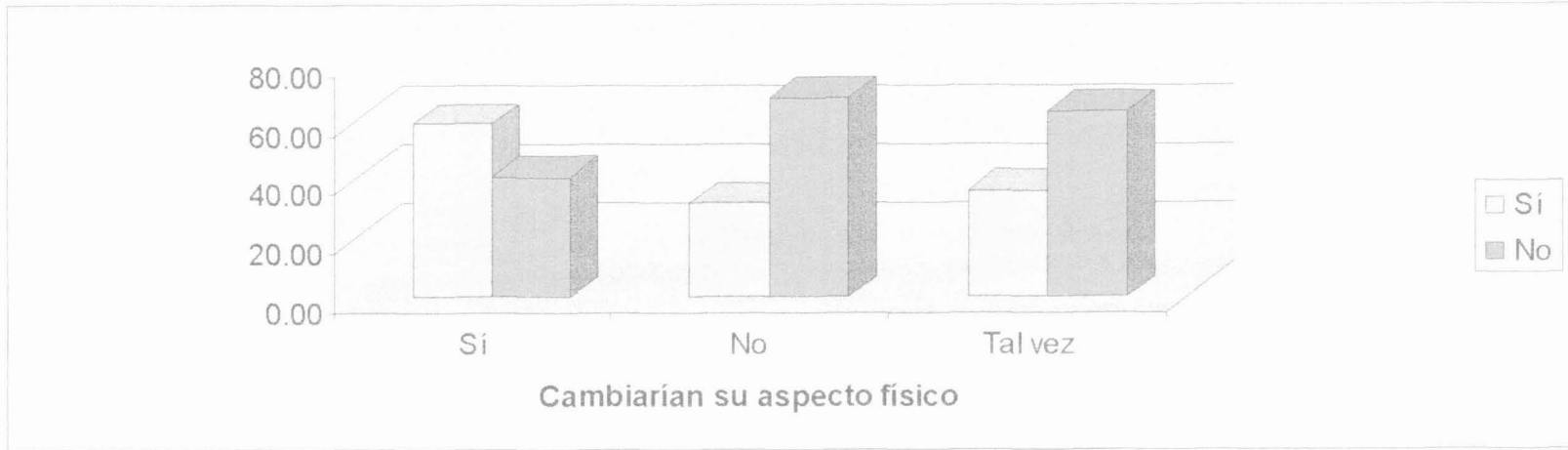
5.- Las adolescentes que han realizado alguna dieta ¿están inconformes con alguna parte de su físico?



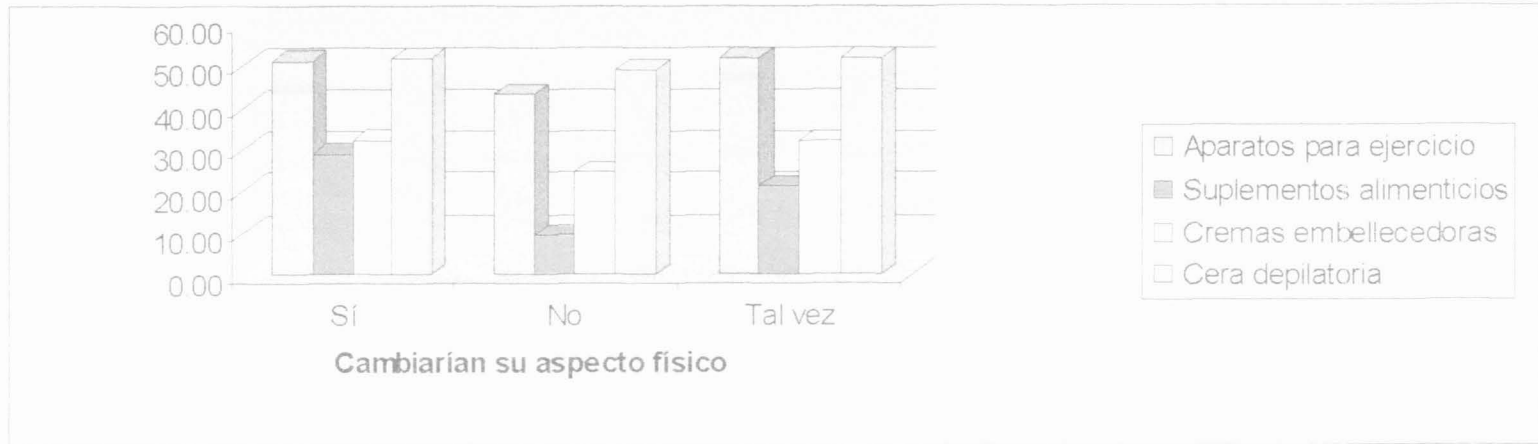
6.- Las adolescentes que quieren cambiar su físico ¿han tenido alguna influencia al respecto?



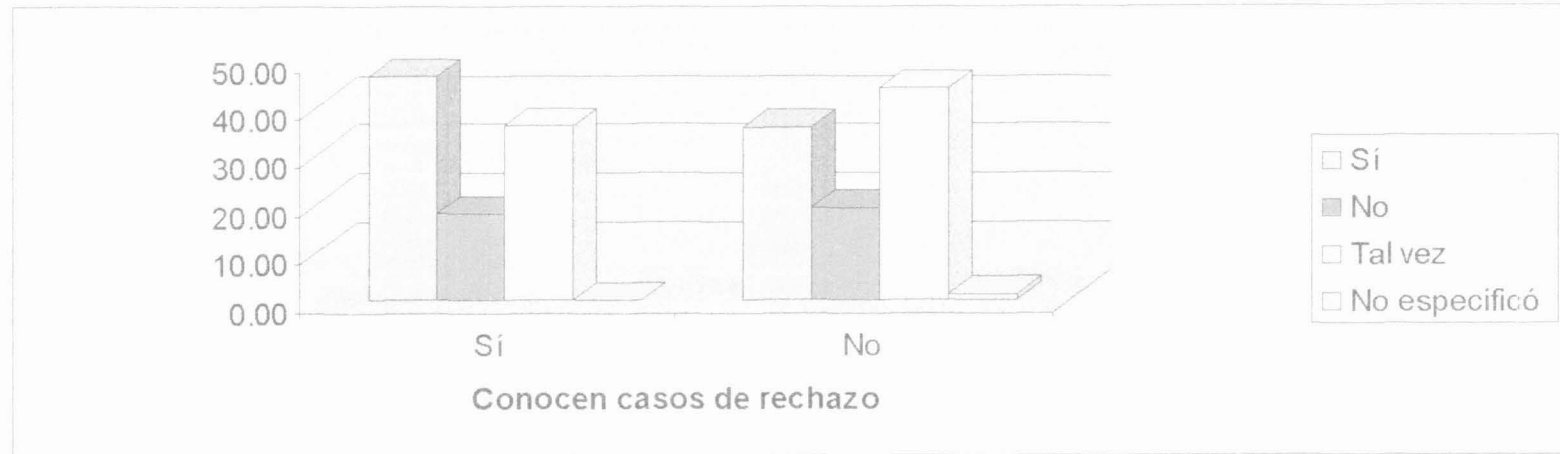
7.- Las mujeres que desean cambiar su físico ¿han realizado alguna dieta para lograrlo?



8.- El deseo por cambiar su físico ¿influye en el tipo de productos que compran?



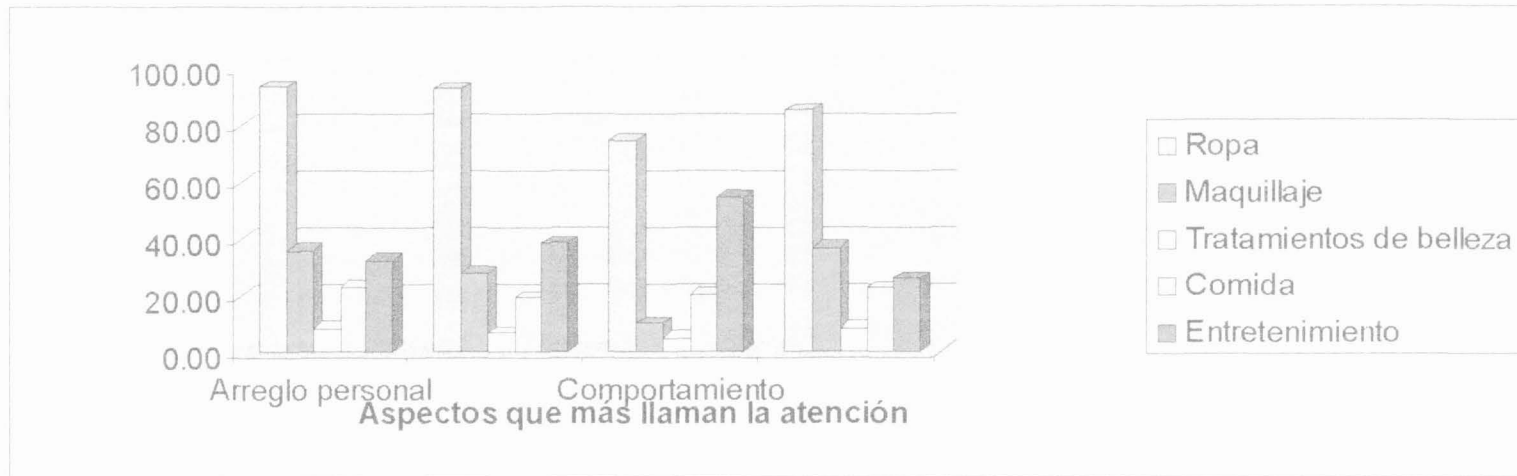
9.- ¿El deseo por querer cambiar el aspecto físico surge a partir del miedo al rechazo?



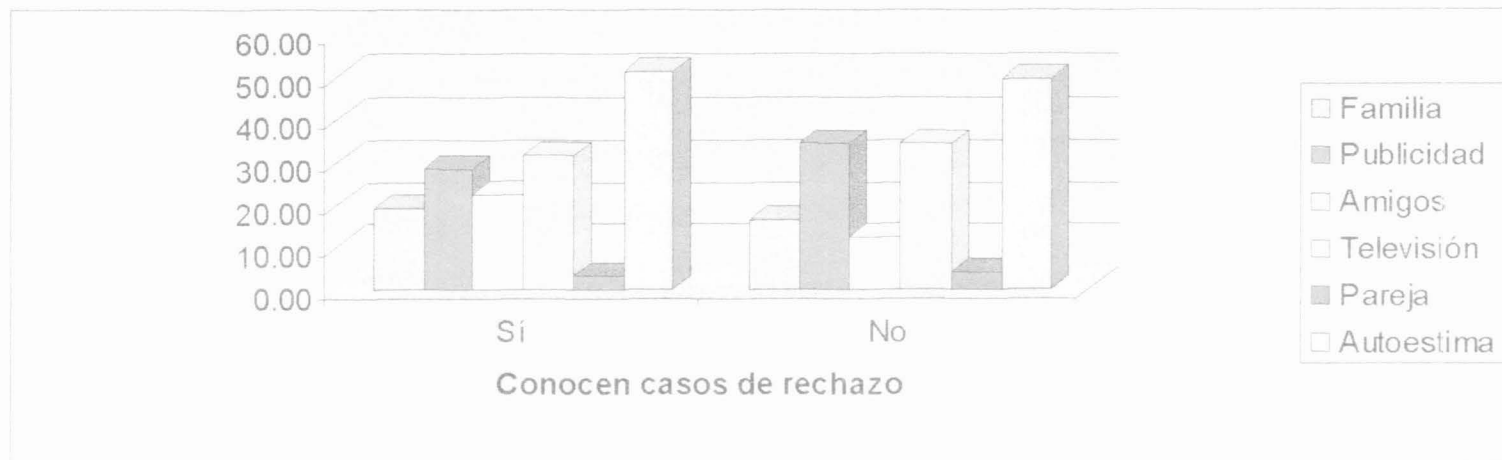
10.- Las adolescentes que han realizado dietas ¿han sido influidas por algún factor que les impulsa a querer cambiar su físico?



11.- ¿Las actrices y modelos de televisión influyen en los hábitos de compra de las adolescentes?



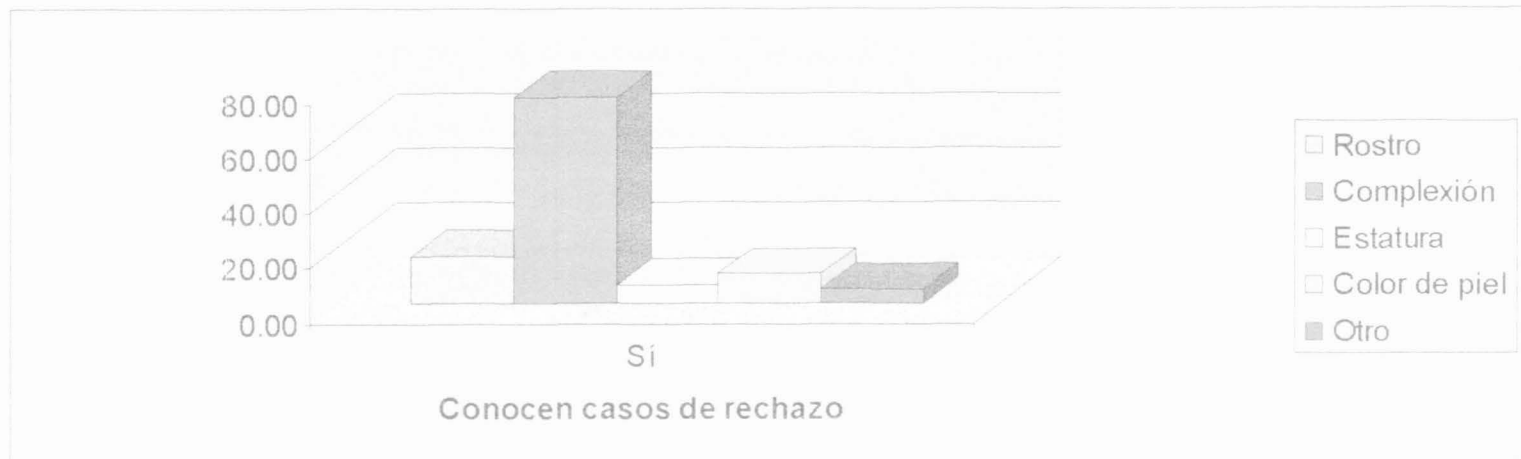
12.- ¿Los casos de rechazo están influidos por algún factor relacionado con cambio del aspecto físico?



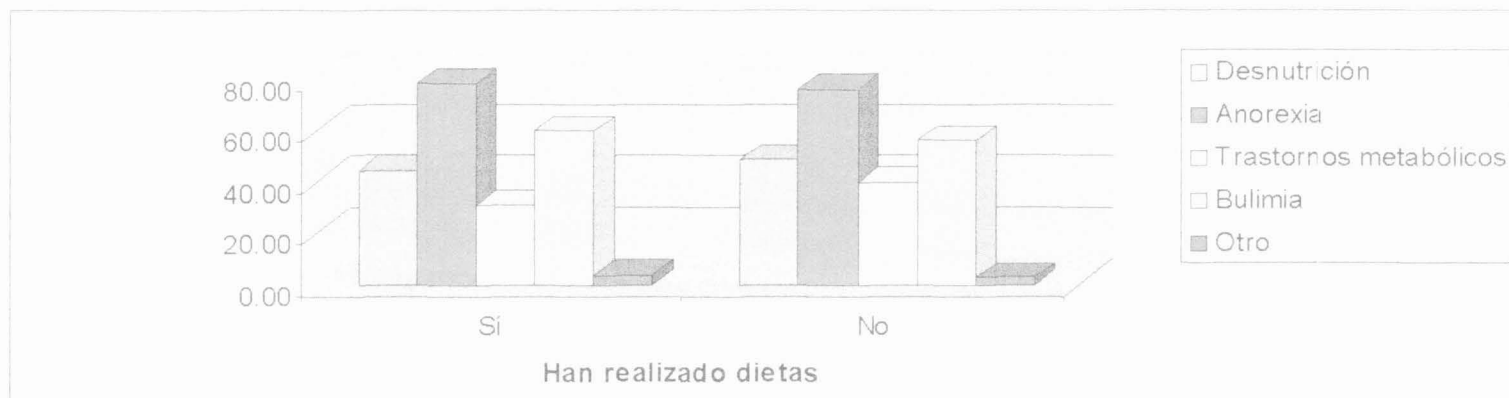
13.- ¿Las jóvenes realizan ejercicio con el fin de mejorar su apariencia física?



14.- ¿Qué causas motivan el rechazo social?



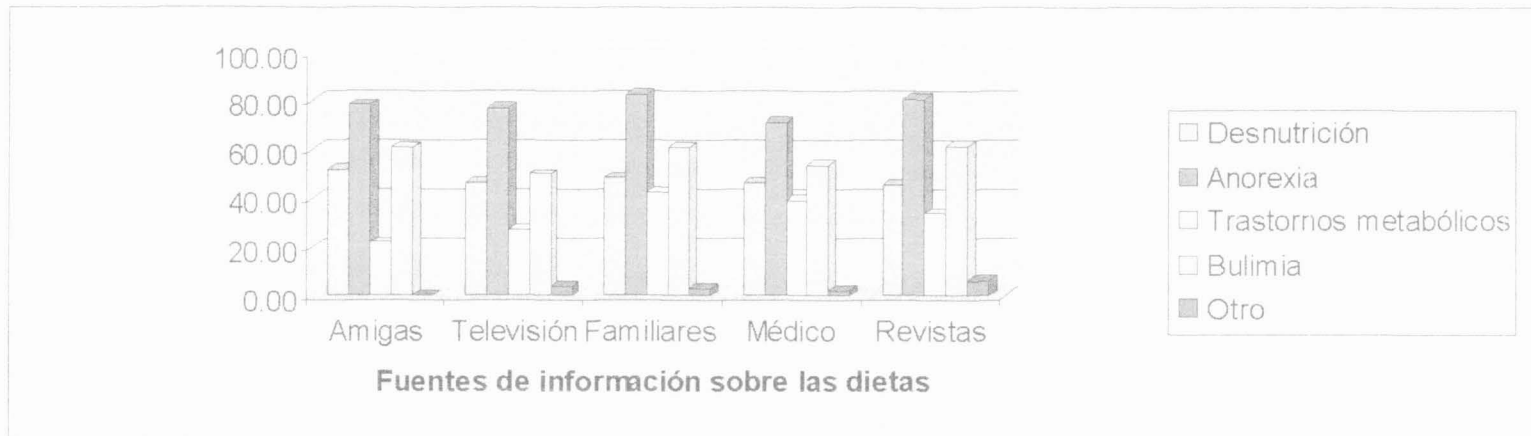
15.- Las personas que han realizado dietas ¿están conscientes de las enfermedades a las que se exponen?



16.- ¿Qué círculos sociales son los que más toman en cuenta el aspecto físico y con ello ocasionan el deseo por modificar la apariencia?



17.- Las fuentes de información sobre las dietas ¿han explicado a las adolescentes los riesgos que corren en caso de una alimentación mal balanceada?



INTERPRETACIÓN DE LOS CRUCES

Se efectuaron las gráficas, pero éstas de poco hubieran servido si a cada cruce no se le daba una interpretación, por lo que con base en los objetivos, las preguntas de investigación y la hipótesis, se analizó cada uno de los incisos. Además, para efectos de practicidad, se tomaron en cuenta sólo los apartados más representativos de cada cruce.

1. Número de horas que las adolescentes ven televisión durante un periodo determinado del día.

Al revisar la gráfica, se observó que el periodo de tiempo en el que las jóvenes suelen ver con mayor frecuencia la televisión es durante la tarde-noche, principalmente, es decir, entre las 18:00 y las 21:00 horas.

Dicho porcentaje varía dependiendo del número de horas que ven la tele. La cantidad de adolescentes que usualmente ve televisión de una a dos horas, o bien de dos a cuatro, prefieren el periodo de tarde-noche. Por el contrario, las mujeres que ven televisión más de cuatro horas tienden a hacerlo principalmente por las tardes.

Esto significa que, aún cuando algunas jóvenes ven la televisión durante la tarde o bien, la noche, el horario preferido es al atardecer; justamente en ese periodo es cuando la programación está mayormente dirigida al público juvenil; además, durante esas horas las adolescentes tienen más oportunidad de ver la tele, pues cuentan con el tiempo necesario (mayor cantidad de horas), no así en la tarde porque tienen que comer o hacer tarea, o bien en la noche, pues necesitan dormir.

Esto brindó una idea sobre el grado de influencia que ejerce la televisión en las adolescentes, pues dicho medio de comunicación suele hacerles compañía al menos durante un tiempo de su día. Además, se dedujo que una de las estrategias que los creadores de programas televisivos usan para atrapar a las jóvenes consiste en incluir en la barra programática justo esas producciones que más les gustan, para lo que se requieren constantes estudios de mercado.

Porcentaje de jóvenes que ven televisión durante el periodo que comprende de las 6 a las 10 de la noche:

	Tarde	Tarde - noche	Noche
Menos de 1 hora	27.45%	17.65%	41.18%
De 1 a 2 horas	36.42%	57.62%	23.18%
De 2 a 4 horas	47.06%	76.47%	13.24%
Más de 4 horas	88.24%	70.59%	11.76%

2.- Número de horas que las adolescentes están expuestas a ciertos tipos de canales.

Los canales con mayor predominancia fueron Televisa (canal 2), Warner Channel y MTV. Este último fue el que más porcentaje obtuvo, por lo que es evidente que a las adolescentes les llaman la atención los videos musicales y los programas que

representan una "realidad", en algunos casos exagerada, de la juventud norteamericana.

Otro de los canales más vistos es el Warner Channel, cuya programación está basada en series norteamericanas, la mayoría de corte chusco, y algunas cuentan con un formato de telenovela.

Aún cuando no alcanza el nivel de preferencia que MTV, Televisa continúa como uno de los canales predilectos de las adolescentes, sobre todo para aquellas que ven televisión por periodos prolongados, es decir, más de cuatro horas. La programación del canal 2 consiste en telenovelas, las cuales están dirigidas tanto a mujeres jóvenes como a amas de casa.

Aquí se clarificó un poco más lo que en el anterior cruce se mencionó respecto a las estrategias, pues justamente en la tarde-noche, cuando los encargados de la barra de programas saben que las adolescentes suelen ver más la televisión, incluyen novelas, series o programas musicales atractivos para ese sector poblacional.

Porcentaje de adolescentes que suelen ver MTV, Warner Channel o Televisa:

	MTV	Warner Channel	Televisa
* Menos de una hora:	72.55%	50.98%	25.49%
* De 1 a 2 horas:	68.87%	43.71%	47.02%
* De 2 a 4 horas:	70.59%	54.41%	50.00%
* Más de 4 horas:	76.47%	47.06%	64.71%

3.- Número de horas que las jóvenes ven los programas de su preferencia.

Para realizar la gráfica de este cruce, sólo se tomaron en cuenta los tipos de programas que las jóvenes marcaron como los de su preferencia, (series, moda y musicales). Al momento de comparar dichas respuestas con el número de horas que las jóvenes ven televisión, sobresalieron los programas musicales y las series, dejando fuera los de moda.

Aunque los porcentajes entre musicales y series se encuentran muy parejos, es posible observar cierta ventaja en las columnas que corresponden a series; sin embargo, aquellas personas que suelen ver televisión durante menos de una hora, o bien durante periodos de 2 a 4 horas, prefieren ver musicales en canales como MTV o Telehit, lo cual coincide con la respuesta anterior, en la cual, la mayoría de las jóvenes respondieron que el canal de su preferencia es MTV.

Porcentaje de personas que prefieren ver musicales o series:

	Musicales	Series
* Menos de una hora:	49.02%	33.33%
* De 1 a 2 horas:	34.44%	41.72%

Tanto en este cuadro como en los siguientes, los números escritos con letra negrita corresponden a los porcentajes más altos de cada opción.

* De 2 a 4 horas:	41.18%	29.41%
* Más de 4 horas:	29.41%	52.94%

4.- Según el tipo de alimentación que las adolescentes prefieren ¿qué parte de su físico les disgusta más?

Sin duda, la parte del físico que menos les gusta a las jóvenes es el abdomen, puesto que es el primer indicio para determinar si alguien está gorda o delgada. Sin importar el tipo de comida que consumen, la mayoría de las jóvenes respondió que su abdomen les resulta poco agradable.

A las mujeres que respondieron comida integral como alimentación predilecta, lo que más les importa de su cuerpo –además del abdomen– es la complexión. Posiblemente para ellas, el concepto de belleza abarca el cuerpo en su conjunto, y no sólo el hecho de tener “panza” o no, y por ello piensan en alimentarse sanamente y de comida natural, y no con antojitos o comida balanceada, por ejemplo.

Otro aspecto que destacó en la encuesta fueron las piernas. Un gran porcentaje mujeres que consumen comida light mencionó que sus piernas les resultan desagradables, por lo que es posible que el querer mejorar esa parte de su físico sea lo que las impulsa a basar su alimentación en productos “libres” de grasas.

Todos esos datos confirmaron que en la búsqueda por apegarse a los prototipos de belleza definidos, las adolescentes incluso modifican sus hábitos y preferencias, lo cual repercute en los aspectos económico y físico, pues hay productos que no resultan muy baratos, pero todo sea por lucir una buena figura.

Parte de su físico que más disgusta a las adolescentes que poseen hábitos específicos de alimentación:

	Abdomen	Piernas
Antojitos	41.46%	30.49%
Comida light	50.00%	41.67%
Comida integral	52.63%	21.05%
Comida balanceada	42.22%	38.89%

5.- Las adolescentes que han realizado alguna dieta ¿están inconformes con alguna parte de su físico?

Tanto para quienes han realizado dietas como para las que no, el abdomen suele ser la parte de su cuerpo que menos les gusta; sin embargo, es importante señalar que los porcentajes de la columna correspondiente a abdomen varían mucho.

Una gran cantidad de mujeres que ha realizado dietas es porque no están conformes con su abdomen y en segundo lugar, porque no les gusta su complexión; ellas consideran que las dietas son para adelgazar, y qué mejor remedio para eliminar los kilos que se acumulan en la cintura. A las que no han realizado cambios en su

alimentación, además del abdomen les interesan otras partes del cuerpo como las piernas.

Qué parte del cuerpo les gusta menos a las personas que han realizado dieta o no:

	Abdomen	Complexión	Piernas
Han realizado dieta	49.62%	29.32%	36.09%
No han realizado dieta	37.50%	15.63%	35.63%

6.- *Las adolescentes que quieren cambiar su físico ¿Han tenido alguna influencia al respecto?*

Aquellas mujeres que no especificaron si cambiarían su físico o no, consideraron a la autoestima, la televisión y la publicidad como los principales factores que influyen en la mentalidad de las personas.

Quienes contestaron que sí cambiarían su físico, dijeron que lo harían para mejorar la autoestima, pero reconocen que la televisión es una fuente importante de influencia al respecto.

Aquellas que contestaron que no modificarían su aspecto, consideran que tanto la televisión como la publicidad son los factores que más influyen en las adolescentes que desean tener otra apariencia.

Cabe señalar que, a pesar de que autoestima destaca como respuesta principal dentro de la gráfica, si sumáramos los porcentajes correspondientes a publicidad y televisión, el resultado sería mayor, concluyendo así que los medios de comunicación sí poseen influencia para determinar qué corresponde a lo bello y qué no.

Factores que influyen para querer cambiar el físico:

	Autoestima	Televisión	Publicidad
Si cambiarían el físico	58.27%	34.65%	29.92%
No cambiarían el físico	22.64%	33.96%	32.08%
Tal vez cambiarían	56.25%	28.57%	28.57%

7.- *Las mujeres que desean cambiar su físico ¿han realizado alguna dieta para lograrlo?*

Anteriormente ya se revisaron los porcentajes de aquellas mujeres que han realizado dietas porque no les gusta alguna parte de su físico; en este cruce se utilizó nuevamente como parámetro el hecho de haber realizado modificaciones en los hábitos alimenticios, pero tomando en cuenta si las mujeres realmente quieren cambiar su aspecto físico, o simplemente se sienten a disgusto con ciertas partes.

La mayoría de las mujeres que desean cambiar su aspecto físico, ha realizado dietas, pues éstas son vistas no como un método para mejorar la salud, sino como un remedio adelgazante que haga lucir mejor a la persona.

Contrario a lo anterior, tanto las jóvenes que no quieren modificar su apariencia, como las que no están seguras de querer hacerlo, respondieron en su mayoría que no han realizado dietas. Al analizar los resultados obtenidos, fue posible notar cierta congruencia en las respuestas:

Porcentaje de mujeres que han realizado una dieta para modificar su aspecto físico:

	Han realizado dieta	No han realizado dieta
Cambiarían su físico	59.06%	40.94%
No cambiarían su físico	32.08%	67.92%
Tal vez cambiarían	36.61%	63.39%

8.- El deseo por cambiar su físico ¿influye en el tipo de productos que compran?

Tanto los aparatos de ejercicio como las ceras para depilar obtuvieron un gran porcentaje de respuesta, incluso por parte de las jóvenes que negaron su interés por cambiar el físico.

Los porcentajes de ambas respuestas son muy similares, sin embargo, aún cuando las adolescentes que no desean modificar su apariencia han comprado también aparatos para ejercicio o ceras, los datos demostraron que lo han hecho un poco menos que el resto de las encuestadas.

Con esto, una vez más se estudiaron los hábitos de las jóvenes, y la importancia que para ellas reviste el hecho de cuidar el aspecto físico y lucir de una manera agradable y socialmente aceptable

Porcentaje de mujeres que han comprado ciertos productos a partir de su deseo por modificar la apariencia.

	Aparatos para ejercicio	para Cera depilatoria
Sí	51.18%	51.97%
No	43.40%	49.06%
Tal vez	51.79%	51.79%

9.- ¿El deseo por querer cambiar el aspecto físico surge a partir del miedo al rechazo?

Un gran porcentaje de mujeres que modificarían su apariencia aceptaron conocer casos de rechazo por cuestiones anatómicas. Por su parte, de las adolescentes que tal vez realizarían algún cambio, la mayoría negaron tener conocimiento de casos de rechazo.

Lo que más llamó la atención fue el hecho de que el mayor porcentaje de respuestas lo haya obtenido el cruce que demuestra que las adolescentes que sí conocen casos de rechazo, estarían dispuestas a cambiar su apariencia, por lo que es muy probable que su miedo a no ser aceptadas en los diversos círculos sociales, sea un factor de impulso para querer modificar su aspecto físico.

En las preguntas de investigación, se cuestionó si el aspecto físico influía en las relaciones interpersonales, y este cruce es una clara muestra de ello, pues la apariencia ya se utiliza como parámetro para medir si se es socialmente aceptado o no.

Porcentaje de adolescentes que cambiarían su físico para evitar el rechazo:

	Sí	No	Tal vez
Sí	46.12%	17.81%	36.07%
No	35.62%	19.18%	43.84%

10.- *Las adolescentes que han realizado dietas ¿han sido influenciadas por algún factor que les impulsa a querer cambiar su físico?*

Tanto las mujeres que han realizado dietas como las que no, opinaron que el principal motivo que orilla a las jóvenes a desear tener un físico agradable, es porque ello les ayuda a mejorar la autoestima, siendo mayor el porcentaje de esta respuesta en aquellas que ya han recurrido a la modificación de hábitos alimenticios.

Sin embargo, en este cruce sucedió lo mismo que en el 6, pues al sumar los resultados obtenidos en televisión y publicidad, se observó que los porcentajes son mayores, demostrando con ello que la influencia de los medios juega un importante papel entre los factores que influyen en los diversos hábitos de las adolescentes.

Factores que influyen en las mujeres para realizar o no dietas que las ayuden a lucir mejor:

	Publicidad	Televisión	Autoestima
Sí	23.31%	33.08%	55.64%
No	35.00%	31.25%	46.25%

11.- *¿Las actrices y modelos de televisión influyen en los hábitos de compra de las adolescentes?*

Sin duda alguna, la ropa es el artículo predilecto de las adolescentes, pues en su búsqueda por lucir un aspecto agradable, recurren a las prendas que mejor les quedan, o bien, que están "de moda", para así llamar la atención.

Las mujeres que prestan mayor atención al arreglo personal suelen comprar ropa y maquillaje, principalmente, para así tratar de lucir mejor. Por su parte, las adolescentes que toman en cuenta el comportamiento de los personajes televisivos, aún cuando compran también ropa, prefieren gastar dinero en productos para entretenimiento, y no en maquillaje.

Lo anterior demostró que las jóvenes a las que les llama la atención la forma de lucir de las actrices o modelos, suelen comprar productos que en cierta forma les ayudan a verse como lo que la televisión les presenta, mientras que las adolescentes que se fijan

más en aspectos no físicos, como es el comportamiento y la forma de pensar, prefieren comprar un libro, un CD o una revista que un producto de embellecimiento personal.

Ello reflejó que la influencia de la televisión no se limita sólo a presentar personajes con cuerpos casi perfectos, sino que también repercute en los hábitos de consumo de las adolescentes de 15 a 18 años, varias de las cuales participaron en esta encuesta.

Aspectos que más llaman la atención de las modelos o actrices de televisión, y que determinan en cierta medida los hábitos de compra de las adolescentes.

	Ropa	Maquillaje	Entretenimiento
Arreglo personal	93.98%	36.14%	32.53%
Forma de vestir	93.27%	27.88%	38.46%
Comportamiento	75%	10%	55%
Cuerpo	85.71%	36.90%%	26.19%

12.- *¿Los casos de rechazo están influidos por algún factor relacionado con cambio del aspecto físico?*

En este cruce fue notorio el porcentaje de mujeres que consideran a la autoestima como el principal factor de influencia en la mentalidad de las adolescentes; tanto las jóvenes que conocen casos de rechazo como las que no, opinaron que la autoestima es uno de los elementos principales que impulsan a las mujeres a querer cambiar.

En ninguno de los casos la publicidad o la televisión se quedaron atrás, pues dentro de las dos variables independientes, las respuestas relacionadas con los medios de comunicación obtuvieron un porcentaje notable, incluso, sumados entre sí, obtienen ventaja sobre los resultados relacionados con la autoestima.

Con base en lo anterior se pudo establecer que tanto la publicidad como la televisión crean una idea de lo que implica la autoestima, la cual puede verse afectada si una persona no cumple con los prototipos establecidos por los mismos medios; es entonces cuando se origina el rechazo social, provocando con ello una pérdida de seguridad en las adolescentes.

Eso confirmó parte de la hipótesis, en la que se mencionó que la mujer, a través de la apropiación de los prototipos de belleza proporcionados por la televisión, funda su valor en la dimensión físico-estética, esperando con ello una aceptación en la vida social en que se desenvuelven y, al mismo tiempo, obtener cierta identidad dentro del mundo globalizado que impera hoy en día.

Además, los medios de comunicación, a través del uso de diálogos e imagen, apelan a la necesidad de autoestima, status y búsqueda de posición social para penetrar en las masas y así imponer un prototipo de belleza corporal que ayude a cumplir con los intereses mercadológicos.

Factores que ocasionan el aumento o disminución de casos de rechazo:

	Publicidad	Televisión	Autoestima
Si	28.31%	31.51%	51.14%
No	34.25%	34.25%	49.32%

13.- ¿Las jóvenes realizan ejercicio con el fin de mejorar su apariencia física?

En dicho cruce, la mayoría de las mujeres respondieron que sí, o bien tal vez, cambiarían su físico, incluso aquellas que no realizan ningún ejercicio.

El dato más relevante fue el que describió que un gran porcentaje de las mujeres que realizan ejercicio durante un promedio de dos a tres horas diarias, está dispuesto a modificar su físico, lo que abre la posibilidad de que las horas que invierten para ejercitarse sean con la intención de adelgazar, o bien, dar una forma determinada a su cuerpo.

Respecto a las adolescentes que realizan ejercicio más de tres horas, el resultado carece de relevancia, ya que las mujeres que seleccionaron dicha respuesta fueron muy pocas en comparación con el total de respuestas.

Número de horas que las adolescentes realizan ejercicio para modificar o mejorar su aspecto físico.

	Sí	No	Tal vez
Ninguna	45.95%	16.22%	37.84%
Menos de una hora	47.73%	18.18%	34.09%
De una a dos horas	38.06%	18.66%	42.54%
De dos a tres horas	54.84%	16.13%	29.03%
Más de 3 horas	33.33%	66.67%	0%

14.- ¿Qué causas motivan el rechazo social?

Para esta gráfica sólo se tomó en cuenta a las personas que conocen algún caso de rechazo, para que describieran la razón por la cual se da el mismo, y es de notable importancia que la gran mayoría de las mujeres encuestadas respondieron que el principal motivo por el que se discrimina actualmente a una joven es por su complexión, es decir, si no luce una apariencia delgada y atractiva.

Hoy en día la principal causa de rechazo no es por el color de piel o la posición económica, sino por el cómo luce una persona, si es atractiva a la vista o no, y si cumple con las medidas corporales conocidas como "perfectas" (90-60-90).

Principales razones físicas por las que una persona es rechazada socialmente:

Complexión	Rostro	Color de piel
75.34%	17.35%	10.50%

15.- Las personas que han realizado dietas ¿están conscientes de las enfermedades a las que se exponen?

Existe una gran cantidad de mujeres que han realizado dietas, otras que no, de cualquier modo, fue necesario determinar el grado de conocimiento que dichas jóvenes poseen acerca de las enfermedades que pueden producirse al no contar con un buen balance en la dieta.

Tanto las adolescentes que han realizado un cambio en su alimentación como las que no, reconocieron en su mayoría a la anorexia y la bulimia como las enfermedades más amenazadoras, consecuencia de una dieta mal balanceada.

Sin embargo, no son esos los únicos trastornos que pueden observarse; quizá son dichas enfermedades las que mayor porcentaje tuvieron, porque son las que se mencionan con más frecuencia, o porque son de las que más casos se conocen, pero quizá aunque las jóvenes hayan respondido que conocen la anorexia y la bulimia, esto no significa que verdaderamente sepan cuáles son los síntomas, o peor aún que reconozcan siquiera las diferencias entre una y otra.

Enfermedades más conocidas relacionadas con las dietas:

	Desnutrición	Anorexia	Bulimia
Sí	44.36%	78.95%	60.15%
No	48.75%	76.25%	56.25%

16.- ¿Qué círculos sociales son los que más toman en cuenta el aspecto físico y con ello ocasionan el deseo por modificar la apariencia?

La mayoría de las adolescentes consideraron que las personas que suelen prestar más atención al físico son las amistades, y en segundo lugar la pareja, por lo que quedó claro que las mujeres por lo regular se arreglan pensando en agradarles a los demás, y no para sentirse cómodas ellas mismas; esto puede suceder de manera inconsciente, pero quedó demostrado que en cierto modo, las relaciones interpersonales se establecen a partir de la apariencia física.

Al comparar las respuestas de las mujeres que han realizado dieta y las que no, es posible observar que es ligeramente más alto el porcentaje de las adolescentes que sí han estado bajo régimen alimenticio y consideran que los diversos círculos sociales se fijan en su apariencia, por lo que existe la posibilidad de que dichas adolescentes recurran a las dietas no por gozar de buena salud, sino para adelgazar, lucir mejor y con ello ser aceptadas socialmente.

Grado de influencia del físico en la determinación de casos de rechazo.

	Amistades	Familiares	Pareja
Sí	78.95%	45.11%	56.39%
No	75.63%	43.13%	51.25%

17.- Las fuentes de información sobre las dietas ¿han explicado a las adolescentes los riesgos que corren en caso de una alimentación mal balanceada?

En dicho cruce ocurrió lo mismo que en el 15, pues las enfermedades que destacaron fueron anorexia y bulimia, sin que ello signifique que las adolescentes conozcan realmente los síntomas y consecuencias.

En primer lugar se ubica la anorexia, de la cual tanto familiares como revistas suelen brindar información. Llama la atención el hecho de que los porcentajes más altos no los haya obtenido el médico, quien es la persona más indicada para orientar a las adolescentes sobre una sana alimentación, así como los riesgos que una dieta mal balanceada puede originar.

	Anorexia	Bulimia
Amigas	78.26	60.87
Televisión	76.92	50.00
Familiares	82.81	60.94
Médico	71.30	53.70
Revistas	80.88	61.76

Con el anterior análisis concluyó el proceso de aplicación y revisión de la técnica de la encuesta, la cual permitió conocer un poco más a detalle los hábitos, gustos y preferencias de las adolescentes, así como la importancia que ocupa la televisión en sus vidas y los contenidos que suelen ver, además de la influencia que tiene el aspecto físico en factores como los hábitos alimenticios y de ejercicio, así como en las relaciones interpersonales.

Dichos datos permitieron desarrollar con más tino las siguientes técnicas de investigación, pues éstas se aplicaron una vez que ya se conocía mejor al sector poblacional sometido a análisis.

ANÁLISIS DE RECEPCIÓN TELEVISIVA

Dicha técnica de investigación se efectuó con el propósito de estudiar el comportamiento de las adolescentes mientras ven televisión, qué tipo de personajes, escenas, locaciones y productos les llaman más la atención, pues ello ayudó a definir con mayor precisión las estrategias que usa ese medio de comunicación para captar la atención de los, o en este caso las espectadoras.

Asimismo, se logró profundizar en el hecho de los modelos que presenta la televisión y que son tomados como prototipos de belleza, es decir, que sirven como ejemplo a seguir para las jóvenes, en pocas palabras, se revisó la influencia de la televisión en lo que al aspecto estético-físico se refiere.

Al igual que en el caso de la encuesta, para el análisis de recepción televisiva se efectuó un protocolo, en el que se explicaron las principales características de esa técnica de investigación, así como los aspectos a considerar para efectuar adecuadamente el análisis (Ver anexo 5).

Posteriormente se escogió a dos personas, las cuales fueron observadas durante una semana cada una, mientras veían televisión durante un periodo determinado del día, pero antes se efectuó un mapa situacional de las casas donde viven, y los sitios donde se encuentran las televisiones dentro de ambas viviendas (Ver anexo 6).

Fue necesario también incluir una breve descripción de cada una de las personas que integran las familias de las jóvenes analizadas, para así tener en mente las características de la gente con la que interactúan esas jóvenes (Ver anexo 7).

Una vez recabados esos datos, se puso en práctica la técnica, y la información etnográfica recopilada en cada una de las sesiones de observación se transcribió en los siguientes cuadros:

FICHAS DE REGISTRO

NOMBRE: Alejandra Santillán Macías.

EDAD: 18 años.

SEXO: Femenino.

OCUPACIÓN: Estudiante.

DISTRACCIONES: Ver televisión, salir con sus amigas, escuchar música, hablar por teléfono.

FICHA DE REGISTRO	
CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca)	FECHA: 10 de enero de 2005.
TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles.	HORA INICIAL: 19 horas.
TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.	HORA FINAL: 21 horas
<p>El día de hoy, la televisión estuvo encendida desde antes de la hora de análisis. A las 19 horas, Alejandra ve el canal 2 (novela: "Rebelde") acompañada a ratos por su mamá. Al ver la novela, se conmueve mucho cuando los protagonistas se besan, y muestra molestia cuando una de las chavas "intrigosas" planea una venganza para hacerle la vida imposible a su rival. En una escena en el antro, a Alejandra le gusta la blusa de una de las actrices, pero le dice a su mamá "claro, a ella se le ve bien porque no ve el cuerpazo que tiene, pero imagínate cómo me quedaría a mí". Al respecto, la mamá le dice que igual y se le vería bien, y que aparte qué prefiere, si andarse desmayando como Anahí cada media hora porque está toda desnutrida, o sentirse bien. Durante algunos comerciales aprovecha para ir por un poco de comida a la cocina, para no perderse ni un segundo de la historia. Al terminarse la novela, Alejandra decide cambiar de canal, no sin antes esperar a que termine la canción del final, la cual incluso canta al mismo tiempo que la escucha.</p> <p>A las 8:00 p.m. Alejandra le cambia al canal 11 (TV Azteca) para ver "Los Sanchez", y le dice a su mamá que esa novela ya está muy "chafa", pero que sólo la ve porque le dan mucha risa los protagonistas. En ocasiones, mientras están los comerciales, le cambia a los canales de videos, pero continúa básicamente viendo la novela. En una de las escenas donde sale un personaje llamado Laiza, interpretado por un transexual. Alejandra le dice a su mamá que ese personaje le cae mal porque es demasiado ridícula, y que no cree que nadie sea así en la vida real. "Si yo me encuentro alguien así en la calle, lo pateo por ridículo", comentó.</p> <p>Aproximadamente a las 8:45 p.m. decide bañarse, por lo que apaga la tele y se va, no sin antes decir que ya quiere que empiece "La Heredera", porque ya son los últimos capítulos y añade que el viernes pasado "se quedó muy buena".</p>	
OBSERVACIONES:	
ANALISTA: Irais Valenciano Calvillo	

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca).	FECHA: 11 de enero de 2005
TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles.	HORA INICIAL: 19 horas
TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.	HORA FINAL: 21 horas.

Hoy Alejandra tenía que hacer un trabajo de la escuela, por lo que está en la computadora, pero a las 7 prende el televisor para escuchar lo que pasa en la novela mientras hace su tarea. Sin embargo, cuando pasa algo realmente interesante, se le olvida por completo la escuela y se interesa más por la novela. Al ver un anuncio de shampoo, le dice a su mamá que si puede comprarle luego ese producto, porque tiene el cabello muy maltratado y con el "Fructis Hydra Liss" a lo mejor lo tendrá más lacio.

