



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INFLUENCIA DE LA IMAGEN FÍSICA PROYECTADA EN EL CONTENIDO VISUAL DE LOS PROGRAMAS DE REALITY DE COMPETENCIA EN LA TELEVISIÓN PERUANA SOBRE EL DESARROLLO DE TRASTORNOS ALIMENTICIOS EN LAS ADOLESCENTES EN 2017

Tesis para optar el título profesional de:
Licenciada en Ciencias de la comunicación

Autor:

Erika Rosalia Pelaez Vilela

Asesor:

Lic. Hugo Vergara Lau

Trujillo – Perú
2018

DEDICATORIA

A Dios

Por darme fortaleza para superar mis miedos, ser fuerte y conseguir mis objetivos.

A mis padres

Por ser mi apoyo, mis compañeros de batalla y mis aliados en las dificultades

A mi abuela

Por enseñarme que en esta vida lo más importante es ser uno mismo.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por permitirme culminar esta etapa. A mis padres por apoyarme en todo momento en este proceso de formación y a todas las personas que en su momento me apoyaron.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|-----|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTO | 3 |
| RESUMEN | 9 |
| ABSTRACT | 10 |
| CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN..... | 11 |
| 1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA | 11 |
| 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 13 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN | 14 |
| 1.4 LIMITACIONES | 14 |
| 1.5 OBJETIVOS | 14 |
| CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO..... | 16 |
| 2.1 ANTECEDENTES | 16 |
| 2.2 Bases Teóricas..... | 18 |
| 2.3. Hipotesis..... | 33 |
| 2.4. Variables..... | 33 |
| CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA..... | 34 |
| 3.1 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 34 |
| 3.2. DISEÑO..... | 35 |
| 3.3 UNIDAD DE ESTUDIO..... | 35 |
| 3.4 POBLACION..... | 35 |
| CAPÍTULO 4. RESULTADOS | 40 |
| A. RESULTADOS DE LOS TEST APLICADOS | 40 |
| B. RESULTADOS DE LAS GUÍAS DE OBSERVACIÓN..... | 114 |
| CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN..... | 116 |
| CAPITULO 6. CONCLUSIONES..... | 118 |
| CAPITULO 7 RECOMENDACIONES..... | 119 |
| CAPÍTULO 8: REFERENCIAS..... | 120 |
| ANEXOS | 122 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---------------|----|
| Tabla 1..... | 21 |
| Tabla 2..... | 34 |
| Tabla 3..... | 40 |
| Tabla 4..... | 41 |
| Tabla 5..... | 43 |
| Tabla 6..... | 44 |
| Tabla 7..... | 46 |
| Tabla 8..... | 48 |
| Tabla 9..... | 50 |
| Tabla 10..... | 52 |
| Tabla 11..... | 54 |
| Tabla 12..... | 56 |
| Tabla 13..... | 58 |
| Tabla 14..... | 60 |
| Tabla 15..... | 62 |
| Tabla 16..... | 64 |
| Tabla 17..... | 66 |
| Tabla 18..... | 68 |
| Tabla 19..... | 70 |
| Tabla 20..... | 72 |
| Tabla 21..... | 74 |
| Tabla 22..... | 76 |
| Tabla 23..... | 78 |
| Tabla 24..... | 80 |
| Tabla 25..... | 82 |
| Tabla 26..... | 84 |
| Tabla 27..... | 86 |
| Tabla 28..... | 88 |
| Tabla 29..... | 90 |
| Tabla 30..... | 92 |
| Tabla 31..... | 94 |

| | |
|---------------|-----|
| Tabla 32..... | 96 |
| Tabla 33..... | 98 |
| Tabla 34..... | 100 |
| Tabla 35..... | 102 |
| Tabla 36..... | 104 |
| Tabla 37..... | 106 |
| Tabla 38..... | 108 |
| Tabla 39..... | 110 |
| Tabla 40..... | 112 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Guía de Observación – EEG | 36 |
| Figura 2 Guía de Observación - Combate..... | 37 |
| Figura 3 Test para determinar influencia de medios de comunicación en la percepción de la aparición física (SATAQ-3)..... | 38 |
| Figura 4 Test para determinar la presencia de trastornos alimenticios (EAT-26) | 39 |
| Figura 5 Los programas realities de competencia son una fuente importante para buscar información sobre moda y ser atractiva | 41 |
| Figura 6 Me siento presionada por los programas realities de competencia para bajar de peso ... | 42 |
| Figura 7 Comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas por los programas realities de competencia | 44 |
| Figura 8 No me siento presionado por los programas realities de competencia para sentirme atractiva | 45 |
| Figura 9 Quisiera que mi cuerpo sea como las modelos de reality de televisión..... | 47 |
| Figura 10 Comparo mi apariencia con las personas de los programas realities de competencia... | 49 |
| Figura 11 Me siento presionada por los programas realities de competencia para ser delgada ... | 51 |
| Figura 12 No comparo mi cuerpo con los cuerpos que aparecen en las revistas..... | 53 |
| Figura 13 Me siento presionado por los programas realities de competencia para tener el cuerpo perfecto..... | 55 |
| Figura 14 Me siento presionado por los programas realities de televisión para ponerme a dieta.. | 57 |
| Figura 15 Comparo mi cuerpo con las personas que dicen estar en forma..... | 59 |
| Figura 16 Me siento presionado por lo que se ve en los programas realities de competencia para ejercitarme | 61 |
| Figura 17 Desearía verme como los atletas y las estrellas deportivas..... | 63 |
| Figura 18 Comparo mi cuerpo con las personas que se ven atléticas..... | 65 |
| Figura 19 Me siento presionado por los programas realities de competencia para cambiar mi aparición | 67 |
| Figura 20 No trato de verme como las personas de los programas realities de competencia..... | 69 |
| Figura 21 Las personas famosas son una fuente importante de búsqueda de información para la moda y ser atractivo | 71 |
| Figura 22 Le aterra estar con sobrepeso..... | 73 |
| Figura 23 Evita comer cuando tiene hambre..... | 75 |

| | |
|--|-----|
| Figura 24 Se encuentra preocupada por la comida..... | 77 |
| Figura 25 Sigue abusando con la comida, aun sabiendo que no puede parar de comer | 79 |
| Figura 26 Corta su comida en pedazos pequeños | 81 |
| Figura 27 Es consciente del volumen de calorías que ingiere | 83 |
| Figura 28 Particularmente evita comidas ricas en carbohidratos (ej. pan, arroz, papas, etc)..... | 85 |
| Figura 29 Siente que los demás preferirían que comiera más..... | 87 |
| Figura 30 Vomita después de haber comido..... | 89 |
| Figura 31 Se siente muy culpable después de comer..... | 91 |
| Figura 32 Está preocupado por el deseo de estar más delgada..... | 93 |
| Figura 33 Su objetivo es quemar calorías al hacer ejercicios | 95 |
| Figura 34 Otras personas piensan que está demasiado delgado | 97 |
| Figura 35 Está preocupado con el pensamiento de tener grasa en el cuerpo..... | 99 |
| Figura 36 Tarda más tiempo que los otros comiendo | 101 |
| Figura 37 Evite las comidas con azúcar..... | 103 |
| Figura 38 Siente que la comida controla su vida..... | 105 |
| Figura 39 Tiene autodominio al comer | 107 |
| Figura 40 Siente que otros le presionan al comer..... | 109 |
| Figura 41 Paso demasiado tiempo pensando y ocupándome de la comida | 111 |
| Figura 42 Me gusta sentir el estómago vacío..... | 113 |

RESUMEN

El propósito de esta tesis es explicar la forma como el contenido visual que producen los realities de competencia peruanos “Esto es Guerra” y “Combate” influyen en el desarrollo de trastornos alimenticios. En el desarrollo de la presente investigación se determinó que esta influencia es significativa.

Se analizó el discurso televisivo de los programas mencionados, utilizando una guía de observación, también se hizo uso de un test para determinar el grado de influencia que tienen los medios de comunicación en las adolescentes, relacionados a la tendencia en el desarrollo de trastornos alimenticios.

El estudio se realizó en base a una muestra de 72 estudiantes de la I.E “María Negrón Ugarte”, en la ciudad de Trujillo Perú, en el año 2017 y se les aplicó los test anteriormente mencionados.

En el desarrollo del trabajo se logró conocer de manera clara cuál es el discurso televisivo de los programas realities de competencia peruanos y el grado de influencia que tienen sobre la generación de prototipos y modelos de referentes en las adolescentes.

Finalmente, la autora llegó a la conclusión de que la hipótesis planteada es válida en su totalidad: la imagen física proyectada en el contenido visual de los programas de reality de competencia en la televisión peruana influye en el desarrollo de trastornos alimenticios en las adolescentes en 2017, considerando que, aunque las adolescentes reconocen que no es un modelo a seguir, ellas continúan tomando como referente a los participantes de dichos realities.

Palabras claves: reality de competencia, discurso televisivo, identificación, trastornos alimenticios

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to explain how the visual content produced by the Peruvian realities of competition "Esto es Guerra" and "Combate" influence the development of eating disorders in teens. The author considered that this influence is significant.

The television discourse of the mentioned programs was analyzed, using an observation guide, and two tests was also used to determine the degree of influence that the media have on adolescents as the tendency to present eating disorders.

I worked based on a sample of 72 students of the I.E "María Negrón Ugarte", in the city of Trujillo Peru, in the year 2017 and the tests were applied to them.

In the development of the work, it was possible to know clearly the television discourse of Peruvian realities of competition and the degree of influence they have on the generation of prototypes and referent models in adolescents.

Finally, the author came to the conclusion that the proposed hypothesis is valid in its entirety: the physical image projected in the visual content of the reality shows of competition in Peruvian television influences the development of eating disorders in adolescents in 2017 and although the young women recognize that it is not a role model, they continue to take as a reference to the participants of said realities.

Keywords: competition reality, television speech, identification, eating disorders

Capítulo 1 INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En la actualidad, los medios de comunicación ejercen gran poder sobre las conductas humanas, delimitando patrones de conducta que rigen comportamientos hegemónicos. El medio masivo que tiene mayor contacto con las sociedades es la televisión, aunque en el último siglo se ha visto desplazado levemente por el internet. La televisión y sus contenidos visuales han generado cambios en las decisiones sociales desde inicios del siglo XX, siendo sus mayores receptores los jóvenes, pues en esta etapa de la vida es cuando el ser humano busca mayor aceptación y seguir modelos de comportamiento.

Al momento de estudiar los impactos de la televisión sobre la sociedad y en especial en los adolescentes se debe empezar por analizar los actuales cánones que guían los contenidos televisivos. En la televisión se guían los contenidos a través de los intereses sociales, es decir, se presentan programas que puedan ser consumidos por la mayor cantidad de audiencia, sin importar lo beneficioso o no que puedan ser estos contenidos para los receptores.

Como se conoce, la sociedad actual está guiada por un culto a la delgadez y el esteticismo, es decir, complementan el ser bello con ser delgado. Muriel (2012), explica que en la cultura occidental existe la idea de delgadez como sinónimo de belleza; la televisión constantemente bombardea con información visual e impulsa a los adolescentes a querer cumplir forzosamente con ese patrón social, sobre todo porque en esta etapa de la vida es cuando más se necesita aceptación social y cuando la opinión de los demás tiene una gran importancia.

Por otro lado, Brumberg (1988) afirma que existe una influencia marcada en la creación de modelos de comportamiento negativos como los trastornos alimenticios guiados por factores socio-culturales. La cultura de la delgadez y el esteticismo hace que las sociedades se ven forzadas a seguir patrones de comportamiento negativos en cuanto a su alimentación, este comportamiento es denominado por Brumberg como Patoplasticidad.

En un estudio realizado del programa American Next Top model sobre el impacto de algunos reality shows, relacionados con el físico y la moda, en la construcción de la imagen y la identidad

de jóvenes universitarias de San Salvador entre 18 y 26 años, se consideró la problemática de los medios de comunicación, especialmente la televisión y la influencia que tiene los estereotipos de belleza y conducta presentados en ésta. El trabajo se centró en las mujeres, pues, basándose en otros estudios, se determinó que, aunque no de forma exclusiva, era la población más afectada, “debido a que los estándares de belleza y delgadez son especialmente rígidos para ellas”. (Morales & Maldonado, 2009)

De acuerdo a dichos hallazgos, el problema radica en la creencia de los adolescentes que lo presentado en estos programas de televisión es absoluto y real y que es posible e ideal alcanzarlos. Además, agrega que los reality shows influyen en la alteración del concepto de la imagen física, haciendo que predominen aspectos como la delgadez, ciertas características raciales y sobre todo la búsqueda de la “perfección”, lo que termina afectado la aceptación propia y del otro. (Morales & Maldonado, 2009)

Otro estudio, se llevó a cabo como respuesta a la misma problemática, de la obsesión con la imagen física y su masificación la televisión. La investigación gira en torno a la hipótesis de que la presión social, obsesionada con la delgadez, tiene efectos negativos sobre la autoestima de las adolescentes y por lo tanto en su imagen física. Esto hace que se preocupen demasiado por “el qué dirán” y se conviertan en jueces severas de su propia apariencia. (Calaf & Hilerio, 2005). Se observa que un gran porcentaje de las mujeres se encuentran inconformes con su imagen corporal y que un pequeño, pero significativo porcentaje de las mismas están dispuestas a tomar medidas, aunque afecten su salud, encontrándose actualmente inconformes con su imagen corporal. (Calaf & Hilerio, 2005)

En Latinoamérica, específicamente en Colombia, los resultados manifiestan que los medios de comunicación, en especial la televisión, tienen gran influencia, ya que casi un 70% de ellas presenta un nivel de presión de medios, siendo más del 68 % que cree que la televisión influye en la manera de cómo ven sus cuerpos y el resto piensan que los personajes de dichos medios incitan a conseguir una mejor figura, encontrándose conductas de riesgo pues el 83.2 % manifiestan temor a ganar peso, el 20.40% presentan episodios bulímicos, el 34% se siente culpable después de comer y un 42 % tiene algún tipo de comportamiento compensatorio después de comer. (Mejía & Mesa, M., 2003)

En nuestro país, según el Ministerio de Salud (2009) se ha registrado, desde 1998 a 2008, un aumento de diez veces en el número de casos nuevos de trastornos alimenticios registrados en establecimientos del Ministerio de Salud. Considerando que identificar la población en riesgo

permite realizar un diagnóstico precoz, aspecto necesario en el tratamiento para evitar que el trastorno se vuelva crónico; es de vital importancia para las agendas del sector de salud conocer estos factores, así como el tratamiento de los trastornos de conducta alimentaria y crear la necesidad de implementar estrategias preventivas con el fin de detener su propagación.

Por otro lado, los *reality* de competencia en el Perú se hicieron presentes en el año 2011 y rápidamente dominaron el rating en horario estelar, este tipo de programas enfatizan los estereotipos de jóvenes atléticos y delgados. (Hansen, 2011), afirma que la televisión moderna no tiene ningún filtro de contenido, simplemente se enfoca en obtener *rating*, por tanto este tipo de programas (*realities*) buscan captar la atención de muchas jóvenes que quieren tener la supuesta figura perfecta y estar a la moda. El éxito de este tipo de programas es tal que produce una mimetización entre la realidad y el entretenimiento, pues involucra a la audiencia que está compuesta principalmente por adolescentes. Según Varela (2002) indica que la televisión ha cambiado en función a los *realities* y ahora la audiencia tiene un rol activo, por tanto lo que sucede en pantalla tendrá implicaciones en el 'mundo real'.

Por las razones antes expuestas, se realizó el estudio sobre la influencia de la imagen física proyectada en el contenido visual de los programas de reality de competencia en la televisión peruana sobre el desarrollo de trastornos alimenticios en las adolescentes en 2017, el cual está orientado a la realidad del país y de la región; brindando información relevante sobre la influencia que los medios de comunicación, específicamente los programas *realities* de competencia, tienen sobre la identidad personal como son la imagen corporal y las auto-evaluaciones en las adolescentes que originan trastornos alimenticios como la anorexia y la bulimia, obteniendo de tal forma información importante que servirá a las autoridades municipales, regionales e instituciones de salud para realizar campañas preventivas, a fin de evitar trastornos alimenticios en adolescentes.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera la imagen física proyectada por el contenido visual de los *realities* de competencia en la televisión peruana influye en el desarrollo de trastornos alimenticios en las adolescentes en el año 2017?

1.3 Justificación

La investigación asocia dos áreas del conocimiento, la investigación en comunicación ha buscado comprender la influencia que ejercen los personajes televisivos en la formación de un componente esencial de la identidad personal como son la imagen corporal y las auto-evaluaciones relacionadas. Por tanto, el conocimiento generado al realizar el estudio aporta nuevos conocimientos e información sobre la psicología de medios y sobre la formación de la identidad en la adolescencia. Asimismo, la presente investigación se impone el reto de estudiar cómo la influencia de la imagen física proyectada en los programas reality afecta a las adolescentes en la formación de una mala auto imagen y la creación de estereotipos poco reales.

Por otro lado, el estudio sirve como un soporte y guía en la formación del comunicador social y a profesional en ejercicio respecto a su ética profesional. Asimismo, los resultados obtenidos permiten ser un apoyo al cambio de la grave problemática entorno a la violencia de género, tratando de empoderar a la mujer y dejar de verla como un objeto sexual.

1.4 Limitaciones

Las limitaciones han estado relacionadas a la información local y aún nacional con respecto al tema, a pesar de lo cual se ha procurado desarrollar bases teóricas capaces de sustentar la investigación. El estudio ha tenido como limitación básica el no trabajar directamente con las producciones de los *realities*, sino de modo indirecto con las implicancias que puede tener; sin embargo, se estima que los resultados obtenidos en base a la observación del contenido visual de los *realities* estudiados han permitido alcanzar apreciaciones válidas.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Determinar la influencia de la imagen física proyectada en el contenido visual de los programas de reality de competencia en la televisión peruana sobre el desarrollo de trastornos alimenticios de las adolescentes en 2017

1.5.2 Objetivos específicos

- Establecer la intención comunicativa del uso de la imagen física proyectada en los programas televisivos de reality de competencia peruano “Esto es Guerra”.
- Explicar la influencia visual del uso de la imagen física en la generación de estereotipos en las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.
- Determinar la influencia de los estereotipos implantados en la presencia de trastornos alimenticios en las alumnas del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

- Sandoval (2010) realizó en Colombia un estudio titulado “*Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales*”, donde se identificó la relación existente entre el consumo de la televisión y el comportamiento de los niños y adolescentes, pues ha sido un tópico de interés para las diferentes ciencias implicadas en el análisis e intervención sobre el comportamiento social colectivo. Concluyendo que existe una relación en el desarrollo de conductas agresivas en los jóvenes, dado que se trata de un fenómeno social global, la relación entre el medio televisivo y el comportamiento de las audiencias trasciende el análisis e intervención de la conducta individual, de forma que se hace necesario emplear un marco más integrador e interdisciplinario para explicar y predecir los efectos. Asimismo concluye que el análisis de la convergencia es una alternativa metodológica interesante para establecer las limitaciones y potencialidades de los efectos en los medios de comunicación. Esta metodología implica asumir que los individuos aprenden a través de la televisión nuevas formas de conducta, pero que su imitación depende realmente de las consecuencias modeladas a través del medio de comunicación.
- Salazar (2011) realizó una investigación acerca de “*la influencia de los medios televisivos en los trastornos alimenticios*”, concluyendo que se encontró que la mayoría del grupo investigado no se identifica con modelos que aparecen en la televisión (76%), principalmente desde su apariencia física. Por el contrario, una minoría de sujetos investigados (24%) experimenta la necesidad de mayor identificación con personajes, tiene baja imagen corporal y mayor predisposición al trastorno alimenticio.
- Favor (2010) en su investigación “*Influencia de los medios de comunicación sobre la presencia de trastornos alimenticios - Bulimia y Anorexia*”, concluyendo que los medios de comunicación poseen una alta influencia en las jóvenes adolescentes a la hora de contraer factores de riesgo como la Anorexia y la Bulimia, sin embargo no se realiza análisis de inferencia estadística entre variables, simplemente se analiza gráficamente la información recolectada en las encuestas aplicadas.
- Sánchez (2009) en su investigación titulada “*Modelo estructural de la conducta alimentaria de riesgo en adolescentes*”, concluyendo que el 24.98% de los adolescentes

presentan una conducta alimentaria de riesgo. Asimismo, que el 39.69% de los adolescentes en estudio presentan sintomatología depresiva y el 53.40% presentan alexitima; estos últimos son factores que según el modelo propuesto inciden fuertemente en futuros trastornos alimenticios.

- Salaberria y Cruz (2007) en su trabajo de investigación titulado “*Percepción de la imagen corporal*” en el cual se hacía una revisión del concepto de imagen corporal y de sus componentes principales, además se mencionaron las alteraciones de la misma, como son la vigorexia y el papel central que juega en los trastornos de alimentación la presencia de una imagen corporal negativa. Se mencionan los factores implicados en la formación de una imagen corporal negativa, se presentan los principales instrumentos de evaluación y se ofrece una perspectiva básica de las pautas y técnicas de intervención psicológica más eficaces.
- Lazo y Montoya (2008) en su investigación sobre “*la Influencia de los medios de comunicación y el riesgo de padecer trastornos de la conducta alimentaria en escolares mujeres*”, pretenden estudiar la relación entre los modelos de imagen corporal mostrados por los medios de comunicación y el riesgo de Trastornos de conducta alimentaria en adolescentes escolares mujeres de Lima-Perú, por tanto es una fuente importante para el actual trabajo de investigación puesto que es analizado bajo el mismo contexto. Al respecto fueron investigados tres centros educativos ubicados en la Victoria – Lima, donde se obtuvo una muestra de 483 estudiantes mujeres se midieron dos variables: el riesgo asociado a un trastorno de conducta alimentaria (TCA) y la Influencia de los medios de comunicación en los adolescentes, obteniéndose como resultado que el 13.9% de la muestra presentó riesgo de padecer trastornos de conducta alimentaria (TCA) así como se encontró que las escolares que presentan mayor influencia de los medios de comunicación tienen mayor probabilidad de tener un riesgo de TCA. Se concluyó que a mayor influencia de los medios de comunicación, existe una mayor probabilidad de riesgo de padecer TCA en escolares mujeres en Lima, Perú.
- Ramírez (2016) realizó en Trujillo una investigación titulada “*Características Comunicacionales del programa televisivo Combate y la identificación de los alumnos del nivel secundario de la I.E.P San Agustín*”, trabajo en el cual se estudió como las características comunicacionales de dicho programa orientan de manera significativa la identificación de los alumnos de nivel secundario de la I.E.P San Agustín, para lo cual la autora determinó el programa reality “combate” no tiene características comunicacionales de un reality show de competencia, sino de un programa para mayores de 18 años pues

existe exposición de la sexualidad y erotismo, asimismo exposición mediática de la vida de los participantes. Finalmente afirma que existe una construcción de puesta en escena orientada al morbo por la iluminación sugerente, música sensual y juegos sexuales.