Alejandra termina su tarea a las 8 de la noche, y hoy no quiere ver la novela, prefiere cambiar de canales hasta que llega a los canales de videos (MTV y Telehit) y se queda viéndolos, cambiando constantemente de un canal a otro, según encuentra videos que le gusten. Se puede percibir que la música que más le gusta es en inglés, y mientras sigue haciendo la tarea, tararea las canciones, o incluso comienza a cantarlas, aunque ni siquiera sepa la letra o lo que dicen. Entre los artistas que más le llamaron la atención se encuentran Maroon 5, ya que le gusta el chavo que canta; Cristina Aguilera, Avril Lavigne, y Blink 182.

Al poco rato llega José (su hermano, quien tiene 20 años de edad) y le dice que va a ver los Simpson, ella acepta y ve el programa con él, se ríe continuamente, y dice que lo que más le gusta es que son muy sarcásticos.

Cuando se acaban los simpson, Alejandra va por algo de cenar, la tele se queda prendida pero ella ya no la ve.

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Irais Valenciano Calvillo

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca).	FECHA: 12 de enero de 2005.
TEMATICA GENERAL: Novelas juveniles.	HORA INICIAL: 19 horas
TEMATICA ESPECIFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.	HORA FINAL: 21 horas.

Alejandra había salido de casa, pero a las 7:15 ya estaba de regreso para ver la novela; le pregunta a su mamá qué pasó mientras ella no estaba, pero su mamá le contesta que no puso atención porque estaba lavando los trastes. Cuando sale una actriz muy delgada, la mamá comenta que esa chava se ve muy mal tan flaca, que parece anoréxica, y Alejandra le contesta "pues sí, pero esa es la que más pegue tiene con los de la novela".

Durante los comerciales anuncian "siluet 40" y tanto la mamá como Alejandra dicen que ha de ser un producto muy caro, y que igual y ni sirve, pero que si encontraran un producto que realmente fuera efectivo pero sin matarte de hambre, sí lo compraban.

El resto de la novela transcurre sin interrupciones. Al terminarse (a las 8) le cambia al 11 para ver "Los Sánchez", y Alejandra le pregunta a su mamá con quién quiere que se quede finalmente Tito, el protagonista de la novela. Su mamá le dice que Yolis, quien interpreta al personaje de la "naca", le cae mejor que la secretaria, que es más buena gente y se ve que lo quiere, en cambio la otra, a lo mejor es muy interesada. Alejandra le contesta "sí, pero la secretaria tiene mejor cuerpo, y se viste mejor, creo que como todos los hombre, Tito a fin de cuentas se va a quedar con la que está mas buena".

Al terminarse "Los Sánchez", Alejandra se queda viendo "La Heredera", y le pregunta a su mamá si no sabe cuándo se termina esa novela, porque únicamente sale "últimos capítulos" a lo que la mamá contesta que no sabe, porque todavía no han dicho, pero que ella cree se terminará a principios de febrero, porque en esos días se acaba también "Mujer de Madera" (novela de Televisa), y que siempre programan el final para el mismo día las telenovelas de ambas televisoras cuando están en un mismo horario.

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Irais Valenciano Calvillo

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca).	FECHA: 13 de enero de 2005.
TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles.	HORA INICIAL: 19 horas.
TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.	HORA FINAL: 21 horas.

El día de hoy Alejandra empieza a ver la novela, pero al poco tiempo de haber comenzado le llaman por teléfono, se queda un rato platicando de diversos temas, y entre ellos empieza hablar con su amiga sobre la novela, lo que está ocurriendo y cuál de los chavos que salen como protagonistas les gusta más. Alejandra comenta que ella quiere un novio tan guapo como el que anda "quedando" con Anahi, pero que está muy difícil, porque debería tener un cuerpazo como el de la protagonista, y que lo ve muy difícil, después de eso la plática se desvió a que quiere ir a un gimnasio, pero que le da flojera.

Después de aproximadamente 15 minutos, cuelga el teléfono y aprovecha para prepararse un sandwich antes de seguir viendo la tele. Su mamá le dice que no coma en la sala, pero Alejandra no hace caso y continua frente al televisor.

Al terminarse la novela, le cambia al 11, como siempre, pero no le pone mucha atención a la historia, porque está acomodando unas hojas de su tarea y al mismo tiempo platica con su mamá de un trabajo que tiene que hacer de computación, de los exámenes y otros temas relacionados. Al terminar la novela, Alejandra va a bañarse porque está muy cansada y quiere dormirse temprano, por lo que deja la tele prendida para su mamá, pero ella se va a su recámara.

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Irais Valenciano Calvillo.

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca)

FECHA: 14 de enero de 2005

TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles.

HORA INICIAL: 19 horas.

TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.

HORA FINAL: 21 horas

A las 7 de la noche, José, el hermano de Alejandra se encuentra viendo otro programa, en eso llega ella y le pide por favor que la deje ver la novela, el hermano no quiere, y comienza una discusión por el televisor, hasta que la mamá los regaña y le dice a José que la deje ver la novela, que ya después él puede verla. Él se enoja, pero finalmente le cambia de canal. Se queda viendo la novela principalmente para molestar a su hermana, y hace comentarios sobre los personajes, como "Qué tonta" o "Porque hace eso". Alejandra sólo volteo y lo ve feo, pero no le dice nada porque no quiere comenzar una nueva pelea.

José critica el hecho de que metan comerciales durante la novela, dice que se le hace muy "estúpido" y que aparte meten escenas que ni al caso, comentario con el que Alejandra está de acuerdo.

Posteriormente le cambian a "Los Sánchez", a José no le gusta mucho la novela, pero se queda viéndola porque le divierte. Cuando sale una de las chavas que actúan en la novela, Alejandra dice que habla muy "naco" que de seguro así es en la vida real, pero José le dice "y qué, pero está bonita, yo sí andaría con ella". Alejandra le dijo, "sí, pero imagínate, la llevas a un restaurante o con tus amigos y te sale hablando como naquita, diciendo vistas, o fuistes, qué vergüenza", a lo que su hermano contestó "Y qué, la educo y ya está, ¿no?", y finalmente Alejandra le dijo, "Sí, como es tan fácil".

Al terminar la novela, José le cambió de canal a la tele, y buscaba alguna película interesante o entretenida. Alejandra finalmente se aburrió y mejor se fue a cenar dejando sólo a José viendo televisión.

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Irais Valenciano Calvillo

NOMBRE: Diana Pachicano Valenciano.

EDAD: 15 años.

SEXO: Femenino.

OCUPACIÓN: Estudiante.

DISTRACCIONES: Escuchar música, navegar en internet, ver televisión, salir con sus amigas.

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca).

FECHA: 17 de enero de 2005.

TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles.

HORA INICIAL: 19 horas.

TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de los adolescentes relacionados con dichos programas.

HORA FINAL: 21 horas.

Hoy, Diana está viendo la novela "Rebelde" acompañada de Mariana, su hermana de 21 años. Mientras ven la canción del inicio, comenta que el nombre de la novela demuestra que es para niños tontos que no han definido su personalidad.

Durante un comercial de servicios celulares Unefón, Diana dice que a fin de cuentas es lo mismo que Telcel, pues lo único que quieren es ganar dinero y usuarios. Posteriormente pasan un comercial de Marlboro Blue, por lo que le dice a su hermana "Rocío compró de esos, pero dice que estén más chidos los Camel".

En la novela, aparece un grupo de chavos, los cuales le gustan a Diana. "pero han de ser super payasos". Cuando sale la protagonista (Anahí), critica la forma en que le quedaron los dientes, pues dice que se le ven muy feos y que aparte ha de ser muy "mamaona".

Al ver un comercial de "La Madrastra", una telenovela que comenzará en los próximos días, Diana pone cara de aburrimiento, y dice que otra vez van a pasar una novela con otra historia tonta, como todas.

Luego de terminarse la novela de Televisa, le cambian a "Los Sánchez", y se quedan viéndola un buen rato, durante el cual Diana comenta que no deberían hacer novelas como esa, pues sólo ofenden muchas formas de vida de las personas "si quieren ser gatos y nacos, pues que los dejen, es su vida". Posteriormente, durante una escena de Laiza (interpretada por un transexual), dice que está bien respetar la vida de los gays, pero que tampoco es bueno que les den tanta publicidad.

Casi al terminar la novela, una de las chavas que sale en la novela trae una blusa que le gusta a Diana, "está bien rara, pero bien chida". Al finalizar el programa, le cambian a todos los canales para ver si hay algo bueno que ver, pero finalmente la apagan, y Diana se va a la computadora a "chatear".

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Iraís Valenciano Calvillo

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca).	FECHA: 18 de enero de 2005
TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles.	HORA INICIAL: 19 horas
TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.	HORA FINAL: 21 horas

Hoy Diana está comiendo unas palomitas frente al televisor, desde antes de empezar la novela, pero se distrae mucho platicando con su tía, quien los visita todos los días. Durante un comercial de helados Holanda, comenta que se le antojó una nieve como la que salió, pero que luego ni saben tan buenos como se ven.

Posteriormente, al ver un promocional de crema para el cabello Sedal, se la recomienda a su tía y le dice que es muy buena. "Esa crema sí sirve, y de la que tengo y cierra las puntas bien chido".

En otro segmento de comerciales, llega su hermana y le cambia de canal a MTV, únicamente para ver qué hay, pero luego le regresa al canal 2. Diana le dice a su tía que ahí pasan programas muy "fregonos" como los reality shows, los cuales califica de "estúpidos".

Al terminar la novela, no cambian de canal, sino que continúan viendo "Apuesta por un amor", pero como usualmente no ven esa novela, no entienden mucho la trama, y además se distraen platicando entre sí, incluso pareciera que prestan mayor atención a los comerciales que al programa.

Al ver un comercial cerveza, Diana comenta a su tía: "Te das cuenta que siempre, para vender, pasan imágenes de placer, o sea, chavas en bikini, playa, hamaca, etc". Luego, durante un comercial de Pantene, dice que Ludwika Paleta y Bárbara Mori tienen el cabello muy "chido", pero su tía le contesta que lo cree que lo tengan así únicamente por usar ese shampoo, que igual y ni siquiera ellas lo usan, pero que les pagaron por hacer el comercial.

Finalmente, al terminarse la novela, su tía les dice que ya se va, por lo que entre la plática de "despedida", se olvidan del televisor por un rato. Después de unos minutos, mejor deciden apagarla.

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Iraís Valenciano Calvillo

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca)	FECHA: 19 de enero de 2005
TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles	HORA INICIAL: 19 horas
TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.	HORA FINAL: 21 horas

Hoy, durante casi toda la novela "Rebelde", Diana estuvo viendo sola la televisión, por lo que no fue posible percibir la forma en que interactuaba con los demás miembros de su familia. Sin embargo, sí pudo observarse interés de su parte sobre la trama, incluso, en un momento en el que sonó el teléfono, se dio prisa por finalizar la llamada, para así no perderse lo que pasaba en la historia.

Poco antes de que terminara la novela, llegó su hermana y le preguntó qué había pasado en todo el rato, y mientras había comerciales, Diana le platicaba con detalles, pero una vez que continuó el último bloque del programa, le dijo que luego le terminaba de contar, para poner atención a la trama.

Ya que terminó, le cambiaron a "Los Sánchez", pero en esta ocasión no hicieron muchos comentarios sobre los personajes o la historia. Durante un comercial de "Lo que callamos las mujeres", Diana dijo que ese programa estaba asqueroso, pero que estaba todavía peor el que trataba sobre casos de hombres "ese sí estaba de no manches, horrible".

Al ver un comercial de Prodigy Infinitum en el que aparece Martha Higuera, Diana comenta que se ve muy bien así arreglada, y en cuanto al producto anunciado, dice que "el Prodigy ni siquiera sirve, se tarda un chorro, mejor habría que probar el infinitum".

Mariana (su hermana) comenta que ya le dio hambre, por lo que va a la tienda a comprar algunas golosinas, por lo que Diana se queda nuevamente sola viendo la tele, hasta que finalmente termina la novela, y decide ir a hacer su tarea.

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Irais Valenciano Calvillo

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca).	FECHA: 20 de enero de 2005
TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles.	HORA INICIAL: 19 horas.
TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.	HORA FINAL: 21 horas.

Desde temprano, tanto Diana como su hermana se encuentran viendo la tele, y a las 7 de la noche están listas para ver la novela, de la cual, hasta la canción se saben de memoria. Aunque los personajes les parecen tontos, no se deciden a cambiar de canal. En los comerciales, transmiten uno de Big Brother, por lo que Diana exclama "Otra vez con sus "pendejadas", viejos mantenidos, y la gente tonta todavía los apoya". Posteriormente también se queja al ver un comercial de Telejuegos: "Bola de tecos, ya no saben cómo ganar más audiencia".

Durante la novela, al salir uno de los maestros que se supone trabajan en la escuela donde los protagonistas estudian, Diana comenta que ese chavo está muy guapo, aunque ya esté medio grande, pero que así está mejor, porque luego son muy inmaduros.

Al terminar "Rebelde", le cambian a "Los Sánchez", y en una de las escenas sale una imagen de una Virgen de Guadalupe adornada con foquitos y veladoras multicolores, cosa que no le pareció mucho a Diana. "Como que ya se están metiendo mucho con la religión, ya ni eso respetan".

En diversos comerciales, Diana critica las promociones que ahí anuncian, por ejemplo Blockbuster, Banco Azteca y Electra. En todos ellos coincide en señalar que son mentira, pues a fin de cuentas luego las cosas salen más caras: "Yo digo que todo eso es puro robo".

Al terminar la novela, Mariana le cambia a MTV, y se quedan viendo por un buen rato los programas que ahí transmiten durante esas horas, los cuales consisten principalmente en reality shows estadounidenses.

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Irais Valenciano Calvillo

FICHA DE REGISTRO

CANAL: 2 y 13 (Televisa y TV Azteca).	FECHA: 21 de enero de 2005
TEMÁTICA GENERAL: Novelas juveniles.	HORA INICIAL: 19 horas.
TEMÁTICA ESPECÍFICA: Gustos y preferencias de las adolescentes relacionados con dichos programas.	HORA FINAL: 21 horas.

Nuevamente Diana se encuentra viendo la tele desde poco antes de las 7 de la noche, sin embargo, hoy está en compañía de una amiga, pues quedaron de verse en su casa para salir al café en un rato más. Su amiga (Maribel) comenta que le gustaría estudiar en un colegio como el que sale en la novela, luego le preguntó a Diana si había uno así en México, a lo que le contestó que no sabía, pero Maribel insistió, y le dijo que en caso de que encontrara uno así, les diría a sus papás que la cambiaran de escuela.

En un comercial de Nutrigran, Diana le comentó a Maribel que el slogan es pura mentira, porque dicen "Tú eres lo que comes", "pero no es cierto, yo como muchas barras de esas y aún así parezco tabla", lo que causó la risa de su amiga.

Al ver un comercial de crema Dove, Maribel dijo que esa crema no servía, y que ella prefería la Saint Ives "Caricia Deseada", porque esa dejaba la piel muy suave. Diana le dijo que a ver si luego la compraba, para ver si era cierto, porque ya tenía muy reseca la piel.

Mientras se arreglaban para salir y Diana le preguntaba a su amiga qué blusa se le veía mejor, continuaban viendo la tele, pero ahora en "Los Sánchez". En tono de broma, Maribel le dijo a Diana, "te voy a regalar un llavero como ese del Cruz Azul, para que te veas "in"".

Luego, al ver un comercial de pastillas adelgazantes llamadas Xenical, Maribel comentó que ella no sabía que existiera alguna medicina que hiciera que las mujeres bajarán kilos rápidamente, "y además todas tienen rebote, ya ves lo que le pasó a Claudia".

Durante un buen rato se olvidaron de la tele y se pusieron a platicar sobre la escuela, la tarea y los exámenes, pero de vez en cuando volvían a poner atención a lo que pasaba en la novela.

Al terminar el programa, y poco antes de comenzar "La Heredera", vieron un comercial de Sedal en el que sale un león. Diana le dijo a su amiga que el comercial estaba "chido", "aunque un shampoo no tiene nada que ver con un león". En ese momento, apagaron la tele y finalmente se fueron al café.

OBSERVACIONES:

ANALISTA: Irais Valenciano Calvillo

INTERPRETACIÓN DEL ANÁLISIS DE RECEPCIÓN TELEVISIVA

Una vez que se efectuó el trabajo de campo, se dedujo que las adolescentes no sólo ven los programas o comerciales y desechan la información, sino que comparan las historias que se transmiten en televisión con la realidad, e incluso las ven como modelos a seguir.

Comentarios como: "me gustaría tener ese cuerpo" o "yo sí andaría con alguien como él" reflejaron que de manera inconsciente, las jóvenes ven en las actrices o modelos un prototipo a seguir, ya sea de actitud, de imagen o de relación interpersonal.

En los programas, no sólo los que formaron parte de la técnica, sino todos en general, destacan, además de la imagen de las personas, las acciones, pues éstas provocan diversos sentimientos a los televidentes: enojo, desesperación, frustración, felicidad o tristeza. Esto vuelve todavía más interesante la relación entre la televisión y los espectadores, ya que brinda a la gente la oportunidad de experimentar una especie de interacción con los personajes en pantalla.

La atención de los televidentes no suele ser constante, ya que las dos adolescentes analizadas demostraron que en ocasiones no es necesario pasar todo un rato viendo televisión para entender los mensajes que ésta emite, pues en algunos casos podían realizar otras actividades y entender lo que pasaba en los programas, gracias a la atención auditiva.

La televisión proyecta estilos de vida, actitudes y modelos que consciente o inconscientemente los espectadores buscan imitar, y con frecuencia las adolescentes sueñan con tener la apariencia física de algún personaje de la televisión que a simple vista parece tener cuerpo, rostro, cabello e imagen apegados a la perfección.

Lo anterior se comprobó con los comentarios que las dos adolescentes analizadas expresaron al ver comerciales sobre productos para el cabello, cremas, ropa, etcétera, pues comentaron su creencia de que con utilizar dichos artículos lograrán acercarse al prototipo de mujer bella, incluso en ocasiones hicieron juicios de valor sobre qué tan efectivos son.

Los mensajes televisivos fomentan además la relación entre las personas que se exponen a los programas o comerciales, ya que las imágenes y los temas difundidos sirven como tema de conversación y discusión, y prueba de ello son los diálogos que entablan los espectadores durante las transmisiones, como ocurrió con las adolescentes y sus pláticas tanto con familiares como con amigas.

Además de los comerciales que usualmente se transmiten en cápsulas de aproximadamente dos minutos, en los últimos meses se ha acentuado la inclusión de anuncios de productos diversos dentro de las tramas de los programas, como ocurría frecuentemente en la novela Rebelde.

Durante una hora de transmisión de la mencionada telenovela, las jóvenes podían apreciar al menos cinco "mini comerciales" de ropa, cosméticos, productos para el cabello, cremas, comida o centros comerciales. Lo anterior con el propósito de que las

empresas patrocinadoras aumenten sus ventas mediante publicidad dirigida a un mercado específico, en este caso, las adolescentes.

Otro aspecto que llamó la atención durante el análisis de recepción televisiva fue el gusto de las adolescentes por grupos musicales y canciones extranjeras, ya que la expansión del fenómeno televisivo ha posibilitado el intercambio cultural, hecho que llama la atención de las nuevas generaciones, pues aumenta la curiosidad por lo que ocurre en otros lugares del mundo, incluso en ocasiones se tratan de imitar actitudes o modas de otros países.

Las jóvenes estudiadas durante el análisis de recepción televisiva mostraron gran interés por videos musicales o *reality shows* creados en Estado Unidos, así como por la imagen de quienes aparecían en dichos programas, lo que demostró también la influencia que pueden llegar a ejercer otras culturas mediante medios de comunicación tan poderosos como la televisión.

En los programas de televisión que formaron parte del análisis de recepción televisiva quedó de manifiesto la importancia que en ocasiones se le da a las clases sociales, y los mensajes que sobre dicho aspecto se envían a los televidentes.

La telenovela *Los Sánchez* era una parodia del comportamiento de quienes pertenecen a las clases altas y bajas, y a los integrantes de esta última categoría se les asociaba con lo "naco" y lo extravagante, por lo que el mensaje que enviaba a los espectadores se interpretaría como que las actitudes de los personajes principales son las que se deben evitar para poder encajar en la sociedad actual.

A diferencia del caso anterior, las jóvenes analizadas también estaban expuestas a la información que se transmitía en la novela *Rebelde*, cuya trama se desarrollaba en una escuela privada llamada *Elite Way School* (la escuela de camino a la élite) y los personajes se desenvolvían en un ambiente burgués, incluso algunos protagonistas en diversas ocasiones demostraron el miedo que les ocasionaba la posibilidad de dejar de pertenecer a la clase alta. Son precisamente ese tipo de personajes los que más llaman la atención de las adolescentes, porque además de representarles un reto de superación, se les inculca la idea de que el tener más dinero o pertenecer a la clase alta les asegura la felicidad y el éxito.

Además de la clase social a la que pertenecían los protagonistas de *Rebelde*, destacaban el *look* "novedoso" y la música que interpretaban los personajes, aspectos que los volvieron todavía más atractivos para las adolescentes que durante esa etapa de la vida buscan definir su personalidad, pues como la articulista Gabriella Morales-Casas: "*La moda impuesta por sus protagonistas va del lenguaje y la vestidura hasta la forma de ser: es un fenómeno mediático, publicitario y sociocultural. Todo un negocio redondo*".⁹⁴

Las adolescentes buscan modelos de vida, y qué mejor que la televisión para inculcarles algunas expectativas, a pesar de que algunas de ellas no se adaptan

⁹⁴ DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Lolitas y Rebeldes". Por Gabriella Morales-Casas. Año cinco Número 256. Página 28.

siquiera a las condiciones reales de cada persona, como ocurrió en el caso de Rebelde, de la cual una especialista escribió lo siguiente:

*"La escuela –de la novela- tiene cierto modelo norteamericano de colegio privado que no es identificable con los chavos que la ven. Ve a las chicas de Rebelde: el color de sus pieles, su físico en general, los cuerpos con una tendencia anoréxica y el vestuario de modelo; el sistema de aspiraciones opera más en quien es diferente, porque les gustaría ser como ellas, aunque sea irse becas, pero estar ahí. La televisión mexicana siempre ha jugado a enseñar cómo viven los ricos".*⁹⁵

La información anterior se relacionó estrechamente con algunos objetivos de la investigación, entre los que se mencionó la necesidad de analizar el grado de influencia de la televisión, mediante en establecimiento de cánones y prototipos bien definidos, que en este caso fueron los personajes de Rebelde y otras novelas como Los Sánchez, además de los cantantes que aparecen en canales como MTV:

Además se razonó sobre el contenido de los programas televisivos dirigidos a la juventud actual, así como los comerciales, pues ya no sólo se supo qué programas les gustaban a las adolescentes, sino que al tiempo que se analizaba el comportamiento de las jóvenes, se observaban los contenidos de lo que transmitía la televisión.

También se dio respuesta a algunas de las interrogantes planteadas al inicio de la investigación, pues fue posible constatar que el modelo capitalista, en el que los empresarios ejercen una competencia constante por ganar mercado, fomentan que cada vez que haya oportunidad, los espectadores se enfrenten a anuncios publicitarios cuyo propósito principal es vender algún producto.

En cuanto a las estrategias utilizadas por la televisión para lograr una penetración en el subconsciente de la mujer, se notó que pocas veces se maneja un lenguaje directo, pues éste prácticamente se usa sólo en algunos comerciales, pero en lo que respecta a programas como las telenovelas, manejan discursos a base del subtexto, y logran que las jóvenes, a través de las imágenes, vean ciertos prototipos como sinónimos de éxito.

Quedó de manifiesto la importancia también de las campañas publicitarias lanzadas por empresas trasnacionales, a través de las cuales ya no sólo difunden productos, sino formas de pensar, de ser, de vestir y de actuar, es decir, crean estereotipos que a final de cuentas redundarán en más ganancias para esas empresas y, lo más llamativo, es que esos estereotipos ya no son sólo a nivel nacional, sino internacional. Las modas se han globalizado, pues las campañas publicitarias han resultado altamente efectivas.

El hecho de que las adolescentes se sientan atraídas e incluso adopten los prototipos que la televisión difunde, no significa que siempre estén de acuerdo con ellos, pues durante el análisis de recepción televisiva se captaron comentarios sobre lo delgadas que estaban algunas actrices y lo difícil que era lucir como ellas, o incluso hubo calificativos como "anoréxicas", pero finalmente, se quedaron con la idea de que esas personas son exitosas.

⁹⁵ Comentario de la doctora Carola García Calderón. DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Lolitas y Rebeles". Por Gabriella Morales-Casas. Año cinco. Número 256. Página 32.

ENTREVISTAS

A través de las encuestas, como se mencionó anteriormente, se conocieron los hábitos y preferencias de las adolescentes, mientras que con el análisis de recepción televisiva se analizaron los mensajes a los que están expuestas las jóvenes, así como la influencia que éstos ejercen sobre ellos y los parámetros que la televisión difunde a la sociedad, pero específicamente al sector poblacional incluido en este estudio.

Ya con esa información, fue necesario un acercamiento a la realidad, a diferentes ámbitos en los que la apariencia juega un papel importante, para así reafirmar si esos prototipos transmitidos a través de la televisión impactan en la gente, y vislumbrar las repercusiones que dicha influencia puede traer consigo.

Por ello se efectuaron entrevistas a entes sociales relacionados con el mundo del modelaje, los hábitos alimenticios y las compras que realizan las adolescentes, específicamente en lo que se refiere a productos de belleza, a fin de conocer más de cerca el impacto televisivo.

Al igual que para las dos técnicas ya aplicadas a lo largo de esta investigación, se realizó un protocolo de entrevista, en el que se explicaron los lineamientos generales que se debían seguir al momento de cuestionar a las personas elegidas, a fin de obtener datos los más fidedignos posibles y evitar una práctica tendenciosa.

Además se mencionó la actitud que debía adoptarse al momento de encarar a los entrevistados, con el propósito de hacerlos sentir en confianza y obtener respuestas amplias y cuyos datos enriquecieran este estudio (Ver anexo 8).

Como en el caso de las encuestas, se requirió seleccionar detenidamente el tipo de preguntas que se plantearían a cada una de las personas entrevistadas, las cuales fueron debidamente justificadas (Ver anexo 9).

A partir de esa base, se procedió a la aplicación de las entrevistas, las cuales arrojaron la siguiente información:

VERSIONES ESTENOGRÁFICAS

Alejandro Alarcón Alvarado.

Modelo y buscador de talentos de la Agencia de Modelos De la Llera.

26 años.

¿A qué te dedicas dentro de la agencia?

La labor que yo desempeño dentro de la agencia de modelos y edecanes De la Llera, soy *scouting* (buscador) de modelos y talentos, nos encargamos más que nada a la preparación de edecanes y modelos, por ahí tenemos un curso que va dirigido a toda la sociedad, en el cual impartimos temas como lo es la personalidad, imagen, modelaje, etiqueta, guardarropa y urbanidad.

¿Hace cuanto empezaste en esta actividad?

Yo empecé como modelo a los 16 años, después poco a poco me fue gustando la producción, me fui enfocando, traté de conocerla más a fondo y de alguna forma, hoy día me estoy dedicando a esto ya de una forma más preparada, más profesional, en la cual yo tenga la capacidad para poder enseñar lo que sé y aportarle a toda la gente, a todos los nuevos talentos que pueden surgir el día de hoy.

Entonces, ¿cuánto tiempo llevas ya en el modelaje?

Alrededor de, entre 7 y ocho años, y tengo en la proyección de talentos 3 años, en el medio profesional.

Básicamente ¿a qué se dedica un modelo?

Lo que pasa es que la edecán siempre te va a representar en alguna inauguración, en alguna representación, en algún cóctel, va a ser la anfitriona que le va a dar la presencia al evento que está representando, y el modelo presenta características diferentes ya que tiene una estatura mínima, por ejemplo, en mujeres podemos mencionar de 1.70, y el hombre el 1.80, no podemos exigir tanto en lo que es la altura porque estamos en una ciudad donde no somos muy altos, normalmente el modelaje está dividido por categorías, empieza desde lo que es bebés, luego te vas a niños, luego es *junior*, después le sigue *petit* y luego ya viene el modelo profesional que es el *top model*,

¿Hay alguna edad promedio en la que puedan empezar?

No, no hay ninguna edad promedio, pero siempre se recomienda que sea una temprana edad, ya que esto es un medio vanguardista en que cambia de rostro, un mes puede ser un modelo el último grito de la moda, y al siguiente mes llega otro rostro nuevo, va como en escala, en mi opinión personal, desde temprana edad a la gente que le interese debe empezar a prepararse.

¿Existe un límite de edad en el que ya no se puede ser modelo?

Ya depende del cuidado de cada persona, del interés más que nada que ellos puedan aportar, porque si bien hay una categoría en el modelaje que se llama clásica, esta categoría es para las personas ya de mayor edad que tú ves en comerciales, tanto publicitarios como en televisión; en sí el modelaje nunca se va a terminar, porque puede ser o un modelo de pasarela, o un modelo de publicidad.

Más o menos ¿cuántos modelos trabajan en esta agencia?

Tengo alrededor de 20 modelos

Según tu experiencia ¿quiénes buscan más ser modelos, los hombres o las mujeres?

Las mujeres; últimamente ha estado despertando mucho la inquietud de la vanidad entre los hombres, pero la mujer es vanidosa por naturaleza, entonces siempre le gusta verse bien y demás, pero los hombres ya últimamente como que se les da un poco más el interés por querer entrar a este "rollo" de la vanidad, y verse bien, y el gimnasio, y de alguna forma proyectar.

¿Qué es lo que más llama la atención del mundo del modelaje?

Yo creo que siempre son muy importantes las recomendaciones que te hace la gente, y yo pienso que es más que nada como... hay gente que sí lo hace por amor al arte, pero

hay gente que lo hace porque sabe que es atractivo o atractiva y quiere lucir ante los demás, en este caso se le puede llamar fama.

¿Cómo se sabe si alguien es bueno para el modelaje o no?

Viendo las características de puede tener cada persona, el potencial, la personalidad, el talento que ellos pueden representar al proyectar en una pasarela, porque muchas veces tú puedes ver a una persona normal, de lo mas "x" caminar y después la ves en la pasarela y sabes que te vende muchísimo, y sabes que te va a proyectar más de lo que tu le ves debajo de una pasarela, y hay gente que tu das todo porque es un "súper" modelo, y luego lo ves en pasarela y a la hora de la hora no das nada.

¿Les hacen algún *casting*?

Sí, se hace una selección, se ve a la gente que esta dispuesta a dedicarse a este medio, a este negocio, y ya después de esto se hace una preparación

Según lo que has visto, ¿cómo es el prototipo actual de una modelo en México?

En tiempos pasados tu sabes que la modelo era así como "súper" delgada, pero yo creo que ahora el prototipo ya no viene la tendencia tan marcada en que tienen que ser muy, muy delgada, yo creo que ya se está dejando eso un poco a un lado, y en San Luis, me da gusto hablar de esto porque es una ciudad que poco a poco va despertando y poco a poco la gente se va dando más a la tarea de dedicarse a este medio que es el modelaje, entonces yo pienso que es un potencial que puede explotar mucha gente que no lo sabe y que lo puede hacer.

Mencionaste que se buscaba mucho que las mujeres fueran muy delgadas. ¿Qué factores crees que influyeron para que se pensara que lo excesivamente delgado era estético?

Yo creo que eso ya viene de la gente que ven en televisión, de que viene tan marcado desde los diseñadores, es un prototipo, tu sabes que dietas y demás de alguna forma, o como puede que les afecte, o puede que les favorezca, depende del metabolismo que tenga cada modelo o cada persona, pero en sí la televisión sí influye mucho, y muchas veces por los llamados mensajes subliminales.

¿Existen diferencias entre el prototipo mexicano y el estadounidense o el europeo, por ejemplo?

Tal vez en algunos momentos sí cambie mucho lo que es el *fashion*, en *looks* o en la tendencia de cómo se visten, tu sabes que esta marcado por tendencias, primavera-verano, otoño-invierno, y después de todo esto la gente te lo marca de una manera... yo soy de un país, yo soy de otro, etcétera, entonces yo pienso que de alguna forma si caracterizas o defines un modelo de un lado con el de otro.

¿Esas diferencias incluyen solo la forma de vestir o también la cuestión física?

En cuestión corporal no creo que sea tanto, a fin de cuentas gimnasios hay en todos lados en donde puedas prepararte, yo creo que es mas que nada en los rasgos y la forma de modelar, porque no modelas igual en México que en Europa, siempre va a haber diferencia en cómo modela la gente.

En el modelaje en México ¿existe alguna influencia por parte de Estados Unidos o algún país europeo?

Si porque en ocasiones queremos vernos o hacer cosas que les vemos a ellos, porque de alguna forma son los países de donde se viene marcando la tendencia de la moda que se va a presentar, entonces yo pienso que sí influye, y tal vez podemos caer en querer hacer lo que ellos hacen.

¿Cuáles son tus fuentes de información para saber qué es lo que está de moda y lo que no?

Es necesario estar al día en lo que es la tendencia, y para eso tomas cursos, te mantienes informado, hay canales de televisión, podemos caer en esto de que hay canales de televisión en los cuales te puedes mantener informado, se hace la semana de la moda en México, estás al día, te relacionas con la gente que está a tu alrededor tanto a nivel local como nacional, entonces de alguna forma te enteras de *tips* e ideas que de alguna forma te van ayudando a ir creciendo.

En el tiempo que tienes de experiencia ¿has conocido a alguien que se obsesione demasiado con ser modelo?

Si, todo el tiempo, todo el tiempo te vienes encontrando gente que se obsesiona demasiado, que se entrega tanto a su trabajo, afortunadamente a algunos les funciona, desafortunadamente otros no corren con la misma suerte, yo creo que de eso es como todo, hay gente que se obsesiona demasiado con su trabajo y da todo, el cien por ciento o hasta más.

Hoy en día aún existen muchas mujeres que siguen obsesionadas con adelgazar porque creen que así se ven mejor ¿qué opinas al respecto?

Eso va a ser siempre, porque a mi forma de ver eso ya son cuestiones de mercadotecnia y publicidad, de alguna forma hay muchas mujeres que son delgadas y aún así se sienten gordas, y aún así teniendo el cuerpo que tienen quieren estar más delgadas, pero yo pienso que eso va a ser siempre.

Muchas veces se ha mencionado que el modelaje es sinónimo de superficialidad o que puede orillar a las jóvenes a caer en enfermedades como la anorexia y bulimia...

Lo que pasa es que yo siendo parte del medio me atrevo a decir que es un medio muy frío, porque te olvidas de muchas cosas de tu persona y en ese momento quieres reflejar cosas que no tienes o cosas que no son, porque el mismo medio poco a poco te va jalando y jalando hasta que hacerte una persona "fría".

¿Puede llegar un momento en que las personas pongan en riesgo incluso su salud por estar dentro de este medio?

Sí, definitivamente sí.

¿Y has conocido casos de ese tipo?

Si, también, lo que pasa es que esto viene de todo el tiempo, porque muchas veces tú empiezas poco a poco con los pies en la tierra, pero no te das cuenta, y cuando te empieza a llegar la fama, esos pies empiezan a despegar, empiezas como a perder cosas que tu vas cosechando y que en el momento que volteas para atrás dices ¿en qué momento las perdí? no te das cuenta, el mismo medio te va jalando.

Y ya para finalizar ¿qué les aconsejarías a las jóvenes que quieren ser modelos pero que al mismo tiempo están demasiado obsesionadas por lograrlo?

Que se quieran un poco, y que tengan los pies en la tierra, yo creo que eso es muy importante, que tengan la conciencia de que tal vez hay gente que las quiere y que, se puede escuchar muy cursi, pero es una realidad, porque ellos mismos se están haciendo daño; esto es un trabajo, y deben tener la conciencia de que es un trabajo tal vez temporal, entonces si es temporal, pues aprovecharlo al máximo, pero no dañándose a ellos mismos, sino al contrario, ayudándose y que este trabajo les deje una buena experiencia, un buen recuerdo, y no uno malo.

Olivia Juárez Araiza
Experta en nutrición
29 años

¿Hace cuanto tiempo te dedicas a tu profesión?
8 años y medio, mas o menos.

Básicamente ¿en qué consiste tu actividad?

Consiste principalmente en ayudar a la gente a que se alimente de la manera correcta dependiendo de su peso, edad, actividad, para que se encuentre en un estado óptimo y saludable, y también ayudar a la gente a alcanzar su peso ideal, ya sea porque les faltan o les sobran kilos.

¿Cuántos pacientes solicitan su asesoría?

Mas o menos tenemos un promedio diario de unas ocho personas, a veces hay un poco más, a veces un poco menos, semanalmente estamos hablando de que acuden unas 50 personas, obviamente, se les programan citas, cada mes, por ejemplo.

Por lo regular ¿cuánto dura un tratamiento?

Depende mucho de la persona y del problema que tenga, si es obesidad, desnutrición, anemia, muchas cosas.

Una vez que la persona alcanza su peso ideal, ¿cómo le hace para mantenerse ahí?
Es una disciplina que tratamos de implementar a lo largo del tiempo.

¿En qué consiste esa disciplina?

En aprender a comer bien, no significa que no coman, es la alimentación mezclada con ejercicio, es decir llevar una vida sana, que es lo más difícil a veces, dejar las grasas, o bueno, no que las tengan que dejar, pero tienen que moderarse en ciertas cosas, cada cuerpo requiere diferente tipo de alimentación.

¿Qué tipo de personas suele solicitar con mayor frecuencia su asesoría?

Ahorita está muy de moda entre las jovencitas así como que la dieta y el peso, pero tenemos gente de todo tipo, también vienen muchas señoras, sobre todo después de que se embarazan, porque quieren recuperar el peso que tenían antes del embarazo.

Además de un régimen alimenticio ¿qué necesita hacer la gente para adquirir un peso adecuado?

Ejercicio, va muy de la mano con la alimentación para mantener el peso adecuado y en general una buena salud, pero el ejercicio también debe ser controlado, y además es importante dormir bien, la carga excesiva de trabajo también afecta porque no se come igual, el estrés, las presiones.

Hace un momento mencionaste que vienen muchas *chavitas* y señoras, todas ellas mujeres, ¿también suelen acudir hombres?

Fijate que hace un tiempo destacaba la presencia de mujeres, eran las principales personas que acudían al consultorio, pero últimamente como que ya también se ha vuelto general el querer estar bien, y también hay varios hombres que se han animado a seguir un régimen alimenticio.

Las mujeres que vienen, más o menos ¿de qué edades son?

Varía mucho, he tenido chicas desde los 12 o 13 años, incluso hubo una de 10 años que tenía un problema de obesidad muy fuerte, hay otras que tienen problemas de desnutrición, varía mucho, digamos que a lo mejor en promedio son menores de 25 años.

¿Es recomendable que una persona de 10 años haga una dieta?

Claro, porque la dieta no está enfocada a no comer, sino a comer bien, a lo mejor la niña se la pasa comiendo puros carbohidratos, chocolates y dulces, no hace nada de ejercicio y tiene una vida sedentaria, y todo eso la afecta y la va a afectar muchísimo a largo plazo, así que qué mejor que desde chicas las enseñen a comer bien, si desde chicas no combaten el problema de obesidad, después de unos años que quieran salir con *chavitos* y que se interesen por el sexo opuesto, van a estar batallando y eso puede afectar su autoestima.

¿Crees tú que la imagen corporal sea importante, sobre todo para la autoestima?

Mira, la imagen ahorita es como el principal producto, todo mundo compra todo lo relacionado con la imagen, pero más que imagen lo que importa es la salud, a mí lo que me interesa es la salud de mis pacientes, pero obviamente el tener un peso adecuado beneficia su imagen, ellos se sienten mejor cuando bajan cierta cantidad de kilos, o bien cuando suben equis cantidad porque estaban muy por debajo de su peso, y definitivamente, el cómo lucen influye mucho en la autoestima, y se aplica mucho la idea de que si tú te sientes bien contigo misma, te va a ir bien.

Si una persona muy joven se pone a dieta, ¿eso no afecta su desarrollo?

No, porque te repito, no es que deje de comer, a lo mejor tiene que comer más verduras, es una dieta balanceada, te explicaba antes de comenzar la entrevista que una dieta significa comer sano, aprender a comer.

Durante el tiempo que tienes de experiencia, ¿te ha tocado ver que las personas se obsesionen demasiado por bajar de peso?

Claro, hay veces que llegan a la consulta, sienten que no han bajado nada, obviamente hay semanas en las que les cuesta un poco más de trabajo por una u otra razón, a lo mejor sienten que no avanzaron lo que tenía que avanzar y eso es una decepción, y entonces ya vienen problemas que pueden caer en extremos, como casos de depresión severa, por ejemplo, pero en ese caso, ya cuando son problemas un tanto psicológicos, procuramos ayudarles a enfrentar el problema.

¿Entonces una dieta podría convertirse en un problema?

No propiamente la dieta, la obsesión sí, la obsesión por la imagen claro que se puede convertir en un problema.

¿Qué riesgos puede traer un régimen alimenticio?

El querer reducir muchos kilos en poco tiempo, básicamente hablando de obesidad, porque hay otros casos que no provocan esa situación, como la anemia, por ejemplo, la obesidad puede crear una obsesión al grado de exagerar la dieta para obtener resultados a menor plazo, y eso es lo que puede provocar un problema, no se puede decir que por ejemplo en dos meses van a bajar 10 kilos, por ejemplo, porque sería muy dañino para el cuerpo y la salud.

¿Y en cuestión de enfermedades?

Viene una descompensación en todo tu organismo, puede haber problemas de anorexia y bulimia, pero no son los únicos problemas, esos problemas van de la mano con problemas psicológicos, pero también puede haber desnutrición, trastornos en el metabolismo, etcétera

Según tu experiencia, ¿qué factores han provocado que los jóvenes, en especial las mujeres, quieran lograr un determinado peso?

Como que se llegó a crear una cultura de comer bien pero cayó en un exceso de tener el cuerpo de las personas que salen en televisión, de artistas, de todo ese tipo de personas, se ha creado por moda un prototipo de mujer que ya está por debajo del peso ideal de muchas personas, quieren llegar a ese peso cuando su complexión no es la adecuada, ese es un problema.

Y por ejemplo, los programas que vienen de otros países como Estados Unidos ¿no afectan la imagen que se tiene en México de lo estético?

Claro, porque son complexiones diferentes, rasgos diferentes, no puedes tener la nariz respingada como los europeos, por ejemplo, lo mismo pasa con el resto del cuerpo.

¿Cuál es tu opinión sobre el hecho de que algunas jóvenes hagan dietas que ven en televisión, revistas, o bien que les dicen sus amigas, por ejemplo?

La verdad es bastante malo porque son dietas muy superficiales y cada dieta debe ser personal, tú a lo mejor tienes tres kilos por bajar o cinco por subir, y cada persona es diferente, a lo mejor lo que a ti te engorda a otra persona no le afecta, entonces todo depende del metabolismo de las personas, pero sí pueden ser muy dañinas

¿Y qué opinas sobre los productos que se anuncian para adelgazar, como cremas, píldoras, tés, etcétera?

A fin de cuentas no llevan una supervisión médica, son muy superficiales, sólo hacen perder líquidos, y reducen tallas pero no kilos, entonces no se trata de eso, son tomadas de pelo.

Por último ¿qué les recomendarías a las jóvenes que quieren seguir un régimen alimenticio, y en especial a quienes se obsesionan de más por bajar de peso?

Que vayan con una especialista si realmente les interesa hacerlo bien, a veces piensan que es muy caro, a lo mejor tienen razón, pero vale la pena porque no van a tener

rebote, una dieta es algo de por vida, no es nada más "ya llegué a los kilos que necesitaba y ya", si tienen una dieta balanceada no hay problema, no es que ya no puedan volver a comer "fritangas" ni nada, pero tienen que compensarlo, no es no comer definitivamente algunas cosas, sino comer ciertas porciones determinadas y saber combinar los alimentos que te den las calorías necesarias que requiere tu cuerpo al día, dieta no es no comer, y ese es el problema de mucha gente, que creen que dieta significa no comer o comer menos, es comer exactamente lo mismo y lo necesario para tu peso y estatura, para tu ritmo de vida y qué es lo que tu cuerpo te pide para mantenerse sano.

Jorge Torres López

Encargado de departamento de farmacia de Sanborns

27 años

¿Cuánto tiempo llevas trabajando aquí?

Un año, aproximadamente.

¿Todo ese tiempo has atendido el departamento de farmacia?

Sí, a veces nos cambian de departamento, pero casi todo el tiempo estoy aquí.

¿Te gusta tu trabajo?

Pues sí, algo, a veces te ayuda a conocer gente.

¿A cuantas personas atiendes por día?

Como a unas 40 o 50 diarias, más o menos.

¿Cuántas horas al día trabajas?

Ocho, bueno, en realidad son nueve, en lo que cerramos caja y todo eso.

De la gente que viene, ¿la mayoría compra algún artículo?

No, la mayoría sólo vienen a preguntar precios, y después se van.

¿Qué es lo que más suelen comprar las adolescentes?

Pues casi lo que más compran son artículos de belleza y para bajar de peso, sobre todo *chavitas* entre los 14 y los 20 años.

¿Tienen mucha demanda los productos para belleza?