- Salaverry (2017) en su investigación titulada *“Análisis de las premisas de producción semiótica en el formato televisivo del reality de competencia peruano Esto es Guerra en el año 2015”*, trabajo en el cual se estudió las premisas de producción semiótica en la construcción de un signo/mercancía específico. La autora concluye que dicha construcción apela a satisfacer el morbo del público, para consolidar su éxito. Además, afirma que los valores empleados para lograr la producción semiótica del reality de competencia Esto es Guerra son: Morbo, Erotismo, Sexo, Expectativa y Drama, estos valores están presentes en el sonido, iluminación, encuadres y vestuario.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Contenido Visual

Según la Asociación de Observación de Medios (2009) menciona que, el contenido de un programa se refiere al material visual y sonoro que tiene una producción de radio, televisión, videojuegos, películas y publicaciones, etc. Asimismo, afirma que la forma de tratar cada uno de estos contenidos es muy importante. Por eso, para describir la forma en que se tratan los contenidos de alto impacto coincidentes a nivel internacional: violencia, conducta sexual, vicios y adicciones y lenguaje.

Determina elementos del contenido visual como son: (Asociación de observación de Medios, 2009)

- Grados de Exposición: Qué tanto se muestra al receptor, qué tantos detalles se dan de los contenidos.
- Contexto: Cómo se presentan y desarrollan los contenidos (consecuencias, actitudes hacia ellas, causas, en qué ambiente, personajes involucrados).
- Frecuencia: Qué tan frecuente se presenta el contenido dentro del programa.
- Duración: Qué tan largas e importantes son las escenas que presenta el contenido.

- Medio: Qué método de presentación se usa: verbal, gráfico o mixto.

a. Imagen física

Según Slade (1995) en su libro *Whats the body image*, define a la imagen física como una representación mental, la cual proviene y se modifica por diversos factores psicológicos individuales y sociales.

Este efecto de los medios de comunicación en el establecimiento de una imagen corporal ideal se ratifica en un estudio de BID- Bredbenner, Murray, y Schluskel en el año 2005 donde se realizó un análisis de las medidas antropométricas en mujeres. Asimismo, en una investigación que comprendía desde 1920 hasta 1990 se determinó que la figura ideal de la mujer representada en la página central de una revista para caballeros (Playboy®), pasarelas de moda y concursos de belleza, reflejaban a una mujer diferente a la mujer real. Por ejemplo, en la revista para caballeros se enfatizaba en una mujer ideal con un mayor busto a partir de la época de 1950; por el contrario, los concursos de belleza y pasarela a partir de 1920 han presentado un ideal de mujer con caderas amplias y busto pequeño.

Los cambios puberales influyen directamente en la imagen física, que es el esquema psicológico que el sujeto tiene de su cuerpo como consecuencia de sus vivencias personales, la forma de internalizarlas y el ambiente sociocultural en el que se desarrolla. La imagen física es propia de cada persona y le permite expresarse y comunicarse con otras personas. La imagen corporal está relacionada con la autoestima, que es la capacidad de tener confianza y respeto por sí mismo. (Aguilar, Botello, & Aumak, 2009)

La imagen corporal está ligada al género, que se refiere a las diferencias entre los hombres y las mujeres en cuanto a ideas, valores y modos de actuar. Estas diferencias no tienen un origen biológico, sino que son construcciones sociales que determinan lo que en cada sociedad significa ser hombre o ser mujer. (Aguilar, Botello, & Aumak, 2009)

Se determina que una cosa es la apariencia física y otra distinta la imagen corporal, personas con una apariencia física que se aleja de los cánones de belleza pueden sentirse bien con su imagen corporal y de modo contrario, personas socialmente evaluadas como bellas pueden no sentirse así. La apariencia física es la primera fuente de información en la interacción social, es la realidad física, y sabemos que la fealdad, la desfiguración, la

deformación congénita, los traumatismos, etc. Aumentan el riesgo de problemas psicosociales de las personas que los padecen. (Salaberria & Cruz, 2007)

Los aspectos que se estudian para la imagen física son delimitados por: (Calaf & Hilerio, 2005)

Aspectos perceptivos: precisión con que se percibe el tamaño, el peso y la forma del cuerpo, en su totalidad o sus partes. Las alteraciones en la percepción pueden dar lugar a sobreestimaciones o subestimaciones.

Aspectos cognitivos-afectivos: actitudes, sentimientos, pensamientos, valoraciones que despierta el cuerpo, su tamaño, su peso, su forma o algunas partes de él. Desde el punto de vista emocional la imagen corporal incorpora experiencias de placer, displacer, satisfacción, disgusto, rabia, impotencia, etc.

Aspectos conductuales: conductas que se derivan de la percepción y de los sentimientos asociados con el cuerpo. Puede ser su exhibición, la evitación, la comprobación, los rituales, su camuflaje, etc.

2.2.2. Televisión

La televisión continúa siendo aún el fenómeno técnico-mediático-cultural más importante para muchos países. Según Orozco (2001), indica que la televisión ha devenido en uno de los fenómenos más complejos y desafiantes de todos los tiempos. Por ser el medio con mayor popularidad y presencia, constituye uno de los más sofisticados dispositivos de moldeamiento y reconversión de las sensibilidades. La televisión “es todo un sistema audiovisual, educativo y cultural que incide diferencialmente en los usos del tiempo y los espacios de millones de personas” (Orozco, 2001)

B.1 Formatos televisivos

Para Sánchez (2006), se distinguen tres grandes bloques: informativos, entretenimiento y ficción, en función a la finalidad de los espacios. Sin embargo resulta usual que las cadenas, en sus informes de prensa y publicaciones, amplíen su criterio o combinen con el de la audiencia.

Se considera la siguiente tipología de géneros y formatos televisivos (Sánchez, 2006)

Tabla 1

Tipología de géneros y formatos televisivos

| Tipología de Géneros y Formatos televisivos | |
|---|---|
| Informativos | Telediario, reportaje, entrevista, magazine, debate, documental, informativo, docudrama |
| Entretenimiento | Concurso, revista, tal show, crónica rosa, reality show, galas |
| Deportes | Retransmisores, crónicas, comentarios, reportajes, documentales |
| Musicales | Retransmisiones, video clips, revistas, documentales |
| Servicio publico | Educativos, documentales, divulgativos, emisiones instituciones, minorías |
| Infantiles | Dibujos animados, revistas , concursos, educativos |
| Juveniles | Telenovela o folletín, telefilme, telecomedia , tv movie, teleteatro , cine |

Nota: Sánchez Noriega José “Estética de los géneros televisuales”

Madrid, España, 2006

B.2 Análisis de programas de televisivos

Según Ramírez (2016), la televisión demanda diversas metodologías de estudio y que se debe considerar varios componentes para comprender el discurso televisivo que son consumidos por el espectador, además que es importante tener en cuenta el análisis de los componentes estético- formales de los textos televisivos que se presentan efectivos para el espectador.

Para analizar el formateo de la mirada que la televisión ofrece, a través de imágenes del mundo que, construidas en ese complejo imaginario social tanto del lado de su producción como de su consumo, nos colocan en un mirar que no sabemos si viene del otro o de uno mismo, pues se utiliza dispositivos televisivos muy conectados al ámbito social. Es decir, programas donde el espectador se ve perfectamente reflejado en sus preocupaciones y aspiraciones sociales. (Ramírez, 2016)

Además, refiere dos retóricas que evidencian las imágenes-mundo: se trata de la participación del televidente sobre lo que está viendo. Según este autor se habla de espectáculos televisivos para públicos que se construyen en función del espectador deseado por el programa.

El análisis televisivo, el estilo y el género dan cuenta de una temporalidad. Por un lado el género aparece como construcción histórica necesaria en la producción y consumo de textos; el otro el estilo, como conjunto de normas subjetivas en términos de economía, estética y cultural. (Gonzales, 2003)

B.3. Definición de Reality Show

Etimológicamente la palabra inglesa show hace referencia al sustantivo o verbo de mostrar cómo al sustantivo “espectáculo”, pues ambas acepciones, entre otras, son recogidas en los diccionarios de la lengua inglesa. Por su parte, el diccionario de la Real Academia Española (2015) ha admitido el anglicismo show y recoge estas dos acepciones: “espectáculo de variedades” y “acción o cosa realizada por motivo de exhibición”

Los reality shows consisten básicamente en hacernos creer que lo que está sucediendo ante las cámaras es la realidad misma en vivo y en directo. De ahí la presunta desaparición de la cámara, la ausencia del guio y la desaparición del tiempo narrativo. Además, se menciona hiperrealidad televisiva, el cual se refiere a una serie de hechos que estrictamente no pueden incluirse dentro de las categorías realidad y ficción. (Ramírez, 2016)

B.4. Tipos de reality show

Tenemos la siguiente clasificación: (Ramírez, 2016)

- observador pasivo: la cámara estática capta actitudes de una persona o un grupo de personas
- observador o cámara escondida: la cámara observa a personas que ignoran que son filmadas con el fin de entretener a la audiencia
- concurso de tele-realidad: en este tipo de emisiones un grupo de personas en un ambiente cerrado compiten por un premio mientras son observador de forma continua por las cámaras
- De estilo documental: el tiro de cámara y la edición de imágenes que le dan al espectador provocan involucrar al espectador

- De realidad jurídica: se centran en asuntos legales de la vida real
- De competencia o game show: buscan generar un premio en medio de un ambiente de pruebas físicas y mentales de competencia
- De superación y cambio de imagen; cubren a una persona o un grupo de personas como ellos mejoran sus vidas
- De renovación: se basan en cubrir parte o totalidad del espacio privado de una persona
- De experimento social: produce drama, conflicto y en ocasiones transformación de los participantes
- Sobrenatural o paranormal
- De coaching show: asesoramiento y ayuda para desarrollar acciones o habilidades de todo tipo
- De encierro: un grupo de personas deben convivir durante cierto tiempo en una casa, formando alianzas y tramando intrigas
- De supervivencia: un grupo de personas es llevado a un lugar sin servicios elementales, en el cual deben buscar sustento y deberán competir para obtener productos elementales
- De academia artística: un grupo de aspirantes a artistas relacionados al canto, baile o la actuación, entre otros es seleccionado para habitar en una escuela de arte cerrada donde recibe lecciones y son eliminados en función de su habilidad o por el voto de los espectadores
- De show culinario: un grupo de chefs o expertos en la cocina tienen que pasar por diversas pruebas culinarias y buscar la aprobación del jurado
- De modelaje: un grupo de modelos concursan para lograr tener un contrato profesional con marcas importantes en el rubro
- De búsqueda de empleo: en este tipo de programas un grupo de participantes se someten a las reglas dictadas por un empresario a cambio de tener un empleo para trabajar en una de sus empresas

B.5 Características de los reality shows

Lamarca (2009) establece las siguientes características de los reality shows:

- Las historias están, presuntamente, tomadas de la vida cotidiana. No se trata de temas de actualidad, sino de la vida común y corriente
- Los protagonistas o participantes son personas comunes, hombres y mujeres anónimos que están dispuestos a convertirse en estrellas a cambio de hacer pública su vida privada

- Habitualmente, los personajes se presentan como el prototipo de “ciudadano medio”
- Las acciones de los personajes se basan en hechos relacionados con su vida privada y su intimidad
- Son productos de producción barata, versátiles y fácilmente comercializables
- Homogeneidad en los contenidos ya que “las ideas” se compran en el mercado mundial (generalmente el formato original procede del mercado estadounidense o europeo) y se adaptan a las características, idiosincrasias y a los mercados de cada país
- Explotan, con distintos grados y métodos, los sentimientos y la desnudez psicológica de los protagonistas, así como la de los espectadores
- Pretenden mover y remover las pasiones primarias de la audiencia para que afloren la emoción y los sentimientos
- Son seguidos por un amplio sector de las audiencias
- El público se identifica con los personajes que, como ellos, son personas anónimas
- El seguimiento de la vida de los personajes, entendidos como individuos aislados, despoja a los hechos de cualquier trascendencia social
- Se exige la colaboración de personas no relacionadas con el medio para forzar la interactividad entre la televisión y el espectador
- Apelan a la participación de la audiencia no sólo con la visión, sino también mediante el voto, comentarios, etc.
- Crean fuertes vínculos de lealtad entre la audiencia
- Se rompe la barrera entre realidad y ficción. Los reality show están a medio camino entre ambas, ya que se trata de una realidad “maquillada”
- Por paradójico que parezca, la espectacularización de lo real consiste en ver la vida de las personas comunes y corrientes, aunque conviene echar mano de otros ingredientes como el morbo y la expectación
- Las fórmulas más empleadas son la *cámara oculta*, el *encierro* y el *concurso de telerrealidad*.