Mucho, es casi todo lo que se vende, sí se venden aspirinas, analgésicos y todo eso, pero por ejemplo productos de belleza y para bajar de peso y eso, son los que más se venden

¿Cuáles son las marcas que más se venden?

Cicatricure, Gelatin, Slimfast, Asepxia, y cremas para las arrugas de todo tipo.

¿Vienen de todas las clases sociales a comprar ese tipo de productos?

No, por lo regular puras *chavas* medo fresas, porque los productos son caros, pero de repente viene una que otra persona que no se ve que tenga mucho dinero, pero sí compran algo, yo por ejemplo no gastaría en eso.

¿Se venden más los productos que se anuncian en televisión?

Claro, en la tele te venden todo, hasta libros para bajar de peso, que sigo sin entender esos cómo funcionan, pero sí, cada cinco minutos te pasan comerciales en televisión, y eso fomenta que la gente quiera comprar más, si no conocieran los productos, todo mundo haría dieta y ejercicio, pero ven los productos y se les antojan.

¿Qué tan caros son los productos para belleza?

Sí están caros, más los que se anuncian en televisión, hay algunos que son de 500 pesos para arriba.

¿Venden también aparatos reductores como fajas y otros artefactos?

Sí se venden, pero tienen más demanda los productos como los tés reductores, las cremas, etcétera.

Según tu experiencia ¿qué les importa más a las jóvenes, la cara o el cuerpo?

El cuerpo, muchas personas piensan que ya por estar delgadas están bien y van a tener más pegue.

¿Crees que esos productos ocasionen algún tipo de alergia?

Se supone que están probados, pero quién sabe, hace poco retiraron algunos del mercado, no sé si haya sido por eso, pero no me consta.

¿Has adquirido alguno de esos productos, o te gustaría comprarlo?

No, la verdad yo gastaría en otras cosas.

En tu opinión ¿consideras que ese tipo de productos sí funciona?

No, yo creo que es mejor hacer ejercicio por ejemplo, es más efectivo que consumir productos, todo mundo quiere soluciones rápidas, pero no las hay.

Gabriela Araujo Martínez

Modelo

25 años

¿Hace cuánto iniciaste en el mundo del modelaje?

Yo empecé a la edad de 18 años por una amiga que me invitó a la agencia de modelos donde ella estaba.

¿Cuánto tiempo llevas desempeñando esta actividad?

Tenía 18 años, hace 7 años exactamente, ahorita tengo 25.

¿A qué se dedica una modelo?

Básicamente hacemos pasarelas, desfiles de modas, podemos fungir como *hostess* también, entre otras actividades como sesiones fotográficas, para revistas, o anunciar algún producto.

¿Cuántos modelos hay actualmente en la agencia donde trabajas?

Entre 20 y 25, entre hombres y mujeres, más o menos.

¿Son más mujeres que hombres?

Sí, en esta agencia donde estoy sí hay más mujeres que hombres, aunque ha habido varios chicos que últimamente han asistido para *castings*.

¿Qué es lo que más te llama la atención del mundo del modelaje?

Me llama la atención darme a conocer, que la gente me vea, y aparte el modelaje de cierta forma te motiva, el hecho de saber que la gente te ve como alguien guapo, atractivo físicamente, eso a mí me gusta mucho sentirlo, que la gente empiece a verme, y también participar en eventos internacionales, eso me gustaría mucho, y ahorita darme a conocer a nivel nacional.

¿A qué edad crees que es conveniente empezar una carrera como modelo?

No sé, yo entré a los 18 años y creo que es una edad bastante buena para empezar, aunque ahorita hay muchas chicas que ya desde los 15 años están empezando a modelar, pero yo creo que a los 18 años es muy buena edad, porque ya tienes decisión.

¿Hay algún límite de edad para que las personas dejen de ser modelo?

Yo hasta que el cuerpo aguante, yo creo que el cuerpo es lo que le da el trabajo a la modelo, el cuerpo, el físico, la apariencia, y mientras pueda mantenerme en forma y atractiva, yo creo que voy a seguir adelante con el modelaje.

¿Fue muy difícil entrar a una agencia de modelos?

En la que estoy ahorita sí, yo antes vivía aquí en San Luis, pero me tuve que mudar a Querétaro precisamente para entrar a esta agencia que es reconocida a nivel nacional, y antes estaba en otra agencia aquí, pero precisamente para ampliar mis horizontes me fui a Querétaro.

¿Que es lo que necesita una persona para ser modelo, tanto física como mentalmente?

Más que nada tener las ganas, que te llame la atención esta profesión, que tengas ganas de hacerlo, el físico también es importante, y yo creo que esa es la base de este trabajo, el físico, la apariencia, una buena condición física, y creo que cualquier modelo ahorita necesita ser más alta de 1.80 metros. Hay modelos muy altas y tenemos que competir con las modelos más guapas, creo que debes de tener cuerpo, altura y belleza.

¿Qué diferencias existen entre el prototipo de belleza americano y el europeo o el estadounidense?

Es muy notable, las modelos mexicanas no son tan altas, yo creo que alcanzan los límites, el límite estándar aquí en México es 1.75 metros, me parece, en Europa y Estados Unidos las mujeres son mucho más altas y alcanzan estaturas por arriba de la de México, aquí en México esa estatura todavía no llega, pero la mujer estándar sin ser modelo a lo mejor son mujeres chaparritas, voluptuosas, es más difícil encontrar una modelo del tipo europeo.

¿Y en cuestión de complexión también hay diferencias?

No, yo creo que ya ahorita con todos los métodos que existen podemos ver tanto latinas, europeas y gringas muy delgadas, dentro del modelaje tienen que ser muy delgadas, aquí en México o en china es la base, ahorita ser delgado es necesario.

¿Qué tanta influencia crees que existe de otros países en el concepto que se tiene de belleza en México?

Yo creo que mucha, toda la influencia viene de Europa y Estados Unidos, allá empezó todo, y yo creo que la principal influencia es de los países como París, Londres, Nueva York, donde están las principales agencias de modelaje.

Tu profesión te exige preocuparte siempre por lucir bien y tener un buen aspecto, ¿cuáles son tus fuentes de información para saber qué está de moda y qué no?

Me mantengo informada con revistas, vamos también a pasarelas, con la televisión, veo muchos canales de moda y ahí me mantengo informada, y eso me da a mí referencias para yo seguir un estándar de qué es lo que viene, cuales son las tendencias, y como debo lucir.

¿En la moda influyen programas de televisión como series o novelas?

Yo creo que todos los programas, hasta las películas, simplemente el cine, todas las actrices son realmente guapas, esbeltas, altas, no creo que le vayan a dar un papel protagónico a una mujer fea, a menos que realmente sea muy buena actriz y que la película o el guión tenga que ver con eso, y sí creo que la influencia mas grande ahorita es la televisión, por ejemplo en la tele te transmiten novelas o series de vidas de personas, entonces obviamente las niñas se ven reflejadas en esas vidas, en esas series, y quieren tener una vida como la de esas niñas, esas jóvenes, y la mayoría de las que salen en la televisión son de ese prototipo, delgadas, altas, güeras, ojos azules, blancas, y ahorita yo creo que esa es la influencia más directa que reciben, de la televisión.

Durante el tiempo que llevas de experiencia, ¿has conocido alguna persona que se obsesione demasiado por tener una figura esbelta?

Yo creo que siempre va a existir este tipo de personas, y sobre todo en este ambiente de competencia, en el que siempre hay que lucir más guapa que la otra, más delgada que la otra, entonces yo creo que siempre va a haber ese tipo de problema, y más que nada en jovencitas que no están bien informadas, que empiezan apenas, que quieren llegar a una medida que no es la de ellas, y quieren lograrla basándose en dietas drásticas, o incluso la bulimia y la anorexia, que es muy frecuente que suceda en este tipo de actividad.

¿Podría ser peligroso se obsesione mucho con la belleza?

Claro, por supuesto.

¿Crees tú que para que una persona sea bella tiene que estar delgada?

No, yo creo que no, en esta profesión sí lo necesitamos, porque es un estándar que ya se marcó, antes las modelos tenían que ser llenitas, voluptuosas, caderonas, y ese era el prototipo de la mujer, pero ahorita si tú te fijas las revistas, la televisión y todo manejan un prototipo de mujer delgada a un punto casi anoréxica, y no creo que deba ser tanto así, pero así lo están marcando.

Dices que no es necesario que una persona esté delgada para ser bella, pero también comentas que en el mundo del modelaje te exigen ser delgada, bonita, alta, ¿no sería esto una contradicción, sobre todo porque hay muchas personas que ven a las modelos como un ejemplo a seguir?

Pues sí, a lo mejor está mal manejado por esta profesión, a lo mejor sí sabemos nosotras que somos influencia para niñas que vienen en camino a esta carrera, pero ahí también depende mucho la educación que reciban en sus casas, porque a lo mejor hay niñas que sus cuerpos no pueden llegar a ser tan delgadas como para ser modelo, entonces ahí depende de la educación y del apoyo que reciban de sus padres, para a lo mejor convencerlas de que no es la profesión adecuada y que no es el modo de vida de ellas, que no necesariamente tienen que estar flacas, y a lo mejor pueden dedicarse a otra cosa y no estar flacas pero tener un cuerpo atlético, con dietas, ejercicio, pero una buena dieta vista por un médico, no tanto porque tenga que ser como la modelo o como la actriz, a lo mejor sí tendría que cambiarse un poco esto, pero desde todo, medios de comunicación principalmente, que son los que proyectan este tipo de vida.

¿Te consideras un factor de influencia, o mejor dicho un ejemplo a seguir?

Pues... a lo mejor sí podría ser un factor de influencia para alguien, no sé ahorita si lo soy, pero puedo llegar a serlo, a lo mejor alguien me va a ver y va a decir "¡ah! yo quiero ser como ella, o quiero estar como ella".

¿Te gustaría ser un ejemplo a seguir?

Por ese lado, de que luego todas quieren ser delgadas, a lo mejor yo te diría no, o sea, no quiero que en ese aspecto me imiten o que quieran ser como yo, pero hay un lado que me dice sí, claro, porqué no ser influencia para alguien que se dedica al modelaje, en la cuestión del modelaje, en la carrera yo creo que ser vista como una influencia es un honor para mí, pero vista como alguien anoréxica y que las niñas quieran ser delgadas a fuerza y porque quieren ser como yo, pues por ese lado no creo que me guste mucho ser influencia.

¿Pero no es precisamente el imponer moda y ser una "guía de belleza" la función de una modelo?

Pues yo creo... no lo sé... yo creo que sí, esa es nuestra función, imponer moda, pero no desde nosotras, sino desde... es que es la función de una modelo, proyectar, no sé, la imagen, la seguridad, la presencia, vender algún producto.

¿Has conocido casos de personas que se hayan obsesionado demasiado con el aspecto físico?

Sí, tengo una amiga que sí pasó por ese problema, pero afortunadamente lo superó, digo, llegó a un punto bastante crítico, pero afortunadamente pudo salir de ahí, ahorita ya no se dedica al modelaje porque su cuerpo obviamente no es el que una modelo requiere, pero ya afortunadamente recibió tratamiento psicológico y médico entonces ahorita ya enfocó su vida a otras actividades, pero afortunadamente salió bien.

¿Le fue difícil salir de este problema?

Sí, sí le fue difícil porque ella sí quería ser modelo, estar delgada, pero era ya más que nada una obsesión ya muy grande que la llevó a esta crisis.

¿Crees que podrías llegar a un extremo como el de tu amiga?

Yo me siento muy a gusto ahorita con mi físico y no creo que llegue a ese extremo, pienso que con dietas checadas por médicos y con ejercicio las personas pueden llegar a tener un cuerpo con el que estén a gusto.

¿Qué les recomendarías a las adolescentes que suelen preocuparse por su aspecto físico?

Simplemente que vean por ellas mismas, que no se dejen llevar por las envidias, o por la competencia, que sean ellas mismas, que luchen y se esfuercen por llegar a ser modelos o lo que ellas quieran ser, pero no mediante procesos drásticos como la bulimia o la anorexia para llegar a ser flacas y esbeltas, todo se puede mediante dietas y ejercicio.

INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Una vez que se efectuaron las entrevistas planteadas, se pudo apreciar que la percepción estético-física de la mujer es un tema que puede abordarse desde diversas perspectivas, y fue precisamente el análisis de las opiniones de diferentes personas cuya profesión está directa o indirectamente relacionada con la imagen femenina, lo que contribuyó a comprender con mayor profundidad las causas y consecuencias de la obsesión por una buena apariencia.

Tanto las personas relacionadas con el mundo del modelaje como aquellas que se preocupan por el cuidado de la salud de la gente coincidieron en señalar que en los últimos años el interés por cuidar la apariencia se ha extendido al género masculino, pero reconocieron que todavía es el sexo femenino el más atención presta al aspecto físico porque "la mujer es vanidosa por naturaleza".

Desde el principio de la investigación se planteó el interés por analizar a un sector específico de la población: las adolescentes de entre 15 y 18 años pertenecientes a la clase media-alta, pues se creía que ellas eran de los grupos que más se preocupaban por su apariencia, y así lo confirmaron las entrevistas realizadas.

Dicho interés por lucir bien se demostró al conocer sobre la compra de productos de belleza ya que, de acuerdo a lo informado por el encargado del departamento de farmacia de Sanborns, son las jóvenes de entre 14 y 20 años quienes más adquieren productos de marcas anunciadas en televisión como *Asepxia*, *Gelatin*, *Slim Fast* y *Cicatricure*.

Uno de los aspectos que mayor análisis requirió fue la edad a la que en la que "los expertos" recomiendan que las personas empiecen a preocuparse por su aspecto físico, ya sea por salud o simplemente por lucir bien ante los demás.

Al respecto se encontraron respuestas diversas, pues mientras la modelo señaló que es preferible que las jóvenes incursionen en el mundo del modelaje hasta que cumplan la mayoría de edad "porque ya tienen capacidad de decisión", el buscador de talentos de la agencia de modelos De La Llera indicó que lo ideal es que el gusto por el mundo de las pasarelas inicie a temprana edad "porque es un medio vanguardista que cambia de rostro, un mes puede ser un modelo el último grito de la moda y al siguiente mes llega otro rostro nuevo".

La nutrióloga aconsejó también que la preocupación por el aspecto físico comience a corta edad, para que las niñas se enseñen a comer bien y traten de evitar el problema de la obesidad "porque después de unos años que quieran salir con *chavos* y se

interesen por el sexo opuesto van a estar batallando y eso puede afectar su autoestima, y se aplica mucho la idea de que si te sientes bien contigo misma te va a ir bien".

Lo anterior resultaría aconsejable si sólo se trata de cuidar la integridad física, pero el problema es que si las jóvenes no son realmente conscientes de que lo más importante es la salud, y se dejan llevar por lo que se trata de imponer como moda, corren el riesgo de desvirtuar su interés por estar saludables y obsesionarse demasiado con el peso ideal.

Es aquí cuando se reflexionó sobre la importancia que reviste la preocupación por la apariencia estética, sobre todo porque, como se planteó en la hipótesis, hay la posibilidad de que dicha situación repercuta en aspectos como la economía, la salud y las relaciones interpersonales.

Según la opinión de personas allegadas al mundo del modelaje, la razón por la que muchas personas desean desfilan en una pasarela y en general tener una buena apariencia, es porque les llama la atención la fama, el que la gente las observe y sentirse guapas y atractivas ante los ojos de los demás.

Esto demuestra la preocupación por la apariencia y el culto a la imagen que ha caracterizado desde siempre a la sociedad mundial, pero que en los últimos años ha adquirido un auge considerable debido a la amplia difusión de los medios de comunicación.

El mencionado interés por el aspecto estético-físico no sería preocupante si no fuera porque el prototipo que se ha promovido en las últimas décadas se relaciona con una complexión muy delgada, y ello lleva incluso a trastornos alimenticios, hecho que fue confirmado por la mayoría de los entrevistados.

El buscador de talentos declaró que a diferencia de años pasados, la moda actual no exige que las mujeres sean "muy, muy delgadas", pero tampoco consideró que sea del todo aceptable una persona de complexión robusta.

La modelo, en cambio, reconoció que debido al ambiente de competencia que impera en el mundo del modelaje es necesario cumplir con los patrones físicos que se imponen. En sus respuestas se percibió un ligero desacuerdo con el prototipo de la mujer delgada, "pero así es como lo están marcando las revistas y la tele, y tendría que cambiarse un poco esto, pero desde todos, sobre todo medios de comunicación que son los que proyectan este tipo de vida".

Es importante recordar que una de las preguntas de la investigación consistía en si las mujeres estaban de acuerdo o no con los prototipos que la televisión imponía, y la modelo, que representa a un buen número de personas que integran la sociedad actual, mostró su descontento, por lo que es posible deducir que esa postura equivale a la de un sector poblacional.

A la joven entrevistada, quien lleva casi siete años en el modelaje, le gusta ser vista como una persona atractiva, guapa, pero le molesta pensar que su complexión delgada

puede servir como ejemplo para otras jóvenes, y que éstas se obsesionen demasiado por lucir como ella al grado de poner en riesgo su salud.

Dicha situación ilustró el conflicto que existe entre lo que la sociedad percibe como perfección física y la preocupación de que la búsqueda de ese ideal genere problemas tanto psicológicos como de salud.

Por su parte, la nutrióloga se empeñó en subrayar que su labor consiste en ayudar a las personas a que alcancen su peso ideal, ya sea subiendo o bajando kilos, sin embargo reconoció que en los últimos años se ha puesto de moda que las personas, sobre todo las jóvenes, realicen dietas y se preocupen por adelgazar.

Nuevamente, se tomaron en consideración las posibles repercusiones, pues llega un momento en el que ese deseo de las adolescentes por lucir como creen que es lo correcto, las puede llevar a un grado de obsesión que además de generarles muchos gastos, las orille a caer en situaciones que pueden resultar dañinas para su salud y, al mismo tiempo, enfrenten problemas de autoestima.

Se ha analizado ya cual es el prototipo de belleza y qué sector de la sociedad es el que más se preocupa por cumplir con dicho parámetro, pero ¿quién impone ese ejemplo y cómo se difunde?

Fue precisamente a lo largo de esta técnica cuando se terminó de comprobar que existe influencia de la televisión en la percepción estético-física del ser humano, específicamente de la mujer. La modelo, la experta en nutrición, el buscador de talentos y el vendedor de productos de belleza coincidieron en señalar que la programación televisiva contribuye no sólo a que los televidentes adopten ejemplos a seguir, sino a que adquieran productos cuya calidad y eficacia quedarían en duda.

El buscador de talentos responsabilizó tanto a los diseñadores de moda como a la televisión de que se impongan patrones de belleza "muy marcados y estilizados", y añadió que dicha situación propicia que muchas jóvenes recurran a dietas y otros métodos, con tal de parecerse a esos prototipos que la televisión le ofrece.

La nutrióloga comentó que la obsesión de las personas por estar delgadas inició con una "cultura de comer bien" que degeneró en un exceso, lo que propició que las mujeres ahora deseen tener el cuerpo de las personas que salen en televisión, "y se ha creado por moda un prototipo de mujer que ya está por debajo del peso ideal de muchas personas, quieren llegar a ese peso cuando su complexión no es la adecuada".

Quienes se desenvuelven en el mundo de las pasarelas, según explicó la modelo entrevistada, obtienen ideas sobre lo que está de moda de medios de comunicación como las revistas y la televisión, incluso aseguró que en todos los programas aparecen mujeres guapas, esbeltas y altas, y que éstas sirven de ejemplo para la sociedad, "y creo que la influencia más directa que reciben -las jóvenes- es la de la tele".

Uno de los principales atractivos de la televisión es que a través de ella pueden transmitirse programas de diversas partes del mundo y así mantener en contacto a los pobladores de diversos países, lo que facilita la difusión de ciertos prototipos de belleza.

El problema radica en que actualmente se ha generalizado el interés de las personas por lucir una apariencia delgada, tal y como lo promueven los modelos de países europeos como Inglaterra y Francia, y algunas más de Estados Unidos.

Para el buscador de talentos, no existe ningún impedimento para que las personas de diferentes nacionalidades luzcan igual en lo que se refiere a complexión, "porque a fin de cuentas hay gimnasios en todos lados en donde pueden prepararse", y aseguró que son los rasgos faciales y la forma de modelar lo que permite diferenciar a los modelos de diversas regiones del mundo.

Por el contrario, la nutrióloga sostuvo que es imposible igualar el aspecto físico de las personas que provienen de diferentes países, ya que cada individuo cuenta con rasgos característicos de su raza, no sólo en cuestión de rostro, sino de estatura y complexión.

Una vez que se revisó la opinión de los entrevistados en cuanto al prototipo de belleza que impera en la actualidad, y la forma en que éste es difundido a través de medios de comunicación como la televisión, fue conveniente analizar con mayor detalle los riesgos y consecuencias que los expertos en temas de belleza consideraron que puede acarrear la obsesión por tener un físico ideal.

Al respecto, el buscador de talentos indicó que la mercadotecnia y la publicidad que se difunden a través de la televisión propician que algunas mujeres se obsesionen de más con estar delgadas, y agregó que en el mundo del modelaje dicha situación es muy común, sobre todo porque la principal herramienta de trabajo es la apariencia y la búsqueda de la fama mediante un cuerpo perfecto "puede ocasionar que la gente pierda la conciencia sobre lo que realmente es".

Por su parte, la nutrióloga, descartó que las dietas puedan convertirse en un problema para las jóvenes que desean mejorar su apariencia física, y manifestó que lo que realmente puede provocar trastornos tanto psicológicos como de salud es el hecho de que alguien se obsesione demasiado por alcanzar su peso ideal.

La modelo consideró que en el mundo de las pasarelas siempre existirán personas que desarrollen una marcada obsesión por adelgazar, "sobre todo en este ambiente de competencia en el que siempre hay que lucir más guapa que la otra, es entonces cuando se convierte en obsesión, y es cuando llegan las enfermedades".

Todos opinaron sobre lo riesgoso que es obsesionarse con la apariencia física, sin embargo, nadie pudo encontrar una solución de fondo para dicho problema, pues éste no es sencillo, ya que forma parte de toda una cultura, de ese culto a la imagen que se ha forjado en las décadas recientes y que la televisión se ha encargado de difundir.

En la búsqueda de un cuerpo perfecto las mujeres, en especial las jóvenes, recurren a todo tipo de prácticas y productos que supuestamente les ayudarán a eliminar aquellas imperfecciones tanto corporales como faciales.

El vendedor de productos de belleza en Sanborns reveló que éstos registran altas ventas y que son las jóvenes de entre 14 y 20 años quienes más se acercan a adquirir ciertos artículos, en especial aquellos que se anuncian en televisión.

Dichos productos van desde cremas para eliminar barros y espinillas, tés que ayudan a eliminar la grasa acumulada, pastillas que contribuyen a una mejor digestión y a reducir tallas, cremas que permiten eliminar cicatrices y suplementos alimenticios.

Sin embargo, la nutrióloga aseguró que dichos productos en realidad no funcionan, incluso los cataloga como "tomadas de pelo".

Finalmente, la elevada venta de artículos de marcas como *Cicatricure*, *Gelatin*, *Slimfast* y *Xenical* demostró que las personas prefieren el camino fácil y recurren a productos que prometen soluciones "mágicas" en vez de realizar ejercicio y solicitar la asesoría de un experto en nutrición para someterse a un régimen alimenticio

Más allá del hecho de que los productos anunciados en televisión funcionen o no, existe el riesgo de que éstos puedan ocasionar daños a la salud de quien los consume, sobre todo si los artículos son adictivos, pero lamentablemente, hay muchas personas que coinciden con la opinión de la modelo entrevistada en el sentido de que "con todos los métodos que existen actualmente, cualquier persona puede ser muy delgada, ahora ser delgado es necesario".

Y no sólo eso, el cuidado del cuerpo no resulta nada barato, sobre todo si se tiene la tendencia a adquirir productos, y más si son de los que anuncian en televisión, pues como ejemplo de ello se encuentran los siguientes artículos, y el precio al que se venden según la página de internet www.sanborns.com.mx.

- Crema anti estrías: 289 pesos
- Sauna facial: 525 pesos
- Malteada Slim Fast 20 pesos
- Jabón Siluet 40 27 pesos
- Crema Cicatricure 249 pesos
- Cápsulas Asepxia 249 pesos
- Cinturón sauna 699 pesos
- Kit Redu-Grass 349 pesos
- Xenical 21 cápsulas 475 pesos

Dichos productos son sólo algunos ejemplos, y ello sin contar aparatos para ejercicio, cuyos precios varían entre 500 y dos mil pesos, dependiendo del tipo de artículo. Ello demuestra el impacto que ese tipo de productos pueden ocasionar en la economía de las personas, y no sólo eso, además de repercutir financieramente, hay casos en los que el éxito al usar el producto no está asegurado, incluso podría resultar contraproducente o, en el peor de los casos, dañar el organismo de las personas.

Son este tipo de factores los que han demostrado que vale la pena analizar si el impacto de la televisión puede dejarse pasar como una mera anécdota, o debe tomarse en cuenta para crear conciencia no sólo en quienes se encargan de los programas

televisivos, o en las adolescentes que son quienes impulsaron este estudio, sino en la sociedad en general.

Crear conciencia, suena sencillo, sin embargo, no resultaría fácil cambiar toda una ideología, pero se puede comenzar fomentando a las personas para que se valoren, y hagan un análisis de las características que las hacen únicas, y no fundamenten su valor únicamente en el físico.

HISTORIA DE VIDA

La historia de vida, última técnica que se utilizó para esta investigación, se mezcló, al igual que en el resto de las prácticas, con ejercicio etnográficos, y el propósito principal consistió en conocer de cerca un caso real de alguna persona que brinde demasiada importancia a su aspecto físico, para conocer a fondo los motivos que la llevaron a preocuparse por su apariencia y las consecuencias que ello le originó.

Una vez que se eligió a la persona que durante varios días sería entrevistada, analizada y observada, se procedió a la realización del protocolo en el que, al igual que en las otras técnicas, se explicó en qué consiste una historia de vida, así como los requisitos que ésta debe reunir y los pasos para efectuar y concluir favorablemente dicha técnica (Ver anexo 10).

A diferencia del procedimiento que se siguió para la realización de las encuestas y entrevistas, para las que se elaboraron cuestionarios previa justificación, en este caso, para la historia de vida no se planeó la totalidad de las preguntas, pues aunque se realizó una guía de lo que se pretendía conocer de la joven analizada, ésta se modificó casi en su totalidad, pues conforme transcurrían las charlas y la convivencia, surgieron nuevas dudas, nuevos temas.

En pocas palabras, esta técnica fue más dinámica, más cambiante, y tuvo que adaptarse no sólo a las necesidades de la investigación, sino a las condiciones de la persona entrevistada, sobre todo para que ella se sintiera en un ambiente cómodo.

Los datos obtenidos durante las charlas con la joven que contribuyó para la realización de la historia de vida, se transcribieron en una versión estenográfica (ver anexo 11).

Una vez que se recopiló toda la información posible, se efectuó una organización de ideas y a partir de ello se efectuaron tablas de registro, en cada una de las cuales se incluyeron los momentos más importantes de la vida de la persona analizada.

Primero se mencionaron los antecedentes de cada una de las situaciones, posteriormente los hechos cruciales y en un tercer apartado la forma en que éstos se resolvieron.

En dichos cuadros se incluyeron incluso algunas citas textuales basadas en la versión estenográfica, para así brindar un mayor contexto de cada una de las situaciones.

Las tablas se ordenaron según la secuencia lineal de cómo ocurrieron los hechos durante las diferentes etapas de la vida de la entrevistada, pues a lo largo de los relatos se entremezclaban tiempos y espacios, pero para evitar confusiones, fue que se creó la continuidad de los hechos. Una vez aclarado lo anterior, se presentan las tablas de registro de la historia de vida:

	<p style="text-align: center;">Infancia</p>
<p>¿Qué Recuerdos tiene de su infancia?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No le gustaba tener muchas amigas, pero sí una incondicional. • "Más bien siempre fui solitaria, bueno, no solitaria, porque tampoco era la niña a la que no juntaban". • Le agradaba jugar con sus hermanos. • "Jugaba la mayor parte del tiempo, sobre todo con las <i>Barbies</i>. Los mejores recuerdos que tengo fueron, cuando estábamos los cuatro hermanos chiquitos, y jugábamos a la mamá y al papá, al avión cargado de..., caricaturas presenta, ya como a los ocho años conocí a Angelina, jugábamos con las <i>Barbies</i>, nos poníamos a jugar a TVO, a veces me encerraba y me ponía a jugar a los pin y pon, con los <i>playmóvil</i>, hasta con los monitos de <i>Star Wars</i> de mi hermano, hasta con esos me ponía a jugar.
<p>¿Estuvo sola durante su niñez?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De los seis a los 12 años, sus únicas compañías fueron su nana y Angelina, porque sus papás trabajaban y sus hermanos se iban a casa de sus amigos, de los 12 años en adelante, vivió prácticamente sola. • "Me acostumbré mucho a estar sola en mi casa, yo era la única que estaba metida, o si no me iba con Angelina, para no estar de a perrillo en mi casa ahí solilla. Nada mas veía a mis papás a la hora de la comida y en la noche cuando llegaban, y mi mamá llegaba a regañarme porque no había hecho la tarea, yo crecí sola en mi casa, de a perro, y me acostumbré".
<p>¿Cómo superó la ausencia de sus padres?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buscó su independencia. Hasta que salió de prepa y se fue a Londres vivía prácticamente sola en su casa. Cuando regresó su papá se jubiló, pero ella permaneció fuera del hogar. • "Me gusta la soledad, disfruto mucho quedarme solita un rato y leer o ver tele sin que me estén fregando, pero tampoco me molesta estar con gente. Ahora yo soy la que me la vivo afuera, y es muy raro, porque mi mamá siempre dice "es que tú nunca estás en la casa", pues sí, pero cuando yo estuve ellos no estuvieron, no pueden pedirme algo que no dan, que no me pidan ahora que esté en la casa si es la edad en la que yo quiero salir, ya no puedo ser niña de casa porque ya lo fui muchos años y ellos no se dieron cuenta".

Trauma de la infancia

¿Existe algo que odie desde su niñez?	<ul style="list-style-type: none">• Sin dudarlo menciona los payasos, y es un odio que no ha podido superar del todo.• "Odio los payasos, y si me encuentro al payaso que me humilló le pateo los huevos, fue muy doloroso y recuerdo el lugar perfectamente, de hecho nunca me cayeron bien los payasos porque dicen cada estupidez".
¿Porqué odia los payasos?	<ul style="list-style-type: none">• Cuando era niña, un payaso la humilló en público por su complexión.• "Me preguntó cómo me llamaba, le dije y nombre y el baboso '¿Cómo? ¿Chachita?' 'uta, para mí fue demasiado humillante, porque todo mundo se burló de mí, lo dijo porque estaba gordita. Lo peor del caso fue que no me dejaron irme a sentar, sino que tuve que continuar en el juego, entonces tuve que seguir siendo la estúpida burla del payaso, muchas veces llegan a ser tan ofensivos que llegan a traumatizar a las personas, como a mí, todo lo hacen por burlarse de ti y hacer reír a la gente".
¿Desquitó alguna vez su coraje?	<ul style="list-style-type: none">• Personalmente nunca se vengó, y hasta la fecha guarda mucho rencor por la humillación, pero canalizó parte de ese coraje por medio de su sobrino.• "Llegó el payaso y le dijo a mi sobrino algo parecido. <i>El Señor Barriga</i> o algo así, el payaso igual trató de burlarse de mi sobrino y él volteó enojadísimo y le dio una patada en la espinilla y se fue corriendo, yo debí haber hecho lo mismo, pero nada más deja que me acuerde qué payaso fue y le parto el hocico".

Obtención de lo deseado

¿Ha tenido todo lo que desea?

- Sus padres le han dado todo lo que necesita, por lo que nunca se ha visto en la necesidad de trabajar para subsistir.
- "Estoy acostumbrada a conseguir lo que quiero, cuando yo quiero, y eso viene desde mis papás, mis papás siempre me han dado lo que quiero, como fuera, pero me lo dan".

¿Le ha traído problemas tener todo a su disposición?

- Ha habido ocasiones en que no todo sale como ella desea, lo cual la hace sentir frustrada, además de que en su búsqueda por lograr todo lo que quiere ha lastimado a quienes la rodean.
- "Por lo general nunca me quedo con las ganas de algo, pero sí me ha ocasionado problemas porque antes hacía lo que fuera por conseguir lo que quería, no me gusta quedarme con las ganas, me frustra y no me gusta sentirme frustrada, me siento inútil, entonces por lo general consigo lo que quiero, cuando no tengo algo hago berrinche, y me duele la cabeza, me da migraña, y me enoja, y me desquito con quien se me ponga enfrente".

¿Hacia donde canaliza sus inquietudes?

- Busca en sus relaciones una compatibilidad en la que además de lo emocional, ambos dan y reciben por igual.
- "Mi novio es muy lindo, noble y cariñoso, es muy dádivo, muy generoso y siempre me está protegiendo, y eso me encanta".

Adolescencia

¿Cómo fue su adolescencia?	<ul style="list-style-type: none">• Durante esa época su complexión era robusta, y a los 12 o 13 años enfrentó una temporada de depresión.• “No salía de mi cuarto, llegaba de la escuela, me dormía hasta las ocho de la noche, bajaba, cenaba, me dormía, me levantaba, iba a la escuela, hacia tarea, me dormía, me levantaba, cenaba, y los fines de semana encerrada jugando a las <i>Barbies</i>, sí tenía amigas, pero no quería salir, vivía encerrada en mi cuarto, mi cuarto era mi refugio, mi mundo eran las <i>Barbies</i>, mis juguetes”.
¿Tuvo algún momento traumante?	<ul style="list-style-type: none">• Su complexión ocasionó que durante la secundaria, un joven resentido porque no logró una relación sentimental con ella, le pusiera un sobrenombre que lastimó su autoestima• “Me empezó a decir <i>Beethoven</i>, y fue demasiado humillante, durante dos años me dijeron así y realmente fue demasiado doloroso, hasta lo omití de mi memoria. Si lo haces de broma, va, pero si tú tienes algo que te ha traumado toda la vida, yo no me voy a burlar de eso, obviamente no decía que me sentía humillada, cómo crees, mi orgullo no me lo permitía, sólo los ignoraba, pero mi orgullo jamás me permitió decir que me sentía humillada, era así de ‘¿humillada? <i>hello</i>, cero que me afecta, lo que tú me dices se me resbala”.
¿Qué hizo para mejorar?	<ul style="list-style-type: none">• A los 15 años, cuando terminó la secundaria, se puso a dieta. Dicha edad coincide con la época en la que comenzó a salir con personas del sexo opuesto.• “Adelgacé como no tienes una idea, pero tenía cuerpo de quinceañera, estás de acuerdo que no es lo mismo adelgazar ahora que hace siete años, pero sí, hay una foto donde tengo las piernas flaquitas, flaquitas, como popotes, y con caderitas, ahora ya tengo unas caderotas, no es lo mismo tener 22 años que tener 15, el cuerpo va creciendo, y tus caderas se van ensanchando”.

Noviazgos y relaciones personales

<p>¿Cómo fue su vida en cuestión sentimental?</p>	<ul style="list-style-type: none">• A los 15 años comenzó a salir más y tener novios, aunque para ella en muchas ocasiones no era necesario que existiera un compromiso de por medio para besar a algún chavo.• "Yo no quería comprometerme muy chavita, no quería tener novio a los 15 años, qué flojera, entonces, si conocía a un chavo y me gustaba..., yo siempre obtuve lo que quise, si <i>fulanito</i> me gustaba y le quería dar un beso, pues iba y le daba un beso, pero yo procuraba no estar con personas que tenían un compromiso, nunca fue de 'tiene novia y me vale', sino de 'me gustas, eres libre, te gusto, pues qué tiene'".
<p>¿Se sintió juzgada por ello?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Su forma de pensar ocasionó que algunas personas consideraran que tiene ideas muy distintas, muy libres, por lo que comenzaron los juicios y las críticas.• "Mucha gente empezó a meterse en mi vida, y como que no les agradaba mucho mi forma de ser, pero siento que no era tanto que no les agradara, sino simplemente me tenían envidia porque ellos no podían hacer lo mismo, o no tenían los pantalones para hacerlo, siempre me decían que iba a terminar mal y no se qué".
<p>¿Qué hizo para resolverlo?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Decidió irse a Londres para escapar de las críticas, y a su regreso conoció a su novio actual, quien le ha brindado estabilidad y seguridad.• "Yo ya estaba harta de que me criticaran, muy cansada, y sobre todo porque en este pueblo todo mundo se mete con todo mundo, como que no tienen otra cosa que hacer más que ver qué hace el que está al lado de ti, y criticarlo, yo ya estaba harta de eso".

Decepción sentimental

¿Cuándo fue la primera vez que creyó haberse enamorado?	<ul style="list-style-type: none">• A los 17 años comenzó un noviazgo con Layo, quien tenía un amigo llamado Juan Carlos. A pesar de que ella era la novia de su amigo, Juan Carlos intentó comenzar una relación.• Layo formó parte importante en su vida, según ella misma lo describe, pues incluso lo califica como un parteaguas.
¿Porqué terminó el noviazgo?	<ul style="list-style-type: none">• Juan Carlos comenzó a inmiscuirse en la relación, y la afectó a tal grado que no fue posible rescatarla.• "Me fregó la relación, era así de 'tú me gustas, y si no vas a estar conmigo no vas a estar con él', me puso en contra a todo mundo, en ese momento yo fui la peor de las mujeres y jugué con los sentimientos de él y la madre y media, cosa que no era cierta, me fregó y con toda la alevosía y ventaja que pudo, cien por ciento consciente de sus actos, y lo que más me dolió fue la traición, porque él se presentó con bandera de mi mejor amigo".
¿Cómo superó la ruptura?	<ul style="list-style-type: none">• Decidió alejarse tanto de Layo como de Juan Carlos y rehacer su vida, pero dicha situación le ayudó a seleccionar mejor a las personas con las que convive.• "Todo lo bueno y todo lo malo que me ha pasado me ha servido, de ahí aprendí a no ser tan confiada, yo confiaba en todo mundo, y sí, ellos van a ser mis amigos, y me van a ayudar, y mientras tanto me estaban haciendo la vida de cuadritos, debes saber seleccionar tus amistades".

	Relación frustrada
¿Hubo alguna persona que haya influido para tomar decisiones?	<ul style="list-style-type: none"> • Aunque nunca anduvo con <i>Neto</i>, dicha persona significó una parte importante en su cadena de relaciones sentimentales, sobre todo porque en ese momento era una de las personas en que confiaba plenamente. • Nunca sostuvo un noviazgo con él, pero formaba parte de su círculo de amigos, y el no poder andar con él le causó una sensación de frustración.
¿Qué decisión tomó para evitar ser lastimada?	<ul style="list-style-type: none"> • Una vez que sintió que sus sentimientos estaban a punto de verse afectados, decidió irse a Londres. <i>Neto</i> fue uno de esos factores que motivaron su viaje al extranjero. • "Fue una de las cosas por las que dije 'me voy, no quiero volver a verlo en toda mi vida, me voy porque tengo que poner tierra de por medio', y fue muy bueno, y duré un año y tres meses así de '<i>Neto</i> no me importa', pero luego me di cuenta de que no era así".
¿Cuándo se sintió liberada de esa situación?	<ul style="list-style-type: none"> • Desde Londres, le envió un correo electrónico explicándole sus sentimientos, a pesar de que por lo regular no suele externar mucho lo que piensa y siente. • "Le dije todo lo que sentía y ya, no me quedé con las ganas, me hubiera quedado con las ganas si no le hubiera dicho todo lo que sentía, todo, desde que él había sido el culpable de que yo me fuera de que me sintiera muy mal, el culpable de muchas cosas, el parteaguas para que avanzara, y cuando regresé lo vi igual".

Ruptura de una amistad

<p>¿Qué persona la ha acompañado durante gran parte de su vida?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Desde los ocho años, Angelina estuvo presente en muchos momentos de su vida, y ante la ausencia de los padres, se convirtió en su mejor acompañante y amiga. Dicha amistad continuó hasta la preparatoria.• “Duré años y años siendo amiguísima de ella, éramos vecinas y nos salíamos todas las tardes a jugar, me metía hasta las 11 de la noche a mi casa, ya después íbamos a los 15 años con los demás amigos”.
<p>¿Porqué se distanciaron?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Aunque no especifica detalles, deja entrever que hubo una situación que molestó a Angelina, lo que provocó una separación entre ellas, a pesar de que llevaban ya mucho tiempo de conocerse.• “Me arrepiento de haberlo hecho, y ni modo, lo hice, no estaba muy consciente de lo que estaba haciendo, y asumí las consecuencias de mis actos. Lloré y sufrí, imagínate, una de mis amigas que llevaba desde los ocho años conociéndola y siendo amigas del alma, y de repente le hice pasar un muy mal rato, y me dijo ‘no quiero verte, yo considero lo más apropiado que nos alejemos por un tiempo hasta que a mi se me pase el coraje’, después de que me dijo eso colgué el teléfono y me sentí completamente sola, y pensé ¿para dónde voy? Ella era uno de mis principales apoyos, amiguísima, casi hermana, y de repente me dice eso, me sentí como perro en periférico”.
<p>¿Cómo se resolvió y qué beneficios trajo dicha situación?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Después de casi un año, Angelina la buscó de nueva cuenta, y a partir de ahí continuó la amistad, aunque las ocupaciones no permitieron que volviera a ser como antes.• “Me acuerdo que una vez llegó a mi casa con Georgina, otra amiga, como si nada, y no suelo guardar rencores con personas que quiero, pero definitivamente yo estoy segura que todo pasa por algo, si no me hubiera distanciado de ella no hubiera conocido a mis otras amigas, porque hubiera seguido saliendo con ella, no me hubiera dado la oportunidad de conocer más gente”.

Viaje a Londres

¿Porqué decide irse a Londres?	<ul style="list-style-type: none">• Hubo tres factores primordiales que motivaron su deseo de viajar al extranjero: huir de las críticas por su pensamiento liberal, escapar de sus sentimientos hacia <i>Neto</i> y la situación con su familia.• “Mi mamá es de un carácter muy difícil, entonces lo único que quería era extrañarla y que me extrañara, soy la menor de cuatro hermanos, y yo agarré a mis papás como que más <i>cansadones</i>, aparte yo no he sido una persona que se deje, me choca que me digan qué hacer. Cuando les dije que me iba a ir a Londres, mi mamá me dijo “pues sí, vete”, porque yo creo que ella también estaba medio harta, y mi papá se puso así de “no, cómo la niña se va a ir sola”, y también se puso medio denso”.
¿Cómo fue su estancia en Londres?	<ul style="list-style-type: none">• Respecto a ese viaje, tiene sentimientos encontrados. por un lado, le ayudó a entender lo que significa ganarse la vida, le ayudó a crecer, conocer gente y ampliar su visión de la vida. Sin embargo, también fue malo también porque vivía deprimida.• “Me deprimía mucho porque no sé estar sola, lo que pasa es que tengo el cordón umbilical muy pegado, entonces extrañaba mucho a mis papás”.
¿Qué hacía para contrarrestar la soledad y cómo terminó definitivamente con dicho sentimiento?	<ul style="list-style-type: none">• En Londres, para mejorar su estado de ánimo iba de compras.• “A qué mujer no le hace sentir bien comprarse ropa, como que cuando te pruebas la ropa te imaginas ‘esto me lo voy a poner tal día’”.• Después de un año y medio de permanecer en el extranjero, decidió regresar a México para estar con su familia y amigos, y al mismo tiempo, en busca de estabilidad emocional.• “Sólo las personas que vivieron lo que yo viví saben lo que significó, no es que sea otro continente, es lo que vives lo que hace cambiar tu visión de las cosas, ahora digo ‘sí viviría en San Luis porque ya conocí y sé que no me podría acostumbrar a vivir en otro lado que no sea San Luis o en México’”.

Viaje a Vallarta

¿Cuándo se fue a Vallarta y por qué razones?	<ul style="list-style-type: none">• Al regresar de Londres, una amiga y ella decidieron viajar a Puerto Vallarta y vivir allá un tiempo, durante el semestre que no pudieron ingresar a la universidad. Se fue para buscar trabajo y hacer algo de provecho durante esos seis meses.• "Estaba demasiado desubicada con lo que quería hacer, si de por sí ya estaba desubicada en Londres, cuando llegué aquí me desubiqué muchísimo más, y no sabía ni qué hacer, empecé a comer como bestia, a tomar como loca, hice un intento por irme a Vallarta, pero realmente no quería estar ahí".
¿Por qué regresó a San Luis Potosí?	<ul style="list-style-type: none">• Una de las principales razones por las que no se sintió a gusto en Vallarta, fue su complexión, pues en ese entonces pesaba cerca de 80 kilos.• "Cuando estaba gordita me deprimí mucho, estaba muy deprimida por lo mismo, porque nada me quedaba, porque no me veía bien, porque me acomplejaba, imagínate, vivir en una playa donde la mayoría de la ropa es pequeña, yo tenía que usar ropa muy pequeña, y pues con mis lonjitas al aire como que no se veía bien, entonces no quería estar ahí sufriendo, me daba pena enseñar mis carnes. En Londres era mucho más libre, porque nadie se fijaba en ti, nadie te criticaba, pero la gente en México es muy morbosa, te critica mucho y es muy cruel, como que no tienen otra cosa que hacer mas que estarse fijando en los demás, aquí sientes las miradas de las personas".
¿Qué hizo para sentirse mejor?	<ul style="list-style-type: none">• Regresó a San Luis Potosí y pasó cerca de un mes deprimida, hasta que decidió ponerse a dieta.• "El poner me a dieta me dio mucha seguridad, me cambió totalmente la visión que yo tenía, me dio mucha seguridad, por ejemplo para ir a pedir un trabajo, antes lo pensaba porque decía que me iban a rechazar porque soy gordita, o <i>fulanito</i> no me va a pelar porque estoy gordita, como que no tenía ganas de hacer nada, porque era gordita, y ahora me puedo parar donde sea, antes me daba mucha pena caminar entre la gente, cualquier mujer necesita que le levanten el ego, que le digan que es bonita, necesita sentirse querida y agradable hacia los demás, no hay mujer que no le guste que le alimenten la vanidad".