B.6 Formato de un reality de competencia:

✓ Estructura:

Salaverry establece una estructura de secuencias en los reality a partir del estudio hecho por Ramírez (2016):

- Presentación del programa: los conductores hacen un comentario de lo último que sucedió en el programa pasado y lo que tienen para el programa de ese día.
- Bloques y desarrollo del programa: los bloques contienen en su totalidad el desarrollo de las pruebas con los participantes
- Bloque de salida: se desarrolla al final del programa, luego que se llevaron a cabo todas las competencias
- Premiación: estos programas tienen un sistema de premiación que puede ser por prueba, por equipo o por temporada, según lo defina el programa.

✓ Presentación de los participantes

Ramírez (2016), menciona que los concursantes denominados “chicos reality” son presentados desde el inicio del programa, según el orden que tienen.

Los participantes son destacados por su desempeño físico y su fisonomía. Se muestran como atletas de nivel, aunque también, no deportistas, pero si mantienen una adecuada conducta deportiva y sobre todo alto nivel de competencia

En cuanto a la vestimenta que deben usar, Ramírez refiere que el tipo de vestimenta que se suelen usar en programas de competencia, “El participante viste la ropa deportiva que más le acomode a su tipo de fisonomía”. La vestimenta no exhibe al participante, al contrario, lo protege en una competencia.

✓ Características de los participantes

En una entrevista al profesor y antropólogo Alexander Huerta Mercado realizada por Peru21 explica las características de los participantes de reality en el Perú

- Lo principal: Participan (o participaron) de uno de los realitys de televisión de señal abierta. Como 'Combate', '¡Esto Es Guerra', 'Bienvenida la Tarde' y el olvidado 'Titanes'! Todos estos programas funcionan bajo el mismo formato: 'Chicos reality' divididos en dos grupos con el objetivo de enfrentarse a desafíos, desde armar torres de vasitos de plástico hasta completar un circuito de obstáculos.
- Responden a un estereotipo de belleza: Alexander Huerta Mercado afirma que los 'chicos reality' responden a arquetipos de belleza física de la

sociedad occidental, dentro del modelo del Apolo Griego o de la Venus de Milo (con sus respectivas variaciones). Prueba de ello es que los hombres se caracterizan por tener un cuerpo esculpido (algunos presentan exceso de musculatura que trae rumores sobre el uso de anabólicos) y las mujeres dejan ver a través de sus diminutos uniformes su delgadez, un busto generoso y un trasero bien trabajado.

- Comparten las mismas vivencias que sus fanáticos De acuerdo con Alexander, los 'chicos reality' tienen las mismas vivencias juveniles de su audiencia. Por ejemplo, los romances. La vida sentimental de un 'chico reality' interesa, al punto de que la prensa se dedica a confirmar o desmentir relaciones.
- No tienen vida privada: Están condenados al ojo público. Los chicos y chicas reality venden, por lo tanto, es rentable hacerlos protagonistas de noticias para ganar un par de clics. Si no tienen escándalos públicos, sus redes sociales son bastante útiles para conseguir información. Así es como se sabe a dónde viajaron, con quiénes pasaron sus vacaciones, qué comieron, si está embarazada o si está gorda, o muy flaca, y un largo etcétera.
- Son admirados por el público: Para Alexander Huerta Mercado los 'chicos reality' son admirados por tres razones. La primera es por su físico: debido a que el cuerpo de estos personajes funciona como un elemento simbólico de prestigio. "La consecución de este cuerpo producido es difícil, implica tiempo, inversión y una predisposición que lo convierte en algo que es visto como especial y diferente en la sociedad", apunta. La segunda razón es porque se les considera exitosos y emprendedores. Son jóvenes que han logrado independencia económica, concretar negocios y facturar ingresos considerablemente altos (mucho se dice sobre el sueldo de un chico reality, pero lo cierto es que no es poco). La tercera razón es porque han sido capaces de salir del anonimato gracias a su popularidad, la cual se sustenta en su apariencia, en su desenvolvimiento frente a una cámara y en el papel que cumplen dentro de la historia del programa.

C. Adolescencia y Trastornos Alimenticios

C.1 Adolescencia

Pineda y Aliño (2011) define “La adolescencia es una etapa entre la niñez y la edad adulta, que cronológicamente se inicia por los cambios puberales y se caracteriza por las profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, muchas de ellas generadoras de crisis, conflictos y contradicciones, pero esencialmente positivos. No es solamente un periodo de adaptación a los cambios corporales, sino una fase de grandes determinaciones hacia una mayor independencia psicológica y social”

La Organización Mundial de la Salud en el año 1995 establece los límites cronológicos de la adolescencia para el nuevo milenio entre los 10 y 19 años, considerando dos fases: adolescencia temprana de 10 a 14 años y la adolescencia tardía de 15 a 19 años. El comienzo coincide con la edad aproximada en que se inician las modificaciones sexuales secundarias, mientras que su culminación depende de factores socioculturales”.

La adolescencia es un periodo dinámico y multidimensional en el cual ocurren transformaciones tanto biológicas como psicosociales, orientadas todas ellas a lograr el desarrollo de la niñez al inicio de la vida adulta; estos cambios poseen características particulares que se describen a continuación

Pineda y Aliño (2011) establecen las características generales de la adolescencia como:

Crecimiento corporal dado por el aumento de peso, estatura y cambios de la forma y dimensiones corporales. Al momento de mayor aceleración de la velocidad de crecimiento es en esta etapa, se denomina estirón puberal.

Aumento de la masa muscular y la fuerza muscular, más marcado en el varón, acompañado de un aumento en la capacidad de transportación de oxígeno, incremento de los mecanismos amortiguadores de la sangre que permiten neutralizar de manera más eficiente los productos químicos derivados de la actividad muscular, también se produce un incremento y maduración de los

pulmones y el corazón, teniendo por tanto un mayor rendimiento y recuperación más rápida frente al ejercicio físico

Incremento de la velocidad de crecimiento, los cambios en la forma y dimensiones corporales, los procesos endocrino-metabólicos y la correspondiente maduración, no siempre ocurren de manera armónica, por lo que es común que presenten torpeza motora, descoordinación, fatiga, trastornos del sueño, que pueden generar trastornos emocionales y conductuales de manera transitoria.

Maduración de los órganos sexuales, la aparición de los caracteres sexuales secundarios y el inicio de la capacidad reproductiva

Los aspectos psicosociales están integrados en una serie de características y comportamientos que en mayor o menor grado están presentes durante esta etapa que son:

- Búsqueda en sí mismos y de su identidad, necesidad de independencia
- Tendencia grupal
- Evolución del pensamiento concreto al abstracto. Las necesidades intelectuales y la capacidad de utilizar el conocimiento alcanzan su máxima eficiencia
- Manifestaciones y conductas sexuales con el desarrollo de la identidad sexual
- Contradicciones en las manifestaciones de su conducta y constantes fluctuaciones de su estado anímico
- Relaciones conflictivas con los padres que oscilan entre dependencia y necesidad de separación de los mismos

C.2 Trastornos alimenticios

Los trastornos de la conducta alimentaria o trastornos alimenticios son una de las patologías psiquiátricas más frecuentes y preocupantes en la adolescencia por su alto índice de mortalidad. Este término se les brinda a las desviaciones de la normalidad en cuanto a la alimentación y se encuentran enfermedades como la anorexia y bulimia que representan uno de los índices más altos en mortalidad de jóvenes y adolescentes en el último siglo. Desde el punto de vista social nuestra sociedad contribuye de manera despreocupada e irresponsable a la existencia de esta enfermedad- a sus inicios y mantenimiento- ya que tolera los frecuentes mensajes mediáticos que transmiten un modelo físico ideal inalcanzable. (Mejía & Mesa, M., 2003)

Según Cash y Brown (1987) determinan que las alteraciones físicas se pueden dar por distintos motivos como:

Alteración cognitiva y afectiva: insatisfacción con el cuerpo, sentimientos negativos que nuestro cuerpo suscita.

Alteraciones perceptivas que conducen a la distorsión de la imagen corporal. Inexactitud con que se estima el cuerpo, su tamaño y su forma.

Se determina que las consecuencias de los trastornos alimenticios se pueden visualizar en los siguientes niveles: (Rosen, 1995)

Nivel psicofisiológico: respuestas de activación del Sistema Nervioso Autónomo (sudor, temblor, dificultades de respiración, etc.).

Nivel conductual: conductas de evitación, camuflaje, rituales de comprobación y tranquilización, realización de dieta, ejercicio físico, etc.

Nivel cognitivo: preocupación intensa, creencias irracionales, distorsiones perceptivas sobreestimación y subestimación, auto verbalizaciones negativas sobre el cuerpo. Las preocupaciones pueden ser patológicas, obsesivas, sobrevaloradas e incluso delirantes.

Nivel emocional: insatisfacción, asco, tristeza, vergüenza, etc.

A nivel cognitivo, se ha identificado los principales esquemas cognitivos relacionados con la imagen corporal y que se presentan en las personas con insatisfacción de la imagen corporal: (Cash & Brown, 1987)

- La gente atractiva lo tiene todo.
- La gente se da cuenta de lo erróneo de mi apariencia en primer lugar.
- La apariencia física es signo de cómo soy interiormente.
- Si pudiera cambiarme como deseo, mi vida sería mucho mejor.
- Si la gente supiera como soy realmente a ellos no les gustaría.
- Si controlo mi apariencia, podré controlar mi vida social y emocional.
- Mi apariencia es responsable de muchas cosas que ocurren en mi vida.
- Debería saber siempre cómo parecer atractivo.
- El único modo en el que me podría gustar mi apariencia es modificándola.

a. Anorexia

Considerando que en la presente investigación se busca explorar la influencia de los programas de reality de competencia peruanos sobre los trastornos de conducta alimentaria, empezaremos por revisar teorías ya validadas de dicha problemática:

Según Turón (2008) explica que las personas con este trastorno se niegan a mantener su cuerpo con un peso situado dentro de los límites de la normalidad, tienen mucho miedo de ganar peso o de llegar a ser obesas y están exageradamente preocupadas por su figura. Además, la valoración que hacen de sí mismas como personas viene determinada por la opinión sobre su cuerpo.

La anorexia nerviosa está ligada al sexo femenino de manera rotunda: un 90-95% de las personas afectadas son mujeres y la edad suele estar entre los 12 y los 25 años, y es más frecuente entre los 12 y los 17. La OMS (Organización Mundial de la Salud) ha clasificado la anorexia y la bulimia como trastornos mentales y del comportamiento.

En la Anorexia se producen los siguientes cambios:

Cambios cognitivos: distorsiones cognitivas sobre el peso y la ingesta, alteración de la imagen corporal (sigue encontrándose gorda a pesar de haber perdido peso)

Cambios conductuales: dieta restrictiva autoimpuesta, frecuente provocación de vómitos, uso abusivo de laxantes (estas conductas son más frecuentes si la Anorexia cursa con episodios de Bulimia); elevado interés por la gastronomía, hiperactividad, relaciones familiares gravemente alteradas, importante retraimiento social.

Cambios biológicos: alteración del sistema hipotalámico y endócrino que tiene como consecuencia la aparición de la amenorrea. Desaparecen las curvas típicas femeninas, piel seca, pérdida de pelo, bradicardia, hipotensión, baja temperatura, deshidratación.