Regreso de Vallarta-depresión

¿Cómo fue esa época de depresión?	<ul style="list-style-type: none">• Luego de volver de Vallarta, hubo unos meses en los que no pudo entrar a la universidad porque todavía no empezaba el nuevo ciclo escolar, por lo que la falta de actividad y la baja autoestima por su complexión la sumieron en una nueva depresión.• "Duré un mes deprimida hasta que me puse a dieta, luego el primer año que entré a la universidad sólo iba dos horas al día, y el resto del tiempo llegaba a mi casa, me dormía, comía y veía tele, no salía".
¿Hacía alguna otra actividad además de la dieta?	<ul style="list-style-type: none">• Durante el tiempo que duró con la dieta, se dedicó también a hacer ejercicio, ya que tenía muy poca actividad durante su primer año en la universidad.• "Entré a una época en la que hacía mucho ejercicio, me echaba como tres horas diarias de ejercicio, por obsesiva, compulsiva y loca, no tenía nada qué hacer, a lo único que me dedicaba era a bajar de peso, y para bajar más rápido me puse a hacer ejercicio, y me echaba tres horas, me levantaba a las seis a correr, a las siete llegaba y me iba a <i>taebo</i> o <i>aerobics</i>, y a las ocho me iba a la bicicleta. Ya después en agosto metí más materias, y ya tengo tiempo completo en mi escuela".
¿Qué asuntos ocuparon su mente además de la dieta?	<ul style="list-style-type: none">• La dieta duró cerca de un año, y en ese tiempo bajó cerca de 22 o 23 kilos, y fue durante ese periodo cuando conoció a su novio actual, además de que pudo inscribir más materias en la escuela por lo que toda la mañana la ocupa en ir a clases.• "Mi ideal sería pesar 55 kilos, y ahora peso 61, porque pesaba 57 cuando conocí a mi novio, y era así de <i>ujuuu</i>, pero todavía me sentía medio pesadilla, pero mucha gente llegó a decirme que no me veía bien, que me veía muy flaca, muy huesuda y que ya no me veía bien, que ya no siguiera bajando de peso, porque yo todavía quería seguir bajando de peso hasta 55 o 53, pero ya no quiero".

Régimen alimenticio

<p>¿Cuál fue la justificación para ponerse a dieta?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Cuando pesaba 80 kilos, su autoestima era muy baja, además de que el sobre peso comenzó a provocarle algunos problemas de salud. Sus papás fueron quienes más le decían que tenía que adelgazar.• "Llegó el punto de que ya no podía más con mi peso, ya no podía ni correr, me cansaba de todo, en las noches me costaba mucho trabajo respirar, mi mamá me apoyó y decidí ponerme a dieta. A veces me daba hambre, pero lo inhibía con las pastillas, y para motivarme a seguir bajando de peso veía ropa y fotos de antes, me veía demasiado gorda, entonces de alguna forma esa era mi motivación para seguir bajando".
<p>¿Qué pensaba mientras hacía dieta y ejercicio?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Aunque, como ella misma lo confiesa, uno de sus placeres es comer, pero a partir de que empezó la dieta, comenzó a preocuparse más por cuántas calorías ingiere que por disfrutar los alimentos.• "Yo era de muy buen comer, disfruto mucho una comida, o mas bien, la disfrutaba muchísimo, yo antes comía y me valía un pepino lo que fuera, pero cuando empecé a subir mucho de peso, dejé de disfrutar la comida, porque ya comía y pensaba que me iba a engordar, y eso es horrible, comes y piensas que estás engordando. Se va a oír muy tonto pero cuando hacía ejercicio pensaba cuántas calorías estaba quemando, y cómo lo compensaba con la comida, lo del ejercicio no me lo dijo el doctor, pero salió leyendo en revistas de salud, como <i>Eres, Tú</i>, revistas que te dan consejos para adelgazar".
<p>¿Qué la ayudó a no querer bajar más de peso?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Su actual novio fue un factor determinante para evitar que siguiera bajando de peso, aunque ello no significa que se haya olvidado del todo de su deseo por mantener una figura esbelta. Influyó además que entrara a la escuela y ocupara su mente en otros asuntos.• "El novio que te invita a tomar el café, y como él es muy, muy goloso, siempre es así de 'ándale, un pastelito, unas galletitas'. Mi meta es bajar otra vez, pero mi novio me dice 'no, no me gustas, tú me gustas así como que rellenita, así como estás ahora me gustas', pero de repente pasan <i>chavas</i> y las ves muy delgadas y de muy buen cuerpo, y tu volteas y te ves la lonja y guácala, y piensas 'siguele echando más fruta a la piñata, sigúete tomando malteadas'".

Anorexia

¿Cuándo comenzó a sentirse enferma?

- En un principio, le pareció normal contar cuántas calorías comía, y cómo medía el ejercicio para evitar subir de peso nuevamente. En ocasiones, describe, hacía hasta tres horas de ejercicio, con el propósito de bajar más kilos en menos tiempo.
- “Me empecé a obsesionar mucho con el ejercicio y las calorías, muchas veces hasta dejaba ya de comer y aun así me veía al espejo y todavía me sentía gorda, aunque mucha gente me decía lo contrario”.

¿Qué consecuencias le trajo esa situación?

- Los malestares que le ocasionaba el sobrepeso se convirtieron en otro tipo de malestares característicos de la anorexia, y que en su mayoría tienen que ver con el estado emocional.
- “Eso me causaba mucha ansiedad, me deprimía, no dormía, hubo un momento en el que ya no quería ni siquiera ir con el doctor, pero igual seguía con la dieta, cada vez más rigurosa, hasta que una vez no me quedó de otra y fui, una amiga casi me obligó, el doctor me dijo que tenía principios de anorexia”.

¿Cómo lo superó?

- En un principio, fue indispensable la atención del doctor que controlaba su régimen alimenticio, además de que su novio y la escuela le ayudaron a canalizar su energía en otros asuntos.
- “Afortunadamente, no fue necesario que me internaran ni nada, porque no llegué a un límite preocupante, pero sí me costó mucho trabajo entender que el dejar de comer me hace daño, el doctor me ayudó mucho y me hizo entender que con hacer dieta es suficiente para mantener un peso adecuado, sin necesidad de matarme de hambre, y mi novio me ha apoyado muchísimo, me levanta la autoestima”.

	Relación formal
<p>¿Cuándo empezó una relación con su novio y cómo es él?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inició poco antes de que comenzara el tercer semestre en la universidad, cuando metió más materias, y lo que más le llama la atención es que, entre otras cosas, la hace sentir capaz y segura. • “Lo que más me gusta de mi novio, es que me levanta mucho el ánimo, me dice ‘tú eres una persona muy inteligente nada mas que no te la crees, lo tratas de ocultar, pero eres una mujer muy inteligente y me lo has demostrado más de una vez’”.
<p>¿Es ella una persona segura?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sí es insegura, sobre todo en cuestión de apariencia y capacidad intelectual, y requiere que les personas, sobre todo su mamá y su novio le digan que se ve bien. • “Yo no pido que me reconozcan, por ejemplo puedo preguntar ¿me veo bien? pero te pregunto porque estoy insegura si me veo bien o no, no porque sé que estoy bien y quiero que me lo reconozcan, sino por inseguridad, soy insegura en mi aspecto, pero no necesito que me suban la autoestima, solamente mi mamá o mi novio, si mi mamá me dice que me veo fea, olvídase, ya valió madre, y me siento el patito feo, porque es la persona más sincera de este mundo conmigo, no es mamá gallina”.
<p>¿Cómo le ha ayudado su novio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Su novio le ha tratado de demostrar que es una persona inteligente, aunque en ocasiones ella sienta lo contrario, y al mismo tiempo, le ha demostrado que está con ella no porque sea delgada, sino por lo que siente por ella. • Precisamente ayer estaba viendo un mail que me mandó un amigo y venía una foto de cuando fuimos a Brighton y salgo yo, le dije a Paco ‘mira ¿ya viste a tu gordita rellanita bebé?’ Y el otro se ataca de risa, le pregunté de que se reía y me dijo que de lo de rellanita bebé, por cómo me calificaba yo misma, me ha ayudado mucho”.

Ingreso a la universidad

¿Porqué decide entrar a la universidad?

- Luego del viaje a Londres, deseaba dar equilibrio a su vida, establecerse en un lugar y estar a gusto.
- "Me gusta mucho mi carrera, soy muy feliz, pero a veces me desespera que hay algunos maestros que tienen ideas que se me hacen muy estúpidas".
- Le llama la atención que su profesión le da la posibilidad de conseguir un empleo en que el pueda desempeñarse como líder.
- "He estado trabajando en producción para televisión, y me gusta mucho porque me hace sentir útil, importante, necesitada, cuando tu estás de encargado, porque me encanta mandarle a la gente, tengo un poco de sentido de líder, es muy chido cuando en una tarjeta dice productor, y tu nombre".

¿Quiénes obstaculizan su estancia en la universidad?

- Su mamá quería que estudiara en una universidad privada porque en ella dan mejor educación, lo que significaría mejores oportunidades laborales.
- "A mi mamá no le gustan los baños de pueblo, sí llegué a pensar en porqué no le hice caso a mi mamá, todavía para el tercer semestre me dijo que me metiera a la UVM y no quise".
- Hubo algunos maestros que intentaron bajarle la moral y hacerle creer que no tenía la capacidad para sobresalir en su profesión.
- "En el primer trabajo que le entregué a un maestro, me puso 'yo no sé por qué estas estudiando esta carrera, tú no sirves para eso', en ese momento sí me agüitó, casi chilló".

¿Cómo le hace para permanecer en la universidad?

- Se convenció de que cuenta con las herramientas necesarias para conseguir un trabajo al poder desempeñarse como productora de televisión.
- "Si ahora vienen y me dicen 'vas a terminar vendiendo hot dogs', no, perdóname, pero voy a terminar haciendo algo según la capacidad que tenga, y yo sé que tengo mucha capacidad, ya no me dejo influenciar por lo que me diga la gente sino por lo que yo sé hacer".
- Se dio cuenta que las oportunidades no dependen de estudiar en una universidad pública o privada.
- "Puede haber buenos y malos maestros tanto en las escuelas públicas como en las privadas".

INTERPRETACIÓN DE LA HISTORIA DE VIDA

Durante esta técnica de investigación quedaron de lado las estadísticas, los datos duros, y se dio preferencia al aspecto humano, a lo social, a todo eso que no se puede plasmar en una gráfica, pero que no deja de ser importante para la presente investigación, pues se logró conocer más de cerca la realidad, y no sólo a través de una entrevista formal, sino a través de las charlas que parecían irrelevantes y las observaciones etnográficas.

Uno de los aspectos que más llamó la atención fue la soledad que vivió la joven entrevistada, específicamente en el ámbito familiar, lo que la llevó a buscar otros círculos sociales, y se volvió muy independiente, por lo que incluso en otro momento de su existencia decidió vivir una larga temporada en otro país.

Esa soledad la vivió sobre todo en su infancia, debido a que sus padres trabajaban mucho, y fue también en esa etapa de su vida cuando vivió el primero de los momentos más traumáticos de su vida, relacionado con el peso excesivo.

El hecho en sí podría ser catalogado como una broma, pero para ella resultó demasiado hiriente, al grado que a más de 15 años de distancia no ha podido superar el rencor, pero sobre todo, resulta llamativo el hecho de que muchas personas utilizan el sobrepeso como pretexto para hacer chistes, como si fuera algo anormal o denigrante.

La entrevistada recalcó que sus padres le daban todo lo que necesitaba, y está acostumbrada a conseguir todo lo que quiere, por lo que en ocasiones, el no lograrlo le causa sentimiento de frustración y, curiosamente, algo que le costó mucho trabajo, pero aún así lo consiguió, fue bajar de peso, e incluso exageró en el cumplimiento de ese propósito.

La presente investigación se enfoca a las adolescentes potosinas, y fue precisamente al inicio de esa etapa de su vida, que la protagonista de esta técnica enfrentó una severa depresión, y aunque no explica la razón, más adelante confiesa que, de nueva cuenta, en la adolescencia sufrió otra humillación con un comentario burlesco sobre su apariencia, por lo que se deduce que parte de esa depresión se debió a que no se sentía a gusto con su aspecto físico, y por esa razón decidió ponerse por primera vez a dieta a los 15 años.

Otro aspecto en el que no le fue muy bien a lo largo de su vida fue en lo que se refiere a noviazgos, pues además de que fue hasta el más reciente y actual novio con el que se sintió totalmente plena, muchas veces tuvo que enfrentar críticas y cuestionamientos sobre la manera en que manejaba el aspecto sentimental.

Además soportó varias decepciones amorosas, así como la pérdida temporal de un de las amigas que había formado parte esencial de su vida, desde su infancia, pero finalmente pudo superarlo, lo que demostró sus ganas de salir adelante, tal y como lo hizo cuando enfrentó problemas de salud a raíz de la anorexia.

Uno de los momentos determinantes en su vida fue el viaje a Londres, el cual, como casi todos los sucesos, tuvo sus puntos buenos y malos, pues a pesar de caracterizarse

por ser una persona independiente, extrañó mucho su casa y a su familia. No obstante, aprendió a salir adelante por ella misma, a no tener todo lo que quería sin esfuerzo alguno, y sobre todo, a conocer nuevas culturas, nuevas formas de pensar y nuevas maneras de percibir las cosas.

A su regreso, intentó vivir unos meses en Puerto Vallarta, pero no logró permanecer mucho tiempo, ya que no se sentía a gusto con su apariencia física. Fue entonces cuando descubrió la excesiva importancia que se le da en México al cómo se ven los demás, y el miedo de la gente a ser juzgada.

Es cierto, el mundo de la moda llega a casi todos los rincones del mundo, pero en México adquiere cierta notoriedad porque todavía hay mucha gente en este país que presta atención al qué dirán, y no sólo eso, hay quienes prejuzgan a las personas por cómo lucen, sobre todo en los círculos sociales de buena posición económica.

Ella misma acepta que su complexión de casi 80 kilogramos le restó inseguridad en su propio país, incluso sus planes de vivir en Puerto Vallarta se vieron truncados por temor a las críticas de quienes la vieran usar ropa ligera. Por ello decidió regresar a territorio potosino e iniciar un régimen alimenticio que la llevó incluso a la anorexia.

Dicha enfermedad no causó serios estragos en ella, pues afortunadamente un médico la atendió a tiempo, pero resulta preocupante ver cómo dicha joven, al igual que muchas otras, enfermó sin darse cuenta, y sobre todo, sin tener plena conciencia de los estragos que el dejar de comer podía causarle, al grado que incluso pudo haber fallecido.

Afortunadamente salió adelante, no sólo por la ayuda médica, sino porque en vez de obsesionarse con su físico, buscó otras cosas en qué mantenerse ocupada, sobre todo con actividades escolares, además de que comenzó una relación con una persona que jamás al juzga por su apariencia, ni le exige que se vea de tal o cual manera. En otras palabras, esa joven dio la importancia debida a otros aspectos, y se dio cuenta que el valor de una persona no radica en cómo se ve, sino en cómo piensa y en sus sentimientos.

Durante el desarrollo de la historia de vida también se evidenció no sólo la influencia de la televisión y la importancia que la sociedad presta al aspecto físico, sino también el peso que tienen las costumbres familiares y la presión que los padres ejercen sobre los hijos.

Al convivir con la joven entrevistada, fue posible observar varios detalles, entre ellos que prácticamente a todos los lados donde acudía, iba siempre acompañada por una botella con agua, además de que en restaurantes, cafeterías, etcétera, cuidaba mucho las calorías que ingería, lo que demostró el interés que tiene por cuidar su figura.

Además, en la cocina de su casa no existe prácticamente ningún alimento o ingrediente que no contenga las leyendas "light", "bajo en grasas", "dietético", etcétera, por lo que es evidente que también el resto de su familia se preocupa mucho por la complexión.

También fue evidente la gran cantidad de fotografías, tanto de ella como del resto de los integrantes de su familia en prácticamente todos los rincones de la casa, lo que demuestra que, además de la importancia de los lazos familiares, le prestan mucha atención a la imagen, al cómo lucen en cada uno de los retratos.

Aparte, a lo largo de la entrevista, la joven enfatizó que una actividad que le ayudaba a sentirse mejor cuando se deprimía por alguna razón era salir de compras, sin embargo, aquí hay otro punto que debe destacarse, pues además de que en los aparadores de los diferentes negocios se observan diseños muy parecidos a los que aparecen en la televisión o las revistas, tienen tallas específicas, y muchas veces, las personas que tienen unos kilos de más no encuentran la medida deseada, sino que sólo hay ropa más pequeña. Ello puede afectar seriamente la autoestima de esas personas, por sentirse fuera de lo que se considera como "de moda".

Así pues, fue como se resumió la vida de una persona, esos cerca de 20 años que tiene de existencia, sus anécdotas, preocupaciones, gustos, traumas, sentimientos y personas que le rodean, y así como ella hay muchas otras personas en el mundo, que cuando menos lo esperan son víctimas de una obsesión por lucir delgadas, e incluso caen en problemas como la anorexia y bulimia, sin tener conciencia de las consecuencias que eso puede acarrear.

Esta técnica contribuyó no tanto a analizar la influencia televisiva que se ha mencionado en reiteradas ocasiones, sino a las afectaciones que el culto a la apariencia acarrea consigo, a todos esos conflictos internos y de autoestima que, aunque a veces no se ven, afectan a las jóvenes, a esas mujeres que ante los demás se muestran fuertes, pero que en el fondo se sienten inferiores porque su físico no es como les gustaría que fuera, o mejor dicho, como el resto de la gente cree que es lo ideal.

Afortunadamente, la joven que narró su experiencia para conformar la historia de vida de esta investigación contó con la asesoría de un especialista en nutrición, sin embargo, es inevitable reflexionar sobre cuántas mujeres más no se preocupan por su complexión, y caen en problemas como la anorexia, bulimia u otro trastorno alimenticio y no tienen a su alrededor a alguien que se dé cuenta del verdadero problema que enfrentan, lo que origina graves consecuencias.

En pocas palabras, esta historia de vida sirvió como reflejo de cientos, o tal vez miles de casos en los que el cuerpo importa tanto a las mujeres que en algunos casos terminan por dañarse ellas mismas, es un ejemplo de todas esas ocasiones en las que, de manera silenciosa y casi imperceptible, la televisión influye, impone prototipos, crea modas, en pocas palabras ayuda en el dictado de las normas a seguir.

INTEGRACIÓN DE LAS TÉCNICAS

Una vez aplicadas y analizadas las cuatro técnicas de investigación que forman parte de este estudio, se consideró conveniente realizar una recopilación general de los resultados más relevantes, para así comprender con mayor claridad la realidad que dichas técnicas permitieron vislumbrar.

Durante la encuesta, se percibió que los programas y videos musicales suelen llamar la atención del público en general, pero especialmente de los jóvenes, a quienes les gusta escuchar sus canciones favoritas con todo e imágenes.

Tan sólo en San Luis Potosí, de 293 adolescentes encuestadas, el 37.88 por ciento (111 personas) dijeron preferir los musicales antes que cualquier otro programa, y otro porcentaje idéntico manifestó su inclinación por las series estadounidenses.

31 adolescentes, es decir, el 10.58 por ciento del total de encuestadas, dijeron ser fanáticas de las telenovelas. Lo anterior significa que el 86.34 por ciento de las adolescentes entrevistadas prenden la tele para ver musicales, series o telenovelas, mientras que sólo el 13.66 por ciento restante prefiere noticieros, programas deportivos o transmisiones de desfiles de moda.

Ahora bien, la mayoría de esas jóvenes a las que les llama la atención ver telenovelas, solían ver una telenovela llamada Rebelde, de la que no sólo fueron la música y la trama lo que atrajo la atención de muchas adolescentes. Un buen número de espectadoras querían ser como Roberta o Mía Colucci, pues ellas prácticamente podían tenerlo todo, desde ropa y novios, hasta estudiar en una escuela cuyo nombre lo dice todo: Elite Way School.

Otro de los factores que llamó la atención de las "fanáticas" de esa novela fue el *look* de los protagonistas, y esto incluye no sólo el ya conocido uniforme de mini falda de mezclilla, blusa blanca desfajada, saco y corbata roja, sino toda la ropa y accesorios utilizados por los personajes de Mía, Roberta y Anita.

Incluso, la joven entrevistada durante la historia de vida declaró que le gustaría ser como Mía Colucci porque dicho personaje podía tener toda la ropa que quería y, sobre todo, le quedaba bien.

Durante casi dos años, fue común ver en centros comerciales de San Luis Potosí como El Dorado y Plaza Tangamanga que tanto la ropa que había en los aparadores de las tiendas, como la que vestían las adolescentes de entre 15 y 18 años de edad, tenía ciertas semejanzas con las prendas de vestir utilizadas por las protagonistas de Rebelde.

Y al analizar dos casos de recepción televisiva, se percibió que las adolescentes no sólo se fijaban mucho en cómo se veía el cabello, la ropa o los accesorios de las actrices, sino en la complexión de sus cuerpos.

Esto demuestra que el sentido de imitación no sólo se limita a aspectos superficiales, sino que muchas personas que están detrás de los programas televisivos llevan ya

muchos años tratando de imponer la idea de que si las personas son delgadas son más exitosas o transmiten una mejor imagen a los demás.

Es entonces la televisión una fuente que instruye a la gente sobre cómo pensar, lucir y actuar para pertenecer a, y ese interés de las multitudes por formar parte de un grupo social ha provocado que no pocas mujeres, incluyendo a las adolescentes, pretendan modificar la complexión de su cuerpo para acatar ese prototipo que a lo largo de varios años se ha considerado como ideal.

La influencia de la televisión ha alcanzado niveles insospechados, pues en el caso concreto de México, en prácticamente todos los hogares que no se encuentran dentro de los límites de alta y muy alta marginación hay al menos un televisor. Aunado a ello, cada vez se generaliza más el acceso a los canales de paga.

Son precisamente ese tipo de canales los que han contribuido todavía más a que la gente sepa qué es lo que pasa cotidianamente en otras partes del mundo, así como las modas y formas de pensar de países diferentes, lo cual ejerce también cierta influencia en la juventud mexicana y a la vez impulsa el hecho de que la sociedad cada vez sea más globalizada.

Durante el desarrollo de la presente investigación, se dialogó con un empleado de la agencia de modelos De la Llera y con una modelo joven, quienes coincidieron en que las imágenes que llegan a México a través de la televisión provocan que no pocas adolescentes pretendan lucir como las personas de otros países, sin tomar en cuenta que las razas tienen características muy definidas, no sólo en cuestión de estatura o color de piel, sino también en complexión.

Es importante tomar en cuenta que hay factores que pueden ser adoptados por las diferentes culturas, es decir, que son propensos a la globalización, pero no se puede obligar a que el aspecto estético sea similar en todas las regiones del mundo, como algunas personas lo han llegado a desear.

Durante la presente investigación, se detectó que no todas las personas son influenciadas, ni es la televisión el único factor que produce cambios en la gente, pero sí uno de los más importantes.

Las adolescentes son quizá uno de los grupos más influenciados, pues apenas están buscando una identidad propia, y uno de los aspectos en los que más se puede notar esa influencia es en la apariencia física.

Al encuestar a 293 mujeres potosinas de entre 15 y 18 años, se comprobó que el 33 por ciento de ellas quieren lucir bien para tener una autoestima elevada, mientras que un 20.8 por ciento lo desea porque eso es lo que ve en televisión, porque a través de los diferentes programas se le ha inculcado que ser bello o atractivo es sinónimo de éxito.

Ahora bien, el aspecto físico es importante porque es uno de los factores que intervienen en la conformación de los círculos sociales. El hecho de que una persona sea esbelta o no, puede influir para que sea aceptada o rechazada no sólo en un grupo

de amigos o en el aspecto sentimental, sino incluso en algunos lugares de trabajo, pues se piensa que los "gorditos" no tienen la misma agilidad que alguien delgado.

Dicha idea fue reforzada durante la historia de vida, pues la joven entrevistada menciona que las personas deben adoptar ciertas actitudes, casi "actuar" con tal de entrar a determinados lugares o convivir con ciertas personas.

Es importante recalcar que la sociedad es sumamente compleja, y por tal motivo, no es posible generalizar que todas las personas con sobrepeso son discriminadas, pues la situación de cada individuo es diferente, sin embargo, entre las adolescentes sí es un factor que llama la atención, sobre todo, por el hecho de que de 219 de las 293 adolescentes encuestadas dijeron conocer algún caso de rechazo, y el 75.34 por ciento de esas personas afirmaron que ello se debe a la complexión.

Aparte, durante la entrevista con una modelo potosina, ésta aceptó que en el ámbito en el que se desempeña es importante mantener una figura esbelta, incluso utiliza la frase "casi anoréxica", pero que no le gustaría que las demás jóvenes trataran de imitar su imagen porque no todas las personas tienen la misma fisonomía y pueden caer en problemas como la depresión, la anorexia y la bulimia.

Fue precisamente en dicha entrevista donde se notó la lucha que se suscita en la mente de las personas, pues por un lado la modelo hace lo que le dictan las normas sociales, mientras que por otro reconoce que lo que hace puede llegar a perjudicar indirectamente a otras jóvenes que tratan de imitarla.

Es en ese tipo de casos donde se observa que los diferentes modelos propuestos por la televisión son adquiridos por la sociedad, la cual se basa en dichos parámetros para juzgar a la gente según su aspecto, y no según sus sentimientos, lo que genera problemas de autoestima a quienes no cumplen con dichos modelos.

¿Por qué se menciona la autoestima? Cuando se realizaron las encuestas, el 33 por ciento de las adolescentes entrevistadas comentaron que uno de los aspectos que más influye para querer cambiar el aspecto físico es precisamente la autoestima, lo que significa que muchas personas de esa edad creen que si lucen un buen físico podrán sentirse mejor y ser aceptadas más fácilmente por la sociedad.

Además, la protagonista de la historia de vida dejó entrever su molestia por la excesiva atención que gran parte de la sociedad presta al aspecto físico, y que en ciertos momentos de su vida la hizo sentir incómoda, al grado de caer en problemas de tipo alimenticio, con tal de subir su autoestima a partir de "verse bien".

Ya se ha mencionado mucho el tema de la complexión, y el ser delgado u obeso, pero hay otro factor que es de suma importancia y que debe ser tomado en cuenta cuando se habla de apariencia estética: la salud.

La televisión difunde imágenes de personas guapas, atractivas y de buen cuerpo, pero pocas veces se habla de manera real de lo que ello implica, y muchas jóvenes se dejan llevar por esas apariencias, quieren lucir como esos prototipos y hacen lo necesario, pero en ocasiones sin la debida asesoría.

La experta en nutrición a la que se entrevistó durante la presente investigación recalcó la necesidad de que las personas se sometan a régimen alimenticio pero siempre y cuando éste sea vigilado por expertos, pues hay quienes confían en las dietas que se difunden a través de la televisión, las revistas o algunas amistades, sin tomar en cuenta que el organismo de cada persona es diferente.

Mencionó además el hecho de que más allá de la delgadez, lo que realmente importa es que la persona esté saludable, pues de nada sirve dejar de comer y lucir esbelto, si existe un cuadro de desnutrición de por medio.

Enfatizó que los problemas de obesidad se pueden evitar si desde pequeños, los niños tienen una alimentación balanceada, y no tanto por lucir bien, sino porque gocen de una buena salud.

Además, durante la historia de vida se percibió muy de cerca cómo una joven se deja llevar por el excesivo cuidado de la apariencia física, al grado de afectar incluso su salud, aunque afortunadamente, en este caso hubo un médico que estuvo al pendiente de ella y logró salir adelante, pero muchas otras adolescentes más quizá no tienen esa misma suerte.

CONCLUSIONES FINALES

Desde hace varias décadas, la juventud de México y el mundo se ha empeñado en demostrar a los adultos su capacidad de decisión, su interés por formar parte activa de la sociedad y su preocupación porque se abran espacios de acción no sólo para quienes ya tienen experiencia, sino para las nuevas generaciones que poseen ideas innovadoras.

Sin embargo, resulta relevante el hecho de que poco a poco, los adolescentes también han adquirido conciencia de la importancia de que se les identifique como una parte importante de la sociedad, y que no sólo se les catalogue como un cúmulo de inmaduros que apenas están "descubriendo" lo que es vivir.

Suena sencillo, pero un adolescente por lo regular requiere un modelo a seguir y a partir de ello forma su identidad, la cual compartirá con otras personas cuya edad y características de vida sean similares.

¿De dónde obtienen los adolescentes esos modelos? Son muchas las fuentes de "inspiración", pero es innegable el hecho de que la televisión hoy en día se ha convertido en uno de los medios de comunicación más poderosos e influyentes.

La fuerza de la televisión radica en que a través de ese medio, las personas pueden enterarse de lo que pasa en otros lados no sólo de manera auditiva, como con la radio, sino con el apoyo de imágenes, es decir, captan la atención de los espectadores mediante dos sentidos y no uno.

Las personas estaban acostumbradas a pensar que sólo a través de los segmentos de comerciales se les presentaban productos para ser consumidos, sin embargo, en años recientes algunas marcas optaron por insertar sus productos en las novelas y programas que se transmiten diariamente, es decir, los personajes de los programas los anuncian como propios, y hablan de los beneficios de utilizar esos artículos.

Pero eso es sólo en lo que se refiere a productos. La televisión también ayuda a propagar modas. Además, hoy sabemos que la televisión también difunde estilos de vida para procurar que las adolescentes luzcan de tal o cual manera, que vistan cierta ropa y accesorios, pero sobre todo, que tengan un cuerpo "idóneo".

La televisión, o mejor dicho, quienes envían sus mensajes a través de ella, han sabido cómo llegar a las adolescentes, no sólo a través de las series y novelas juveniles que han tenido buena aceptación en los últimos años, sino también mediante la música.

Lo anterior podría entenderse como que las jóvenes actúan como simples "borregos", sin embargo, a lo largo de la presente investigación se detectó que la mayoría de las veces, los espectadores –en este caso las adolescentes– ven la televisión, dialogan sobre lo que dicho medio les presenta, e incluso emiten juicios de valor al respecto.

Es entonces cuando los grupos sociales adquieren una peculiar relevancia, en primer lugar, porque un buen número de adolescentes dialogan sobre los programas y anuncios televisivos, ya sea con integrantes de su familia o con sus amigos, principalmente, es decir, los grupos sociales más cercanos a ellas. Esas conversaciones, críticas y juicios de valor sobre lo que presenta la televisión

demuestran que las adolescentes tienen plena conciencia de lo que ven y saben diferenciar entre lo que es correcto e indebido, es decir, son capaces de juzgar lo que les presenta la televisión.

Sin embargo, aunque en ocasiones las jóvenes no están de acuerdo con algunos aspectos, prototipos y cánones transmitidos por la televisión, terminan por aceptarlos, e incluso tratan de imitarlos, pues debido a su afán por pertenecer a ciertos grupos sociales cumplen los requisitos que sean necesarios, y si el grupo al que quieren integrarse, o al que incluso ya pertenecen, está apegado a ciertos modelos y propuestas televisivas, también ellas los adquieren como propios.

Es esa la lucha entre la conciencia moral y los deseos de cada persona, pues no poca gente desearía ser aceptada sin mayor problema, pero un sector de la sociedad le dice que tiene que ser delgada, tal y como lo "dicta" la televisión, y hay quienes terminan por cumplir esto último, en algunos casos, sin medir siquiera las consecuencias.

Es importante subrayar también que las características raciales de cada país son muy variadas, pero las empresas, en su afán de vender más, tratan de llegar a la mayor cantidad de compradores posibles, y para ello buscan establecer ciertos parámetros a nivel nacional, continental e incluso mundial.

En canales de televisión no sólo de origen extranjero, sino en los mexicanos, diariamente se transmiten imágenes de personas guapas, atractivas y en apariencia exitosas, pero muchas veces, sus características no coinciden con los rasgos de las adolescentes mexicanas. Sin embargo, eso no es impedimento para las jóvenes que intentan imitar esos modelos, pues no pocas recurren al uso de accesorios, ropa, tintes, y hasta buscan la manera de variar su físico, con tal de lucir como esos prototipos.

Como se puede observar, la televisión es capaz de difundir prototipos que terminan por convertirse en modelos a seguir, en otras palabras, es una potente arma que las empresas han usado para persuadir a la gente de hacer o comprar ciertas cosas.

¿Cómo es que la televisión ha adquirido tal poderío? En México, durante muchos años, la sociedad se ha regido por dos grandes vertientes: las instituciones gubernamentales y la Iglesia han jugado los roles de padre y madre de toda una nación, pero en un nivel más local, los padres de familia son quienes tienen la obligación de educar a sus hijos, a las llamadas nuevas generaciones.

Hace menos de un siglo, los niños y jóvenes se entretenían con la radio y convivían con sus padres y hermanos, pero la televisión llegó para ocupar un lugar como un integrante más de las familias, y acaparó la atención de grandes y chicos.

Para muchos padres, ese nuevo medio de comunicación fue un gran apoyo, pues mientras desempeñaban sus diversas tareas laborales y hogareñas, podían mantener entretenidos a sus hijos frente al televisor, viendo programas acorde a su edad, o a veces ni tan apropiados.

La televisión ha llegado al extremo de ocupar en varias ocasiones el lugar de los padres, pues los hijos se sienten acompañados, y en vez de adoptar como ejemplos a sus progenitores, encuentran modelos de vida en los diferentes programas televisivos.

Eso no significa que sea necesario satanizar a ese medio de comunicación que ha logrado unir a diferentes culturas, pero sí se requiere que las instituciones sociales, desde las gubernamentales hasta las propias familias, fomenten el acercamiento entre padres e hijos.

Resulta indispensable admitir que no es fácil modificar todo un estilo de vida, pero si es conveniente la realización de campañas cuyo principal objetivo sea la promoción de la convivencia familiar, y qué mejor medio de difusión que la misma televisión.

¿Por qué es importante fomentar que los padres se mantengan al pendiente de las acciones de sus hijos y lo que ven en televisión? No todos los programas que se transmiten a través de ese medio son malos, pero sí hay algunos que pueden influir en los televidentes, concretamente en las adolescentes, y lograr que éstas deseen ser o verse de cierta manera.

Debe considerarse preocupante el hecho de que quien tenga unos "kilitos" de más corra el riesgo de sufrir un rechazo en algún momento de su vida, sobre todo porque ello provoca problemas en su autoestima, aunque es conveniente repetir una vez más que esto no ocurre en el 100 por ciento de las ocasiones, pero sí es una constante.

En cuanto a la venta de ropa "de moda", cada vez resulta más difícil que las adolescentes cuya complexión no es delgada consigan ropa moderna o que las haga lucir bien, pues en las tiendas, los modelos juveniles abarcan tallas como 1, 3 y 5, ya que si hay más variedad, se encuentran las tallas 7, 9 y 11 es decir, hasta la talla 34, pero de la 36 en adelante, resulta prácticamente imposible conseguir un diseño moderno.

Son muchas las tiendas de ropa en las que se pueden encontrar blusas en miniatura que sólo les quedan a personas que pesan entre 40 y 50 kilogramos, pero si una joven rebasa los 70 kilos, es casi un hecho que sólo encuentra ropa aseñorada.

Entonces entra aquí una disyuntiva: por un lado, el ir de compras hace sentir mejor a algunas personas cuando están deprimidas, según se percibió a lo largo de la investigación, pero si alguien no encuentra ropa de su talla, pueden decaerse aún más.

Por ello, sería conveniente que los legisladores no sólo de San Luis Potosí, sino a nivel nacional, siguieran el ejemplo de ciudades como Buenos Aires, Argentina, donde a fines del año pasado se aprobó una regulación denominada Ley de Tallas, la cual obliga a que en todas las tiendas de ropa haya modelos de prendas en todas las tallas, para evitar discriminación de personas gorditas.

Es recomendable que toda esa ropa que usan los personajes que aparecen en televisión y en general, todas las prendas que se comercializan en el país sean accesibles para todas las personas, sin importar si son delgadas u obesas.

Dicha disposición podría generar controversia entre los empresarios del ramo textil, pero es necesario que ellos también tomen conciencia de la importancia que tiene el que un segmento de las jóvenes adolescentes no se sienta discriminado y ello motive que quieran bajar de peso sin importar las consecuencias.

Además, no se pide que los confeccionadores de ropa produzcan el mismo número de prendas en las diferentes tallas, pues es sabido que suelen venderse más las prendas pequeñas, pero sí que haya algunas tallas extras de los modelos que se confeccionan en tamaño pequeño

Es decir, si se hacen 10 prendas de un modelo específico en tallas 1, 3, 5 y 7, que también se venda en las tiendas al menos una prenda de ese mismo modelo en cada una de las tallas 9, 11, 13, 15, 17, por ejemplo.

¿Cómo se debe definir cuántas prendas de cada talla de un mismo modelo deben venderse en las tiendas? Antes que nada, debe realizarse un estudio antropométrico de las adolescentes mexicanas, y con base en lo anterior, además de la oferta y la demanda, definir un porcentaje aproximado de las jóvenes que requieren ciertas tallas según su complejión, para que la producción se realice con base en esa proporción.

También se requiere que los comerciantes de prendas de vestir respeten las tallas, y no vendan por ejemplo ropa chica, mediana y grande, que en la realidad resulte casi toda de la misma medida.

Al motivar que los empresarios del ramo textil confeccionen prendas de vestir modernas en todas las tallas, no se pretende que éstas se realicen totalmente idénticas, pues tampoco es posible dejar de lado el hecho de que la ropa se debe adaptar a las características de las gorditas o las delgadas, según sea el caso, aunque siempre respetando el modelo original para evitar la discriminación.

Es cierto, habría empresarios que se rehusarían a cumplir esa nueva regulación, pero como ya se mencionó anteriormente, es una cuestión de conciencia, de que en la medida de lo posible, los diferentes sectores sociales deben contribuir para evitar situaciones de baja autoestima o discriminación que pueden derivar incluso en trastornos alimenticios o, en casos extremos, la muerte.

Es importante además que la apariencia esbelta, esa que tanto se ha difundido a través de los medios de comunicación, no se utilice como parámetro para aceptar o rechazar a alguna persona, no sólo en el ámbito social, sino también en el laboral, pues el hecho de que alguien tenga unos kilos de más, no significa que no sea capaz de efectuar cierto tipo de actividades, en especial las mujeres, quienes ya de por sí han tenido que superar muchos obstáculos en el tema del rechazo.

Lo primordial es que las personas tomen conciencia de lo que valen, de que poco importa el físico si se dañan otros aspectos como la autoestima, las relaciones personales, la economía y la salud.

Debe quedar muy claro que los programas televisivos tienen un objetivo muy concreto: vender, y ya depende de las personas si ayudan a cumplir ese propósito o no, pero

siempre y cuando lo hagan de manera consciente, pues nadie ha expresado que se inicie una guerra contra las empresas transnacionales o quienes se encargan de producir y dirigir programas, pero sí que los televidentes, en este caso las adolescentes, antepongan sus criterios y establezcan juicios de valor sobre lo que es bueno para ellas y lo que no, sobre lo que les conviene o las perjudica.

A estas alturas del camino sería prácticamente imposible modificar todo un esquema, cambiar todo lo que se transmite en televisión, limitar el ingreso de programas extranjeros a México y eliminar todos los anuncios de productos que constantemente bombardean a los televidentes, pero sí es posible generar conciencia.

No se trata de cambiar todo de la noche a la mañana, hay problemas sociales que quizá nunca se puedan erradicar, y eso no se debe perder de vista, pero de nada sirve si cada uno de los integrantes de la sociedad misma se quedan cruzados de brazos, sin hacer propuestas, sin invitar a quienes viven a su alrededor a valorar su existencia y decidir por ellos mismos, a no ser manipulados y a decidir quiénes o cómo quieren ser.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
COMUNICATIVO

Una vez que a lo largo de la presente investigación se determinó que la televisión ayuda a la propagación de ciertos estereotipos relacionados con el aspecto estético físico de las mujeres, mismos que son adoptados por las adolescentes debido a la intermediación de los grupos sociales que las rodean, se decidió proponer la creación de una campaña radiofónica basada en spots cuya intención es fomentar que las jóvenes tomen conciencia de que su valor como personas no se reduce al aspecto físico, y al mismo tiempo, que conozcan los riesgos y repercusiones que la obsesión por tener un cuerpo "ideal" genera.

Uno de los spots se basa en un diálogo entre amigas sobre un tema cotidiano como es el uso de prendas de vestir. En él se percibe que una de las protagonistas emite un comentario ligeramente burlesco en contra de su interlocutora, quien tiene unos "kilitos de más". Dicha producción radiofónica asemeja una charla trivial, con el fin de que las adolescentes no lo escuchen como ajeno a ellas, sino que lo perciban como algo que puede ocurrir en la vida real. Además, la plática que se escucha en el spot es entre amigas, porque en la adolescencia, las amistades son uno de los grupos sociales que mayor influencia ejerce, pues quienes se encuentran en esa etapa buscan afanosamente pertenecer a, llegando incluso a hacer cosas que no las benefician del todo.

Otro spot recalca el hecho de que algunas adolescentes realizan todo tipo de dietas o procedimientos con tal de bajar de peso, sin tomar en cuenta que cada metabolismo es diferente, y su obsesión por lucir más delgadas las acerca poco a poco a trastornos alimenticios. En este ejemplo de spot, al igual que en el resto de los realizados, se mencionan cifras reales, así como las consecuencias físicas que acarrear consigo enfermedades como la anorexia y la bulimia, para que así las jóvenes sepan los riesgos que corren y no vean la búsqueda del cuerpo "idóneo" sólo como una moda más o un símbolo de éxito.

Una tercera propuesta de spot radiofónico incluye una voz varonil, pues para quienes están en plena adolescencia, el sexo opuesto representa una gran atracción porque comienzan a descubrir lo que es la sexualidad, por lo que una buena manera de llegar a las jóvenes es precisamente ese factor, el hombre.

¿Por qué en esa tercera propuesta se utilizan frases ya conocidas utilizadas por una empresa? Son dos las razones: primero, porque son expresiones del dominio público, lo que facilita su comprensión, y en siguiente término, porque en las conclusiones de esta investigación se incluyó la necesidad de que los empresarios adquieran conciencia y no sólo se preocupen por sus finanzas, sino por procurar el bienestar social, y una buena forma de que participen en ello podría ser adaptando sus comerciales e incluirles un mensaje social.

En dicho spot se mencionan los costos relacionados con el cuidado de la apariencia física, pues no se trata sólo de dejar de comer, sino que al buscar cumplir con los prototipos, hay gente a la que no le importa gastar elevadas sumas de dinero a cambio de productos que, en ocasiones, ni siquiera surten el efecto deseado. No se trata de evitar que compren los diferentes artículos, pero sí de que, por un lado, hagan conciencia del costo económico que esto implica y, al mismo tiempo, que no se preocupen por el cuidado de la apariencia, antes que por su salud.

En ninguno de los spots se menciona a la televisión, pues el principal objetivo de la campaña no es conocer los orígenes del problema, sino tratar de contrarrestarlo, de generar conciencia y evitar consecuencias graves que pueden incluso derivar en la muerte de adolescentes.

Se decidió proponer la campaña basada en spots de radio y no de televisión, porque se apela a la capacidad de las personas de construir en su imaginación los escenarios planteados a través de sonido. Se trata de fomentar que los radioescuchas recreen en su mente las imágenes descritas en los spots, de que formen sus propias escenas y no sólo se dejen llevar por lo que ven en la televisión.

Aún así, no se descarta que los spots pudieran complementarse con imágenes y se transmitieran en televisión, pero así como ésta tiene la ventaja de causar un mayor impacto porque capta dos sentidos a la vez (vista y oído), con los spots radiofónicos se busca influir en las personas a través del oído, pero también mediante su capacidad de imaginación.

FUENTES DE INFORMACIÓN

DOCUMENTAL

- ÁLVAREZ, Tomás. Et. Al. "Vendedores de Imagen. Los Retos de los Nuevos Gabinetes de Comunicación". Editorial Paidós. Barcelona, 1998.
- BARBERO, J. Martín. REY, German. "Los Ejercicios del Ver. Hegemonía Visual Ficción Televisiva". Editorial Gedisa. España, 1999.
- BERELSON, Bernard. "Hand Book of Social Psychology". Dir. por Gardner Lindsey y Reading. Massachussets, 1954. Vol. 1.
- BERGER, René. "Arte y Comunicación". Editorial Gustavo Gil. España, 1976.
- BIAGI, Shirley. "Impacto de los Medios". International Thomson Editores. México, 1999.
- CAVAZOS Milanés, M.A. "Sociedad, Cuerpo y Silencio en los Trastornos Alimentarios: Anorexia y Bulimia". Tesis de licenciatura en Psicología. México, UAM Xochimilco. 2000.
- CHERNIN, K. "The Obsesión. Reflections on the tyranny of Slenderness". N.Y. Harper and Row. 1981.
- DAHMER, Helmut. "Libido y Sociedad. Estudios sobre Freud y la Izquierda Freudiana". Siglo veintiuno editores. México, 1983.
- ENCICLOPEDIA Historia del arte. Salvat Editores. Barcelona, 2000.
- FESTINGER, L.D. Katz. "Los Métodos de Investigación en las Ciencias Sociales". Editorial Paidós. México, 1993.
- FRITZ, H. Wolfgang. "Publicidad y Consumo". Fondo de Cultura. México, 1993.
- GALINDO Cáceres, Jesús. "Historia de Vida. Guía Técnica y Reflexiva". Incluido en el texto "Leer lo social: las Historias de Vida. Dos Aproximaciones".
- GARCÍA Canclini, Néstor. "Consumidores y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización". Editorial Grijalbo. México, 1995.
- GOMBRICH, Ernst, HOCHBERG, Julian, BLACK, Max; "Arte Percepción y Realidad". Editorial Paidós. España. 1996.
- GOMBRICH, Ernst; "La Historia del Arte". Editorial Diana. Hong Kong. 1999.
- GONZÁLEZ Requena, Jesús. "El Discurso Televisivo: Espectáculo de la Modernidad". Editorial Cátedra. Madrid, 1988.
- H.A. Faciolince. "La Telenovela o el Bienestar de la Incultura". Número 9. Bogotá, 1996.
- HIGASHIDA Hirose, Bertha Yoshiko. "Ciencias de la Salud". McGraw Hill. México, 1990. Pág. 247.
- KLEIN, Naomi. "No Logo. El Poder de las Marcas". Editorial Paidós. Barcelona, 1999.
- LA VOIE, A. "Media Influence on Teens. The Green Ladies Website". 2000.
- LÓPEZ Romo, Heriberto. "Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación".
- MARCHAND, Roland. "Advertising the American Dream". Berkeley, California. 1985.
- McENTEE, Eileen. "Comunicación Intercultural. Bases para la Comunicación Efectiva en el Mundo Actual". McGraw Hill. México, 1998.
- MOLES, Abraham. "La Imagen. Comunicación Funcional" Editorial Trillas. México, 1991.
- O'SHAUGHNESSY, John. "Porqué Compra la Gente". Ediciones Díaz de Santos. S.A. Madrid, 1989.
- OCHOA Ángel, Jaime. "Las Historias de Vida: un Balcón para Leer lo Social". Incluido en el texto "Leer lo social: las Historias de Vida. Dos Aproximaciones".
- OROZCO, Gómez, Guillermo. "Recepción Televisiva". Tres Aproximaciones y una Razón para su Estudio". Universidad Iberoamericana. México, 1991.
- PAOLI, Antonio. "Hacia una Definición del Funcionalismo en Comunicación". Pag. 21.
- RODA Fernández, R. "Medios de Comunicación de Masas. Su Influencia en la Sociedad y en la Cultura Contemporánea". C.I.S. Madrid, 1989.

- RODRÍGUEZ, Francisco Javier. "La Televisión y los Españoles". Editorial Paraninfo. España, 1992.
- SALZMANN, Zdenek. "Antropología; Panorama General". Publicaciones Cultural. México, 1995.
- SANCHEZ Vázquez, Adolfo. "Invitación a la Estética". Ed. Grijalbo. México. 1992.
- SARTORI, Giovanni. "Homo Videns. La Sociedad Teledirigida". Ed. Santillana. España. 1997.
- STICE, E y Shaw. "Adverse Effects of the Media Portrayed Thin Ideal on Women and Linkages to Bulimic Symptomatology". *Journal of Social and Clinical Psychiatry*. No. 13. 1994.
- TOUSSANT, Florence. "Funcionalismo y comunicación".
- WOLF, N. "The Beauty Myth". N.Y. Bantam Books. 1991.
- WHITTAKER, James O. "La Psicología Social en el Mundo de Hoy". Editorial Trillas. México. 1990.
- YONNET, Paul. "Juegos, modas y masas". Editorial Gedisa. Barcelona, 1988.
- ZEPEDA Herrera, Fernando. "Introducción a la Psicología. Una Visión Científico Humanista". Alhambra mexicana. México, 1994. Pág. 28.
- "Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado". Selecciones de *Reader's Digest*. México, 1984.

REVISTAS

- DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: "De la Lentejuela al Minimalismo". Por Fernando Bermúdez. Año 1. Número 10
- DÍA SIETE. Revista semanal. "A Propósito". Año 2. Número 67.
- DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Nacidas bajo una delgada estrella". Por Alison Motluk. Año 2. Número 67.
- DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Legalmente Delgadas". Por Raúl Tortolero. Año 3. Número 129.
- DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Relaciones Peligrosas: Moda y Salud". Por Alejandra González Duarte. Año 3. Número 132.
- DÍA SIETE. Revista semanal. "Pies de Fondo". Año 3. Número 132.
- DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Égeries de la belleza. Por Abdón Flores. Año 4. Número 155.
- DÍA SIETE. Revista semanal. Artículo: "Lolitas y Rebeldes". Por Gabriela Morales-Casas. Año 5. Número 256.
- FERNANDEZ, S. "The Plastic Surgery Craze". *Time*. 2001.
- MYERS, S. "The Elastic Body Image. The Effect of Television Advertising and Programming on Body Image Distortions in Young Men". *Journal of Communication*. No. 42. 1995.
- SAULQUIN, Susana. "El Cuerpo como Metáfora". Artículo publicado en la revista *DeSignis*. Editorial Gedisa. Barcelona, 2001.
- UNIKEL, Et.Al. "Conductas Alimentarias de Riesgo en Adolescentes Mexicanos. Datos en Población Estudiantil del D.F.". *La revista de Investigación Clínica*. Volumen 52, No. 2. Marzo-abril.

PÁGINAS DE INTERNET

- Análisis de publicidad en televisión. Por Javier Valera Bernal.
<http://www.comminit.com-la/tendencias/lact/lasld-27.html>
 Comentarios médicos sobre anorexia.

www.diariomedico.com/psiquiatria/n270799.html
Definiciones y conceptos sobre mercadotecnia.
www.rincondelvago.com/mercadotecnia_18.html
Explicación del Plan Marshall.
www.historiasiglo20.org/GLOS/planmarshall.htm
"El Espejo de la Publicidad". Entrevista con el presentador del programa de televisión francés *Culturepub*, Christian Blachas.
http://www.unesco.org/courier/2001_07/sp/doss12.htm
Entrevista con Scott White, director de mercadotecnia de *Health and Beauty Care* México y Centroamérica, Procter & Gamble, incluida en la revista segmento mayo-julio. Número 26, año 5.
http://boletin.itam.mx/detalleArticulo.php?id_articulo=76
Extranjerismos léxicos y publicidad.
www.omega.ilce.edu.mx:3000/sites/fondo2000/vol1/algunas-minucias/14.html
Historia del arte.
<http://es.wikipedia.org/wiki>
Información sobre anorexia y bulimia
<http://www.monografias.com/trabajos/buliano/buliano.shtml>
"La Dictadura de la Belleza". Por Ximena Urrejola B., incluido en la revista *Ya* (El Mercurio) el 28 de octubre de 2003.
<http://www.mujernueva.org/articulos/articulo.phtml?id=2404&td=0&tse=ANA>
"La Responsabilidad de los Medios de Comunicación. (Entre la Hipocresía y el Amarillismo)".
http://www.discriminacion.org/libro_racismo_disc/capitulo_x.htm
"Las Mujeres como Consumidoras y Productoras en el Mercado Mundial". Por evelyne Hong.
www.redtercermundo.org.uy/revista_del_sur/texto_completo.php?id=1472
"Los niños y la televisión".
www.familymanagement.com/facts/spanish/apuntes54.html
"Mi Estética". Por Carlos Gerhenson. Facultad de Filosofía y Letras UNAM. 2000.
www.cogs.susx.ac.uk/users/carlos/jlagunez/filosofia/MiEstetica.html
"Niños, Adolescentes y Medios de Comunicación". Por F. Muñoz García.
<http://www.svnp.es/Documen/comunica.doc>
Proyecto de ley sobre la fabricación y venta de ropa para adolescentes propuesto por el diputado argentino Leopoldo Moreau.
<http://www.leopoldomoreau.com.ar/laborlegislativa/Normas%20para%20la%20confecci%C3%B3n%20de%20indumentarias%20para%20adolescentes%202383-s-99.doc>
Reglamento de la ley General de Salud en materia de publicidad
<http://www.obesidad.net/spanish2002/default.html>
Relación entre problemas sociales y medios de comunicación.
www.mifarmacia.es
"Somos la Televisión". Por Todd Kappelman.
<http://www.probe.org/espanol/somos.html>

ANEXOS

ANEXO 1:

PROTOCOLO DE ENCUESTA

La encuesta, considerada como una técnica de carácter cuantitativo, implica la recopilación y análisis de las respuestas de grandes grupos de personas, mediante sondeos y cuestionarios diseñados para conocer sus opiniones.

"La encuesta se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales. Las organizaciones contemporáneas, políticas, económicas o sociales, utilizan esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos".⁹⁶

Una de las principales características de la encuesta, es que debe ser voluntaria y cubrir ciertas áreas esenciales. Debido a la gran cantidad de población que generalmente interesa en las diversas investigaciones, es necesario establecer una muestra representativa de la totalidad, la cual debe cumplir con los rasgos esenciales del universo.

Para los fines de la presente investigación, y con base en los parámetros ya establecidos durante el desarrollo del proyecto, se eligió un grupo determinado a partir del número total de escuelas preparatorias de la capital potosina, cuyas alumnas oscilan entre los 15 y 18 años de edad. De éstas, se seleccionó a aquellas instituciones privadas que cuenten con más de 100 estudiantes mujeres.

El tamaño de la muestra se obtuvo a partir de la siguiente fórmula⁹⁷:

$$n = \frac{Npq}{[ME^2/Nc^2(n-1)]+pq}$$

n: Tamaño de muestra

N: Tamaño del universo

p: Probabilidad de ocurrencia (homogeneidad del fenómeno)

q: Probabilidad de no ocurrencia (1-p)

Me: Margen de error o precisión. Expresado como probabilidad.

Nc: Nivel de confianza o exactitud expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada (1.96).⁹⁸

Una vez determinada la muestra se realizó el formato de encuesta, cuyas preguntas debieron corresponder a los objetivos planteados durante la investigación. Posteriormente, se realizó la aplicación de la técnica y una vez finalizada dicha labor, se procedió al vaciado de datos para su graficación. Asimismo, se plantearon los cruces de resultados, para finalmente lograr la interpretación de la información.

⁹⁶ LÓPEZ Romo, Heriberto. "Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación" Pág. 34

⁹⁷ *Ibidem*, Pág. 55.

⁹⁸ El valor z se busca en las tablas de distribución de la curva normal. La mayoría de los textos de probabilidad y estadística contienen dicha tabla.

ANEXO 2:

JUSTIFICACIÓN DEL CUESTIONARIO

Dado que el universo se conformó por mujeres de 15 a 18 años, y para efectos de la investigación no son relevantes las diferencias de opinión con base en la edad, no se incluyeron dichos datos como variables dentro del cuestionario.

Para conocer el nivel socioeconómico al que pertenecen las encuestadas, se les preguntó la colonia en que viven, mientras que el nombre de la escuela interesó como dato de referencia.

- ¿Cuántas horas diarias ves televisión?

Respondió a la necesidad de definir el grado de contacto que tienen las mujeres con la televisión, y partir de ese dato para el resto del análisis. Las opciones fueron definidas por intervalos de tiempo, para que existiera la posibilidad de establecer un aproximado, ya que por lo regular, ninguna persona sabe con exactitud cuántas horas ve televisión.

- ¿En qué horario ves televisión?

Con dicha pregunta se pretendieron definir los horarios comunes de exposición a los mensajes televisivos. La respuesta quedó abierta, con el fin de establecer posteriormente categorías, de acuerdo a los patrones de coincidencia de lo contestado por las adolescentes.

- ¿Qué canales de televisión ves?

Esta pregunta ayudó a determinar el tipo de mensajes a los que están expuestas las mujeres, y obedeció al primer objetivo de la investigación, ya que para conocer la influencia de la televisión, es necesario definir primero qué clase de programación es la que interesa a las adolescentes.

Las opciones se delimitaron tomando en cuenta los dos canales de televisión abierta más reconocidos, así como los de cable que se consideran populares entre los jóvenes, y cuya programación es más variada. Los canales dedicados a películas no se incluyeron, por la variedad de temáticas que manejan. El resultado de dicho cuestionamiento ayudó además para establecer la programación a la que se aplicará el análisis de recepción televisiva.

- ¿Qué tipo de programas te gusta ver?

Sirvió para especificar la información obtenida con la pregunta anterior, pues no basta conocer qué canales ven, sino también qué tipo de programas. Las opciones se plantearon de manera que sea posible crear una relación jerárquica de las temáticas que más interesan a las adolescentes.

- ¿Qué tipo de productos te gusta comprar?

Respondió al objetivo número dos, y permitió conocer el grado de consumo que tienen los productos más publicitados en televisión. Las opciones se definieron de acuerdo a lo que consumen regularmente las jóvenes, incluyendo productos no relacionados con la belleza, con el fin de evitar una pregunta tendenciosa.

- ¿Qué tipo de comida se encuentra más en tu régimen alimenticio?

Dicho cuestionamiento obedeció al objetivo dos, y sirvió para determinar el grado de influencia en las adolescentes respecto a los diversos mensajes que proponen ciertos alimentos "ideales". Las opciones se definieron en función de los tipos de comida más conocidos, incluyendo tanto el alimento "normal", como el destinado a conservar "la línea".

- ¿Qué parte de tu aspecto físico te disgusta?

Esta pregunta respondió al objetivo número uno, pues define el grado de inconformidad que tienen las mujeres respecto a su aspecto físico; asimismo, otorga la posibilidad de que, al realizar los cruces de información, se determine si dicho disgusto tiene algo que ver con lo que la televisión presenta. Las opciones se definieron a partir de aspectos generales, ya que resultó imposible e impráctico mencionar todas las partes del cuerpo.

- ¿Cambiarías la parte de tu aspecto físico que te disgusta?

Ayudó a especificar la información obtenida con la pregunta anterior, ya que tal vez les disguste su cuerpo, pero no al grado de querer cambiarlo. Las opciones fueron muy claras y directas. En cuanto a "tal vez", se incluyó para aquellas personas que no están muy convencidas de cambiar su cuerpo, pero que en un momento dado, no se negarían a hacerlo.

- ¿Qué aspectos han influido para querer cambiar tu aspecto físico?

Respondió a los objetivos uno, dos y tres; se pretendió analizar la influencia de la televisión la publicidad y las relaciones interpersonales, por lo que en las opciones se incluyeron dichos factores.

- ¿Has adquirido algún producto con el fin de tener una mejor apariencia física?

Se relacionó con el objetivo uno, y con ella se pretendió evaluar el impacto que tienen los diversos comerciales transmitidos por televisión, sobre todo aquellos que presentan productos "maravillosos", y que prometen otorgar una figura envidiable en poco tiempo. En las opciones se incluyeron diversos artículos clasificados según sus características generales. Asimismo, se dejó un espacio abierto por si existiera una respuesta diferente a las propuestas.

- ¿Cuántas horas diarias realizas ejercicio?

Esta pregunta, relacionada con el objetivo número cuatro, tuvo como propósito establecer hábitos y costumbres de las adolescentes para cuidar su aspecto físico, y determinar si existe un equilibrio entre lo que las jóvenes realizan, y lo que en realidad el cuerpo requiere. Las opciones incluyeron desde ausencia de ejercicio, hasta la posibilidad de exceso en la rutina.

- ¿Has realizado alguna dieta?

Mediante esta pregunta se pretendió evaluar el grado de conformidad de las mujeres respecto a su físico, y al mismo tiempo, ayudó a establecer las posibles consecuencias que origina la búsqueda de una figura perfecta.

- ¿Cuál es tu principal fuente de información sobre las dietas?

Dicha pregunta fue complementaria de la anterior, y a través de ella se pretendió definir qué tanto se preocupan las adolescentes por cuidar su salud, así como evidenciar

cuáles son los principales aspectos que influyen en sus decisiones. Entre las opciones se incluyeron medios de comunicación, personas cercanas y médicos, puesto que son quienes por lo regular "recomiendan" al respecto.

- ¿Qué es lo que más te llama la atención de las actuales modelos o artistas de televisión?

Respondió al objetivo uno, ya que permite medir el grado de influencia que los personajes presentados en televisión ejercen en la mentalidad de las adolescentes. Las opciones incluyeron los aspectos más relevantes relacionados con la imagen pública de las personalidades.

- ¿Conoces a alguna amiga o compañera que sea rechazada por su aspecto físico?

Se relacionó directamente al objetivo número tres, y ayudó a establecer la influencia del aspecto físico en la construcción de relaciones interpersonales. Debido a la naturaleza de la variable, las opciones fueron directas.

- ¿Porqué es rechazada?

Este cuestionamiento fue complementario del anterior. Las opciones se plantearon considerando aspectos generales de la apariencia física, y se dejó abierta la posibilidad de otra respuesta distinta a las existentes.

- ¿Cuál de estas enfermedades relacionas con las dietas?

Dicha pregunta se vinculó con el objetivo cuatro, pues permitió evaluar el grado de conocimiento acerca de las consecuencias a nivel psicológico y de salud que provoca el excesivo anhelo de alcanzar un físico perfecto. Las opciones incluyeron enfermedades relacionadas con trastornos alimenticios.

- ¿Qué personas consideras que prestan más atención a tu apariencia física?

Respondió al objetivo número tres, pues permitió analizar la influencia del físico en las relaciones interpersonales. En las opciones se incluyó a las diversas personas con las que sueñen interactuar las adolescentes.

ANEXO 3:

FORMATO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ ESCUELA DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN
PROYECTO: TELEVISIÓN Y RECONFIGURACIÓN DE LA DIMENSIÓN ESTÉTICO-
FÍSICA DE LA MUJER

Tu participación activa en la aplicación del presente cuestionario es de suma importancia para el proyecto, por lo cual, es necesaria tu honestidad al momento de responder. Los datos que aquí se obtengan serán utilizados exclusivamente para efectos de la investigación, y serán completamente confidenciales.

¿En qué colonia vives? _____ ¿En qué escuela estudias? _____

Instrucciones: coloca una X en el o los incisos que correspondan a tu respuesta.

1. ¿Cuántas horas al día ves televisión?

- a) Ninguna b) Menos de una hora c) De 1 a 2 horas
d) De 2 a 4 horas e) Más de 4 horas

2. ¿En qué horario ves televisión? _____

3. ¿Qué canales de televisión ves? (Puedes escoger hasta tres opciones)

- a) Televisa c) Warner Channel e) Telehit g) E Entertainment
b) TV Azteca d) Sony f) MTV h) Otro _____

4. ¿Qué tipo de programas te gusta ver? (Enuméralos por preferencia: 1 para el preferido, 6 para el que menos te guste)

Noticieros _____ Musicales _____ Deportivos _____ Moda _____
Series _____ Telenovelas _____

5. ¿Qué tipo de productos te gusta comprar? (Elige dos opciones)

- a) Ropa b) Maquillaje c) Tratamientos de belleza d) Comida
e) Entretenimiento (libros, revistas, etc).

6. ¿Qué tipo de comida consumes regularmente? (Elige sólo una opción)

- a) Antojitos b) Comida light c) Comida integral
d) Comida balanceada

7. ¿Qué parte de tu aspecto físico te disgusta? (Puedes elegir varias opciones)

- a) Rostro c) Cabello e) Abdomen g) Tez i) Nada
b) Glúteos d) Piernas f) Complexión h) Busto j) Otro _____

8. ¿Cambiarías la parte de tu aspecto físico que te disgusta?

- a) Sí b) No c) Tal vez

9. ¿Qué aspectos han influido para querer cambiar tu aspecto físico? (Elige 2 opciones)

- a) Familia b) Publicidad c) Amigos d) Televisión
e) Pareja f) Autoestima

10. ¿Has adquirido, o bien, te gustaría comprar alguno de los siguientes productos? (Puedes elegir varias opciones)

- a) Aparatos para ejercicio b) Suplementos alimenticios
c) Cremas embellecedoras d) Cera depilatoria

11. En promedio, ¿Cuántas horas diarias realizas ejercicio?

- a) Ninguna b) Menos de una hora c) De 1 a 2 horas
d) De 2 a 3 horas e) Más de 3 horas

12. ¿Has realizado alguna dieta?

- a) Sí b) No

13. ¿Cuál es tu principal fuente de información sobre las dietas? (Elige sólo una opción)

- a) Amigas b) Televisión c) Familiares d) Médico
e) Revistas

14. ¿Qué es lo que más te llama la atención de las actuales modelos o artistas de televisión? (Elige sólo una opción)

- a) Arreglo personal (Cabello, maquillaje, etc.) b) Forma de vestir
c) Comportamiento d) Cuerpo

15. ¿Conoces a alguna amiga o compañera que sea rechazada por su aspecto físico?

- a) Sí b) No

16. ¿Por qué es rechazada?

- a) Por su rostro b) Por su complexión c) Por su estatura
d) Por su color de piel e) Otro _____

17. ¿Cuál de estas enfermedades relacionas con las dietas? (Puedes elegir más de una opción)

- a) Desnutrición b) Anorexia c) Trastornos metabólicos d) Bulimia
e) otro _____

18. ¿Qué personas crees que prestan atención a tu apariencia física? (Puedes más de una opción)

- a) Amistades b) Familiares c) Pareja d) Otros _____

ANEXO 4:

JUSTIFICACIÓN DE LOS CRUCES

1.- *Número de horas que las adolescentes ven televisión durante un periodo determinado del día.*

Variable independiente: 1. HORAS DIARIAS QUE VEN TELEVISIÓN.

Variable dependiente: 2. HORARIO EN QUE VEN TELEVISIÓN.

Justificación: El medio comunicativo que se analizó en la investigación es la televisión. Ya que los programas varían según el público al que se dirige, y con base en ello se dividen en horarios específicos, la determinación del horario en el que las adolescentes se exponen más a la influencia televisiva resultó trascendente.

(Objetivo 1).

2.- *Número de horas que las adolescentes están expuestas a ciertos tipos de canales.*

Variable independiente: 1. HORAS DIARIAS QUE VEN TELEVISIÓN.

Variable dependiente: 3. CANALES DE TELEVISIÓN PREFERIDOS.

Justificación: Para entender cómo influye la televisión en la mujer, fue necesario tomar en cuenta el tipo de canales a los que se expone, pues la programación varía según el horario; fue importante además revisar si los programas predilectos son transmitidos en televisión abierta, o bien, mediante el sistema de cable, con el fin de establecer un parámetro de gustos.

(Objetivo 1).

3.- *Número de horas que las jóvenes ven los programas de su preferencia*

Variable independiente: 1. HORAS DIARIAS QUE VEN TELEVISIÓN.

Variable dependiente: 4. TIPOS DE PROGRAMAS QUE MÁS LES GUSTAN.

Justificación: A partir del número de horas que las jóvenes suelen ver la televisión, varían los mensajes tanto en cantidad como en contenido, por lo que resultó interesante analizar qué es lo que más ven y por cuánto tiempo.

(Objetivo 1).

4.- *Según el tipo de alimentación que las adolescentes prefieren ¿qué parte de su físico les disgusta más?*

Variable independiente: 6. TIPO DE ALIMENTOS QUE PREFIEREN.

Variable dependiente: 7. PARTE DE SU FÍSICO QUE MÁS LES DISGUSTA.

Justificación: Existe la posibilidad de que muchas mujeres configuren sus hábitos a partir de un modelo impuesto, buscando así mejorar alguna parte de su físico, por lo que resultó importante comparar qué es lo que las adolescentes suelen comer y determinar si dichas costumbres coinciden con el deseo por perfeccionar su masa corpórea.

(Objetivo 1).

5.- *Las adolescentes que han realizado alguna dieta ¿están inconformes con alguna parte de su físico?*

Variable independiente: 12. HAN REALIZADO ALGUNA DIETA.

Variable dependiente: 7. PARTE DE SU FÍSICO QUE MÁS LES DISGUSTA.

Justificación: La principal razón por la que posiblemente las jóvenes recurren a las dietas es porque no les gusta alguna parte de su cuerpo, a partir de su percepción sobre lo que es bello o estético y lo que no.

(Objetivo 1).

6.- *Las adolescentes que quieren cambiar su físico ¿han tenido alguna influencia al respecto?*

Variable independiente: 8. CAMBIARÍAN LA PARTE DEL FÍSICO QUE LES DISGUSTA.

Variable dependiente: 9. FACTORES QUE INFLUYEN PARA QUERER CAMBIAR EL ASPECTO FÍSICO.

Justificación: Establecer cuales son las principales causas que orillan a las mujeres a sentirse inconformes con cierta parte de su físico, y así evaluar el grado de influencia que los medios de comunicación ejercen sobre las adolescentes.

(Objetivo 1).

7.- *Las mujeres que desean cambiar su físico ¿han realizado alguna dieta para lograrlo?*

Variable independiente: 8. CAMBIARÍAN LA PARTE DEL FÍSICO QUE LES DISGUSTA.

Variable dependiente: 12. HAN REALIZADO ALGUNA DIETA.

Justificación: Es posible que aquellas mujeres que desean cambiar su físico pretendan lograrlo mediante la realización de dietas; esto, con el propósito de encajar apropiadamente en el prototipo estético establecido por la mercadotecnia.

(Objetivo 3).

8.- *El deseo por cambiar su físico ¿influye en el tipo de productos que compran?*

Variable independiente: 8. CAMBIARÍAN LA PARTE DEL FÍSICO QUE LES DISGUSTA

Variable dependiente: 10. QUÉ PRODUCTOS DE BELLEZA HAN COMPRADO O LES GUSTARÍA ADQUIRIR.

Justificación: Existen ciertos productos de belleza anunciados en televisión que prometen una solución rápida y eficaz a ciertos "problemas" estéticos que la sociedad femenina enfrenta, por lo cual resultó interesante evaluar el índice de adolescentes que han comprado alguno de los artículos mencionados, con el fin de cambiar su apariencia.

(Objetivo 2).

9.- *¿El deseo por querer cambiar el aspecto físico surge a partir del miedo al rechazo?*

Variable independiente: 15. CONOCEN ALGÚN CASO DE RECHAZO.

Variable dependiente: 8. CAMBIARÍAN LA PARTE DEL FÍSICO QUE LES DISGUSTA.

Justificación: Uno de los aspectos en los que el físico influye de manera trascendente es en las relaciones interpersonales, por lo que diversas adolescentes quieren adaptarse a un cierto patrón con el fin de evitar el rechazo; lo anterior pretenden conseguirlo, en primera instancia, mediante la modificación de su apariencia.

(Objetivo 3).

10.- *Las adolescentes que han realizado dietas ¿han sido influidas por algún factor que les impulsa a querer cambiar su físico?*

Variable independiente: 12. HAN REALIZADO ALGUNA DIETA.

Variable dependiente: 9. FACTORES QUE INFLUYEN PARA QUERER CAMBIAR ASPECTO FÍSICO.

Justificación: Con el fin de conocer el impacto que factores como la mercadotecnia y la publicidad ejercen en la mentalidad de las adolescentes, fue necesario estudiar el tipo de hábitos alimenticios que las jóvenes poseen, entre los cuales se incluyen las dietas. (Objetivo 4).

11.- *¿Las actrices y modelos de televisión influyen en los hábitos de compra de las adolescentes?*

Variable independiente: 14. ASPECTOS DE LAS MODELOS O ACTRICES DE TELEVISIÓN QUE MÁS LLAMAN LA ATENCIÓN DE LAS ADOLESCENTES.

Variable dependiente: 5. TIPO DE PRODUCTOS QUE LES GUSTA COMPRAR.

Justificación: Las diversas empresas recurren a estrategias basadas en el manejo de la imagen femenina para así lograr un incremento en sus ventas, por lo que fue conveniente revisar qué es lo primero en lo que las adolescentes se fijan al momento de ver televisión, y qué es lo que suelen comprar, para con ello determinar si existe una relación entre lo que los medios de comunicación presentan y los hábitos de compra de las jóvenes.

(Objetivo 2).

12.- *¿Los casos de rechazo están influidos por algún factor relacionado con cambio del aspecto físico?*

Variable independiente: 15. CONOCEN ALGÚN CASO DE RECHAZO.

Variable dependiente: 9. FACTORES QUE INFLUYEN PARA QUERER CAMBIAR ASPECTO FÍSICO.

Justificación: Mediante dicho análisis, se pretendió establecer qué factores son los que han influido para establecer lo que es aceptable y lo que no en cuestión estética, y con ello, regular las relaciones interpersonales dentro de la sociedad.

(Objetivo 3).

13.- *¿Las jóvenes realizan ejercicio con el fin de mejorar su apariencia física?*

Variable independiente: 11. NÚMERO DE HORAS QUE LAS ADOLESCENTES REALIZAN EJERCICIO.

Variable dependiente: 8. CAMBIARÍAN LA PARTE DEL FÍSICO QUE LES DISGUSTA.

Justificación: Existen personas que realizan ejercicio sólo por cuestiones de salud, mientras que otras se ejercitan con el fin de lograr un físico "envidiable", por lo que mediante la comparación de respuestas se pretendió determinar el número de horas que las jóvenes desearían de modificar su apariencia realizan algún tipo de actividad física.

(Objetivo 4).

14.- *¿Qué causas motivan el rechazo social?*

Variable independiente: 15. CONOCEN ALGÚN CASO DE RECHAZO.

Variable dependiente: 16. CAUSA DEL RECHAZO.

Justificación: Existen ciertos aspectos relacionados con el cuerpo que, según lo que los medios han establecido como prototipo, deben ser de cierta forma. Dicho parámetro en ocasiones sirve para la regulación de las relaciones interpersonales, por lo que resultó interesante un análisis de las causas que frecuentemente provocan el rechazo de ciertas personas.

(Objetivo 3).

15.- *Las personas que han realizado dietas ¿están conscientes de las enfermedades a las que se exponen?*

Variable independiente: 12. HAN REALIZADO ALGUNA DIETA.

Variable dependiente: 17. ENFERMEDADES QUE SE RELACIONAN CON LAS DIETAS.

Justificación: Determinar el nivel de conocimiento que poseen las adolescentes potosinas sobre los riesgos que puede traer consigo el manejo excesivo o incorrecto de las dietas.

(Objetivo 4).

16.- *¿Qué círculos sociales son los que más toman en cuenta el aspecto físico y con ello ocasionan el deseo por modificar la apariencia?*

Variable independiente: 12. CAMBIARÍAN LA PARTE DEL FÍSICO QUE LES DISGUSTA.

Variable dependiente: 18. PERSONAS QUE PRESTAN ATENCIÓN A LA APARIENCIA FÍSICA.

Justificación: El ser humano es por naturaleza un ser social, por lo que requiere ser aceptado en los diversos grupos que le rodean, los cuales toman como un parámetro de aceptación la apariencia física, por lo que es importante cumplir con ciertos "requisitos" en cuestión de estética. Por tal motivo, resultó relevante evaluar si las adolescentes que desean modificar su físico lo hacen porque así llamarán más la atención de quienes están en contacto con ellas.

(Objetivo 3).

17.- *Las fuentes de información sobre las dietas ¿han explicado a las adolescentes los riesgos que corren en caso de una alimentación mal balanceada?*

Variable independiente: 13. PRINCIPAL FUENTE DE INFORMACIÓN SOBRE LAS DIETAS.

Variable dependiente: 18. ENFERMEDADES RELACIONADAS CON LAS DIETAS.

Justificación: En su búsqueda por el físico perfecto, las adolescentes consideran válidas las diversas recomendaciones que se les proporcionan sobre las dietas, sin embargo, cada metabolismo es diferente, por lo que debe recurrirse a ayuda especializada, ya que en caso de sufrir una descompensación alimenticia, los riesgos de salud son diversos. Por tal motivo, fue necesario revisar qué tanto conocimiento han obtenido las adolescentes sobre el tema.

(Objetivo 4).

ANEXO 5:

ANÁLISIS DE RECEPCIÓN TELEVISIVA.

La dimensión estética de las mujeres potosinas sufre actualmente una reconfiguración importante; la adopción de patrones de belleza proporcionados por la televisión es el marco que envuelve dicho proceso. Las jóvenes, principalmente, están expuestas a una gran cantidad de mensajes televisivos cargados de temáticas acerca de la belleza y su importancia en la sociedad.

En una investigación que tiene como protagonistas principales la televisión y los jóvenes, se requiere primero establecer los mensajes que tanto los programas como los comerciales transmiten, y posteriormente evaluar las consecuencias que éstos ocasionan en las adolescentes.

Una de las características del análisis de recepción televisiva es que, al ser una técnica cualitativa, debe desarrollarse de manera dinámica, para así obtener los resultados deseados: *"Metodológicamente, una investigación alternativa del impacto de la televisión implica el abandono de la ortodoxia y el uso combinado de métodos estadísticos y descriptivos. Además, la combinación de metodologías deberá realizarse con una perspectiva histórica que permita contextualizar la explicación"*.⁹⁹

Uno de los principales problemas que en un principio se presentan durante el análisis de recepción televisiva, es el hecho de que no sólo la televisión ejerce influencia en el comportamiento humano, pues existen otros factores (sociales, afectivos, etc.) que relacionados entre sí, contribuyen a la constitución de una conducta determinada.

Por tal motivo, en la presente investigación fue necesario tomar en cuenta no sólo el nivel objetivo de la influencia de los mensajes televisivos, sino también los elementos subjetivos, los cuales se refieren al reconocimiento y análisis de las mediaciones que intervienen en el proceso.

Al tomar en cuenta el modelo de las multimediaciones, fue posible establecer algunos presupuestos básicos para la metodología de análisis de recepción televisiva:

"La mediación es el conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje y sus resultados, provenientes tanto de la mente del sujeto como de su contexto sociocultural. Esto incluye las intervenciones de los agentes sociales e instituciones en el proceso de recepción televisiva".¹⁰⁰

Con lo anterior se entendió que el observador se enfrenta al mensaje, no con la mente en blanco, sino con una serie de actitudes, ideas y valores, es decir, un repertorio cultural, que se pone en juego al encararse con el mensaje mismo.

⁹⁹ OROZCO Gómez, Guillermo. "Recepción Televisiva: Tres Aproximaciones y una Razón para su Estudio". Universidad Iberoamericana. México, 1991. Pág. 23.

¹⁰⁰ *Ibidem*. 1991. Pág. 38.

El receptor televisivo, en este caso las adolescentes, evalúan el mensaje con base en otras instancias sociales, tales como sus amigos, sus compañeros escolares o de trabajo, su familia, entre otros. El número de grupos que participan en la interpretación depende del número de círculos sociales con los que el sujeto en cuestión se relaciona. Lo anterior suele volver más complejo el análisis de recepción televisiva pero, al mismo tiempo, lo enriquece.

*"Es necesario asumir que la relación entre televisión y receptores es compleja y muchas veces conflictiva, que trasciende el mero momento de estar frente a la pantalla. No es una relación unívoca y directa, sino por el contrario, está mediatizada por distintos elementos situacionales, institucionales, culturales, económicos y políticos".*¹⁰¹

Con el propósito de comprender la forma en que ocurren las mediaciones, Guillermo Orozco aplica el concepto de guión, el cual define de la siguiente manera: *"Los guiones son representaciones de un evento jerárquicamente ordenado, orientado hacia la consecución de una meta. Se centra en la actuación del sujeto. No son sólo conceptos teóricos, sino que, además, pueden utilizarse como categorías analíticas que sirven para examinar, comparativamente, el resultado de las intervenciones de la familia y la escuela, en la interacción TV - audiencia".*

Orozco considera que los guiones contienen tanto la secuencia específica de acciones a tomar, como las prescripciones sobre cómo emprender dichas acciones, *"sin embargo, tanto para el análisis de guiones como para la comparación de sus valoraciones, lo que es importante no es la secuencia de acciones tomadas por sí mismas, sino su ámbito de significación desde el cual interpretarla"*¹⁰²

El análisis del ámbito de significación suele ayudar como unidad de comparación no sólo entre la intención que asume un papel en el guión y la secuencia de acciones; permite también a establecer las valoraciones institucionales mismas.

La escuela, la familia y la televisión, son sólo algunos ámbitos de significación que por lo regular se toman en cuenta, mientras que la audiencia suele segmentarse a partir de características propias como la edad, el sexo o el status socioeconómico, por mencionar algunas.

Además de los guiones y los ámbitos de significación, Orozco menciona que para un estudio integral, es necesario tomar en cuenta las comunidades de apropiación. Para comprender mejor en qué consisten dichas comunidades, basta con analizar lo expuesto por el autor:

*"La audiencia de la televisión participa simultáneamente en varias comunidades, las cuales se distinguen como comunidades de apropiación y tratan de captar las diferentes etapas a través de las cuales pasan los niños en su proceso de recepción televisiva. La comunidad en que los niños usualmente ven la televisión, es la primera comunidad de apropiación y en la mayoría de los casos está constituida por la familia".*¹⁰³

¹⁰¹ Ibidem. Pág. 22.

¹⁰² Ibidem. Pág. 41.

¹⁰³ Ibidem. Pág. 44.

Con base en lo antes expuesto, se entendió que la relación entre el receptor y la televisión es siempre mediatizada, y que el proceso de análisis va más allá del simple momento de exposición a los mensajes, ya que quienes se exponen a los programas televisivos, en este caso las adolescentes, cotejan la información recibida con la adquirida por los demás miembros de los grupos en que interactúan, como es el caso de las amistades y los compañeros de escuela, por mencionar algunos.

Fue necesario también analizar el entorno en que se desenvuelve el espectador, así como las personas con las que usualmente convive mientras ve televisión, pues dichos elementos en conjunto, suelen brindar información que contribuye a establecer el grado en que los mensajes televisivos ejercen influencia sobre las adolescentes.

En pocas palabras, se evaluaron los siguientes aspectos:

1. Los guiones
2. El ámbito de significación
3. Las comunidades de significación:
 - Inmediata (con quién se expone al mensaje).
 - De referencia (sexo, ocupación, etnia, clase, edad, ubicación geográfica).
 - De apropiación (o negociación del mensaje).

Diseño de la técnica

AUDIENCIA

Mujeres de 15 a 18 años, estudiantes de preparatoria que vayan a colegio privado, con preferencia por los programas juveniles y de moda; interesadas en su aspecto físico, de personalidad alegre y comunicativa.

DELIMITACIÓN

La técnica se aplicó en la Ciudad de San Luis Potosí, con adolescentes que cumplan con el perfil socioeconómico propuesto; específicamente se realizó en el ámbito familiar, es decir en la casa de jóvenes que reúnan las características mencionadas. La duración del análisis fue de dos horas diarias durante 5 días seguidos.

ESTRATEGIA:

Se analizaron 2 diferentes casos durante el horario en el que, según las encuestas, las jóvenes suelen ver televisión, es decir, durante la tarde-noche. La barra programática se definió a partir de los gustos de las adolescentes estudiadas, es decir, dependiendo de los programas que a ellas les llamaron más la atención.

ANEXO 6:

DESCRIPCIÓN GENÉRICA

CASO 1

NOMBRE: Alejandra Santillán Macías

EDAD: 18 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Soltera

OCUPACIÓN: Estudiante (Colegio Champagnat).

DISTRACCIONES: Escuchar música, ver televisión, salir con sus amigas, hablar por teléfono.

NOMBRE: Luz María Santillán Macías. (Hermana)

EDAD: 23 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Soltera

OCUPACIÓN: Ingeniero industrial.

DISTRACCIONES: Ver televisión, salir a tomar café, escuchar música, leer.

NOMBRE: Bertha Santillán Macías (Hermana).

EDAD: 27 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Soltera.

OCUPACIÓN: Licenciada en administración.

DISTRACCIONES: Leer, hablar por teléfono, ver televisión.

NOMBRE: José Santillán Macías (Hermano).

EDAD: 21 años.

SEXO: Masculino.

ESTADO CIVIL: Soltero.

OCUPACIÓN: Estudiante.

DISTRACCIONES: Leer, tocar la guitarra, escribir.

NOMBRE: Lucía Macías de Santillán (Mamá).

EDAD: 53 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Casada

OCUPACIÓN: Ama de casa.

DISTRACCIONES: Hablar por teléfono, leer, ver televisión.

NOMBRE: José de Jesús Santillán González (Papá).

EDAD: 56 años.

SEXO: Masculino.

ESTADO CIVIL: Casado.

OCUPACIÓN: Empleado.

DISTRACCIONES: Leer, ver televisión, escuchar música.

CASO 2

NOMBRE: Diana Pachicano Valenciano.

EDAD: 15 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Soltera

OCUPACIÓN: Estudiante (Colegio Sagrado Corazón).

DISTRACCIONES: Escuchar música, navegar en internet, ver televisión, salir con sus amigas.

NOMBRE: Mariana Pachicano Valenciano. (Hermana)

EDAD: 19 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Soltera

OCUPACIÓN: Estudiante (Escuela de Ciencias de la Comunicación, UASLP)

DISTRACCIONES: Ver televisión, salir con amigos, escuchar música, bailar.

NOMBRE: Ofelia Valenciano Nájera. (Mamá)

EDAD: 47 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Casada

OCUPACIÓN: Empleada administrativa del Instituto Mexicano del Seguro Social.

DISTRACCIONES: Viajar, ir de compras, ir al cine.

NOMBRE: Felipe de Jesús Pachicano Acosta (Papá).

EDAD: 49 años.

SEXO: Masculino.

ESTADO CIVIL: Casado

OCUPACIÓN: Empleado del Instituto Mexicano del Seguro Social.

DISTRACCIONES: Convivir con sus amigos el fin de semana, ir al cine.

NOMBRE: Ana Nájera Miranda (Abuela).

EDAD: 72 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Divorciada

OCUPACIÓN: Ama de casa

DISTRACCIONES: Ver televisión, cocinar, visitar a su familia.

NOMBRE: Magdalena Valenciano Nájera (Tía).

EDAD: 44 años.

SEXO: Femenino.

ESTADO CIVIL: Soltera

OCUPACIÓN: Profesora de escuela primaria.

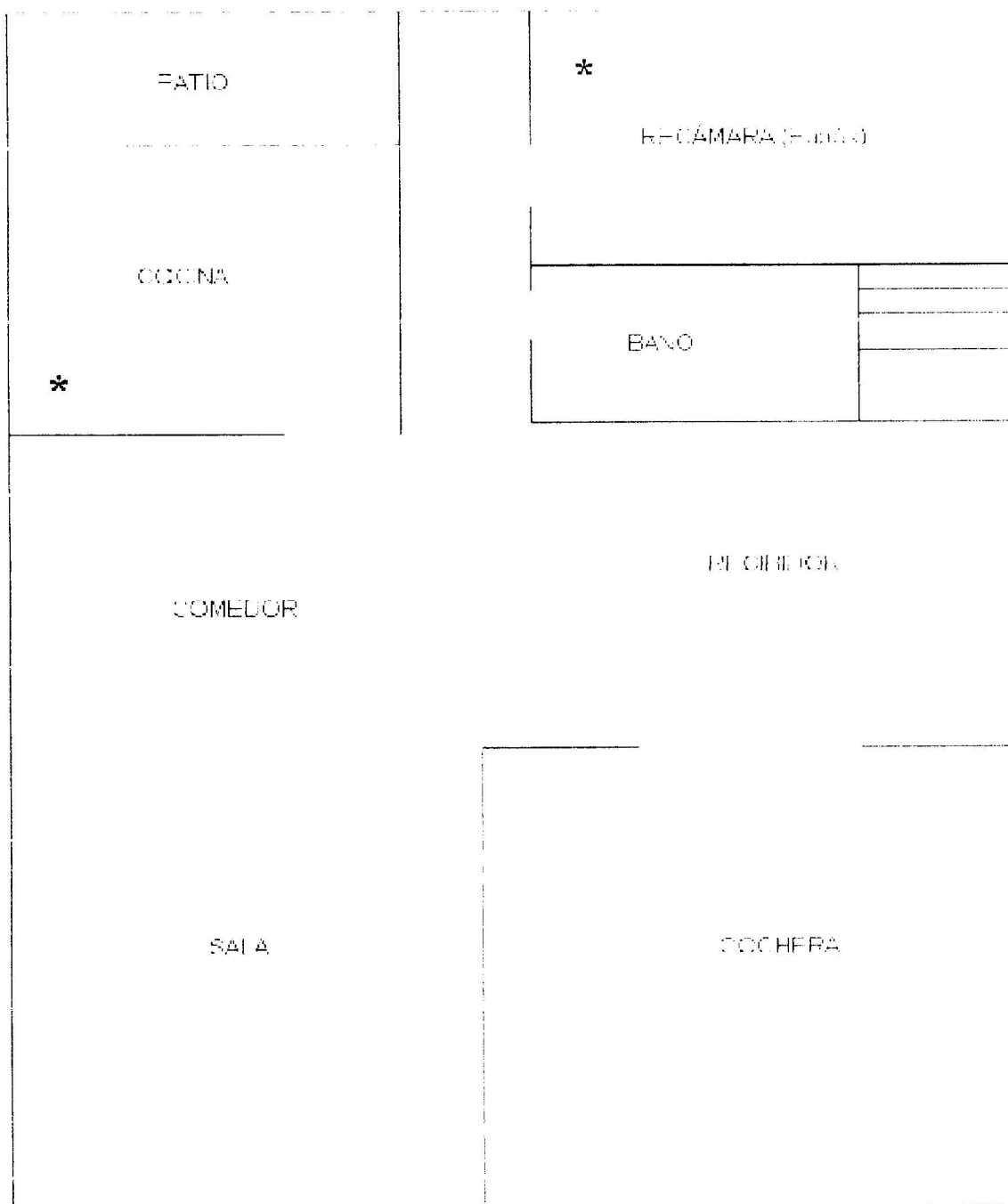
DISTRACCIONES: Leer, visitar a sus familiares, ver televisión.