Se encuentran casos de anorexia nerviosa desde el siglo XIV, con descripciones clínicas de ayunos debido a creencias religiosas o místicas. Es a partir del siglo XX cuando es identificada como una enfermedad psicosocial.

El término anorexia nerviosa se le acuña a Sir William Gull quien en 1870 le asigna este nombre al trastorno alimenticio nervioso que se origina como falta de apetito, amenorrea y adelgazamiento extremo. La enfermedad inicia con la restricción voluntaria de alimentos para perder peso, al conseguir una pérdida significativa de peso el descontento con el cuerpo aumenta y se someten a dietas más restrictivas, llevando estos comportamientos al límite

b. Bulimia

Turón (2008) desarrolla el tema de la bulimia definiéndola como un trastorno de la conducta alimentaria que se caracteriza por episodios de atracones (ingesta voraz e incontrolada), en los que se ingiere una gran cantidad de alimento en poco espacio de tiempo y generalmente en secreto. Las personas afectadas intentan compensar los efectos de las sobreingesta mediante vómitos autoinducidos y / u otras maniobras de purga o aumento de la actividad física.

Muestran preocupación enfermiza por el peso y la figura, pero no se producen necesariamente alteraciones en el peso, ya que tanto pueden presentar peso normal, como bajo peso o sobrepeso. La bulimia nerviosa suele ser un trastorno oculto, fácilmente pasa desapercibido, y se vive con sentimientos de vergüenza y culpa. Por este motivo la persona afectada suele pedir ayuda cuando el problema ya está avanzado.

La bulimia es una enfermedad conocida desde los años 50 donde la población obesa ingería grandes cantidades de comida para luego devolverlas en vomito. Es en los años 70 donde se comienza a establecer a la bulimia como una enfermedad psicosocial ligada a la anorexia y al final de esos años recién se le considero una enfermedad independiente.

El término es acuñado por el médico estadounidense Russel quien la describió minuciosamente y la calificó como una variante de la anorexia.

Esta enfermedad al igual que la anorexia empieza con la restricción voluntaria de la comida, pero después de un periodo de pérdida de peso empiezan los atracones. El descontrol genera remordimiento y esto hace que se provoquen el vómito.

Herman y Polivy (2013) explican que, la prohibición de las dietas suele precipitar la ansiedad de comer precipitadamente los alimentos prohibidos y al mismo tiempo esta prohibición hace que las personas coman con remordimientos. Para cerrar este círculo el remordimiento favorece la voracidad y compulsión de comer.

Se clasifica a la bulimia en dos tipos: (Muriel, 2012)

-Tipo purgativo: durante el periodo de bulimia, el enfermo se provoca regularmente el vómito o utiliza laxantes, diuréticos o enemas

-Tipo no purgativo: Durante el periodo de bulimia, el enfermo recurre a conductas compensatorias erróneas como el ayuno o el ejercicio intenso.

Al igual que los demás trastornos alimenticios, tienen origen socio cultural y prima sobre todo el ideal de belleza femenina que influye en la población a través de los medios de comunicación.

c. Ortorexia:

La ortorexia es un nuevo trastorno alimenticio que se trata de una conducta alimentaria que consiste en la obsesión por la comida sana y obliga a seguir una dieta que excluye la carne, las grasas, los alimentos cultivados con pesticidas o herbicidas y las sustancias artificiales que pueden dañar el organismo. Los pacientes suelen ser tan estrictos que incluso se sienten culpables cuando lo incumplen y se castigan con dietas y ayunos aún más rígidos. Suele manifestarse en personas con comportamientos obsesivo-compulsivos y predispuestos genéticamente a ello. Se ha observado también, que muchos pacientes que han sufrido anorexia nerviosa, al recuperarse optan por introducir en su dieta sólo alimentos de origen natural. (Herman & Polivy, 2013)

2.3. Hipótesis

La imagen física proyectada en el contenido visual de los programas de reality de competencia en la televisión peruana influye directamente en el desarrollo de trastornos alimenticios en las adolescentes en 2017.

2.4. Variables

- **Variable Independiente:**

Imagen física proyectada en el contenido visual de los programas de reality de competencia en la televisión peruana

- **Variable Dependiente:**

Trastornos alimenticios en las adolescentes

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1 Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

| Variable | Definición Conceptual | Dimensiones | Indicadores |
|---|---|--|---|
| X: Imagen física proyectada en los programas de reality de competencia en la televisión peruana | Imagen física proyectada por los concursantes de los programas de reality de competencia en el Perú, que imponen los cánones de belleza | Imagen Física Contenido de Realities Show | Perceptivos Cognitivos Conductuales Grado de exposición Contexto Frecuencia Duración Medio |
| Y: Trastornos alimenticios en las adolescentes del colegio María Negrón en el año 2017 | Patologías psiquiátricas que derivan en desviaciones de la normalidad en cuanto a la alimentación | Trastornos alimenticios en adolescentes | Patrones de referencia Actitudes con la alimentación Comportamientos compulsivos |

Nota de la tabla: Elaboración propia.

3.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación del presente estudio es no experimental, de tipo descriptivo, de corte transversal - correlacional causal; es descriptivo, porque está dirigido a obtener información de los adolescentes estudiantes y se presentan los datos de manera objetiva; es transversal, porque la información se obtendrá en un solo momento y en un tiempo determinado; y es correlacional – causal, porque determina el grado de relación que existe en torno a la variable independiente: imagen física proyectada en los programas de reality de competencia y la variable dependiente: trastornos alimenticios en adolescentes.

| Estudio | T1 |
|---|----|
| 72 ADOLESCENTES MUJERES DE 14-16 AÑOS DEL COLEGIO MARIA NEGRON UGARTE | 0 |

3.3 Unidad de estudio

Adolescentes de sexo femenino de 5to año de secundaria del colegio María Negrón Ugarte Trujillo La Libertad.

3.4 Población

La Población de la presente investigación está representada por:

- **Población A:** 72 adolescentes mujeres de 14 a 16 años del colegio “María Negrón Ugarte” Trujillo La Libertad.
- **Población B:** Realities show de competencia “Esto es Guerra” y “Combate”

3.5 Muestra (muestreo o selección)

La muestra de la presente investigación está determinada por:

Muestra A: Está representado 100% de población de los 5 salones del 5to año del colegio MARIA NEGRO UGARTE, es decir, 72 adolescentes del sexo femenino.

Muestra B: Está representado por los capítulos finales de las temporadas de Combate y Esto es Guerra.

3.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Para la realización de la investigación se aplicaron dos test: SATAQ3, para determinar la influencia de los medios de comunicación en los comportamientos adolescentes y el EAT 26 que determinó la presencia de trastornos alimenticios en adolescentes. Asimismo, se utilizaron guías de observación para analizar el contenido visual de los programas realities y su discurso.

3.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

A. Guía de Observación

| GUIA DE OBSERVACION | | |
|--|--|--|
| FICHA: CAPITULO FINAL DE 14º TEMPORADA DE EEG- COMPETENCIA DE VERDAD | | |
| IMAGEN FISICA | PERCEPTIVOS (PESO, TAMAÑO Y FORMA DE CUERPO) | |
| | COGNITIVOS | |
| | CONDUCTUALES | |
| CONTENIDO DE REALITY | CONTEXTO | |
| | GRADO DE EXPOSICION | |
| | FRECUENCIA | |
| | DURACION | |

Figura 1 Guía de Observación – EEG

Nota de la tabla: Elaboración Propia

| GUIA DE OBSERVACION | | |
|--|---|--|
| FICHA: CAPITULO FINAL DE 15° TEMPORADA DE COMBATE 21-12-2017 | | |
| IMAGEN FISICA | PERCEPTIVOS (PESO, TAMAÑO Y FORMA DE CUERPO) | |
| | COGNITIVOS | |
| | CONDUCTUALES | |
| CONTENIDO DE REALITY | CONTEXTO | |
| | GRADO DE EXPOSICION | |
| | FRECUENCIA | |
| | DURACION | |

Figura 2 Guía de Observación - Combate

Nota de la tabla: Elaboración Propia

B. Test

INSTRUCCIÓN: LEE CADA ITEM Y SEÑALA EL NUMERO QUE REFLEJE MEJOR TU REALIDAD

| | |
|---|--------------------------------|
| 1 | DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO |
| 2 | EN DESACUERDO |
| 3 | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO |
| 4 | DE ACUERDO |
| 5 | DEFINITIVAMENTE DE ACUERDO |

| ENUNCIADO | INDICADORES | | | | |
|---|-------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Los programas realities de competencia son una fuente importante para buscar información sobre moda y ser atractiva | | | | | |
| Me siento presionada por los programas realities de competencia para bajar de peso | | | | | |
| Comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas de los programas realities | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| No me siento presionado por los programas realities de competencia para sentirme atractiva | | | | | |
| No me siento presionado por los programas realities de competencia para sentirme atractiva | | | | | |
| Quisiera que mi cuerpo sea como las modelos de reality de televisión | | | | | |
| Comparo mi apariencia con la de las personas de los programa reality | | | | | |
| Me siento presionada por el contenido de los programa reality para ser mas delgada | | | | | |
| No comparo mi cuerpo con los cuerpos que aparecen en las revistas | | | | | |
| Me siento presionada por el contenido que se muestra en los programas reality para tener un cuerpo perfecto | | | | | |
| Me siento presionada por el contenido de los programas reality para hacer dietas | | | | | |
| Comparo mi cuerpo con el de las personas que dicen estar en forma | | | | | |
| Me siento presionada por lo que muestran los chicos reality para ejercitarme | | | | | |
| Desearía verme como los chicos reality, atletas o estrellas deportivas | | | | | |
| Comparo mi cuerpo con el de las personas que se ven atléticas | | | | | |
| Me siento presionada por los programas reality para cambiar mi apariencia | | | | | |
| No trato de verme como las personas de los programas reality | | | | | |
| Las personas famosas son un referente importante al momento de sentirme atractiva | | | | | |

Figura 3 Test para determinar influencia de medios de comunicación en la percepción de la apariencia física (SATAQ-3)

Nota de la tabla: Elaboración Propia

| | |
|---|--------------------------------|
| 1 | DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO |
| 2 | EN DESACUERDO |
| 3 | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO |
| 4 | DE ACUERDO |
| 5 | DEFINITIVAMENTE DE ACUERDO |

| ENUNCIADO | INDICADORES | | | | |
|---|-------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Te atterra el sobrepeso | | | | | |
| Evita comer cuando tiene hambre | | | | | |
| Te preocupas por la comida | | | | | |
| Abusas de la comida y no puedes parar de comer | | | | | |
| Cortas tu comida en pedazos pequeños | | | | | |
| Es consciente del volumen de calorías que ingieres | | | | | |
| Evitas las comidas ricas en carbohidratos como arroz, pan, papa | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| Sientes que los demás quisieran que comieras mas | | | | | |
| Vomitas después de comer | | | | | |
| Te sientes culpable después de comer | | | | | |
| Estas preocupada por ser más delgada | | | | | |
| Al hacer ejercicio tu objetivo es quemar calorías | | | | | |
| Otras personas piensan que estas demasiado delgada | | | | | |
| Estas preocupada con la idea de tener grasa en el cuerpo | | | | | |
| Tardas más tiempo que otros comiendo | | | | | |
| Evitas las comidas con azúcar | | | | | |
| Sientes que la comida controla tu vida | | | | | |
| Tienes autodominio al comer | | | | | |
| Sientes que otros te presionan al comer | | | | | |
| Pasas demasiado tiempo pensando y ocupándote de la comida | | | | | |
| Me gusta sentir el estómago vacío | | | | | |

Figura 4 Test para determinar la presencia de trastornos alimenticios (EAT-26)

Nota de la tabla: Elaboración Propia

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

A. Resultados de los test aplicados

Tabla 3

Los programas realities de competencia son una fuente importante para buscar información sobre moda y ser atractiva

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 18% |
| EN DESACUERDO | 17% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 29% |
| DE ACUERDO | 32% |
| DEFINITIVAMENTE DE ACUERDO | 4% |

Nota: De acuerdo a los resultados de la encuesta el 32% de la muestra se encuentra de acuerdo con que los programas de televisión son una fuente importante para buscar información sobre moda y ser atractivas, el 29% de la muestra no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 4% se encuentra definitivamente de acuerdo con la premisa, el 17% está en desacuerdo y el 18% se encuentra definitivamente en desacuerdo. En conclusión, el 79 % de la población si encuentra la televisión como fuente importante de información de moda y sentirse atractivo.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

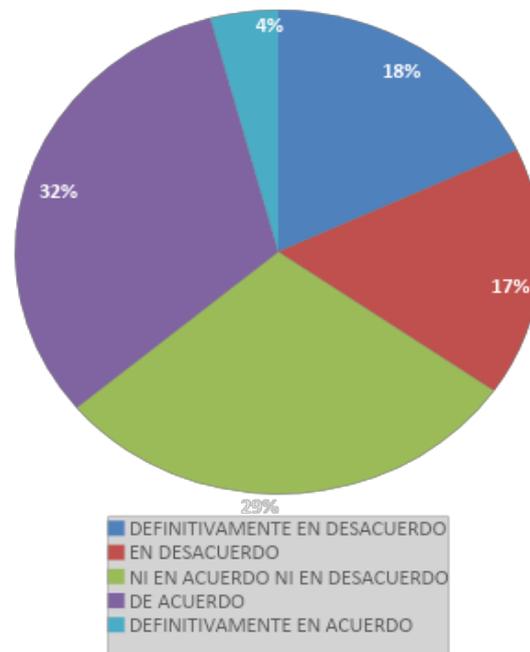


Figura 5 Los programas realities de competencia son una fuente importante para buscar información sobre moda y ser atractiva

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 4

Me siento presionada por los programas realities de competencia para bajar de peso

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 18% |
| EN DESACUERDO | 17% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 30% |
| DE ACUERDO | 32% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 3% |

Nota: De acuerdo a los resultados del test el 32% de la muestra se encuentra de acuerdo con que se sienten presionadas por la televisión y revistas para bajar de peso, el 30% de la

muestra no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 18% se encuentra definitivamente en desacuerdo con la premisa, el 17% está en desacuerdo y el 3% se encuentra definitivamente de acuerdo. En conclusión, el 65% de la población si se siente presionada por la televisión o revistas para bajar de peso.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

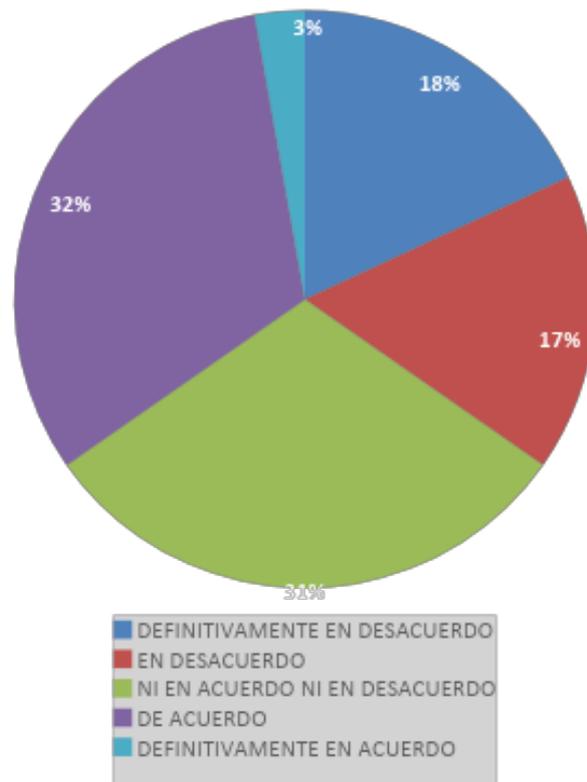


Figura 6 Me siento presionada por los programas realities de competencia para bajar de peso

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 5

Comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas de los programas realities de competencia

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 4% |
| EN DESACUERDO | 22% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 18% |
| DE ACUERDO | 34% |
| DEFINITIVAMENTE DE ACUERDO | 22% |

Nota: De acuerdo a los resultados del test 34% de la muestra ha comparado su cuerpo con el cuerpo de personas de la televisión, 22% está definitivamente de acuerdo con la premisa, el 18% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, otro 22% se encuentra en desacuerdo y el 4% se encuentra definitivamente en desacuerdo con comparar sus cuerpos con cuerpos de personas de la televisión. En conclusión, el 74 % de la población alguna vez ha comparado su cuerpo con el cuerpo de artistas de la televisión.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

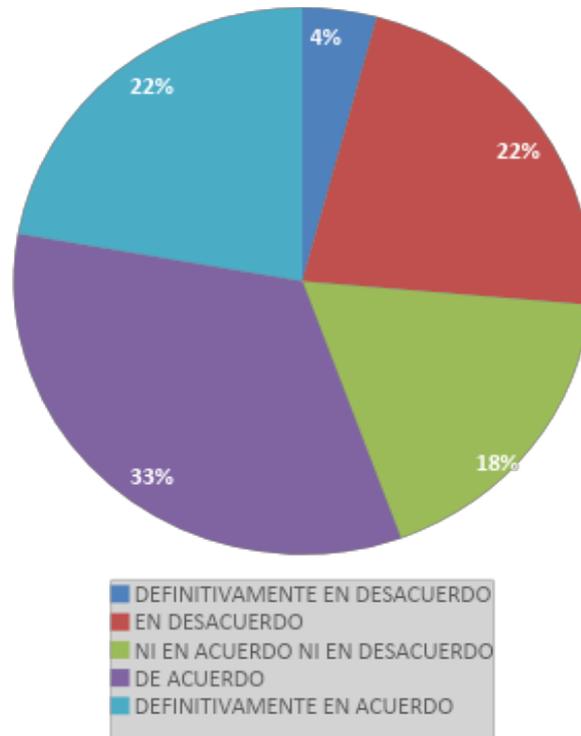


Figura 7 Comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas por los programas realities de competencia

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 6

No me siento presionado por los programas realities de competencia para sentirme atractiva

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 18% |
| EN DESACUERDO | 33% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 25% |
| DE ACUERDO | 14% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 10% |

Nota: De acuerdo a los resultados del test el 33% se encuentra en desacuerdo con que no se sienten presionadas por la televisión o revistas para sentirse atractivas, el 25% no se encuentra ni en acuerdo ni en desacuerdo con la premisa, 18% está definitivamente en desacuerdo, 14% se encuentra de acuerdo mientras solo el 10% está definitivamente de acuerdo. En conclusión, el 76% de la población está en desacuerdo con que el contenido que se muestra en la televisión no presiona a las jóvenes para sentirse más atractivas.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

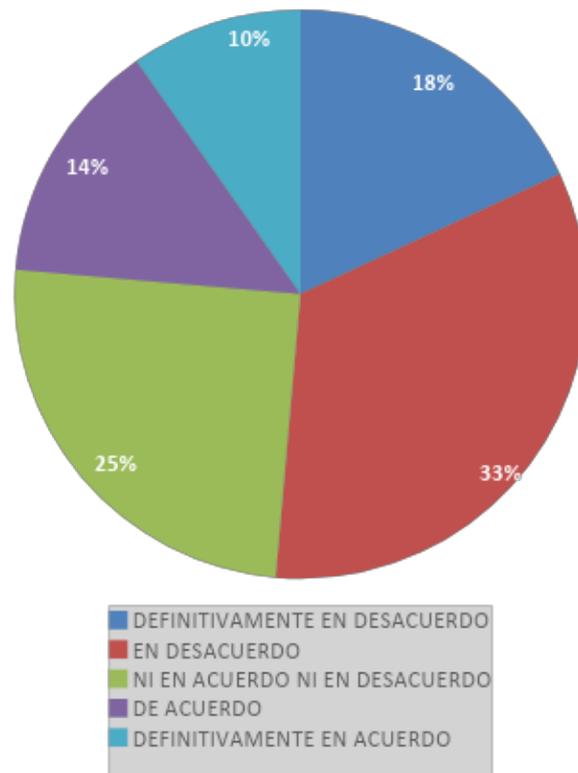


Figura 8 No me siento presionado por los programas realities de competencia para sentirme atractiva

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 7

Quisiera que mi cuerpo sea como las modelos de reality de televisión

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 8% |
| EN DESACUERDO | 22% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 25% |
| DE ACUERDO | 27% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 18% |

Nota: Según resultados del test, el 27% de la población quisiera que sus cuerpos fueran como el de las modelos de *reality* de la televisión, el 25% no está en acuerdo ni en desacuerdo, el 22% está en desacuerdo, el 18% está definitivamente de acuerdo con que quisieran que sus cuerpos fueran como el de las modelos y el 8% está definitivamente en desacuerdo. En conclusión, el 70% de la población quisiera que su cuerpo fuera con el de las modelos de *reality* de la televisión.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

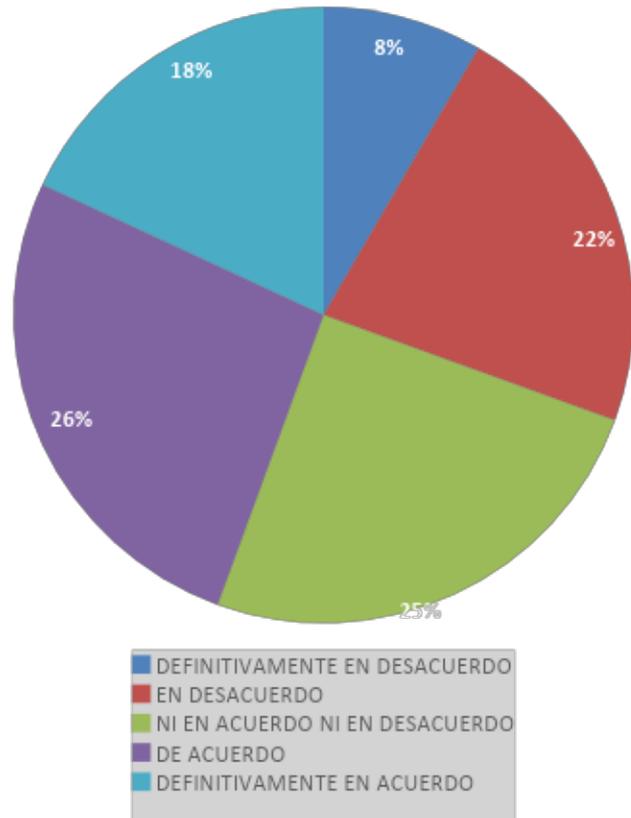


Figura 9 Quisiera que mi cuerpo sea como las modelos de reality de televisión

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 8

Comparo mi apariencia con las personas de los programas realities de competencia

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 21% |
| EN DESACUERDO | 14% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 18% |
| DE ACUERDO | 43% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 4% |

Nota: Según resultados del test, el 43% se encuentra de acuerdo con que alguna vez han comparado su apariencia con las personas de la televisión o estrellas de cine, el 21% está definitivamente en desacuerdo con la premisa, el 18% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 14% está en desacuerdo con la premisa y el 4% está definitivamente de acuerdo. En conclusión más del 50% de la población ha comparado alguna vez su apariencia con las personas de la televisión o estrellas de cine.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