ANEXO 7:

MAPAS SITUACIONALES

CASO 1.

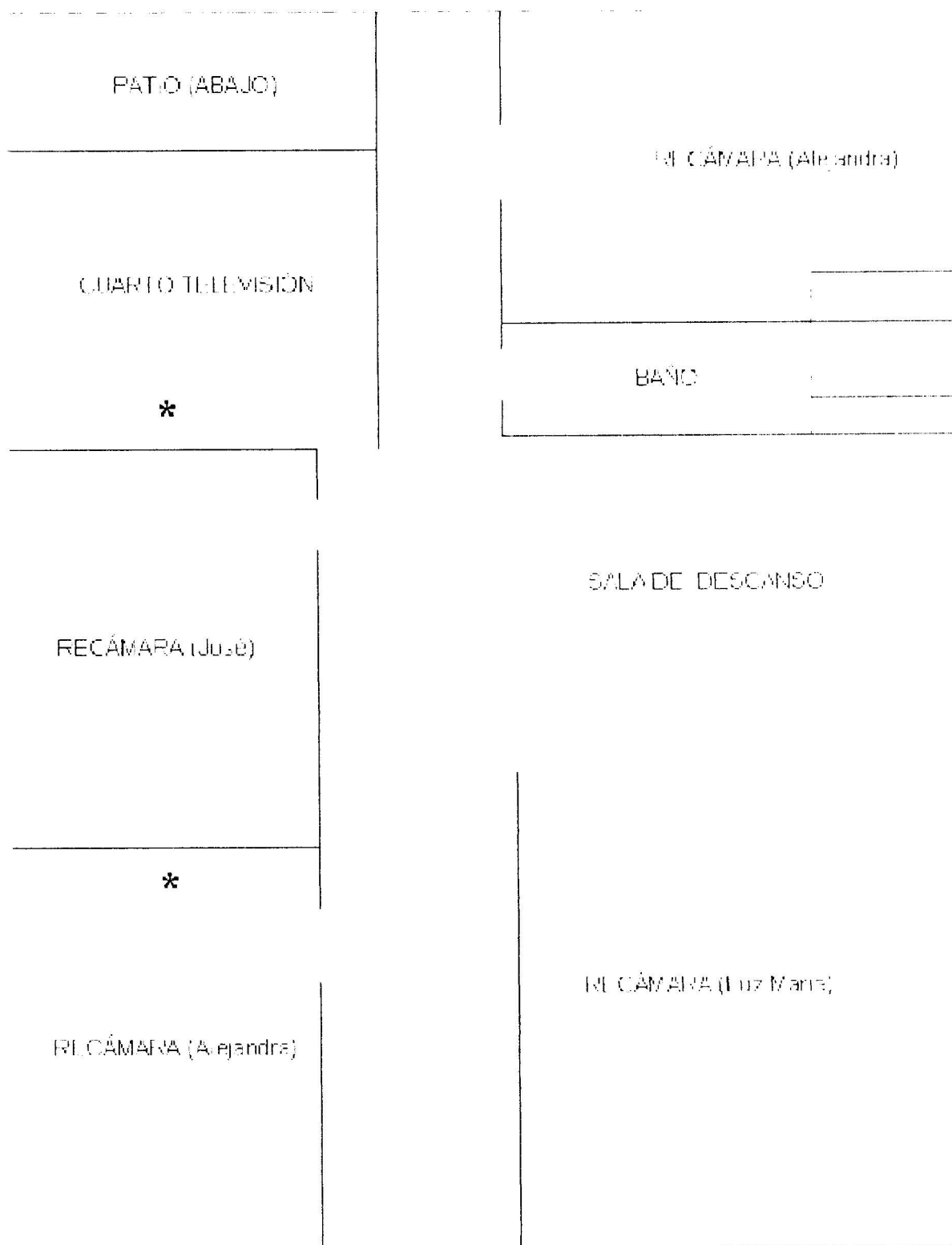
PLANTA BAJA



* LUGARES DONDE HAY ALGÚN APARATO DE TELEVISIÓN.

CASO 1.

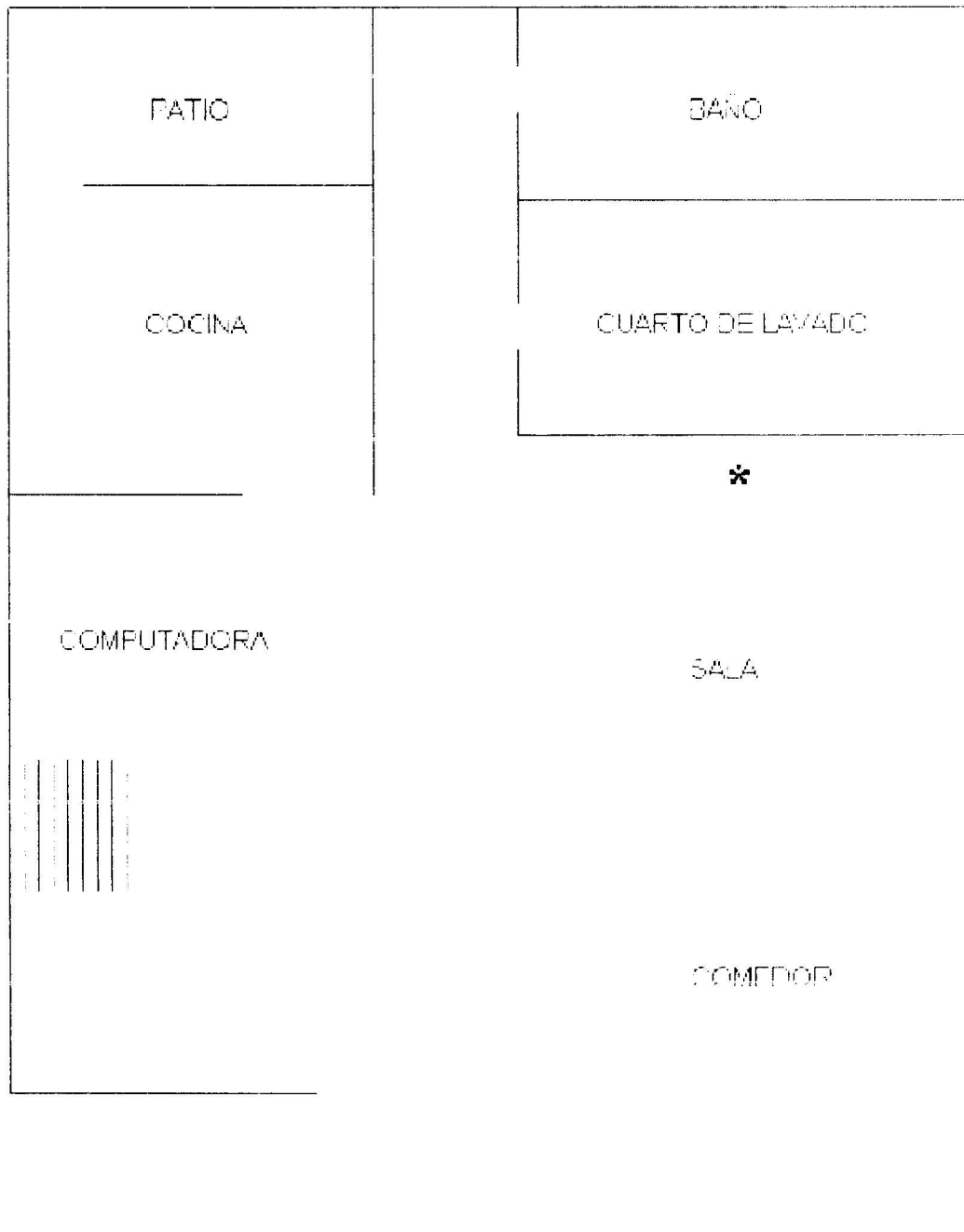
PLANTA ALTA



* LUGARES DONDE HAY ALGÚN APARATO DE TELEVISIÓN.

CASO 2.

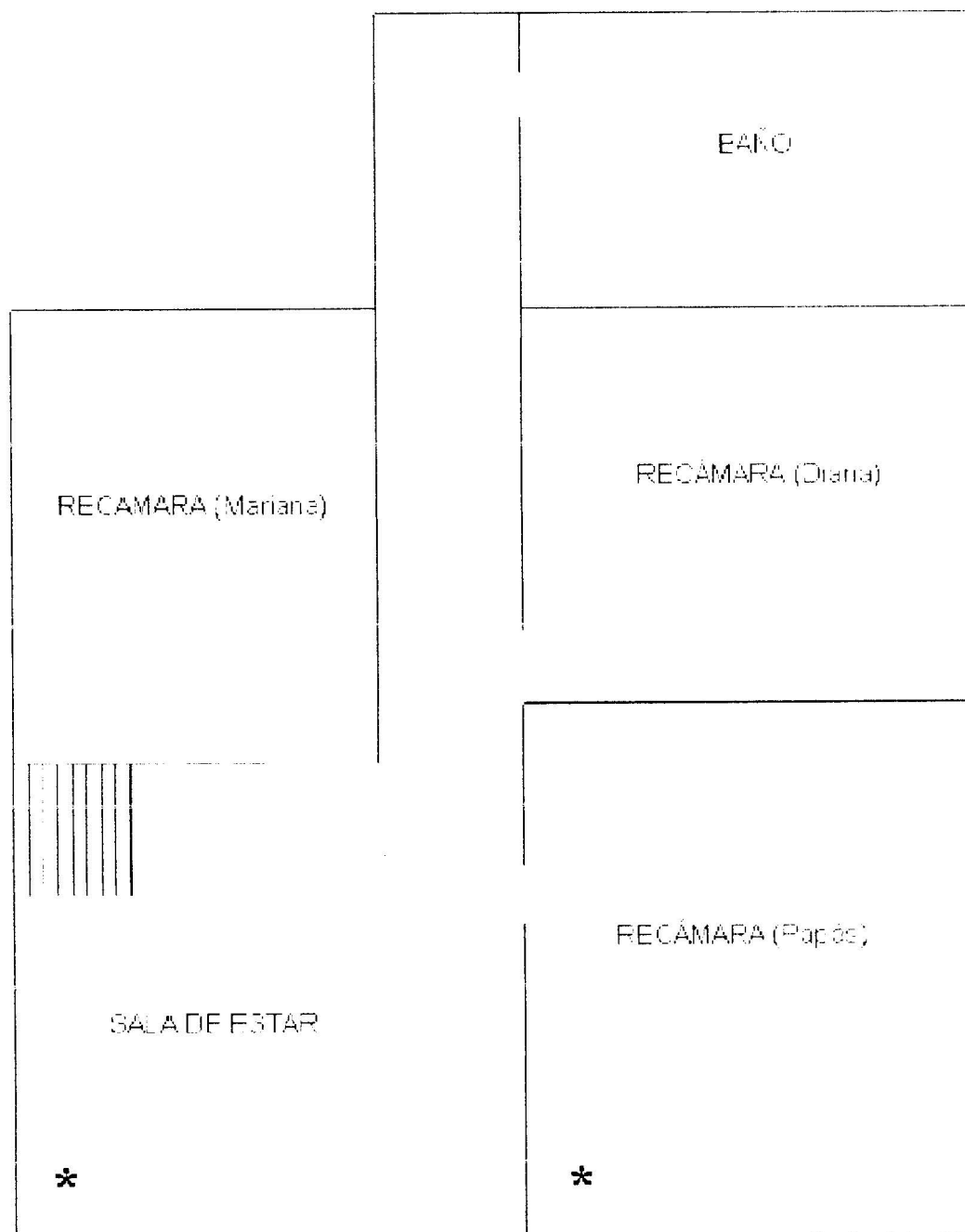
PLANTA BAJA



* LUGARES DONDE HAY ALGÚN APARATO DE TELEVISIÓN.

CASO 2.

PLANTA ALTA



* LUGARES DONDE HAY ALGÚN APARATO DE TELEVISIÓN.

ANEXO 8:

PROTOCOLO DE LA ENTREVISTA

Durante las últimas décadas, la investigación social ha obtenido un auge considerable, pues a través de ella ha sido posible identificar detalladamente el comportamiento, actitudes, costumbres, entorno, conducta y demás rasgos característicos de un grupo social en determinada época.

En un principio, pareciera que el analizar a la sociedad es una labor un poco menos difícil que el estudio científico; sin embargo, el hecho de que las personas están en constante cambio y la necesidad de ir más allá de la simple observación para así conocer lo que hay en su interior, reviste a la investigación social de una complejidad significativa, ya que no sólo basta con aplicar técnicas cuantitativas, es necesario recurrir también a las cualitativas.

La entrevista es reconocida como uno de los métodos cualitativos por excelencia, ya que gracias a ella es posible obtener mayor información sobre el objeto de estudio. *"Las percepciones, actitudes y opiniones que no pueden inferirse de la observación, son accesibles para las entrevistas".*¹⁰⁴

Para lograr una buena entrevista, el investigador debe analizar previamente las características del sujeto de interés, lo cual implica tanto sus conductas como el entorno en el que se desenvuelve. Lo anterior, con el propósito de definir la estrategia con que se abordará a la persona y así lograr la confianza suficiente para establecer una charla con respuestas útiles para la investigación.

En caso de no lograr que el entrevistado se sienta cómodo durante la entrevista, el investigador corre el riesgo de perder información valiosa, motivo por el cual es necesario plantear las preguntas de modo que su respuesta no represente un riesgo para la persona interrogada.

*"Aún cuando supongamos que el individuo conoce determinados datos, él puede ocultarlos o distorsionarlos cuando su manifestación encierra peligro o es de alguna manera destructiva para su yo".*¹⁰⁵

Además de lo anterior, el entrevistador debe mostrar una conducta adecuada durante la entrevista, de lo contrario el entrevistado se sentirá intimidado. Dicha situación puede evitarse tomando en cuenta lo descrito por Katz Festinger: *"Este autor caracteriza las cualidades de la entrevista de investigación de la siguiente forma: primero, "calidez y receptividad" por parte del asesor que "expresa un genuino interés por el cliente y una aceptación del mismo como persona". La segunda cualidad es descrita como "permisividad respecto de la expresión de sentimientos".*¹⁰⁶

¹⁰⁴ FESTINGER, L. D. Katz. "Los Métodos de Investigación en las Ciencias Sociales" Editorial Paidós México. 1993. Pág. 314

¹⁰⁵ *Ibidem*. Pág. 313

¹⁰⁶ *Ibidem*. Pag. 319

Otro de los requisitos que debe cumplir el entrevistador, es el mantenimiento de una postura neutral ante las respuestas del entrevistado, pues en caso de no ser así, el interrogatorio puede adquirir un tono tendencioso para cumplir con las hipótesis de la investigación.

*"Así como el entrevistado puede comportarse de acuerdo con sus juicios estereotipados acerca del entrevistador, éste puede guiarse por sus propios estereotipos antes que por las características objetivas del sujeto. Por ejemplo, el entrevistador puede establecer una hipótesis de trabajo inexacta respecto de la forma en que contestará el sujeto y luego, sin percatarse, guiar o distorsionar las respuestas en forma de que se adapten a los canales anticipados."*¹⁰⁷

Uno de los momentos claves para lograr una buena entrevista ocurre cuando el investigador aborda a la persona, ya que debe explicar no sólo el propósito de las entrevista, sino el porqué es relevante adquirir la información.

Para ello, Katz Festinger menciona cuatro aspectos indispensables que el entrevistador debe dar a conocer al entrevistado antes de iniciar el interrogatorio:

1. *Explicar el propósito y los objetivos de la investigación.*
2. *Describir el método por el cual se seleccionó al sujeto.*
3. *Identificar al patrocinador o a la agencia que efectúa la investigación.*
4. *Comunicar la naturaleza anónima o confidencial de la entrevista.*¹⁰⁸

El investigador debe buscar la manera de motivar al sujeto para responder de manera satisfactoria. Dicha motivación puede surgir a partir de que el entrevistado se sienta capaz de provocar un cambio deseado, o bien, de que considere al entrevistador o a la institución que éste representa como agentes capaces de modificar una situación.

Antes de explicar los aspectos que deben tomarse en cuenta para la construcción de un cuestionario adecuado, es necesario señalar la importancia de utilizar preguntas introductorias que permitan asegurar el desarrollo de una conversación interesante.

*"La entrevista comienza con preguntas destinadas a desarrollar un interés activo por parte del sujeto. Con frecuencia se llama a estos ítems "constructores del rapport". El propósito de estas preguntas es motivar al sujeto asegurándole que la entrevista será interesante; es decir, que su contenido se relaciona con los intereses o metas del sujeto. Otro propósito de estas preguntas introductorias es aliviar las ansiedades posibles del entrevistado en relación con su propia capacidad para desempeñar eficazmente su papel."*¹⁰⁹

Aún cuando el investigador puede integrar preguntas alternas durante el desarrollo de la entrevista, es necesario que cuente con un cuestionario base, el cual debe diseñarse a partir de los objetivos e hipótesis de la investigación y, al mismo tiempo, plantearse de tal manera que motive al sujeto para brindar la información requerida.

¹⁰⁷ Ibidem. Pág. 321

¹⁰⁸ Ibidem Pág. 333

¹⁰⁹ Ibidem Pág. 317

Además de elaborar las preguntas con un lenguaje apto para el entrevistado, éstas deben realizarse de tal manera que vinculen los temas de la investigación con las percepciones del sujeto, para así procurar un desarrollo coherente del interrogatorio. *"El desarrollo de un tema de una a otra pregunta no solo debe satisfacer los criterios de razonamiento y lógica del investigador, también debe satisfacer los del entrevistado."*¹¹⁰

En ocasiones es necesario que el entrevistado proporcione información que podría resultar "incómoda" o bien, colocarlo en una situación difícil, por lo que es necesario que el entrevistador recurra a sus habilidades para configurar la pregunta de tal manera que su respuesta no represente ningún riesgo para el interrogado.

"Ninguna pregunta debe enfrentar al sujeto con la necesidad de dar una respuesta socialmente inaceptable. Si esperamos que el sujeto conteste libre y espontáneamente, debemos ayudarlo a sentir que toda la gama de posibles respuestas es aceptable".¹¹¹

Además de destacar que las preguntas deben limitarse a una única idea o referencia, Festinger menciona la importancia de evitar aquellos cuestionamientos que dan la pauta para que el entrevistado brinde alguna respuesta en particular. *"Las preguntas deben formularse en forma de que no contengan ninguna sugerencia respecto de la forma más apropiada de contestarlas"*.¹¹²

Asimismo, el autor advierte sobre la posibilidad de que la respuesta del entrevistado no satisfaga del todo a la investigación, motivo por el cual es necesario tener presente la opción de ahondar en el tema con preguntas como ¿Podría detallar un poco más, por favor? o ¿A qué se refiere exactamente con eso?, por mencionar algunas.

"En muchos casos, el uso de la pregunta da lugar a una respuesta incompleta o poco clara. El entrevistador debe disponer de alguna técnica que le permita estimular al sujeto para que complete la verbalización. Por otra parte, debe lograrlo sin sacrificar la estandarización".¹¹³

Existen dos tipos de preguntas que el investigador puede utilizar en el interrogatorio: abiertas y cerradas. Las primeras se refieren a aquellas en las que se estimula al sujeto a responder como desee, mientras que las cerradas contienen las posibles respuestas, de tal manera que el sujeto debe limitarse a seleccionar la categoría que más se aproxime a su forma de pensar.

Para los fines de la presente investigación, se hizo uso de preguntas abiertas, ya que éstas brindan diversas ventajas, según lo descrito por Festinger. *"Las preguntas abiertas proporcionan información respecto del nivel de conocimiento o grado de pericia del sujeto, y permiten al investigador descubrir si el sujeto comprende la pregunta con claridad"*.¹¹⁴

¹¹⁰ *Ibidem*. Pág. 324

¹¹¹ *Ibidem*. Pág. 326

¹¹² *Idem*.

¹¹³ *Ibidem* Pág. 337

¹¹⁴ *Ibidem*. Pág. 330.

En lo que respecta a la secuencia del cuestionario, ésta se determinó principalmente de acuerdo con el transcurso de la entrevista y no por el proceso de la investigación. Para ello, se recurrió al enfoque de embudo, que *"se refiere al procedimiento de plantear primero las preguntas más generales o menos restringidas y seguir luego con ítems más limitados"*.¹¹⁵

La labor del investigador no concluye al terminar de entrevistar al sujeto, momento en el cual se debe capturar de la forma más fiel posible la información. Posteriormente, se transcribe la charla y es entonces cuando el entrevistador podrá realizar conclusiones apegadas a los objetivos e hipótesis de su investigación.

¹¹⁵ *Ibidem*. Pág. 328.

ANEXO 9:

JUSTIFICACIÓN DE LAS ENTREVISTAS

AGENCIA DE MODELOS

¿Cómo fueron tus inicios?

¿Hace cuánto tiempo comenzaste a desarrollar esta actividad?

Básicamente, ¿A qué se dedica un o una modelo?

Actualmente ¿Con cuántos modelos cuenta la agencia?

Según tu experiencia, ¿Quiénes desean con mayor frecuencia desempeñarse en esta actividad, los hombres o las mujeres?

¿A partir de qué edad se puede ser modelo?

¿Existe un límite de edad para dejar de ser modelo?

¿Qué aspecto es el que más llama la atención del mundo del modelaje?

¿En qué consiste el proceso de selección para pertenecer a la agencia?

¿Cuáles son los requisitos básicos para ser modelo, tanto en cuestión física como emocional?

¿Cuál consideraría que es el prototipo actual de una modelo en México?

¿En qué se diferencia el prototipo mexicano del estadounidense o el europeo?

¿Qué tanta influencia crees que existe de otros países sobre el concepto de imagen estética en México?

Muchas veces se ha dicho que para lucir bellas, las mujeres tienen que ser delgadas,

¿Qué podrías comentar al respecto?

¿Cuáles son tus fuentes de información para saber qué es lo que está de moda y lo que no?

Durante el tiempo que tienes de experiencia, ¿Has tenido conocimiento de personas que se obsesionen demasiado con ser modelos?

¿Has conocido a alguna persona que haya caído en un desorden alimenticio para supuestamente lucir mejor?

En ocasiones, el modelaje es visto como sinónimo de superficialidad, o incluso como detonante de enfermedades como la anorexia y la bulimia ¿Cuál es tu opinión al respecto?

¿Qué les recomendarías a quienes por lucir más delgadas, y aparentemente más bellas, ponen en riesgo su salud?

Uno de los factores que más llama la atención a las adolescentes y que en gran medida determina cómo lucen -tanto en cuestión física como en forma de vestir- es la moda. Ropa, peinados, accesorios, maquillaje y complexión son sólo algunos aspectos que las jóvenes están dispuestas a modificar constantemente con tal de lograr una apariencia acorde a las "últimas tendencias".

Hoy en día, existe una profesión mediante la cual tanto hombres como mujeres se dedican a "vender su imagen" frente a un determinado público, ya sea en una pasarela, en un anuncio publicitario o en un comercial de televisión. El modelaje ha adquirido en las últimas décadas una relevancia notoria, pero llaman más la atención los factores que poco a poco han contribuido a alimentar el "culto a la vanidad" y lo que la gente, en particular las adolescentes, están dispuestas a hacer con tal de pertenecer a ese "selecto círculo de la belleza".

Para los fines de la presente investigación fue necesario conocer el punto de vista de una persona que trabaje en una agencia de modelos, ya que gracias a su experiencia en el ámbito, contribuyó a esclarecer qué prototipo estético es el que prevalece hoy en día en San Luis Potosí, de dónde proviene y a través de qué medios se difunde dicho molde, así como los riesgos que puede traer consigo el deseo obsesivo por apegarse a ese prototipo.

Las dos primeras preguntas del cuestionario, mismas que sirvieron como introducción de la entrevista, ayudaron a conocer la experiencia del entrevistado en el ámbito del modelaje, y así determinar qué tan útiles podrían ser sus observaciones para la presente investigación.

Mediante las preguntas 3 y 4 fue posible averiguar en qué consiste el modelaje y las actividades en que las personas pertenecientes a la agencia se pueden desempeñar, para comprender poco a poco los aspectos que vuelven atractivo dicho ambiente.

Con los cuestionamientos 5,6 y 7 se pudo establecer qué tipo de personas son las que por lo regular muestran mayor interés por convertirse en modelos, así como las edades recomendadas para desarrollarse en dicha actividad, para finalmente determinar si efectivamente son las adolescentes se sienten más atraídas por el deseo de lucir bien ante los demás. Asimismo, mucho se ha criticado el hecho de que desde pequeñas, algunas personas se vean sometidas a ciertos regimenes para lograr la apariencia adecuada, por lo que resultó interesante conocer, según los "expertos de la moda", cuál es el rango de edad aconsejado para iniciar en el mundo del modelaje.

Mediante la pregunta 8 se detallaron los aspectos que más llaman la atención del ámbito del modelaje, para así determinar porqué las jóvenes desean pertenecer a una agencia de modelos y si dicho deseo pretende satisfacer una necesidad primaria o únicamente algún factor de cierta manera superficial.

ingresar al mundo del modelaje por lo regular no es fácil, y quizá por ello muchas personas se obsesionan de más por cumplir ciertos requisitos, ya que únicamente de esa forma lograrán pertenecer al "selecto grupo de belleza". Los cuestionamientos 9 y 10 ayudaron a precisar las características que debe reunir quien esté interesado en entrar a una agencia de modelos, para así determinar qué tan exigente es el proceso de selección y lo que se busca tanto en cuestión física como en actitud.

Las preguntas 11,12 y 13 estuvieron encaminadas a establecer si existe un prototipo de belleza estética en México, y en caso de que así fuera, compararlo con los parámetros vigentes en países como Estados Unidos e Inglaterra, por mencionar algunos, para así especificar las diferencias o similitudes que existen entre una cultura y otra en lo que a estética se refiere.

La pregunta 14 brindó la oportunidad al entrevistado de que comente su opinión –con base en su experiencia- sobre el prototipo de la mujer delgada que se ha manejado durante muchos años, para con ello determinar si dicho parámetro aún existe y cuáles son los factores que contribuyeron para que las jóvenes mexicanas creen que lo bello es sinónimo de delgadez.

Con el cuestionamiento 15 se pretendió especificar tanto los medios de comunicación como eventos mediante los cuales los expertos en moda en México se enteran de las tendencias que están a la vanguardia en cuestión de moda, y así determinar el nivel de influencia que posee la televisión en lo que a percepción estética se refiere.

Las preguntas 16 17 y 18 estuvieron enfocadas a conocer los riesgos y consecuencias que puede traer consigo el obsesivo deseo por ingresar al mundo del modelaje, no sólo en cuestión de salud, sino emocional, para con ello realizar una valoración de los efectos que –en caso de que existiera influencia- la televisión puede provocar en la mentalidad de las jóvenes potosinas.

Finalmente, la pregunta 19 sirvió al entrevistado para que, con base a su experiencia, brindara un mensaje a la juventud potosina en general, y así evitar que al término de la charla, el participante sienta que sus comentarios podrían caer en lo meramente informativo; por el contrario, supondría que su participación contribuirá en la gestación de un cambio social.

NUTRIÓLOGO O ENDOCRINÓLOGO

¿Hace cuanto tiempo se dedica a su profesión?

¿En qué consiste su actividad?

En promedio, ¿Cuántos pacientes solicitan su asesoría? Digamos en una semana o un mes.

Por lo regular, ¿cuánto tiempo dura un tratamiento?

¿De qué circunstancias depende el tiempo que los pacientes están bajo tratamiento?

Una vez que la persona alcanza su peso ideal, ¿Cómo logra mantener ese peso?

Además de un régimen alimenticio, ¿Qué se necesita para tener el peso adecuado?

¿Qué tipo de pacientes solicita con más frecuencia su asesoría?

¿Qué edad suelen tener la mayoría de sus pacientes?

¿Lo visitan de todo tipo de clases sociales o hay alguno que destaque?

¿Existe una edad apropiada para realizar un tratamiento?

Durante el tiempo que lleva ejerciendo su profesión, ¿le ha tocado ver casos en los que las personas se obsesionen de más por bajar de peso?

¿Qué riesgos puede traer consigo el mal manejo de un régimen alimenticio?

De acuerdo a su experiencia, ¿Cuáles son los factores que provocan que muchas jóvenes decidan recurrir a alguna dieta para lucir más delgadas?

¿Ha notado algún incremento en el número de personas que desean bajar de peso en los últimos años?

¿Cuál es su opinión sobre el hecho de que algunas jóvenes realicen dietas que ven en televisión, revistas, o bien que les proporcionan sus amigas?

Sobre los diferentes productos que se anuncian en televisión, como cremas, suplementos alimenticios, etc., ¿Cuál es su opinión al respecto?

Ese tipo de productos ¿Podrían provocar algún daño en la salud de las personas?

¿Qué les aconsejaría usted a esas personas, especialmente a las adolescentes, que quieren bajar de peso?

Mediante la aplicación de técnicas de investigación como la encuesta y el análisis de recepción televisiva ha sido posible reconocer el importante papel que la televisión ocupa en los gustos y preferencias de las adolescentes. Se ha determinado además

que ciertos modelos estético-físicos que se transmiten a las jóvenes a través de programas y comerciales televisivos logran acaparar la atención de las televidentes; pero para determinar si existe o no influencia, fue necesario ir más allá en la investigación.

Para hablar de efectos producidos por la televisión, se requirió analizar si las jóvenes efectivamente desean modificar su apariencia para coincidir con el prototipo preestablecido, así como el grado al que pueden llegar con tal de lucir de determinada manera.

Uno de los métodos más utilizado por las adolescentes para cambiar su aspecto físico -- según los resultados arrojados por la encuesta- es la aplicación de dietas; por ello, resultó conveniente conocer la opinión de un profesional dedicado al cuidado de la salud humana a partir de la búsqueda del peso adecuado, es decir, alguien que proporciona un régimen alimenticio a sus pacientes para que logren estabilizar su peso tomando en cuenta tanto su metabolismo como sus características corpóreas.

Las primeras tres preguntas del cuestionario tuvieron dos propósitos: primero, que el entrevistado sintiera que existía interés por su actividad profesional, y segundo, conocer tanto su experiencia en el tema como los rasgos elementales que definen su labor, para así establecer qué tanto conoce sobre el tema de la presente investigación.

En lo que respecta a las preguntas 4, 5, 6 y 7, mediante ellas se pretendió establecer los factores principales que influyen para que las personas logren o no bajar de peso, pues a partir de ello se pudo fijar un parámetro de evaluación referente al esfuerzo que la gente, en especial las adolescentes, tienen que hacer para lograr una apariencia deseada.

En cuanto a los cuestionamientos 8, 9 y 10, el objetivo primordial fue definir qué sector social es el que recurre con mayor frecuencia al uso de dietas, tomando en cuenta tanto la edad como la clase social a la que pertenecen, y así determinar si las jóvenes potosinas pertenecen a dicho sector.

Mucho se ha hablado ya de lo poco recomendable que es el hecho de que algunas adolescentes en plena etapa de desarrollo decidan someterse a una dieta. Por ello, en la pregunta 11 se preguntó al entrevistado sobre la edad ideal para llevar a cabo un tratamiento de ese tipo, y así esclarecer si es apropiado o no que las jóvenes de entre 15 y 18 años recurran a una dieta.

Las preguntas 12 y 13 estuvieron encaminadas a la especificación de los riesgos y efectos nocivos que puede acarrear tanto el mal manejo de una dieta, como el excesivo deseo por lucir un aspecto determinado, con el propósito de evaluar las consecuencias que pueden enfrentar las adolescentes influenciadas por los prototipos impuestos por la televisión.

Con base en las preguntas 14 y 15 se pretendió detallar las principales causas que provocan en las mujeres un deseo por lucir delgadas y, al mismo tiempo, establecer a partir de la opinión de un profesional, si la televisión tiene algún grado de influencia en dicha situación o no.

Mediante las preguntas 16, 17 y 18, se pretendió conocer la opinión aún más detallada del entrevistado sobre la televisión y su relación con la percepción estética de las adolescentes, así como su apreciación sobre los diversos productos y tratamientos de belleza que se anuncian en comerciales televisivos, su eficacia y los efectos que pueden tener en la salud de las consumidoras.

La pregunta 19 sirvió como remate de la entrevista, y brinda la oportunidad al entrevistado de transmitir un mensaje a la sociedad, logrando con ello hacerle sentir que su opinión era importante no sólo para la investigación, sino para la juventud femenina actual.

ENCARGADO DE TIENDA

¿Cuánto tiempo llevas trabajando aquí?

¿Te gusta tu trabajo?

¿Cuántas horas al día trabajas?

En promedio, ¿A cuántas personas atiendes por día?

De esas personas, ¿la mayoría compran o únicamente piden información sobre algún producto?

¿Qué tanta demanda tienen los productos de belleza y tratamientos para la piel o para adelgazar?

¿Qué tipo de personas suelen comprar más seguido artículos para mejorar la apariencia estética?

¿Qué artículos suelen comprar con frecuencia las adolescentes?

¿Cuál de los productos para belleza es el que más se vende?

¿Qué productos suelen tener mayor demanda, los que ayudan a mejorar la apariencia del rostro o del cuerpo?

¿Esos productos suelen anunciarse en televisión?

¿Consideras que el hecho de que se transmitan comerciales sobre esos productos ocasiona que las ventas aumenten?

¿Qué tan caros son los productos de belleza o tratamientos de algún tipo?

¿Has conocido algún caso en que alguno de estos productos haya provocado algún tipo de alergia en alguna persona?

¿Has utilizado, o bien te gustaría adquirir alguno de esos productos?

Independientemente de tu trabajo y de los anuncios que transmiten en televisión, ¿tu recomendarías el uso de algunos de estos productos?

Las adolescentes suelen preocuparse demasiado por su apariencia, tanto en cuestión corporal como en la forma de vestir, por lo que suelen adquirir cosméticos, productos de belleza, accesorios y ropa que las hagan lucir mejor.

En los últimos meses, la televisión ha servido como medio de difusión para una nueva gama de productos: los que prometen adelgazar, o bien eliminar esas "pequeñas imperfecciones" que preocupan a las mujeres.

Muchos de esos productos suelen venderse únicamente en ciertos establecimientos como es el caso de Sanborns, donde existe un área específica para dichos artículos;

ahí es posible encontrar marcas como *Asepxia*, *Cicatricure*, *Gelatin* y *Slim Fast*, sólo por mencionar algunas.

Con el propósito de conocer los hábitos de compra de las jóvenes en lo que a productos y tratamientos de belleza se refiere, así como la posible influencia de la televisión en el aumento o disminución de las ventas de dichos artículos, se interrogó a uno de los encargados del departamento de farmacia, que es donde normalmente se expenden tales productos.

Mediante las primeras tres preguntas del cuestionario se pretendió introducir poco a poco a la persona en la charla, y al mismo tiempo, conocer el grado de experiencia que posee dentro de la tienda, para así determinar el nivel de conocimiento que tiene sobre la información de interés para la presente investigación.

Con las preguntas 4 y 5 se buscó establecer el grado de afluencia que existe en la tienda, específicamente en el departamento de farmacia, para así definir qué tanto interés despiertan los productos de belleza entre los consumidores.

Las preguntas 6,7, 8, 9 y 10 estuvieron enfocadas a conocer hábitos de compra en lo que a artículos de belleza se refiere. Se especificó el nivel de demanda que dichos productos tienen; el sector poblacional que se siente mayormente atraído a consumir ciertas marcas, y comprobar si entre esa población se encuentran las adolescentes.

Mediante las preguntas 11 y 12 se comprobó si las diversas marcas que se venden en Sanborns suelen anunciarse en televisión, y determinar si dicha promoción contribuye al aumento en las ventas de tales productos.

Con la pregunta 13 se estableció un parámetro de costos de los productos y tratamientos de belleza, para así determinar si están al alcance de cualquier persona, o bien, sólo la población perteneciente a la clase media-alta puede adquirirlos por su elevado precio.

Los cuestionamientos 14 y 15 estuvieron enfocados principalmente a conocer la efectividad de los artículos de belleza, para lo cual se recurrió tanto a los conocimientos de la entrevistada como encargada del departamento de farmacia, como a su experiencia personal.

Finalmente, con la pregunta 16 se le brindó a la persona la oportunidad de emitir su opinión al respecto, y al mismo tiempo, determinar a través de su respuesta qué tan eficaces son dichos productos para lograr el aspecto estético deseado.

MODELO

¿Cómo fueron tus inicios?

¿Hace cuánto tiempo comenzaste a desarrollar esta actividad?

Básicamente, ¿A qué se dedica una modelo?

¿Cuál consideras que es la mejor edad para comenzar a modelar?

¿Existe un límite de edad para dejar de ser modelo?

¿Qué aspecto es el que más te llamó la atención del mundo del modelaje?

¿Qué proceso tuviste que cumplir para pertenecer a la agencia?

¿Cuáles consideras que son los requisitos básicos para ser modelo, tanto en cuestión física como emocional?

Para ti ¿Cuál es el prototipo actual de una modelo en México?

¿Existen diferencias entre el prototipo mexicano y el de otros países?

¿Qué tanta influencia crees que existe de otros países sobre el concepto de imagen estética en México?

Muchas veces se ha dicho que para lucir bellas, las mujeres tienen que ser delgadas,

¿Qué podrías comentar al respecto?

Durante el tiempo que tienes de experiencia, ¿Has tenido conocimiento de personas que se obsesionen demasiado con ser modelos?

¿Has conocido a alguna persona que haya caído en un desorden alimenticio para supuestamente lucir mejor?

En ocasiones, el modelaje es visto como sinónimo de superficialidad, o incluso como detonante de enfermedades como la anorexia y la bulimia ¿Cuál es tu opinión al respecto?

¿Qué les recomendarías a quienes por lucir más delgadas, y aparentemente más bellas, ponen en riesgo su salud?

Una vez que se obtuvo la opinión del encargado de una agencia de modelos, resultó interesante escuchar también el punto de vista de una persona directamente involucrada con dicho ámbito, por lo que se entrevistó a una modelo para que fuera ella quien brindara una perspectiva de cómo se observa el mundo del modelaje desde el interior del mismo.

El cuestionario base fue en esencia el mismo que el aplicado al encargado de la agencia, para así realizar una comparación de respuestas y determinar qué tanto cambia la percepción de una persona y otra a partir tanto de su experiencia como del rol que juega en la agencia.

Algunas preguntas del cuestionario original se eliminaron, ya que estaban específicamente relacionadas con la profesión de un agente de modelos, sin embargo, el resto de los cuestionamientos continuaron siendo los mismos, para así encontrar las similitudes o diferencias entre las respuestas de ambas personas.

ANEXO 10:

PROTOCOLO DE HISTORIA DE VIDA

Como se ha mencionado en reiteradas ocasiones a lo largo de la presente investigación, para que el análisis de un problema social se desarrolle sin limitantes y con mayores oportunidades de obtener información apegada a la realidad es necesario recurrir no sólo a métodos cuantitativos, sino aplicar éstos y compaginarlos con técnicas cualitativas.

La importancia de los métodos cualitativos radica principalmente en que éstos favorecen el acercamiento y la observación de la experiencia social a partir de un punto de vista subjetivo. Hoy en día, los problemas sociales no pueden ser analizados desde una perspectiva objetiva en la que el investigador se mantiene al margen del objeto de estudio, pues quien indaga también está inmerso en la sociedad.

Según lo relatado por Jaime Ochoa Ángel en su texto denominado *Las Historias de Vida: Un Balcón para Leer lo Social*, fueron los integrantes de la Escuela de Chicago quienes fomentaron el uso de la investigación cualitativa y, al mismo tiempo, destacaron el hecho de que la ciencia social no se hace desde el exterior de los actores, sino que es necesario rescatar la perspectiva de los mismos.

Es precisamente la historia de vida una de las técnicas que ha sido reconocida y adoptada por diversos investigadores como herramienta para profundizar en los aspectos sociales, ya que a través de un caso particular se pueden desentramar algunos de los más complejos componentes de la sociedad actual.

Para explicar la forma en que lo social puede ser analizado desde lo particular a lo general, Ochoa Ángel utiliza términos biológicos y comenta que *"acaso el camino sea el de que las estructuras sociales como las estructuras biológicas tienen microcomponentes que es necesario descifrar para esclarecer nuestros enigmas de la vida social"*.¹¹⁶

Dicho autor cataloga al sujeto como "una ventana para mirar el mundo social", y describe además la importancia de entender a los actores que crean historias, así como el contexto en que éstos se desenvuelven.

Jesús Galindo Cáceres, investigador social, coincide con Ochoa Ángel en la relevancia de investigar a los sujetos en lo individual para comprender a la sociedad. *"Lo individual puede ser considerado como una proyección de lo general en lo particular; de este modo las historias particulares, los discursos desde lo particular, son formaciones que implican y expresan a la sociedad y a la cultura más generales. Con tal visión la historia de vida no sólo es importante sino central en la aproximación a lo socio-cultural"*.¹¹⁷

¹¹⁶ OCHOA Ángel, Jaime. "Las Historias de Vida: un Balcón para Leer lo Social" Incluido en el texto "Leer lo social: las Historias de Vida. Dos Aproximaciones". Pág. 9.

¹¹⁷ GALINDO Cáceres, Jesús. "Historia de Vida. Guía Técnica y Reflexiva" Incluido en el texto "Leer lo social: las Historias de Vida. Dos Aproximaciones". Pág. 21.

Uno de los requisitos básicos para que una historia de vida se desarrolle adecuadamente consiste en que el investigador defina desde un principio su posición como entrevistador y al mismo tiempo comprenda el lugar en el que se ubica el entrevistado, pues ambos se verán involucrados en la técnica metodológica "y para que este pueda ser punto de partida. Se trata entonces de entender el presente cotidiano y sus escenarios. Para emprender la historia debemos entender cuál es el actor que la hace, cómo habita ese lugar".¹¹⁸

Para evitar perderse en un mundo de ideas, el investigador se deberá apoyar en la técnica de la entrevista, la cual no se deberá limitar a preguntas previamente planeadas, sino modificarse conforme avanza la interacción del entrevistador y el entrevistado, y para ello el interesado en conocer la vida de otro deberá contar con la información necesaria de ese sujeto.

"Los contextos informativos pueden ser la catapulta o la guillotina de la entrevista. En comunicación es muy importante lo que se supone que el otro sabe que yo sé que el sabe y que yo sé... Es importante que el entrevistador tenga una formación etnográfica suficiente para imaginar y relacionar en caliente lo que está escuchando; esto le permite preguntar con sentido, lo contrario lo enmudece o le hace decir impertinencias".¹¹⁹

Además del contexto etnográfico con que debe contar el investigador, es necesario que evite abordar al entrevistado repentinamente, pues con ello podría parecer un intruso y limitar el buen desarrollo de la técnica.

"La entrevista, como toda relación conversacional, tiene sus tensiones propias. De la forma en que ella se desenvuelva se deriva el que nos traten como aliados, confidentes, impertinentes, metidos e irrespetuosos de la interioridad de los otros".¹²⁰

En otras palabras, el entrevistador define el principio de la situación y abre la posibilidad al proceso comunicativo, por lo que él tiene la responsabilidad principal en la forma en que se desarrollan las trayectorias de interacción.

La historia de vida consiste en una mezcla de monólogos relatados por el sujeto analizado y cuestionamiento planteados por el investigador, los cuales en ocasiones pueden resultar difíciles o incómodos, pues requieren que el entrevistado realice un ejercicio complejo de reflexión, por lo que el investigador debe buscar siempre la manera de que su interlocutor se sienta a gusto con la investigación, a fin de obtener la mayor cantidad de información útil.

"El entrevistado es un mundo cerrado en sí mismo antes de la situación de entrevista, en el momento del contacto con ese mundo se abre, todo lo que exteriorice es relevante; en ciertas circunstancias de trabajo todo lo interno es requerido en el exterior".¹²¹

¹¹⁸ OCHOA Ángel. *Op. Cit.* Pág. 10

¹¹⁹ GALINDO Cáceres. *Op. Cit.* Pág. 35.

¹²⁰ OCHOA Ángel. *Op. Cit.* Pág. 14.

¹²¹ GALINDO Cáceres. *Op. Cit.* Pág. 32.

Todo aquello que suceda durante la aplicación de la técnica es útil para la investigación, por lo que quien indaga no debe limitarse a analizar lo que se dice en entrevista. *"En la entrevista se presentan varias situaciones concretas, la muy importante interacción dialógica, la también importantísima situación del relato monológico de la historia de vida, pero también la cita, el primer encuentro, la despedida, los saludos y los hasta la vista, los momentos de broma, de descanso, de paseo, de tránsito por la ciudad o incluso entre ciudades".*¹²²

Para configurar y aplicar la historia de vida, los investigadores sociales dividen dicha técnica en tres etapas elementales: exploración, descripción y significación.

En la primera fase, se incluye el primer contacto entre el entrevistador y el entrevistado, ese momento inicial en el que el investigador deberá hacer todo lo posible para ganar la confianza de su interlocutor, pues de ello dependerá el buen desarrollo de la historia de vida.

Es en la etapa de exploración que se debe lograr una aproximación primaria al sujeto que se pretende conocer, así como a los actores que acompañan su vida y los escenarios en los que se desenvuelve. Para ello, es necesario profundizar en las rutinas del entrevistado y las particularidades que las componen, mismas que podrán registrarse en un diario de campo.

*"La exploración tiene afinidad con el diario de campo en su estructura abierta a la experiencia en general. En este primer momento de la indagación todo lo que suceda cognitivamente es relevante, y por lo tanto el registro de la experiencia en todas sus dimensiones de composición es relevante".*¹²³

En lo que concierne a la descripción, esta fase requiere prestar atención a todo aquel detalle que se registre no sólo en la plática, sino en los momentos de interacción entre entrevistador y entrevistado. En esta etapa se trata de ir más allá, las sesiones descriptivas son largas e intensas y pueden tomar varios días, el entrevistado profundiza en detalles, y la interioridad se vuelve más intensa, se buscan las líneas de relación y mapas resultantes.

Según los datos aportados por Ochoa Ángel, la descripción debe contar con tres elementos básicos: la etnografía de los espacios públicos y privados donde transcurre la vida del actor, el recuento ideográfico de los escenarios por los cuales el actor deambuló en el pasado que le resultan importantes y la historia de sus relaciones, es decir, cómo pasó de un grupo a otro y si en esos cambios hubo rupturas o conflictos.

La última y más importante etapa de la historia de vida es la significación, y es en ella donde el indagador ordena su información y le da significado, la interpreta y le encuentra un verdadero significado a todo lo que registró durante el desarrollo de la técnica.

¹²² Ibidem. Pág. 37

¹²³ Ibidem. Pág. 28.

*"La significación se asocia con los mundos posibles y con la imaginación creativa. Bajo ciertos parámetros algo significa una cosa, bajo otros otra. Esto es lo maravilloso del significado, nada está fijo en su posibilidad de sentido, variará, se moverá, según contextos y circunstancias valorativas".*¹²⁴

Esas tres fases son descritas por Ochoa Ángel en una idea abreviada: *"Las historias de vida parten en su fase exploratoria de relatos biográficos a veces inconexos y espontáneos a descripciones coherentes marcadas por la ilusión biográfica que liga principio a fin, a la manera de un destino esperado desde siempre. Su verdadero objetivo se logra cuando se constituyen en herramienta hermenéutica para interpretar la composición de lo social y su movimiento".*¹²⁵

¹²⁴ *Ibidem*. Pág. 45.

¹²⁵ OCHOA Ángel. *Op. Cit.* Pág. 16

ANEXO 11:

VERSIÓN ESTENOGRÁFICA HISTORIA DE VIDA

¿A qué te dedicas actualmente?

Ahora estudio, estoy empezando el tercer semestre en la universidad, debí haber empezado hace dos años, pero me fui año y medio al extranjero, y regresé y me quedé medio año, fatídico medio año aquí, me fui una temporada a Vallarta antes de entrar a estudiar.

¿Te gusta la escuela, ir a la universidad?

Sí me gusta, me gusta mucho mi carrera, soy muy feliz, pero a veces me desespera mucho que hay gente muy estúpida, hay algunos maestros que llegan, te dictan y te dicen que van a hacer examen, y hay clases de las que sólo sé lo que se saca por lógica, pero no por práctica, creo que las clases deberían ser más prácticas y no, son más teóricas, hay maestros que tienen ideas que se me hacen muy estúpidas porque piden respuestas tal cual las anotamos en la libreta, si me lo aprendo de memoria no me voy a acordar después, pero si lo entiendo y te lo explico y me calificas en base a eso, sería totalmente distinto.

¿Ha habido algunos maestros que te bajen la moral?

No, bueno, al principio sí, te voy a decir una cosa, cuando entré, me da mucha risa porque el otro día estaba hojeando mis trabajos, y en el primer trabajo que le entregué a un maestro, me puso "yo no sé por qué estas estudiando esta carrera, tú no sirves para eso", en ese momento sí me agüitó, casi chilló, pero sigo ahí, mal que bien, no tendré un buen promedio o lo que quieras pero sigo ahí.

Me he dado cuenta que muchas cosas que me habían enseñado en la escuela no me servirán cuando trabaje, entonces ya si ahora vienen y me dicen "vas a terminar vendiendo *hot dogs*", no, perdóname, pero voy a terminar haciendo algo según la capacidad que tenga, y yo sé que tengo mucha capacidad, entonces ya por cuestiones de inteligencia o de sentido común o como lo quieras llamar, yo ya no me dejo influenciar por lo que me diga la gente, sino por lo que yo sé hacer.

Si yo sé que no tengo capacidad para hablar en radio, no me voy a meter a hablar en radio, porque no sé hablar, si yo sé que la cámara no me quiere, o bueno, no salgo muy bien a cuadro, digo, no soy una mujer fea pero tampoco soy una mujer hermosa como para salir en la tele, no me voy a dedicar a ser modelo, ni conductora, me voy a dedicar a hacer lo que sé hacer

¿A tu mamá le gusta la universidad a la que entraste?

No, porque es pública, y no le gustaban los baños de pueblo, como que mi mamá creció en escuela oficial, no le gustó, aparte tuvo que trabajar desde muy joven para mantenerse y mantener a sus hermanos, entonces quería que sus hijos tuvieran lo mejor, y no me quejo, he tenido todo lo que he querido, y estoy bien.

Mi mamá quería que sus hijas se criaran en colegio, yo creo que para ella estar en una universidad privada significaba mejor educación, al pagar, te van a educar mejor, ya no sé si es cierto o no, porque puede haber buenos y malos maestros tanto en las escuelas públicas como en las privadas, sí llegué a pensar en porqué no le hice caso a mi mamá, todavía para el tercer semestre me dijo que me metiera a la UVM y no quise, y no me arrepiento, aunque viendo ahora las oportunidades laborales, y en cuestión de

contactos, si me hubiera convenido más entrar a la UVM, pero todo pasa por algo, si hubiera entrado a las UVM, no estaria donde estoy ahora.

Aparte de la escuela ¿tienes otra actividad?

He estado trabajando en produccion para televisión, y me gusta mucho porque me hace sentir útil, importante, necesitada, es súper *chido* cuando ves en una ficha técnica que dice productor, y tu nombre, es muy *chido*, cuando tu estás de encargado, porque aparte me encanta mandarle a la gente, tengo un poco de sentido de lider, aunque no lo ejerzo mucho, me encanta ser jefe, y el hecho de poder mandar a alguien y tomar decisiones, me gusta, sobre todo decisiones de las que yo sé que depende el trabajo, me siento súper importante, entonces como que más que nada, el sentirme bien yo es lo que me importa, más que el dinero, claro, el dinero es importante, pero gracias a Dios el dinero yo lo tengo en segundo plano hasta ahora porque mis papás me apoyan, entonces no es muy básico, porque gracias a Dios nunca he tenido carencias ni he tenido que trabajar para sobrevivir ni mucho menos.

Ya cuando decida irme a vivir sola o casarme, y que una familia dependa de mí, o yo misma, entonces le empezaré a prestar más importancia al dinero, pero ya veré, por lo pronto ahora estoy bien, digo, si se necesita, de repente ando como perrillo ahí en carnicería viendo las tiendas, pero estoy bien.

¿Tienes novio?

Sí, se llama *Paco*, y entre otras cosas, me apoya mucho en las tareas, porque por facilidades técnicas es más fácil hacer las tareas en su casa, porque el internet es más rápido, aparte él tiene conocimientos en computación y me ayuda mucho, y a veces que necesito un poco de su inteligencia también me apoya.

¿Qué es lo que más te gusta de tu novio?

Lo que más me gusta físicamente son sus ojos, sus manos, su boca y su estatura, porque siempre me han llamado la atención los hombres altos, claro que no tiene nada que ver con lo que siempre había pensado, pero tampoco ofende de feo, siempre me había gustado altos, pelones y narizones, ni flacos ni gordos.

En forma de ser, es muy lindo, es una persona muy noble, muy cariñoso, con todo mundo, pero conmigo es un cariño muy diferente, es muy dadivoso, muy generoso, siempre me está protegiendo y eso me encanta porque yo me considero una mujer independiente, yo siempre había sido de que a mi ningún viejo me va a decir lo que tengo que hacer, "y a mi los viejos me la pelan", y ya no, ya soy muy mandil.

Claro que me imagino un futuro con él, por supuesto, yo me imagino envejeciendo con él, que es muy raro, yo no me imaginaba con alguien casada y con hijos, que yo quisiera hijos, no, nunca, a mi no me gustan los niños, y yo decía ¿hijos? No, hijos a los 35, si quieres, y uno, y sólo por tener hijos, y para darle un nieto a mi mamá que luego iba a estar fregando que no le di nietos, pero ahora te lo juro que seria asi como "un hijo de *Paco*, qué bonito", y me imagino un día con él, en la mañana me levanto, me baño, me medio arreglo, bajo, le hago de desayunar, levanto al niño, lo visto para ir a la escuela, les doy el desayuno a los dos, *Paco* se lo lleva a la escuela, porque va a ser de las pocas veces que va a platicar con él porque va a trabajar mucho.

De carácter no me gusta que es muy posesivo, a mi punto de vista, se clava mucho en su trabajo y está bien, pero a veces se clava tanto que se estresa demasiado, no duerme, no descansa y eso no me gusta, es del tipo de personas con las que yo estoy acostumbrada a tratar, mi mamá, mi hermana, mi hermano, una amiga y él son iguales, tienen cositas que me *rechocan*, de todos, hay un no se qué que requiere mucho mi

atención, a veces yo estoy platicando con mis amigos y me está hable y hable, y me desespera que requiere toda mi atención, y a veces no se puede, la tiene, tiene toda mi atención, pero a veces no se puede que se la dé en esos momentos.

No me gusta cuando se enoja, solamente una vez se ha enojado conmigo, no que se moleste y haga berrinche, sino que se enoje, me da miedo, pavor, porque tiene el genio muy elevado, y llega a ser imponente, cuando se enoja me hace sentir *chiquitita* y me da miedo, así como que indefensa, yo sé que nunca me va a hacer nada, pero no me gusta que se enoje, es como mi mamá, sí, digamos que ando con mi mamá.

Hay una cosa que no me molesta, sino que me da mucha risa, requiere la atención de la gente, es muy ególatra, siempre está tratando de que le reconozcan las cosas y eso me da mucha risa, siempre busca el reconocimiento, sí, yo también, pero no lo pido a gritos como él, me gusta que me reconozcan, pero la diferencia es que él hace una escultura y la pone en la entrada con su nombre en grande, y a todo mundo le dice que él la hizo, y yo no pido que me reconozcan, por ejemplo puedo preguntar ¿me veo bien? Pero te pregunto porque estoy insegura si me veo bien o no, no porque sé que estoy bien y quiero que me lo reconozcan, sino por inseguridad.

¿Eres una persona insegura?

Soy una persona muy insegura en mi aspecto, hay cosas en las que si soy muy segura, hay decisiones que tomo y así se tiene que quedar, ahora no me viene un ejemplo a la mente porque no he tomado decisiones importantes últimamente, pero por ejemplo, cuando me regresé de Vallarta incluso discutí con la amiga con la que me fui.

- Me regreso de Vallarta.

- No, quédate, habíamos quedado que tu, que yo, la madre y media, y me estás traicionando y no sé qué.

- Me voy, no hay vuelta de hoja, aunque me dejes de hablar, así pierda muchas cosas, oportunidades y lo que quieras, me voy, estoy segura de eso y no hay vuelta de hoja.

Y no me arrepiento, al contrario, es muy difícil que me arrepienta de las cosas porque cuando las hago pensando sé las consecuencias y que las voy a asumir, voy a asumir las consecuencias de mis actos, ya lo hice ¿salió bien? que bueno ¿salió mal? ni modo, asumí las consecuencias y ni modo, de nada sirve andar lloriqueando.

¿Te has arrepentido de algo?

Sí, solo de una cosa me he arrepentido, porque me trajo muchos problemas, el problema con Angelina, me arrepiento de haberlo hecho, y ni modo, lo hice, no estaba muy consciente de lo que estaba haciendo, y asumí las consecuencias de mis actos, digo, ahora ya las cosas están mucho mejor, y por algo pasan las cosas, definitivamente yo estoy segura que todo pasa por algo, si no me hubiera distanciado de ella no hubiera conocido a mis otras amigas, porque hubiera seguido saliendo con ella, no me hubiera dado la oportunidad de conocer más gente.

El problema con Angelina fue en la prepa, en el 2000, en febrero o marzo del 2000, lloré y sufrí, imagínate, una de mis amigas que llevaba desde los ocho años conociéndola y siendo amigas del alma, y de repente le hice pasar un muy mal rato, y me dijo "no quiero verte, yo considero lo más apropiado que nos alejemos por un tiempo hasta que a mi se me pase el coraje", después de que me dijo eso colgué el teléfono y me sentí completamente sola, y pensé ¿para dónde voy? Ella era uno de mis principales apoyos, amiguísima, casi hermana, y de repente me dice eso, me sentí como perro en periférico.

Ya después de un tiempo, me acuerdo que una vez llegó a mi casa con Georgina, otra amiga, como si nada, y no suelo guardar rencores con personas que quiero.

¿Le guardas rencor a alguien?

Sólo a una persona le guardo rencor, y si tengo oportunidad, la aplasto, se llama Juan Carlos, porque me fregó con toda alevosía y ventaja y eso no se lo voy a perdonar nunca, hizo que mi relación con mi ex novio Layo, que en ese momento era la persona que yo amaba, bueno, que yo creía amar, me fregó la relación, era así de "tú me gustas, y si no vas a estar conmigo no vas a estar con él", me puso en contra a todo mundo, en ese momento yo fui la peor de las mujeres y jugué con los sentimientos de él y la madre y media, cosa que no era cierta, él me reclamaba mucho y me decía "yo algún día voy a tener mucho dinero y voy a regresar por ti para que veas que yo si valía la pena", porque aparte el tipo es un vil albañil, casi lo sacaron de la re Progreso, o sea más atrás de la Progreso, un vil albañil el tipejo, y si, no me gustan los nacos pero tampoco les echo mucho, pero ese sí era nefasto.

Un día me lo encontré, hace poco, y me dijo "qué guapa estas, no sé que, si Layo te viera", si no le di un golpe en ese momento fue porque soy demasiado decente y educada como para hacer espectáculos en lugares públicos, pero yo por mí lo hubiera aventado de las gradas, y ya no haría por Layo, sino porque de verdad me fregó y con toda la alevosía y ventaja que pudo, cien por ciento consciente de sus actos, me fregó, y lo que más me dolió fue la traición, porque él se presentó con bandera de mi mejor amigo, dijo que me iba a ayudar con Layo, y de un día para otro llega Layo y me dice que no me quiere volver a ver en toda su vida, "Juan Carlos quiere contigo, Juan Carlos es mi amigo y yo no le puedo hacer eso, y ya no te quiero volver a ver".

Poco después de lo que me dijo Layo, me encontré a Juan Carlos:

- ¿Cómo estás?

- Tú y tu amiguito se me pueden ir mucho a la fregada, yo no quiero volverte a ver.

- Entiéndeme, yo te amo, y eres la mujer de mi vida.

- Me vale, no te quiero volver a ver, desaparécete.

- Perdóname, te amo, es que entiende.

- Oídate de mi nombre, oídate de mi dirección, oídate de mi teléfono, y oídate de mí, haz de cuenta que yo nunca existí, no te quiero volver a ver.

Y nunca lo volvía a ver hasta hace algunos meses, cuando lo de las gradas, y todo el coraje que tenía escondido volvió a salir, pero no hice nada.

¿Te dejó algo bueno esa situación?

Todo lo bueno y todo lo malo que me ha pasado me ha servido, uno aprende de sus errores, es de donde más aprende, estoy cien por ciento segura de eso, y ellos fueron un error, bueno, Layo no, pero Juan Carlos sí, el darle mi confianza fue un error, de ahí aprendí a no ser tan confiada, no ser tan pendeja, porque esa es la palabra, era muy pendeja, no tonta, no tontita, ni mensita ni tontuela, muy pendeja.

Yo confiaba en todo mundo, "y sí, ellos van a ser mis amigos, y me van a ayudar", y mientras tanto me estaban haciendo la vida de cuadritos, y me estaban viendo la cara de estúpida, entonces de eso aprendes y debes saber seleccionar tus amistades, el tipo no merecía el título de amistad ni a patadas, por más que lo vistas y le pongas una camioneta, el tipo va a ser naco, el chofer que va manejando la camioneta, y no considero naco al güey morenito chaparrito de peios parados, naco para mí es la actitud de una persona, y yo no andaría con un naco.

Un naco es una persona maleducada, sin la menor conciencia o conocimiento de educación, garbo, relación con el resto del mundo, con la sociedad, por ejemplo, hay un viejito y es así súper arregladito el tipo, bien peinadito, bien vestido, pero es un naco, siempre que paso me dice "adiós chiquita, ay que guapa, ay que preciosa, ay que bonita", como albañil, para mí eso es un naco, el naco es de actitud, no de otra cosa.

¿Cómo son tus amistades actuales?

Mis amigas son así como que mi tesoro, personas importantes para mí en mi vida, son mis papás, mis hermanos, mi familia, mis amigas y mi novio, en ese orden, entre mis amigas cuentan Jannet, Paola, Georgina, Araceli, Lourdes y Angelina, bueno, con Angelina yo sé que cuento pero estoy un poco más distanciada, pasan meses que no la veo, hablo con ella por messenger y todo, pero físicamente hace como seis meses que no la veo, si es mi amiga, y la puedo considerar muy buena amiga, yo sé que si tengo un problema me apoya, pero no la veo mucho, entonces mis cuatas así de carnalas son las demás que te mencioné.

De Paola lo que más admiro es su fuerza y su valor, tiene muchos pantalones, la verdad le admiro mucho que esté donde no quiere estar, para aguantar lo que está aguantando hay que tener muchos pantalones, o hay que ser muy terca, además de que es una chava noble, que te apoya, que te ayuda, que está ahí, te regaña como tu mamá, te da consejos, te apapacha, te hace sentir querida.

Lo que no me gusta es que es demasiado terca y que trate de engañarme, que trate de decirme que está bien cuando yo sé que no es así, que trate de hacerse la fuerte por no caer, por su orgullo, cuando sabe que nosotras no le vamos a criticar si estuvo bien o estuvo mal, le importa mucho la imagen que da, por supuesto que le importa, si no le importara ya estaría de regreso aquí, y no por cobarde, sino porque no hay mal que dure cien años ni tonto que lo aguante, creo que es cobarde, si no lo fuera estaría aquí diciéndome equivoqué, voy a volver a empezar, pero no aguantando, viviendo con una persona a la que yo creo que ya no quiere, y si lo quiere ya no aguanta, nada más sufriendo en un trabajo en el que no quiere estar, lejos de su familia, de sus amigos, es muy cobarde.

No me gustaría ser como ella, no me gustaría ser como nadie, porque puede tener todo, pero no es feliz, le va bien por su carácter, por su forma de sobresalir y relacionarse con las personas, pero eso es muy superficial, no es feliz realmente, o por lo que yo sé, por lo que he escuchado y por lo que ella me dice no es feliz realmente, entonces puedes ganar 10 mil pesos mensuales pero eso de qué te sirve si no lo puedes compartir con tu pareja, con tus amigos, con tu familia.

Se me hace una chava muy guapa, pero tampoco me gustaría ser como ella físicamente, porque cada quien tiene su estilo, en primera no me gustaría ser alta, yo soy feliz siendo *petit*, y yo sé lo que tengo y lo puedo explotar muy bien, yo ya no quiero tener a quien yo quiera porque sé que lo puedo tener, sólo se necesita seguridad, soy insegura en tomar algunas decisiones, o en cómo me visto, o en cómo me veo, soy más insegura en apariencia, pero para tener a alguien es más de actitud, no de apariencia, porque antes yo era muy gordita, y aun así tuve a quien quise, pero no por como me veía, sino por mi actitud.

Jannet es muy buena, es una niña muy buena, muy noble, y eso es bueno mientras no caigas en lo pendejo, que llegó a caer, pero ya no, ya como que se estabilizó, pero es una niña muy buena, y admiro mucho su nobleza, que es muy soñadora, y eso es bueno, sueña más que yo, es malo ser soñador cuando sólo vives soñando, Jannet de repente es muy idealista, porque dice "sí, quiero trabajar en esto" y no hace nada,

realmente no la veo que vaya a llevar currículum ni nada, quiere todas las cosas fáciles, y cree que todo le va a llegar.

Paola no es idealista, es soñadora pero no idealista, todos queremos una casa, hijitos, coche, la diferencia entre Jannet y Paola es cuestión de actitud, la actitud de Paola es distinta a la de Jannet, como que Jannet piensa que todo mundo la va a ayudar por ser simpática, piensa que por poner una cara bonita y llevarse bien con todo mundo, todo mundo la va a querer y la va a ayudar y la va a apoyar, pero no, Paola no, Paola sabe que hay que lucharle para salir adelante, Paola es más reservada en ese sentido, Jannet con cualquiera se lleva, y piensa que todos la quieren, y no dudo que la quieran, pero no la consideran como ella a ellos.

Jannet idealiza mucho a las personas, cree que todos son buenos y cuando se da cuenta que no tanto, santos trancazos que se da en la cabezota, Paola no, ella sabe que hay buenos y malos y se reserva más en ese sentido, Jannet quiere su casa, sus hijitos, trabajar, vivir feliz, Paola no, Paola es más materialista, es más soñadora e idealista en el sentido de felicidad, de sentimientos, de vivir feliz y contenta el resto de su vida y su vida rosa, Paola no, Paola es más materialista, con un coche, ganando bien, con estar casada, no importa si es feliz o no, con tal de estar bien y con hijos, y ser la "señora de camioneta", aunque el esposo le ponga el cuerno, sea un hijo de la fregada o no le responda.

La apariencia de ser una señora con su camioneta y sus hijitos, ese es más el ideal de Paola, igual y me equivoco, pero Paola es más idealista en lo material, en la apariencia, en lo que le quiere reflejar al mundo y Jannet es más idealista en lo que ella quiere ser, ella quiere ser feliz, Paola quiere tener.

A Araceli la considero la más normal de todas, tiene un genio de la fregada, pero es una persona muy noble, muy entregada, y eso lo admiro, muy entregada y es mucho de "tú pídemelo que quieras, yo te lo doy", pero es igual que mi mamá, que mi hermana, y todos los libra que conozco, tiene ese no sé qué que choca conmigo, pero es igual, con mi mamá me llevo excelente, con mi hermana me llevo muy bien, con mi novio igual, y con Araceli también, es una muy buena persona, muy noble, todas tienen esa característica, si no yo no podría estar con mis amigas, yo no puedo estar con personas que hacen daño, porque me afecta mucho emocionalmente, soy muy receptiva de eso y cuando son malvibrosos no puedo, y todas tienen muy buena vibra, cualidades y personalidad, pero son muy nobles, muy buenas gentes.

Lo que me choca de Araceli es que es muy sentida, y yo soy muy distraída, y eso me ha traído muchos problemas con los libra, que todavía me recuerdan "es que tú me hiciste no sé qué hace no sé cuánto, y yo ni cuenta me di, mi hermana a la fecha me sigue recordando cosas que yo ya ni me acuerdo, y no perdonan mi distracción.

Luli es como yo, es muy distinta a mis otras amigas, lo que pasa es que ellas son muy sentidas, y no está mal, sino que son muy sensibles a ciertas cosas y Luli no, ella es de "no te puedo ver", "ah bueno, no hay problema, nos vemos otro día", por ejemplo se fue a Saltillo y ni nos despedimos de frente, nada más me dijo que se iba, y luego me mandó un mail de que ya estaba trabajando y no sabía cuando vendría, pero sé que va a regresar en un año y va a ser igual, Luli y yo somos muy iguales pero a la vez muy distintas, el carácter es muy parecido y por eso me llevo muy bien con ellas.

Georgina es muy noble, muy buena también, cae en lo menso, es así de "Yoya, date cuenta de las cosas", con ganas de darle unas cachetadas *guajoloter*, y lo que admiro mucho de ella es que se levantó, que tuvo una caída tremenda y se levantó, es una mujer admirable, es así de mis respetos.

¿Qué es lo más importante que te han dado esas personas?

Todas me han dejado muchas cosas, la amistad, que abarca muchísimas cosas que tal vez no puedo decir pero las siento, son muchos recuerdos, pero una en especial, Londres, cuando Paola, Jannet, Araceli y yo pasamos migración y fue así de "ya estamos juntas las cuatro y de aquí en adelante", eso es lo que tengo más presente, de Paola cuando se fueron Jannet y Araceli y nos quedamos nosotras en Londres, y andábamos para todos lados juntas, de Araceli cuando hacía sus berrinches, cuando aquí en San Luis nos íbamos a pasear al café, cuando le decía "que crees, tengo una bronca, ayúdame", y siempre me echaba la mano, de Jannet cuando se tardaba años para arreglarse, una vez que se perdió en el parque, de Luli las borracheras, el día que me regaló la botella de Jimador, y de Yoya, cuando se murió su mamá, cuando me fui Londres, cuando regresé, Angelina cuando estábamos chiquitas y jugábamos a las *Barbies*, cuando quemamos el contenedor, la vez que nos hicimos un *yuki* y le pusimos Don Pedro, teníamos como 8 años.

¿Cuántos novios has tenido?

Uuuy, que me acuerde, dos que me salieron gays, de uno de ellos me enteré mucho después ya cuando lo había olvidado, y el otro sí me salió gay en plena relación, y si te agüita porque dices "*chale*, fue por mí", pero dices no, fue por él, porque es un muerde almohadas, he tenido como nueve o 10 novios pero que más recuerdo, Layo, ah, Sebastián que fue mi primer novio, bien lindo, pero también me puso el cuerno, y en ese entonces estaba yo todavía más estúpida, era mi primer novio, imagínate, yo venía de un colegio de monjas, cero hombres, entré la Apostólica con hombres, y no me llevaba con ninguno, si acaso con uno o dos, empecé a andar con este tipo, imagínate, te baja el sol, la luna y las estrellas, te ponen el cuerno y no importa, ya con el tiempo te vas volviendo más fuerte.

¿Hubo alguien que te haya decepcionado?

Abel fue un error, bueno, no un error, sino una mala decisión, no fue un error, nadie fue un error, sino una mala decisión, no me gustó que sea tan pasivo, su falta de visión, su falta de ambición, eso fue lo que me decepcionó de él, porque yo a la fecha me sigo viendo adelante, caminando, y a él lo sigo viendo estancado, en el mismo lugar donde lo dejé hace tres años.

¿Sueles quedarte con las ganas de hacer las cosas?

No, nunca, y eso me ha traído muchos problemas, por lo general nunca me quedo con las ganas de algo, pero sí me ha ocasionado problemas porque a veces hago las cosas tratando de no lastimar a las personas y no afectar a terceros, pero hago lo que sea por conseguir lo que quiero, bueno, ahora ya estoy en otro punto, pero antes era de que, por ejemplo, me gusta *fulanito*, y hacía lo que fuera por conseguirlo, no me gusta quedarme con las ganas, me frustra y no me gusta sentirme frustrada, y no me gusta sentirme así, me siento inútil, entonces por lo general consigo lo que quiero.

Aparte estoy acostumbrada a conseguir lo que quiero, cuando yo quiero, y eso viene desde mis papás, mis papás siempre me han dado lo que quiero, como fuera, pero me lo dan, y eso es malo cuando tomas conciencia de que no puedes tenerlo todo, porque llega un punto en el que dices bueno, quiero un salero, y si no lo tienes te frustras, te enoja no tener el salero, cuando no tengo algo hago berrinche, y me duele la cabeza, me da migraña, y me enoja, y me desquito con quien se me ponga enfrente, y es malo porque tienes que aprender que no puedes tener todo lo que quieres.

¿Anduviste con los chavos que querías?

Sí, y por ejemplo, con chavos estuve con los que quise, hasta con el que yo creía más imposible, hasta ese.

Por ejemplo con *Neto*, ya estoy satisfecha, en ese momento no, pero también *Neto* representó una persona muy importante porque fue el parteaguas para que yo me fuera a Londres, fue una de las cosas por las que dije "me voy, no quiero volver a verlo en toda mi vida, me voy porque tengo que poner tierra de por medio", y fue muy bueno, y duré un año y tres meses así de "*Neto* no me importa", pero luego me di cuenta de que no era así, le dije todo lo que sentía y ya, no me quedé con las ganas, me hubiera quedado con las ganas si no le hubiera dicho todo lo que sentía, todo, desde que él había sido el culpable de que yo me fuera, de que me sintiera muy mal, el culpable de muchas cosas, el parteaguas para que avanzara, y cuando regresé lo vi igual.

¿Qué momentos o personas consideras parteaguas en tu vida?

Han sido muchas cosas, no puedo decir esto es el parteaguas de mi vida, como que es por épocas, por ejemplo Layo fue uno, después lo de Angelina, después fue Londres, luego ponerme a dieta y ahora *Paco*.

¿Porqué el ponerme a dieta? Porque quieras o no, el ponerme a dieta me dio mucha seguridad, me cambió totalmente la visión que yo tenía, me dio mucha seguridad, por ejemplo para ir a pedir un trabajo lo pensaba porque decía que me iban a rechazar porque soy gordita, o *fulanito* no me va a pelar porque estoy gordita, como que no tenía ganas de hacer nada, porque era gordita, y adelgacé y todo, y ahora me puedo parar donde sea, antes me daba mucha pena caminar entre la gente, no sé, una bolita de chavos, por miedo a que se burlaran o dijeran algún mal comentario y ahora no, ahora lo que me molesta es que me digan "chiquita, estás bien buena, estás muy guapa", me molesta mucho pero a la vez me levanta el ego, a quién no le gusta que le levanten el ego, cualquier mujer necesita que le levanten el ego, que le digan que es bonita, necesita sentirse querida y agradable hacia los demás, no hay mujer que no le guste que le alimenten la vanidad, que una mujer me diga que no tengo razón es casi imposible.

¿Cómo describes Londres?

¿Londres? *Ahhh*, Londres fue muy padre, la pasé muy, muy bien, fue bueno y malo, bueno porque me la pasé muy *chido*, porque crecí mucho, todas crecimos mucho y me doy cuenta en las fotos, cuando conocí a mis amigas con las que me fui y ahora, hay mucha diferencia, como que todas ya crecimos, como que amplías mucho tu visión de las cosas y ya no te quedas con el "me gustaría hacer esto, me gustaría hacer lo otro", ya no dices "no quiero vivir en San Luis porque me choca vivir en este pueblo", ahora digo "yo sí viviría en San Luis porque ya conocí y sé que no me podría acostumbrar a vivir en otro lado que no sea San Luis o en México.

Londres fue bueno porque conocí mucha gente, porque haces amigos, que igual y no vuelves a ver en toda tu vida pero que te enseñaron algo, cada uno me enseñó algo, hasta los que menos esperaba, pero fue malo también porque vivía deprimida, me deprimía mucho, porque no sé estar sola, lo que pasa es que tengo el cordón umbilical muy pegado, entonces extrañaba mucho a mis papás.

Me enseñó a ser independiente, me enseñó a ganarme la vida, a saber que si no trabajo no como, que si no trabajo no tengo dónde vivir, me enseñó muchas cosas y crecí mucho, aunque mucha gente quiera descalificar ese viaje, por ejemplo mi ex novio

me decía "es que tu piensas que Londres, crees que Londres fue así como que *guau*", pero es que sí fue muy padre, me decía que Londres no es todo, y yo sé que Londres no es todo, pero existe una persona antes de Londres y otra después de Londres, existe una gran diferencia entre la chavita que era cuando me tui y la que ahora soy, crecí mucho, aprendí mucho.

También *Paco* me dice "es que extrañas mucho Londres, yo no sé que viviste ahí pero lo extrañas mucho y como que no", pero dices bueno, lo que yo haya vivido es mío, nadie puede decir qué es bueno o malo, si está bien o está mal, porque también el bien y el mal es muy relativo.

Mi mamá también me dice "es que ese viaje a Londres, nada más te afectó", pero solamente las personas que vivieron conmigo y que vivieron lo que yo viví saben lo que significó, y no es que sea la ciudad, o que sea en otro continente, es lo que vives, es lo que te hace vivir ahí, lo que te hace crecer, lo que te hace cambiar tu visión de las cosas, no es así de "ah, yo me fui a Europa", me pude haber ido a Chiconcuac e igual haber vivido muchas cosas buenas y lo mismo, si no trabajaba no comía, no vivía, no me vestía, no es el hecho de viajar a Europa, sino el hecho de vivir sola y hacerte cargo de ti misma, cosa a la que yo no estaba acostumbrada, me acuerdo que mi ex novio me decía "es que tu mamá te pagó todo" pero no me pagó la ropa, por ejemplo, ni que cada vez que me sentía mal me iba a comprar ropa y daba el *tarjetazo*.

¿Por qué decidiste irte a Londres?

Desde muy chavita, yo siempre he sufrido mucho de que la gente se mete en mi vida, desde que me acuerdo que salí a la sociedad, como a los 15 años que empecé a salir y tener amigos, la gente se empezó a meter mucho conmigo, digamos que no soy como el común de las chavas, yo siento que soy igual pero mucha gente me dice que tengo ideas muy distintas, que no pienso como niña y ya sabes, muy libre yo, pero lo que nadie hacía yo lo hacía, o lo que todo mundo se callaba y hacía, yo lo hacía.

Yo no quería comprometerme muy chavita, no quería tener novio a los 15 años, qué flojera, entonces, si conocía a un chavo y me gustaba..., yo siempre obtuve lo que quise, si *fulanito* me gustaba y le quería dar un beso, pues iba y le daba un beso, mucha gente eso no lo veía bien, pero yo procuraba no estar con personas que tenían un compromiso, nunca fue de "tiene novia y me vale", sino de "me gustas, eres libre, te gusto, pues qué tiene", pero mucha gente no lo pensaba así, entonces mucha gente empezó a meterse en mi vida, y como que no les agradaba mucho mi forma de ser, pero siento que no era tanto que no les agradara, sino simplemente me tenían envidia porque ellos no podían hacer lo mismo, o no tenían los pantalones para hacerlo, siempre me decían que iba a terminar mal y no se qué.

Todo eso me lo decían amigas, conocidas, conocidos, chavos inmaduros que decían "ah, me gustas, y te beso" y luego andaban diciendo "me besé con esta", si vas a hacer las cosas, hazlas y cállate la boca, pero hubo de todo, quien dijo, y quien no dijo nada, yo ya estaba harta de todo eso, muy cansada, y sobre todo porque en este pueblo todo mundo se mete con todo mundo, como que no tienen otra cosa que hacer más que ver qué hace el que está al lado de ti, y criticarlo, yo ya estaba harta de eso, esa fue una de las razones.

La otra razón fue que en mi casa, mi mamá es de un carácter muy difícil, entonces también ya me tenía harta, o sea, era de "te adoro, eres mi madre y lo mejor que me ha pasado en la vida, eres el amor de mi vida como madre pero amor de lejos, felices tu y yo", ya no la soportaba, lo único que quería era extrañarla y que me extrañara, fue otra de las razones más fuertes para irme, que ya no soportaba vivir en esa casa.

Cuando regresé todo mejoró muchísimo, lo que pasa es que yo soy la menor de cuatro hermanos, entonces yo agarré a mis papás como que más *cansadones*, entonces cuando vivíamos los cuatro, bueno, los seis, eran unos pleitazos porque mis hermanos mayores chocaban mucho con mis papás, ya sabes, los típicos problemas entre padres e hijos adolescentes, y eran unos *bronconones*, mi mamá vivía más estresada y lógico, mi mamá tenía más responsabilidades, cuatro hijos que mantener, cuatro hijos que sacar, y sí es un carga pesada.

Luego se casan mis hermanos y quedamos *Pelusa* y yo, pero aún así era como que la carga más pesada todavía porque yo estaba en la *uni*, mi hermana saliendo de la *uni*, mi hermano también pasaba por una etapa muy difícil, entonces las cosas eran muy densas en mi casa, y sobre todo porque mi mamá estaba muy renuente a que yo estuviera en esa escuela, las cosas eran mucho más pesadas aún, porque si les pedía permiso para ir a una fiesta de la escuela se ponía como fiera, y no quería que me juntara con esa gente, y yo no he sido una persona que se deje, a mí me choca que me digan qué hacer, y cuando me quieren imponer las cosas, brinco, así como que "a ver, no me digas qué hacer, yo sé qué es lo que es bueno para mí y qué no, me educaste bien y sé qué es lo que es bueno y qué no", pero como que eso mi mamá no lo entendía mucho y se puso de roñosa conmigo, entonces eso hacía las cosas aun más pesadas.

Cuando les dije que me iba a ir a Londres, mi mamá me dijo "pues sí, vele", porque yo creo que ella también estaba medio harta, y mi papá se puso así de "no, cómo la niña, la bebé se va a ir sola", y bueno, ya sabes, también se puso medio denso, fueron días muy difíciles pero como te decía, casi siempre consigo lo que quiero, entonces así como de película, un día te están diciendo que no y al otro día ya estas trepada en el avión, directo a Londres, además de *Neto*, esas fueron las razones más fuertes para irme a Londres, y creo que las únicas, y obvio, el querer conocer, pero sabía que si iba, conocería, no era meta.

¿Qué fue lo que te dijeron tus papás cuando llegaste de Londres?

Lo primero que me dijeron cuando regresé de Londres fue "te quitas el arete, tenemos que ir al dermatólogo y te vamos a poner a dieta", antes de hola y cualquier otra cosa, de ¿cómo te fue? ¿Llegaste bien? ¿Estás completa? no, al dermatólogo, dieta y te quitas esa cosa de la nariz.

El *piercing* no me lo quito, y no por vanidad, sino por lo que significa, igual y es muy tonto y pueden pensar que es muy superficial, pero significa una época de mi vida, una época muy buena, donde hubo cambio, otro contexto, es como complicidad con una de mis mejores amigas y su novio, porque fuimos los tres a ponernos el arete, y hasta la fecha ella todavía trae el suyo, el novio ya no porque se le infectó y se le hizo una bolota, pero es así como que un lazo, yo no sé si mi amiga lo vea igual, no me importa, yo lo veo así, por eso cuando se me cayó y duré un mes sin él, yo no me sentía a gusto porque yo lo quería tener, y no por vanidad.

Mucha gente me dice "se te ve padrisimo", y otros así de "no me gusta", bueno, otros mi mamá y mi papá, mi mamá así de "ya quitate esa porquería", pero no lo traigo porque se vea bonito o no, si lo trajera por eso me lo cambiaría todos los días, y sería así de una mariposita, una florecita, un delfincito, una arracadita, y sería más porque se viera que por lo que significaría, y no, significa mucho ese *piercing*.

Me lo voy a dejar hasta que consiga un trabajo serio, o va a llegar un punto en el que me lo voy a tener que quitar, por ejemplo, si me caso, y llego a tener hijos me lo voy a tener que quitar, porque no me gustaría que mis hijos se pusieran uno, no sé, yo soy

muy conservadora en ese sentido, yo puedo ser lo liberal que tú quieras, si, es muy contradictorio, pero yo con mi persona puedo ser lo que tu quieras, liberal, desmadrosa, irresponsable, lo que tu quieras, pero otra cosa es el ejemplo que yo les voy a dar a mis hijos.

Hubo un fatídico medio año cuando regresaste de Londres, ¿Por qué?

Porque estaba demasiado desubicada con lo que quería hacer, si de por si ya estaba desubicada en Londres, cuando llegué aquí me desubiqué muchísimo más, y no sabía ni qué hacer, empecé a comer como bestia, a tomar como loca, hice un intento por irme a Vallarta, pero realmente no quería estar ahí y me regresé, y duré otra vez un mes deprimida hasta que me puse a dieta, luego entré a la escuela, sólo iba dos horas al día, o una, y el resto del tiempo, al principio no hacía nada, llegaba a mi casa, me dormía, comía, veía tele, no salía.

Luego empecé la dieta, pero sólo me dedicaba a ver tele y hacer un poco de ejercicio, entré a una época en la que hacía mucho ejercicio, me echaba como tres horas diarias de ejercicio, por obsesiva, compulsiva y loca, no tenía nada qué hacer, a lo único que me dedicaba era a bajar de peso, y para bajar más rápido me puse a hacer ejercicio, y me echaba tres horas, me levantaba a las seis a correr, a las siete llegaba y me iba a *tae bo* o *aerobics*, y a las ocho me iba a la bicicleta. Ya después en agosto metí más materias, y ya tengo tiempo completo en mi escuela entonces ahora básicamente me dedico a mi escuela, a mi novio y los viernes a mis amigas.

¿Por qué te regresaste de Vallarta?

Porque cuando estaba gordita me deprimí mucho, estaba muy deprimida por lo mismo, porque nada me quedaba, porque no me veía bien, porque me acomplejaba, imagínate, vivir en una playa donde la mayoría de la ropa es pequeña, yo tenía que usar ropa muy pequeña, y pues con mis lonjitas al aire como que no se veía bien, entonces no quería estar ahí sufriendo, me daba pena enseñar mis carnes.

¿En Londres no usabas ropa pequeña en verano?

Como que cambia tu perspectiva de las cosas, en Londres era muy distinto porque era mucho más libre, yo en Londres me sentía mucho más libre que estando aquí, porque en Londres nadie se fijaba en ti, no que yo fuera un cero a la izquierda, pero eras una más, nadie se fijaba, nadie te criticaba, nadie te decía nada, por ejemplo si querías salir a la calle con un calcetín rojo, otro morado y en tacones nadie te dice nada, en cambio sales así aquí, en México, y la gente te critica.

La gente en México es muy morbosa, te critica mucho y es muy cruel, aquí se fijan mucho en tu vida, que si estás gorda, que si estás flaca, que si estás alta, que si estás chaparra, que si eres golfa, que si eres mojigata, de todo, nunca vas a tener contenta a la gente, porque siempre como que no tienen otra cosa que hacer mas que estarse fijando en los demás, aquí sientes las miradas de las personas.

¿Qué sientes cuando ves fotos de antes y las de ahora?

Precisamente ayer estaba viendo un mail que me mandó un amigo y venía una foto de cuando fuimos a Brighton y salgo yo, imagínate, hacía muchísimo calor, entonces traía una blusa de tirantes, y salgo en la foto, era toda una bolita, gordita, gordita, y con la panza de fuera, de entrada me trajo muy buenos recuerdos la foto, pero ya cuando la recorrí toda y me vi, dije "chale, realmente estaba pasada de peso, pero muy pasada de peso", le dije a *Paco* "mira ¿ya viste a tu gordita rellenita bebe?" Y el otro se ataca de

risa, le pregunté de que se reía y me dijo que de lo de rellenita bebé, por cómo me calificaba yo misma, pero bueno, no puedo negar que estaba llenita, así como que embutida, parecía salchichón.

Claro que noto la diferencia, fueron muy buenas épocas y lo que quieras, y me la pasé muy bien, Londres fue otro parteaguas, pero sí me veo y sí estaba demasiado gorda, y no quiero volver a estar así nunca más, pesaba 80 kilos, cuando salí de secundaria también me puse a dieta, de segundo a tercero, y adelgacé como no tienes una idea, pero tenía cuerpo de quinceañera, estás de acuerdo que no es lo mismo adelgazar ahora que hace siete años, pero sí, hay una foto donde tengo las piernas flaquititas, flaquititas, como popotes, y con caderitas, ahora ya tengo unas caderotas, no es lo mismo tener 22 años que tener 15, el cuerpo va creciendo, y tus caderas se van ensanchando.

Si me da miedo volver a estar así de gorda, pero ahora ya es muy difícil porque ya le agarré gusto al deporte, antes no, hacer deporte era de flojera, pero créeme que si me hace mucha falta, por eso me enfermo, por eso me deprimó y estoy toda somnolienta, porque no hago deporte, antes me daba mucha flojera hacer ejercicio, y ahora estoy así de que me urge terminar la escuela para poder ir a correr, ya no soporto, me deprimó mucho, de verdad.

¿Sueles ser una persona depresiva?

Hubo una época cuando yo tenía 13 años que no salía de mi cuarto, llegaba de la escuela, me dormía hasta las ocho de la noche, bajaba, cenaba, me dormía, me levantaba, iba a la escuela, hacía tarea, me dormía, me levantaba, cenaba, y los fines de semana encerrada jugando a las *Barbies*, sí tenía amigas, pero no quería salir, no me acuerdo por qué, pero sí me acuerdo que vivía encerrada en mi cuarto, mi cuarto era mi refugio, y hace poquito mi mamá me dijo que se acordaba mucho de esa época cuando yo estaba muy deprimida y que nunca supo porqué, pero sí me deprimí muchísimo, mi mundo eran las *Barbies*, mis juguetes, en ese entonces era inocente, no como las escuinclas de ahora que a esa edad ya tienen novio.

¿Te gusta arreglarte?