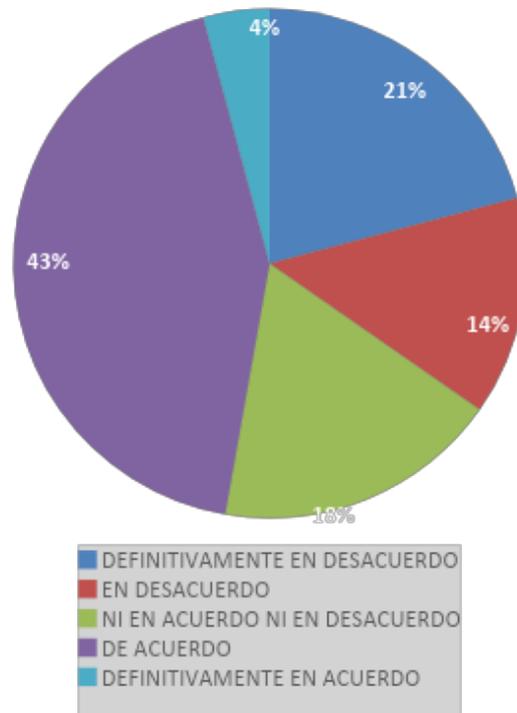


Figura 10 Comparo mi apariencia con las personas de los programas realities de competencia

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 9

Me siento presionada por los programas realities de competencia para ser delgada

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 11% |
| EN DESACUERDO | 21% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 24% |
| DE ACUERDO | 39% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 5% |

Nota: Según resultados del test, el 39% de la población está de acuerdo con que siente presión por el contenido de la televisión o revistas para estar delgada. El 24% no está de acuerdo ni en desacuerdo con que el contenido visual de la televisión incita a ser delgadas. El 21% se encuentra en desacuerdo con que el contenido de la televisión incita a estar delgadas. El 11% está definitivamente en desacuerdo y el 5% se encuentra definitivamente de acuerdo. Entonces el 44% de la población coincide con que el contenido visual de la televisión si incita a estar delgadas, mientras un 24% se encuentra en duda y el 32% no cree que el contenido de la televisión incite a estar delgadas.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

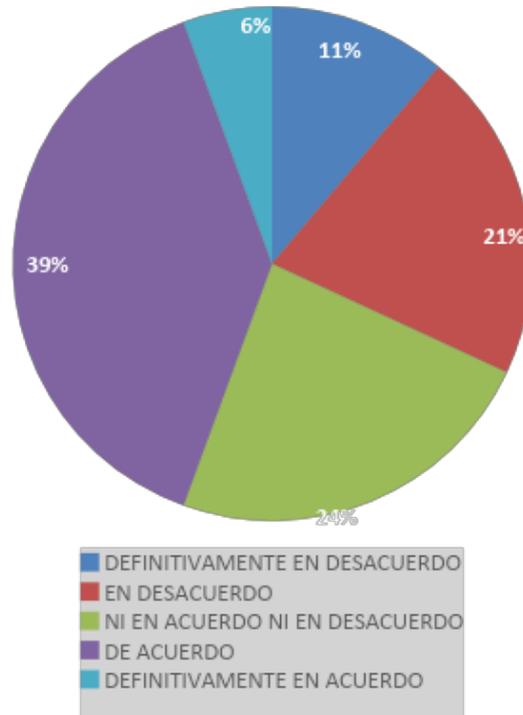


Figura 11 Me siento presionada por los programas realities de competencia para ser delgada

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 10

No comparo mi cuerpo con los cuerpos que aparecen en las revistas

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 18% |
| EN DESACUERDO | 12% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 28% |
| DE ACUERDO | 29% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 13% |

Nota: Según resultados del test, el 29% de la población no compara su cuerpo con el que aparecen en las revistas, el 28% no está de acuerdo ni en desacuerdo con esta premisa, el 12% si compara su cuerpo con el de las revistas, el 18% definitivamente si compara su cuerpo con el de las revistas y el 13% no lo hace definitivamente. Por lo tanto, el 30% si compara su cuerpo con el de las revistas, el 42% de la población dice que no lo hace y el 28% se encuentra en duda ante la pregunta.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

x

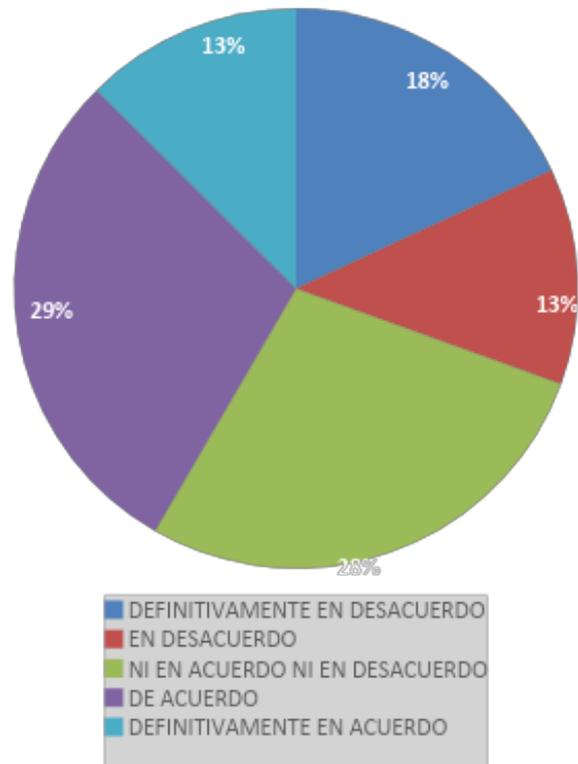


Figura 12 No comparo mi cuerpo con los cuerpos que aparecen en las revistas

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 11

Me siento presionado por los programas realities de competencia para tener el cuerpo perfecto

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 10% |
| EN DESACUERDO | 11% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 25% |
| DE ACUERDO | 25% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 29% |

Nota: Según resultados del test, el 29% está definitivamente de acuerdo con que la televisión y las revistas imponen un cuerpo perfecto, el 25% está de acuerdo que la televisión y revistas presionan a las jóvenes para un estándar de cuerpo perfecto, el 25% no está en acuerdo ni en desacuerdo con la premisa, el 11% está en desacuerdo y el 10% está definitivamente en desacuerdo con que la televisión presiona a las jóvenes a tener un cuerpo perfecto. Por lo tanto, el 54% está de acuerdo con que existe en la televisión un estándar de cuerpo perfecto que presiona a las jóvenes a tenerlo, mientras el 21% no está de acuerdo con esto y el 25% se encuentra en duda.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

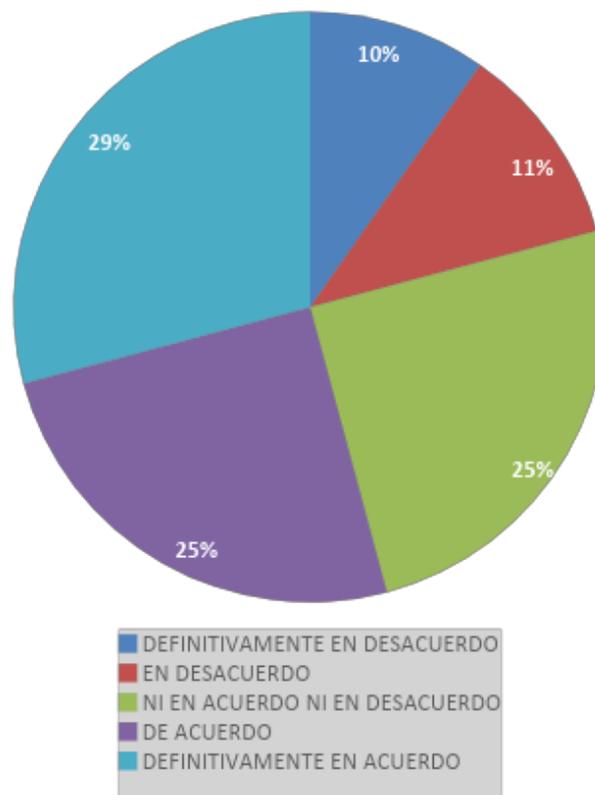


Figura 13 Me siento presionado por los programas realities de competencia para tener el cuerpo perfecto

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 12

Me siento presionado por los programas realities de televisión para ponerme a dieta

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 23% |
| EN DESACUERDO | 17% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 24% |
| DE ACUERDO | 33% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 3% |

Nota: Según resultados del test, el 33% de la población se siente presionada por la televisión para de alguna forma ponerse a dieta, el 3% está definitivamente de acuerdo con que los contenidos de la televisión te presionan a ponerte a dieta, el 17% está en desacuerdo y el 23% está definitivamente en desacuerdo. Mientras un 24% está en duda. El 36% de la población si cree que la televisión muestra contenidos que te presionan a estar a dieta, mientras el 40% no lo cree. El 24% se encuentra en duda.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

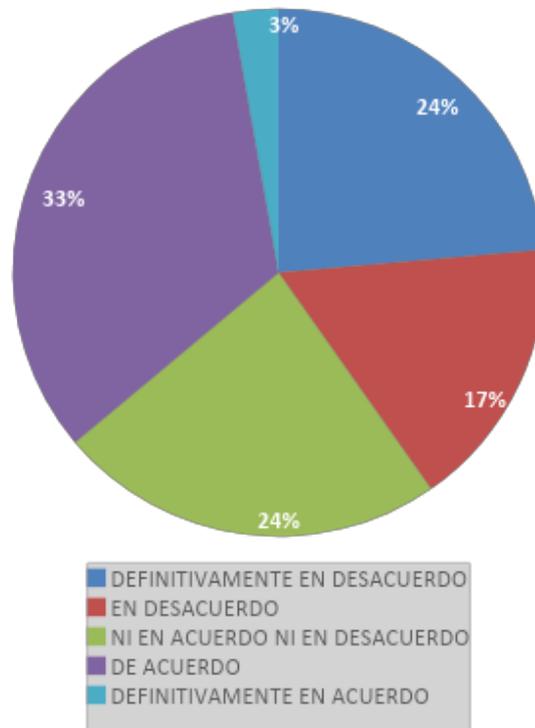


Figura 14 Me siento presionado por los programas realities de televisión para ponerme a dieta

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 13

Comparo mi cuerpo con las personas que dicen estar en forma

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 3% |
| EN DESACUERDO | 19% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 24% |
| DE ACUERDO | 30% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 24% |

Nota: Según los datos obtenidos del test, el 30% de la población está de acuerdo con que compara su cuerpo con las personas que están en forma, mientras el 24% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, otro 24% está definitivamente de acuerdo, el 19% está en desacuerdo y el 3% está definitivamente de en desacuerdo. Es decir el 54 % ha comparado su cuerpo con el de las personas que dicen estar en forma, mientras el 22% no ha hecho.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

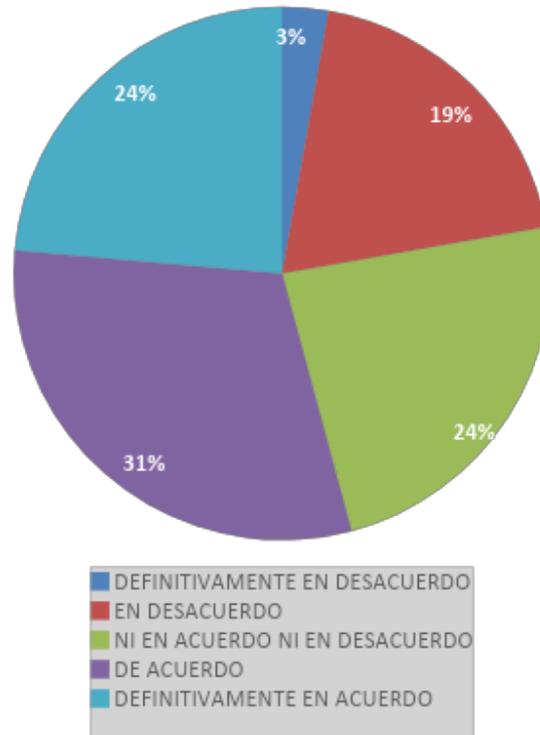


Figura 15 Comparo mi cuerpo con las personas que dicen estar en forma

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 14

Me siento presionado por lo que se ve en los programas realities de competencia para ejercitarme