Sí, me encanta, lo disfruto mucho, disfruto mucho maquillarme, arreglarme, vestirme, peinarme, me encanta, aunque a veces no me vea muy arreglada, pero sí, me encanta, y puedo quedarme horas arreglándome, si voy a salir en la noche, a las nueve, me empiezo a arreglar desde las seis, me gusta salir muy bien presentada, es muy raro, pero muy, muy, muy raro que yo salga desarreglada a la calle, que salga sin pintar es rarísimo, lo hago una vez pero porque fue una emergencia y ya de plano no pude pintarme, pero mínimo me tengo que pintar los ojos, porque es lo que yo considero más bonito de mí, y si no me pinto los ojos me veo totalmente distinta, cambio mucho con los ojos pintados y sin pintar, como tengo las pestañas muy chiquitas y para abajo, de aguacero, se me ven los ojos chiquititos, y ya cuando me los pinto ya se ven más grandes y me lucen más, es lo que más me gusta de mí.

¿Qué te gusta y disgusta de tu físico?

Me gustan los ojos, la boca y mi cabello, y no me gusta mi nariz, que todo mundo jura que la tengo chiquita, pero yo juro que la tengo enorme, y mis lonjitas, mis piernas, según yo las tengo gordas, si me preguntas algo que me gusta, mis ojos, algo que no me gusta, mi nariz, y mi perfil, lo detesto, detesto mi perfil porque no tengo barbilla, me veo cagadísima, no me pongas nunca de perfil porque no me gusta.

¿De dónde sacas ideas para saber como arreglarte?

Me guío de acuerdo a mi edad, por ejemplo veo revistas como *Vanidades* y *Eres*, veo la tele, los videos, las novelas o programas, canales como Fashion TV, y ya mas o menos veo combinaciones, así de "este pantalón combina con esta blusa", ya voy a mi closet y veo si encuentro algo parecido, y ya trato de arreglarme así, y para pintarme igual, me pongo a ver revistas, por ejemplo antes me pintaba más, y el otro día estaba viendo en la tele a un maquillista "y así la onda es maquillarte así", y a partir de ahí empecé a maquillarme de esa forma, por ejemplo, decía "cuando te pongas rubor, sonríe", y ahí me tienes como estúpida sonriendo enfrente del espejo y poniéndome el rubor, así es como me arreglo.

¿Ves programas de todo tipo para obtener ideas?

Si, de todo, veo programas de España, Argentina y México, saco de todo un poco, y americanos, lógico, pero porque tenemos la influencia directa de los *gringos*, pero creo que lo más *fashion* viene de Europa, definitivamente, también de ahí saqué muchas formas para arreglarme y vestirme, de repente veía chavas y decía "no manches, esta chava está súper *fashion*, y me quiero vestir como ella".

¿Londres cambió tu visión sobre la moda, lo estético?

Claro que sí, porque aquí te acostumbras a ver a los mexicanos y casi todos se arreglan muy parecido, todas las chavas de la edad se arreglan como salen los artistas, y de repente llegas allá y ves de todo, una diversidad de aspectos que dices "ah, no nada mas existe esto, también esto y esto y esto", por ejemplo tú tienes la idea de que los negros se visten de cierta forma y no, las chavas negras se visten tan *fashion*, antes yo veía a las negras como feas y ahora las considero *sexys*, digo, no me gustaría ser negra, no soy racista pero no me gustaría ser negra, no me gustan los negros, las negras se arreglan y se ven guapísimas, igual tenía la idea de las asiáticas, y las ves en persona conviviendo y ellas también se arreglan y se ven guapas.

¿Te hace sentir bien ir de compras?

uuuy si, dime a qué mujer no le hace sentir bien comprarse ropa, claro que me hace sentir bien, como que cuando te pruebas la ropa te imaginas "esto me lo voy a poner tal día", te vistes para matar, es muy cliché y es muy de anuncio pero sí es cierto, yo me visto para mi y para los demás, lo acepto, yo me arreglo para mi y para la demás gente, si no me gusta como me veo yo, de nada sirve, entonces primero me gusto yo y luego ya salgo para que me vean, pero no es así de "véanme", me gusta llamar la atención pero discretamente, me gusta que me tomen en cuenta, estar presente, y no por superficial, puedes ser una mujer muy guapa y tener un cacahuete en la cabeza, o ser muy fea y muy inteligente, pero puedes ser muy bonita y ser inteligente, o muy fea y aparte tonta.

¿Te consideras una mujer bonita?

No, me considero una mujer atractiva y pensante, porque no me considero una mujer inteligente, o bueno, fijate que eso es lo que me gusta de mi novio, me levanta mucho el ánimo, me dice "tú eres una persona muy inteligente nada mas que no te la crees, lo tratas de ocultar, pero eres una mujer muy inteligente y me lo has demostrado más de una vez".

¿Te gusta que te suban la autoestima?

No necesito que me suban la autoestima, solamente mi mamá o mi novio, si fulanito de tal llega y me dice estás horrenda, también hay que ver sus antecedentes, para ver también qué es lo que considera él como bonito, pero mi mamá, mi papá y mi novio sí, si mi mamá me dice que me veo fea, olvídate, ya valió madre, y me siento el patito feo, porque mi mamá es la persona más sincera de este mundo conmigo, mi mamá no es mamá gallina, mi mamá me dice "estás gorda" y hasta le digo "algo bonito debo de tener", y me contesta así de "sí, pero estás gorda, tendrás bonito cabello, pero estás gorda".

¿Consideras que el físico es necesario para sobresalir en algunos aspectos?

Claro que hay cosas en las que dependes del físico para saber si las puedes hacer o no, por ejemplo ahí en la escuela hay una *chava* que está guapa y todo, pero también creo que tiene la autoestima muy alta, porque así como que modelo, pues no ¿eh? pero trabaja en eso, trabaja en una agencia de modelos, y yo conozco mis limitaciones.

Claro que me gustaría ser una mujer bella, una mujer con un cuerpazo. Mi ideal sería pesar 55 kilos, y ahora peso 61, porque pesaba 57 cuando conocí a mi novio, en mayo, yo pesaba 56, y era así de "ujuuu", pero todavía me sentía medio pesadilla, pero mucha gente llegó a decirme que no me veía bien, que me veía muy flaca, muy huesuda y que ya no me veía bien, que ya no siguiera bajando de peso, porque yo todavía quería seguir bajando de peso hasta 55 o 53, pero ya no quiero.

Quieres o no, dices va, una cenita, un *postrecito*, y bueno, subí otra vez por dos razones, empecé a subir más de agosto para acá porque dejé de hacer ejercicio por la escuela, yo si no hago ejercicio en la mañana ya no hago, me da mucha flojera, ya después de las nueve de la mañana si ya no hice ejercicio, ya no hago, y entro a la escuela a las siete, entonces ya no me puedo ir a correr a las seis, ya no podía, a menos que me levantara a las cinco, y está bien que sí, pero tampoco soy masoquista, aunque lo pensé, muchas veces me levanté a las cinco de la mañana y así de "me voy a ir a correr, me voy a ir a correr", y me volvía a dormir.

A partir de que entré a la escuela empecé a subir de peso porque de repente el novio que te invita a tomar el café, y como mi novio es muy, muy goñoso, siempre es así de "ándale, un pastelito, unas galletitas". Si comiera todo lo que me da, créeme, ahora pesaría 75 o 77 kilos, gracias a Dios lo limito mucho, pero aun así empecé a subir, y claro que ahora ya vivo traumada otra vez, ya tengo hartito al pobre hombre.

- Estoy gorda.

- No estás gorda.

- Sí, me siento gorda, ve la lonja, mira.

- Estás obsesionada.

¿Estás obsesionada con tu peso?

No estoy obsesionada, sólo quiero bajar, y me pongo a hacer abdominales, pero no es que esté gorda, la bronca es que me están empezando a salir llantitas, aquí el *saivaviditas* que te empieza a salir en la cintura, hijo, eso es desastroso, y ese me está saliendo, ya no me puedo poner un pantalón a gusto porque se me sale la lonja, y se siente bien feo, entonces quiero llegar otra vez a 57, pero lo comentas con tu pareja y le dices "pues ya no me lledes a cenar, porque no puedo decir que no".

Yo era de muy buen comer, entonces no me puedo negar muy fácil a la comida, para mí los mayores placeres de la vida son comer, dormir e ir al baño, y comer en primer lugar, yo disfruto mucho una comida, realmente la disfruto, o mas bien, la disfrutaba

muchísimo, yo antes comía y me valía un pepino lo que fuera, pero cuando empecé a subir mucho de peso, dejé de disfrutar la comida, porque ya comía y pensaba que me iba a engordar, y eso es horrible, comes y piensas que estás engordando, ya dices "con esta comida ya engordé un kilo", y te traumas horrible, bueno, yo me traumo horrible.

Ahora mi meta es bajar otra vez, pero mi novio me dice "no, no me gustas, tú me gustas así como que rellenita, así como estás ahora así me gustas", pues sí, yo le he de gustar y me halaga que me diga eso, pero si yo no me siento a gusto con mi cuerpo, no voy a estar a gusto, o sea, no voy a poder estar bien con él si no estoy bien conmigo, con mi cuerpo, no voy a poder sentirme bien a su lado.

A lo que me refiero es que cuando yo lo conocí íbamos caminando y no sé, es muy vanidoso, pero me sentía guapa, y caminaba orgullosa al lado de mi novio, porque aparte él es alto y a mí me gustan los hombres muy altos, según yo muy guapa iba caminando, y ahora ya no, ahora ya me veo y sí me siento bien y todo, pero de repente pasan *chavas* y las ves muy delgadas y de muy buen cuerpo, y tu volteas y te ves la lonja, y guácala, y piensas "síguele echando más fruta a la piñata, sigúete tomando malteadas".

¿Cuándo decidiste ponerte a dieta?

Cuando llegó el punto de que ya no podía más con mi peso, ya no podía ni correr, me cansaba de todo, en las noches me costaba mucho trabajo respirar, mi mamá me apoyó y decidí ponerme a dieta, me consiguió un buen doctor, un endocrinólogo, y ya fuimos con él, de entrada me dijo "pesas ochenta kilos", y estás de acuerdo que son un chorro, ya me dio la primera dieta que no consistía en gran cosa, no me quitaba muchas cosas, más bien consistía en balancear los alimentos, porque no me quitó pan, ni pasta, ni tortilla, pero me balanceó los alimentos, por ejemplo en el desayuno me tenía que comer un huevo con un pan tostado y café, a la hora de la comida, bueno, la comida siempre fue igual, 150 gramos de carne, pollo, pescado, mariscos o atún, 250 gramos de ensalada verde o con jitomate, y ya sea sopa de arroz, caldo de pollo o caldo de verdura, eso durante nueve meses, y bajé 22 kilos.

¿Te gustaba estar a dieta?

Sí me gustó porque el doctor realmente nunca me dijo "tienes que comer el pollo a la parrilla", me dijo "te puedes comer el pollo como se te pegue la regalada gana, nada mas tienes que ver que sean 150 gramos, que no exceda de eso", hasta una vez me dio 60 gramos de queso panela y ensalada, pero era muy rico, hasta eso no era pesado.

Al principio sí, fue muy chistoso porque me preguntan "oye ¿y no te dio pastillas?" Sí, pero al principio, haz de cuenta que las primeras dos semanas nadie me aguantaba, en la segunda cita el doctor me preguntó que si creía aguantar sin pastillas, y mi mamá luego, luego dijo que no, así como que "suéltele las pastillitas porque no las aguanto", y me dio para mi metabolismo, para compensarlo y para que no estuviera de tan mal humor, y ya las tomé durante dos meses y el resto de la dieta ya no, él me la seguía recetando pero no las creí tan necesarias, dejé de tomar cerveza, dejé de tomar alcohol, y me ayudó mucho y la verdad me siento mucho mejor y mucho más a gusto ahora que hace un año, tuve que cambiar todo mi guardarropa, y ya como muy sano, no como papas, ni frituras ni fritangas ni nada que se le parezca, nada grasoso, muy pocas veces como dulce, me cuidó mucho, y ya, no digo que esté obsesionada con mi peso pero sí quiero mantenerme muy delgada.

¿Te daba hambre?

No, bueno, sí, pero lo inhibía con las pastillas, pero no, las pastillas no eran malas, también antes tomaba mucha cerveza, pero cuando vi que estaba afectando mi cuerpo, decidí dejar de tomarla, tomaba agua o agua mineral, pero también mineral dejé de tomar, porque te provoca piedras en el riñón, entonces por lo general traía mis botellas de agua pura, y con eso me la vivo.

¿Cómo le hacías para motivarte a seguir bajando de peso?

Viendo ropa y fotos, la verdad me veía muy, muy mal, entonces viéndome ahora la verdad me siento mucho mejor, cuando veía mis fotos me veía demasiado gorda, entonces de alguna forma esa era mi motivación para seguir bajando, y ahora no sigo a dieta pero me sigo cuidando.

¿Qué pensabas mientras hacías ejercicio?

Se va a oír muy tonto pero pensaba cuántas calorías estaba quemando, no sé, por ejemplo, con 50 abdominales quemas por tú 20 calorías, entonces pensaba cuántas calorías quemaba mientras hacía tres horas de ejercicio, y como lo compensaba con la comida, por ejemplo, si me excedía y en vez de 150 gramos de carne, me comía 200, de alguna forma tenía que bajar esos 50 gramos, si por ejemplo, no podría comer tacos, pero en caso de que cenara algo de más, me desayunaba una taza de café, me iba a correr un kilómetro más, hacía 20 abdominales más, y a la hora de la comida en lugar de 150 gramos de carne me comía 100, comía menos pues, si me excedía en la noche

¿Eso te lo dijo el doctor?

Sí me lo dijo, bueno, nada más lo del desayuno, lo del ejercicio no me lo dijo, pero salió leyendo en revistas de salud, como *Eres, Tú*, revistas que te dan consejos para adelgazar.

¿Qué era lo que no te gustaba de ti cuando estabas gorda?

No me gustaba mi cadera, porque la tenía muy ancha, se me veía un trasero así como de señora gorda, sí somos de cadera ancha pero yo estaba muy gorda, porque sigo siendo de cadera ancha, no puedo decir que soy muy flaca, ahora soy de cadera ancha pero soy delgada de arriba, y se me ve muy buen cuerpo, y como hay personas que se fijan en las bubis, otras en las nalgas y otras en las piernas, mejor trato de cuidar todo, para que se fijan en lo que más les gusta, pero más que nada es por mí, me gusta verme bien.

¿Llegó un momento en el que sintieras que te estabas enfermando?

Sí, cuando me empecé a obsesionar mucho con el ejercicio y las calorías, muchas veces hasta dejaba ya de comer y aun así me veía al espejo y todavía me sentía gorda, aunque mucha gente me decía lo contrario, eso me causaba mucha ansiedad, me deprimía, no dormía, hubo un momento en el que ya no quería ni siquiera ir con el doctor, pero igual seguía con la dieta, cada vez más rigurosa, hasta que una vez no me quedó de otra y fui, una amiga casi me obligó, el doctor me dijo que tenía principios de anorexia.

Afortunadamente, no fue necesario que me internaran ni nada, porque no llegué a un límite preocupante, pero sí me costó mucho trabajo entender que el dejar de comer me hace daño, el doctor me ayudó mucho y me hizo entender que con hacer dieta es suficiente para mantener un peso adecuado, sin necesidad de matarme de hambre.

¿Hubo alguien que te insistiera en que bajaras de peso?

Mis papás, mi papá me acuerdo que me decía mucho "es que yo no quiero una hija gorda, te quiero a dieta", y la verdad es como un alcohólico, no lo reconoces, dices "yo soy feliz gordita", pero no es cierto, no eres feliz gordita, pero por la flojera de no hacer dieta, el miedo a no bajar, o equis, te escudas en que si soy feliz gordita y te vale madres, pero mi papá me decía "yo no quiero una hija gorda, yo no quiero que mi hija esté gorda, ponte a dieta, ponte a dieta", y ellos me financiaron la dieta, nueve meses, y por mi parte yo sigo con el ejercicio y cuidándome mucho.

Igual y si era un gran sacrificio el que hacían mis papás económicamente hablando, me costaba 400 pesos cada 15 días, supón que me echaba mil 600 pesos al mes durante nueve meses. Ahora mi mamá me dice "me salió muy cara esa dieta como para que vayas a engordar", ese es otro de los factores por los que no quiero engordar, porque sé que les costó mucho dinero a mi papas y no quiero defraudarlos.

Estoy de acuerdo en que a mis papás les costó caro y no quiero que su inversión se vaya a la basura, pero yo me veo al espejo y soy otra, completamente otra, mi papá no quería una hija gorda porque ninguna de sus hermanas fue gorda, mi papá tiene como 10 hermanas y ninguna de sus hermanas fue muy gorda, ni mi mamá, ni mi papá, ni sus hermanos, entonces mi papá es un tanto machista y le gustan las mujeres bonitas, entonces imagínate que sus hijas no fueran chavas guapas, aparte que mi papá se cree galán, cómo una de sus hijas iba a ser gordita, nunca.

¿Tus papás suelen hacer ejercicio?

Mi papá hace ejercicio desde *chiquitito*, él creció en un pueblo donde por lo general caminaban mucho y se iban al río, había muchas cosas para hacer ejercicio, ya cuando tuvo un trabajo, una familia y todo, procuraba hacer ejercicio, desde que tengo uso de razón mi papá se va a correr todas las mañanas, cuando estábamos chiquitos nos despertaba como a las siete de la mañana, el hacía abdominales y nos sentaba en sus piernas, nos despertaba para que lo ayudáramos a hacer ejercicio, pero en parte para hacer que nosotros hiciéramos ejercicio, y mi mamá al principio era muy sedentaria, pero cuando el doctor le dijo que tenía que hacer ejercicio por su salud empezó a ir a caminar, ya ahora tiene 10 años corriendo, al principio dice que nada más corría dos kilómetros o cuatro, creo que ahora corre como cinco o seis kilómetros y le prohibieron correr porque se le fregó la rodilla, entonces nada más tiene que caminar, pero a mi mamá le vale y se pone a correr, los dos hacen mucho ejercicio, aparte, su alimentación también es muy saludable, baja en sales, baja en grasas, entonces, siendo mis papás tan saludables, cómo su hija iba a ser gorda, mi mamá cero que cocina con aceite, cero que hace cosas ricas.

¿No se te antoja de vez en cuando otro tipo de comida?

No soy de palo, no te voy a decir que no, claro que se me antojan unos tacos, pero cuando digo "me voy a comer unas gorditas o un churro frito", antes de comérmelo pienso "te estás comiendo 150 calorías, entonces dices "no, para qué me como tantas calorías si ya me las comí", por ejemplo yo tengo que ingerir mil 200 calorías al día, entonces en total en desayuno comida y cena son mil 200 calorías, para qué como más.

¿Cuentas todas las calorías de lo que comes?

No... No siempre tengo que contarlas, pero procuro no pasarme de las mil 200 calorías, no son las calorías nada más, sino también el grado de grasa que tenga la comida, no nada más tienen que ver las calorías sino el daño que te hace y lo que te hace engordar, entonces tienes que tomar muchas cosas en cuenta, y aparte compro el laxante que me recetó el doctor también.

¿Qué te dicen tus papás porque has subido de peso?

Mi mamá me dice que ya estoy más gordita, que deje de tragar, me regaña, y mi papá también, el otro día mi hermana me dijo, "oye, te vi muy delgada", y luego, luego mi papá "no es cierto, ya está engordando, ya se le ven las caderas más anchas", y me dice que ya me quede en ese peso o baje más, "pero ya no te quiero más arriba", es así como que presión por todos lados, porque mi mamá es así de "ya te veo más cachetoncita, dile a Paco que ya no te lleve a cenar", mi hermana también a veces me dice que se me ven las caderas más anchas, o que ya me salió lonjita, o que me veo más cachetona, entonces es presión por todos lados.

¿A qué hora convives con tus papás?

Los veo a la hora de la comida y en la noche, de hecho me acostumbré mucho a estar sola en mi casa, desde los seis o siete años mi mamá trabaja y mi papá también, y tenía a mi nana, entonces de los seis a los 12 éramos mi nana y yo en la casa, y mis hermanos, pero a veces se iban a hacer la tarea a casa de sus amigos, y por lo regular yo era la única que estaba metida en mi casa, o si no me iba con Angelina, para no estar sola en mi casa, y me la vivía con ella para no estar de a perrillo en mi casa ahí solilla.

Por lo general siempre estaba sola, nada más veía a mis papás a la hora de la comida y en la noche cuando llegaban, y mi mamá llegaba a regañarme porque no había hecho la tarea, y me acostumbré, y como a los doce se fue mi nana porque iba a casarse o algo así, y mis hermanos tendrían entre 17, 18 y 20 años, entonces nunca estaban en la casa, es la edad en la que se van con las amigas o con el novio, entonces ahora sí estaba de a perro en mi casa, y me dedicaba a jugar, a ver tele, a salirme con Angelina, pero yo crecí sola en mi casa, de a perro, y me acostumbré.

Igual y sí me afectó en algún punto, pero yo digo que no, porque no soy una persona solitaria, me gusta la soledad, disfruto mucho quedarme solita un rato y leer o ver tele sin que me estén fregando, eso lo disfruto mucho, pero tampoco me molesta estar con gente, no creo que eso me haya traumatado, lo que sí fue que mi papá ya es grande, se jubiló, y desde que regrese de Londres se la vive metido en la casa todo el día, ahí tiene su oficina, entonces imagínate, de estar acostumbrada a estar tantos años soía, porque incluso cuando me fui a Londres todavía mi papá trabajaba y no había nadie en mi casa, mis dos hermanos casados y mi hermana todo el día en la calle, entonces desde que regresé de Londres ha sido muy difícil que esté mi papá en la casa, como que no me acostumbro.

Ahora yo soy la que me la vivo afuera, y es muy raro, porque mi mamá siempre dice "es que tú nunca estás en la casa", pues sí, pero cuando yo estuve ellos no estuvieron, entonces no pueden pedirme algo que no dan, que no me pidan ahora que esté en la casa si es la edad en la que yo quiero salir, ya no puedo ser niña de casa porque ya lo fui muchos años y ellos no se dieron cuenta.

¿Cuántos años tienen tus hermanos?

El mayor me lleva ocho años, luego mi hermana seis años, y mi otra hermana me lleva cinco, yo creo que mis papás lo planearon así, yo soy como que el pilón, no soy accidente, soy el pilón, porque mucha gente me dice "ah, el accidente", sí, el accidente que te va a dar en la cara si me sigues diciendo tus tarugadas, mis papás me planearon y todo.

¿Cómo definirías a tus papás?

Cien por ciento, como un ejemplo a seguir. Si a mí me preguntan ¿quién es tu héroe? son mi mamá y mi papá, son mis íconos, las broncas que yo tenga con mi mamá son los típicos que tienes de madre e hija, pero mi mamá se me hace una persona totalmente admirable, de todo a todo, desde que es una señora que jamás he visto fodonga, bueno, cuando hace el quehacer sí, nada más, pero no es una señora que salga con tubos a la calle, no es una señora que salga sin pintar a la calle.

Me da mucho orgullo cuando todo mundo me dice "es que tu mamá es una señora muy elegante, es una persona muy arreglada, es una excelente señora", me siento como pavo real, y mi papá es un pan de dios, a mi papá tengo mil cosas que agradecerle, y también es como que mi *hit*, no hay nada que me desagrade de él, de mi papá no tengo queja, bueno, me desespera que no oye, pero eso ya es por la edad, o porque a veces es bien mula y hace como que no oye.

¿Te gustó tu infancia?

Sí, fui muy feliz, de hecho he disfrutado mucho mis épocas, pero en especial mi infancia, me divertí muchísimo, los mejores recuerdos que tengo fueron, cuando estaba chiquitita, con mis hermanos, estábamos los cuatro chiquitos, y nos poníamos a jugar a la mamá y al papá, al avión cargado de..., caricaturas presenta, y luego ya un poquito más grande, como a los ocho años conocí a Angelina, entonces imagínate, éramos vecinas y nos salíamos todas las tardes a jugar, me metía hasta las 11 de la noche a mi casa y mi mamá histérica, pero padrisimo, jugábamos a las *Barbies*, hacíamos casitas, estaba de moda el programa de TVO, nos poníamos a jugar a TVO, disfruté mucho mi infancia, con mis *Barbies*, mis juguetes, me encerraba y me ponía a jugar a los pin y pon, con los *playmóvil*, hasta con los monitos de *Star Wars* de mi hermano, hasta con esos me ponía a jugar.

¿Te gustaba tener amigas?

No tenía muchas amigas, más bien siempre fui solitaria, bueno, no solitaria, porque tampoco era la niña a la que no juntaban, de hecho cuando estaba más chiquita, antes de conocer a Angelina, mi mejor amiga se llamaba, bueno, se llama Mérida, y para todos lados juntas, me iba a dormir a su casa, y ella se quedaba en la mía, y saliendo de mi casa nos íbamos a casa de su abuelita.

También Karla, yo siempre fui de una amiga pero incondicional, Karla fue otra de mis amigas, Karla Rangel, mi mamá trabaja desde que yo tenía seis años, entonces me iba a dejar a casa de Karla como a las cuatro de la tarde, y a las ocho o nueve iba a recogerme, Karla vivía con sus abuelitos, pero ellos vivían abajo y ella arriba, cómo me acuerdo de eso, y nos íbamos a jugar, su hermano se llama Benjamin, y jugábamos los tres felices de la vida, todos los días ella se iba a mi casa o yo me iba a la suya.

Ya después conocí a Angelina, duré años y años siendo amiguísima de ella, salíamos a jugar en las tardes, hasta que entré a la Apostólica, y ahí conocí a Mónica, Yadhira, Estela, Luciana y yo, éramos las cinco amigas, era la época de los 15 años, e íbamos las 5 a los 15 años, nos juntábamos de repente y nos íbamos a Plaza Tangamanga, al

cine y demás, después de ellas con Erika y por ella conocí a Sebastián, pero como que a Erika no la querían mucho, pero me seguía juntando con Angelina, pero ya no tanto, y Angelina no soportaba mucho a Erika.

En esa época éramos una bolota, porque éramos Angelina, Paulina, Alejandra, Erika, Alejandro, Layo, Juan Carlos, Segura y yo, de arriba para abajo, para todos lados, pero seguían estando Angelina, Luciana, Karla Portillo, otra amiga que estaba bien loca, y ya finalmente mis amigas de la prepa y la universidad, que ahí ya fue como que, es que es cierto lo que dicen que las amigas de esa etapa son tus amigas para toda la vida y si es cierto, digo, a todas las demás de repente las veo y todo pero mis amigas, amigas son las actuales, y a Angelina la sigo viendo y todo y platicamos chidisimo.

¿Es importante ser sociable?

Sí, porque mucha gente dice que tienes que ser inteligente para salir adelante, sí, tienes que ser inteligente pero también la vida está echa de relaciones públicas, la verdad si es muy necesario conocer gente, ser sociable, yo siento que la vida está echa de relaciones sociales y entre más conozcas más te puedes acomodar, pero hay que saberse mantener, si no te sabes mantener de nada te sirve tener mil amigos, es parte de los dos, ser un poquito inteligente y astuto, saber llevar las relaciones personales, porque solo así, a menos que quieras tener un trabajo de oficina o en una biblioteca, que son trabajos muy respetables.

¿Te consideras una persona sociable?

Sí, pero también soy muy selectiva, soy sociable y puedo saludar a mucha gente, pero no con todo el mundo me junto, porque soy muy selectiva, no cualquier persona puede entrar en mi círculo social, porque no voy a juntarme con cualquiera, una cosa es tener conocidos, y no es por nada pero tengo muchos conocidos, pero tengo muy pocos amigos, por lo mismo, porque selecciono bien mis amistades.

Desde que adelgacé me he sentido con más confianza para socializar, por supuesto, incluso cuando camino por la calle, antes pasaba y nadie me tomaba en cuenta por mi forma de caminar, porque me escondía en mi propia bolita, nada mas veías una bolita pasando, y ahora hasta mi forma de caminar ha cambiado, camino como que más derecha, quiero que me noten más, y yo no sé si es bueno o malo, pero es mi forma de ser, aunque a veces es malo porque a partir de que adelgacé me han faltado mucho al respeto, voy caminando por la calle y no falta el naco que me grita *peladeces*, y si es muy molesto, y hasta cierto punto ofensivo porque no soy un pedazo de carne, también pienso, a mi me encanta que *Paco* me vea el trasero y me diga "estás bien buena", como que me levanta el ánimo, pero yo sé que no nada mas está conmigo por eso.

¿Hay algo o alguien que realmente odies?

Odio los payasos, y si me encuentro al payaso que me humilló le pateo los huevos, lo que pasa es cuando estaba chiquita, fue muy doloroso y recuerdo el lugar perfectamente, me invitaron a una fiesta, y de hecho nunca me cayeron bien los payasos porque dicen cada estupidez, pero bueno, estábamos en la fiesta, y llegó el payaso con que "vamos a hacer concursos, a ver niños, pasen al frente", y eso de que te empujan aunque no quieras pasar.

Total, me obligaron a pasar, y típico que el payaso "

- A ver ¿cómo te llamas?

- Juanita

- ¿Cómo? ¿Chilindrina?

Y todo mundo se burla, entonces llega conmigo y me preguntó cómo me llamaba, le dije y nombre y el baboso "¿Cómo? ¿Chachita?" 'uta, para mí fue demasiado humillante, porque todo mundo se burló de mí, *Chachita* lo dijo porque estaba gordita, digo, era niña, no pendeja, y sabía perfectamente quién era *Chachita*, pero una cosa es que quieran tratar a los niños como pendejos y otra cosa es que realmente lo sean, y yo de pendeja no tenía un pelo, entonces sí fue bastante humillante.

Lo peor del caso fue que no me dejaron irme a sentar, sino que tuve que continuar en el juego, entonces tuve que seguir siendo la estúpida burla del payaso, y es lo que no se dan cuenta, que muchas veces llegan a ser tan ofensivos que llegan a traumar a las personas, como a mí, y no soy la única, mucha gente no soporta los payasos por eso, porque los humillan, que si eres chaparro te dicen Pulgarcito, que si eres muy alto te dicen jirafa, y todo lo hacen por burlarse de ti y hacer reír a la gente, pero porque el estúpido payaso no se dijo "yo soy gordo, tarado y feo", o sea cómo se va a humillar él, prefiere humillar a los niños, y como ellos no se pueden defender.

Lo bueno es que una vez un sobrino, hijo de mi primo, igual, el payaso, otro igual de esos que se creen el *chistoretín* con patas y no son mas que unos estúpidos, llega el payaso y le dice a mi sobrino algo parecido, *El Señor Barriga* o algo así, el payaso igual trató de burlarse de mi sobrino, y él volteó enojadísimo y le dio una patada en la espinilla y se fue corriendo, imagínate que *patadón* le ha de haber dado que el payaso se cayó, y ya no supe que pasó con él, yo debí haber hecho lo mismo, pero nada más deja que me acuerde qué payaso fue y le parto el hocico.

¿Alguien más te llegó a poner apodosos?

Cuando estaba en secundaria, un amigo quería conmigo, como en primero de secundaria, y por equis razón no lo pelé, se enojó y de ahí me empezó a decir *Beethoven*, y no, no fue nada gracioso ni tierno, fue demasiado humillante, durante dos años me dijeron así y realmente fue demasiado doloroso, hasta lo omiti de mi memoria. Después de un tiempo me volví a encontrar a este chavo y casi le miento la madre, me dijo que si me acordaba como me decía, y yo "no, no me acuerdo", en ese entonces tenía una amiga que después odié, eso fue cuando tenía 12 o 13 años, y cuando volví a ver al chavo tenía como 18, lo volví a ver en Carranza y nos pusimos a platicar "yo iba con esta chava, y ella le dijo "¿te acuerdas cómo le decías?" él me preguntó si yo me acordaba y yo "no, no me acuerdo", y esta chava insistía, hasta que me dijo "acuérdate que te decía *Beethoven*, y para mí fue así de "te estoy diciendo que no me gusta, te estoy diciendo que me duele ¿porqué carajos lo repites?" y es a lo que voy ¿porqué las personas, por tratar de quedar bien con la demás gente te humillan?

No lo soporto, si lo haces de broma, va, pero tú sabes la intención con la que lo haces, yo por ejemplo, si acarrillo a alguna amiga, nunca lo hago con la intención de lastimarla o hierla, no juego con las cosas que hieren, si tú tienes algo que te ha traumado toda la vida, yo no me voy a burlar de eso, pero cuando la gente quiere humillarte o fregarte por quedar bien con alguien, es cuando dices, oye, espérame ¿porqué lo haces? y mucha gente lo hizo conmigo, "espérame ¿porqué me humillas, porque tienes que quedar bien con él y hacerme quedar mal a mí? no se vale, y esta chava era muy así, obviamente no les decía que me sentía humillada, cómo crees, mi orgullo no me lo permitía, sólo los ignoraba, pero mi orgullo jamás me permitió decir que me sentía humillada, era así de "¿humillada? *hello*, cero que me afecta, lo que tú me dices se me resbala".

¿Hay algo que no te gusta que te digan o hagan?

No me gusta que me digan hipócrita, porque mi mamá, cuando yo estaba más chiquita, llegaba y le daba un beso y me decía "no seas hipócrita", cómo lo odiaba, entonces a la fecha cuando me dicen que soy hipócrita, me revienta que me digan, cuando no lo soy, suelo ser hipócrita en ciertos sentidos, una cosa es ser diplomática y otra es hipócrita, yo suelo ser las dos en ciertos aspectos pero muy pocas veces, no me gusta la hipocresía, y se oye muy de cliché pero realmente no me gusta la hipocresía, pero a veces es necesaria, por ejemplo, si tienes que entrevistar al gobernador, aunque no lo soportes, no puedes llegar muy diplomática, vas a tener que ser amable, y sonreír y tratarlo como autoridad, aunque te caiga mal, igual en un antro, tienes que poner cara de niña fresa y bonita para que te dejen entrar, decir que vas a consumir para que te den un buen trato, y si quieres ligar, no puedes llegar con tu pose de "me vale el mundo y todos los hombres son unos pendejos".

¿Cómo sería tu prototipo de novio? ¿Andarías con un moreno?

No, se infarta mi padre, en serio se infarta, mi papá es la persona más racista de este mundo, tú lo ves y mi papá es una persona bonachona y linda y todo, pero siempre te va a describir el moreno y el güero, siempre esa distinción, ayer justamente vimos al nieto de una amiga de mi mamá, y mi papá así de "está bien bonito el niño, estaba morenito pero estaba bonito", y así, con mi sobrina yo lo friego mucho porque le digo que mi sobrina es prietita, y se enoja, me dice que es *güerita*, le sale un nieto prietito, y se muere, y mi hermano es moreno, mi hermano es muy moreno, bueno, ya no tanto, mi mamá es morena pero no es prieta, como dice mi papá, y mi papá es así de "mi hijo está bonito, está morenito pero está bonito", y por ejemplo tengo un amigo que es muy moreno, y me acuerdo que mi hermana un día le dijo que me iba a casar con él, y mis papás así de "estás loca, con ese prieto no se va a casar", yo le llevo a mi mamá con un novio prieto o moreno y se infarta, le da el ataque,

¿Quién es más racista, tu mamá o tu papá?

Los dos por igual, no hay distinción, los dos son muy racistas, y no tanto racistas porque no los menosprecian, ni les hacen mala cara, jamás vas a ver a mi papá maltratar a un negrito, pero como que no entran en su estándar de belleza, si eres moreno no eres bonito, lo toman como defecto, yo no soy racista, bueno, depende de si me cae bien la persona, me han preguntado varias veces si andaría con un negro, no, no lo haría, no me preguntes porqué, no es racismo, simplemente no me gustan los negros, y nunca voy a maltratar a un negro, para mí el racismo es maltratar a una persona, humillarla, ofenderla, menospreciarla por su color de piel, yo no los menosprecio, simplemente no me gustan, pero sí puedo llevar una relación con una persona negra o morena.

Yo hago muchos chistes sobre eso, pero no con el afán de ofender, yo sé que si una persona se ofende no haría ninguna broma de ese estilo, yo sé que si la lastimo al decirle "hey tú, prieta", no lo voy a hacer, pero por ejemplo una amiga esta muy orgullosa de su color, cada quien, y a veces le digo que la diferencia entre ella y yo es que mientras yo salgo en *Playboy* ella sale en *National Geographic*, pero yo sé que no se ofende, y no lo hago por ofender, sino por carrilla.

¿Cómo te ves en cinco o diez años?

En cinco o diez años me veo casada, con dos hijos, niño y niña, en una agencia donde se produzcan videos, se haga publicidad, que sea mi agencia, y asociada ya sea con mi esposo o con una amiga, aunque no me gustaria mezclar mucho negocio y amistad, como quiera con el esposo, yo valoro mucho la amistad, también el amor del marido y lo

que quieras, pero como quiera ya es distinta la relación, yo siempre he dicho que las amigas son para siempre, y el amor, pues también, en fin, me veo con mi agencia de producción, en mi oficina, nada ostentoso, nada de lujos, ni nada, nada más mi Mercedes, mi casa en Villa Antigua, no, no es cierto, sólo con mi coche, desahogada económicamente, sin tener lujos, porque tampoco me gustaría tener lujos ni mucho dinero porque la verdad yo le tengo mucho miedo a la delincuencia, imagínate vivir intranquila, de que me van a raptar a los niños, o de que me puedan raptar a mí por dinero, no.

¿Cómo quieres educar a tus hijos?

Por un lado sí, y por otro no quiero ser como mi mamá, porque hay muchas reglas de mi mamá que aunque no me gustaron me ayudaron mucho, por ejemplo, si mi mamá desde un principio no me hubiera dicho "tú llegas a salir embarazada y te olvidas de que tienes madre", yo me imagino que hubiera quedado embarazada hace mucho tiempo, me imagino, porque si mi mamá fuera de otro carácter, yo hubiera dicho "bueno, no importa, mis papás me apoyan, igual y...", pero fue muy estricta, y dentro de ser tan estricta considero que me dio muy buena educación.

Por ejemplo a mi hermana, que no sabía ni que carrera estudiar, le dijo "me vale lo que estudies, pero tú estudias", nunca nos dejó hacer lo que nos viniera en gana y eso es muy bueno. Por ejemplo la hora de llegada o de la salida, yo ya me hubiera aburrido si mi mamá me hubiera dejado salir antes cada fin jueves, viernes, sábado y domingo, ya estaría diciendo guácala, y no, era muy estricta, "o sales viernes o sales sábado, y cada 15 días, y me vale, y te quiero a la 1:30 aquí, y si no a ver como te va", digo, son ejemplos muy vagos.

Como ese tipo de cosas hay miles, por ejemplo hay muchas cosas que *Paco* valora de mí y son por toda la educación que me dio mi mamá, porque soy una chava decente, bien educada, son cosas muy protocolarias, llevarle un regalito a la mamá, o que te presta el plato de la comida y tu se lo regresas con unas galletitas o algo así, son cosas muy pequeñas pero que *Paco* valora mucho y eso me agrada, me agrada mucho que sus papás y hasta su abuelita me digan que soy muy buena niña, una niña de familia.

Por ejemplo, agradezco mucho que mi mamá nos haya obligado a cumplir con el horario de comida, porque es lo que yo quisiera con mis hijos, que comieran conmigo, que hicieran lo que quisieran, pero que a las tres de la tarde estuvieran en la casa comiendo, porque es el punto de reunión, para mí es como un símbolo, la mesa es como unión familiar, son muchas cosas que mi mamá me enseñó, y que yo quiero enseñarle a mis hijos.

Hay cosas que no haría como mi mamá porque no tengo el mismo carácter, mi mamá tiene el carácter muy fuerte, es muy, muy dura, por ejemplo de repente con mi hermano tiene muchas broncas, y es muy rígida, y se monta en su macho y es muy radical, eso es lo que no haría, ser tan radical, me abriría un poco más a las opciones, porque con eso yo sí he batallado mucho con mi mamá, es muy radical y tiene muy arraigadas sus ideas es así de "a ver mamá, hay blanco y negro pero también hay gris, hay tonalidades", y mi mamá es de "si es sí, es sí, si es no, es no".

¿Dónde te gustaría que estudiaran tus hijos?

Obviamente, mis hijos van a estar en colegio porque yo me crié en colegio, y no conozco otra cosa, no los metería a una escuela oficial, yo nada más conozco el colegio y ahí crecí yo, creo que tengo una buena educación, y no sé, o sea, es mi entorno, si mi entorno es ese, no los voy a sacar del entorno en el que yo crecí.

¿Cómo ves a las niñas de ahora?

Brutas, bárbaras, escuinclas, yo sé que las épocas avanzan, y no me asusto, me da tristeza, porque cada vez están viviendo antes, entonces dónde queda esa infancia, esa inocencia, todo ese disfrutar la época de tu infancia, la época de tu adolescencia, de ser joven, de ser adulto, y no, no me asusto, más bien me da tristeza, y me asusta pensar que mis hijos van a pasar por lo mismo, igual y a los 10 años ya están muy adelantados.

¿Qué es lo que más disfrutas de la vida?

Los colores, los paisajes coloridos, me imagino un día de descanso en una playa, en un atardecer, una fogata y mis cuates echando chela y platicando, eso es lo que más disfruto y me gusta, estar con mis amigos, con mi gente, me gusta todo tipo de música menos *heavy metal*, me encanta el olor a la vainilla y no me gusta la canela, me duele mucho la cabeza cuando huelo canela y los aromatizantes de ambiente.

De comida me encanta la comida huasteca, la comida italiana y la mexicana, todo, me pones unos raviolos y me los como, unos bocoles y me los como, una enfrijoladas, igual, como de todo, no soy tan remilgosa, pero el chayote no me gusta, lo vomito,

En cuanto a lugares donde no me gustaría estar, en la cárcel, me da claustrofobia, no me gustan los lugares encerrados, igual y no tanto por la libertad, pero los lugares encerrados me matan, me gusta también la ropa casual, tipo pantalón de mezclilla, unas botas, una blusa y una chamarrita, o falda, y no me gusta el traje sastre, es así como de *secre*, no me gusta.

También me encanta comprar ropa y comida, un *frappuccino*, me encanta comprarme diario un *frappuccino*, en la escuela, y también me gusta gastar mi dinero en ropa, zapatos, alaciado de cabello, más que nada en imagen, arefitos, anillitos, pulseritas.

Me gustan mucho los perfumes que huelan muy suave, como *Polo*, o *Hugo Boss*, cualquier perfume dulce hace que me duela la cabeza, soy muy delicada en los aromas, si es muy dulce me duele la cabeza, si es muy ácido me pica en la nariz, tiene que ser muy suave.

Me encanta leer, pero cuando no es obligatorio, no me gusta que me obliguen porque me frustra, pero me gustan las novelas románticas, no como *Corin Tellado*, pero novela, hay uno que se llama *Nostalgia de las Sombras* y es muy bueno, es una novela policiaca, me choca leer poemas, a mi me revientan, porque a veces no les entiendo y se me hacen muy cursis, y por ejemplo si a un libro no le entiendo, no me gustan las cosas muy rebuscadas, me chocan las metáforas, y cosas muy profundas, me purgan, porque mejor no dicen las cosas tal cual, soy de pensamiento práctico, para qué buscar el camino largo si está el corto.

Me gustan las buenas películas, no que se hayan ganado un oscar ni que sean experimentales ni nada, sino que esté buena la película, que me haga reír o llorar, de suspenso, de acción, antes no veía nada de terror, pero vi unas películas japonesas que estaban muy bien hechas, y me tenían con los pelos de punta, pero igual me puedo sentar a ver *Misión Imposible* o *La Sonrisa de Mona Lisa*, *El Señor de los Anillos* o *Harry Potter*, siempre y cuando sea una buena historia, no importa si es comercial o no, no me gustan las que no tengan historia, como *Psicópata Americano*.

En televisión puedo ver todos los canales, menos deportes, béisbol, porque no le entiendo, y cuando no entiendo algo no lo veo, pero igual y me lo chuto. Por lo regular veo *Los Padrinos Mágicos*, *31 Minutos*, *That 70's Show*, *Friends*, y los programas de Discovery Channel, History Channel y National Geographic, y videos, muchos videos.

¿Ves alguna telenovela?

Rebelde, porque esta bien guapo el *Poncho*, y no sé, me divierte, me saca de mi realidad, de los problemas de la escuela, el trabajo, etcétera, y sería ameno si realmente la vida fuera así de fácil, como la de los personajes que su complicación es que no tiene ponerse o que se complica la vida porque *fulanita* se besó con *sutanita*, si esas fueran realmente mis preocupaciones, estaría súper bien, como que me saca de mi realidad.

¿Te gustaría ser como algún personaje?

Sí, como Anahí, no sé, porque tiene mucho dinero, porque cambia de guardarropa cada que se le pega su gana, lógicamente no me pondría lo que ella usa porque ya no tengo la edad, no concordaría mi edad con mi aspecto, entonces ya sería así como la que está madurando pero no quiere madurar, como la que no se quiere adaptar a su realidad, pero teniendo el dinero que tiene ella sí me compraría mucha ropa, y claro que me gustaría tener una cintura así, lógico, a cualquier mujer le gustaría tener ese cuerpo, la desgraciada está más plana que nada de la panza, pero a la vez pienso que mejor no, porque sí me vería como que muy cabezona y con un cuerpecito.

¿Eres feliz?

Tengo presiones y de repente me complico la existencia pero no tengo mayor problema, tengo que comer, con que vestirme, tengo amigos, un novio que me quiere, estoy muy conforme con mi vida porque tengo lo necesario para vivir, me falta casarme y tener hijos, mi meta ahora es tener un buen trabajo, estable, por lo menos que me guste, o bueno, hacer otra cosa aparte de la que hago ahora.