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 7% |
| EN DESACUERDO | 26% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 28% |
| DE ACUERDO | 28% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 11% |

Nota: El 28% está de acuerdo con que se siente presionado por lo que ve en la televisión y en revistas para ejercitarse, el 26% está en desacuerdo, el 28% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 11% está definitivamente de acuerdo en que se ejercita por lo que ve en la televisión y el 7% está definitivamente en desacuerdo. Por lo tanto, 39% de las jóvenes se ejercita incitadas por lo que ve en la televisión, el 28% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 18% dice que no se ejercita por lo que ve en la televisión.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

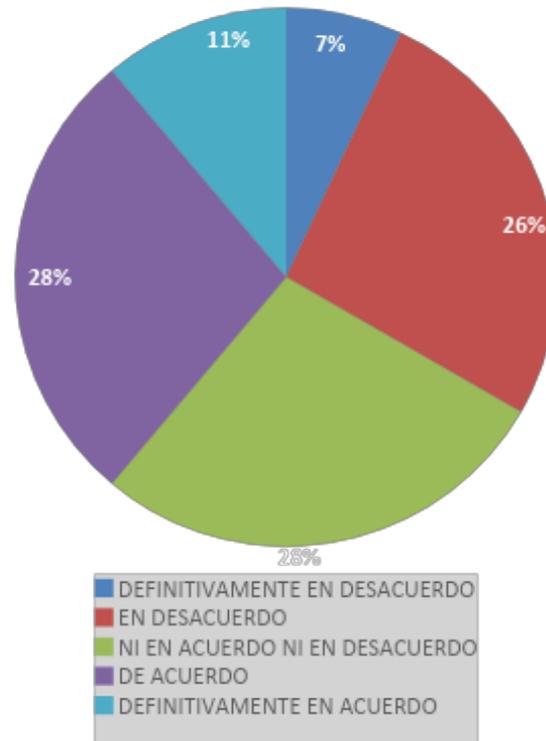


Figura 16 Me siento presionado por lo que se ve en los programas realities de competencia para ejercitarme

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 15

Desearía verme como los atletas y las estrellas deportivas

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 7% |
| EN DESACUERDO | 21% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 22% |
| DE ACUERDO | 26% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 24% |

Nota: De acuerdo al test, el 26% está de acuerdo con que desearía verse como los atletas o estrellas deportivas, el 24% está definitivamente de acuerdo con la premisa, el 22% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 21% no quiere verse como los atletas o figuras deportivas y 7% definitivamente no quieren verse igual que las figuras deportivas. Por lo tanto, el 50% de la población encuestada quiere verse como las figuras deportivas, mientras el 28% no quiere verse como tales figuras y el 22% está en duda.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

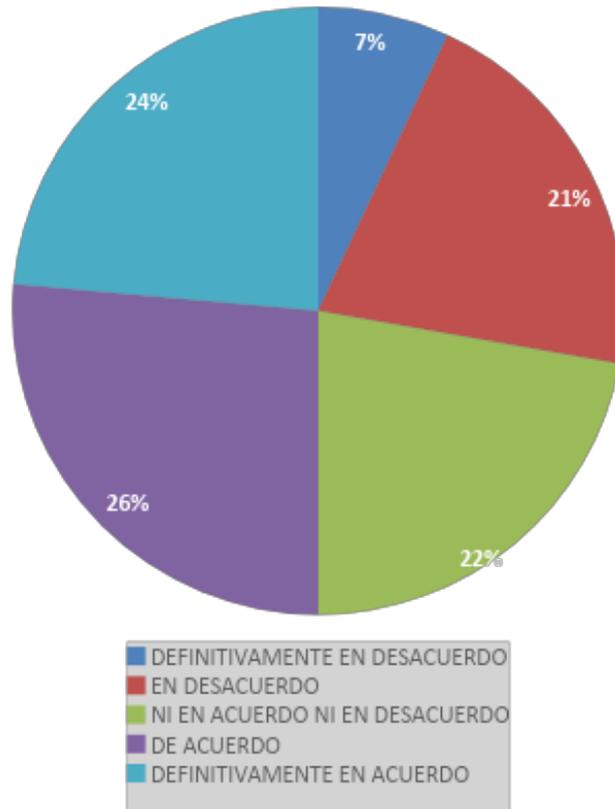


Figura 17 Desearía verme como los atletas y las estrellas deportivas.

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 16

Comparo mi cuerpo con las personas que se ven atléticas

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 1% |
| EN DESACUERDO | 18% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 29% |
| DE ACUERDO | 35% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 17% |

Nota: De acuerdo al test, el 35% está de acuerdo con que compara su cuerpo con las personas que ven atléticas, el 17% está definitivamente de acuerdo con la premisa, el 29% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 18% no compara su cuerpo con las personas que se ven atléticas y 1% definitivamente no lo hace. Por lo tanto, el 52% de la población encuestada compara su cuerpo con las personas que se ven atléticas, mientras el 19% no lo hace y el 29% está en duda.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

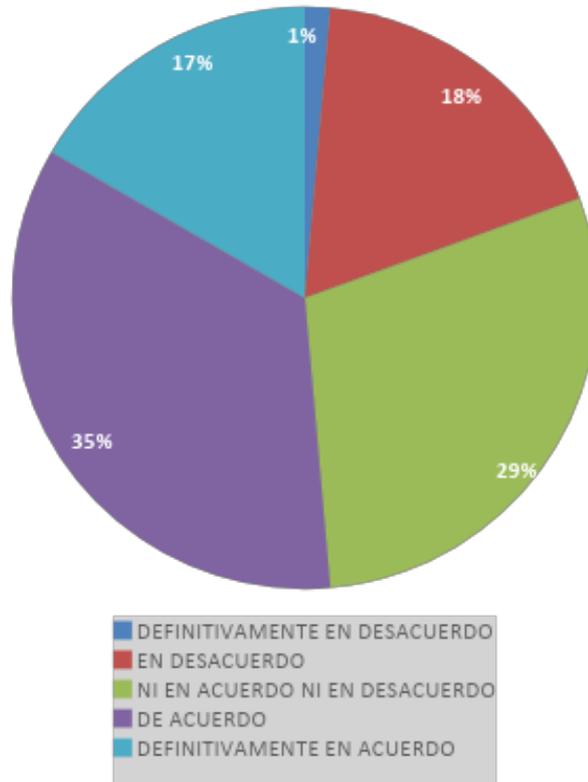


Figura 18 Comparo mi cuerpo con las personas que se ven atléticas

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 17

Me siento presionado por los programas realities de competencia para cambiar mi apariencia

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 22% |
| EN DESACUERDO | 14% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 25% |
| DE ACUERDO | 26% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 13% |

Nota: Según los resultados el test aplicado, el 26% está en de acuerdo con la premisa que se siente presionada por la televisión y las revistas para cambiar su apariencia, el 14% está en desacuerdo, el 25% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 22% está definitivamente en desacuerdo con la premisa que se siente presionada por la televisión y las revistas para cambiar su apariencia y el 13% está definitivamente de acuerdo. Por lo tanto, el 39% de la población si se siente presionada por la televisión para cambiar su apariencia, mientras un 36% no lo hace.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte

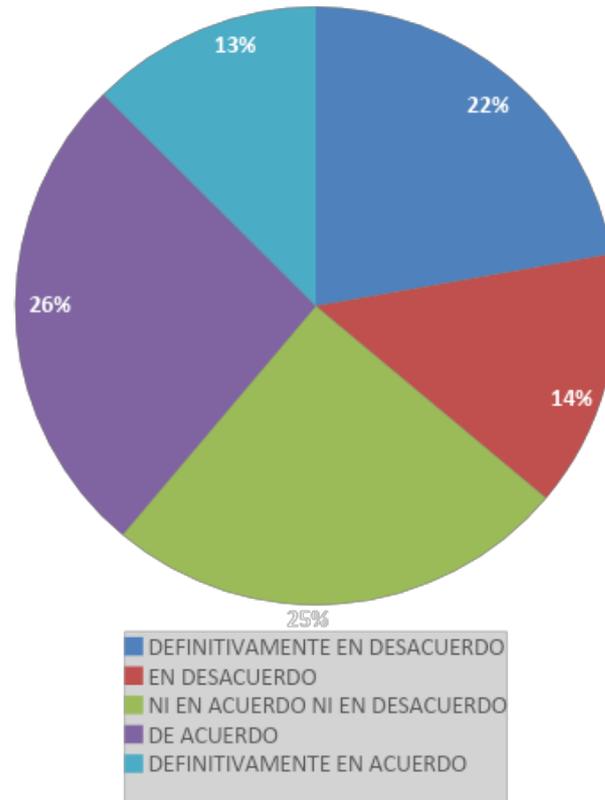


Figura 19 Me siento presionado por los programas realities de competencia para cambiar mi apariencia

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 18

No trato de verme como las personas de los programas realities de competencia

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 14% |
| EN DESACUERDO | 31% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 22% |
| DE ACUERDO | 21% |
| DEFINITIVAMENTE EN ACUERDO | 12% |

Nota: Según los resultados del test aplicado, el 31% está en desacuerdo con la premisa que no se trata de ver igual que las personas en la televisión, el 14% está definitivamente en desacuerdo, el 22% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 21% está de acuerdo con que no trata de verse igual que las personas de la televisión y el 12% está definitivamente de acuerdo. Por lo tanto, el 45% de la población si trata de verse igual que una persona de la televisión, mientras un 33% no lo hace.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

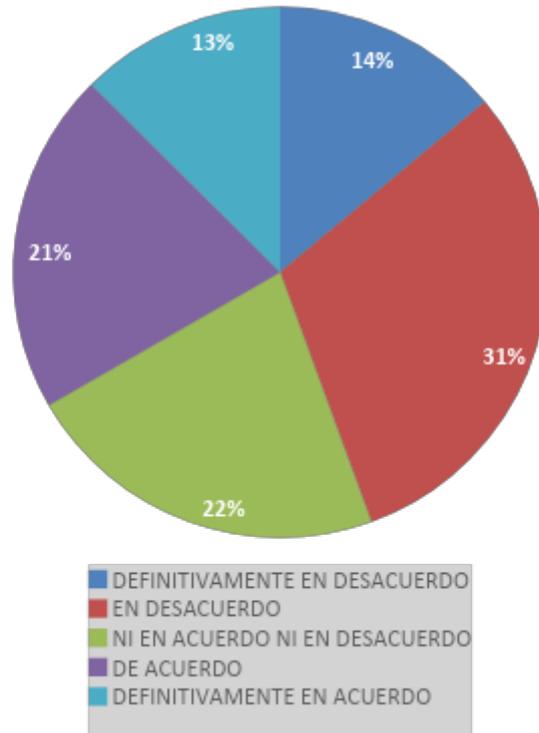


Figura 20 No trato de verme como las personas de los programas realities de competencia

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 19

Las personas famosas son una fuente importante de búsqueda de información para la moda y ser atractivo

| ESTADO | % |
|--------------------------------|-----|
| DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO | 4% |
| EN DESACUERDO | 19% |
| NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO | 38% |
| DE ACUERDO | 22% |
| DEFINITIVAMENTE DE ACUERDO | 17% |

Nota: El 22% está de acuerdo con la premisa que las personas famosas son una fuente importante de búsqueda de información para la moda y ser atractiva, el 17% está definitivamente de acuerdo, el 38% no está de acuerdo ni en desacuerdo, el 19% no cree que las personas famosas son fuente de información para la moda y sentirse atractivo, mientras el 4% definitivamente no lo cree. Por lo tanto, el 39% si cree que las personas famosas son fuente información importante de moda y sentirse atractivas, mientras el 23% no lo cree y el 38% está en duda.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

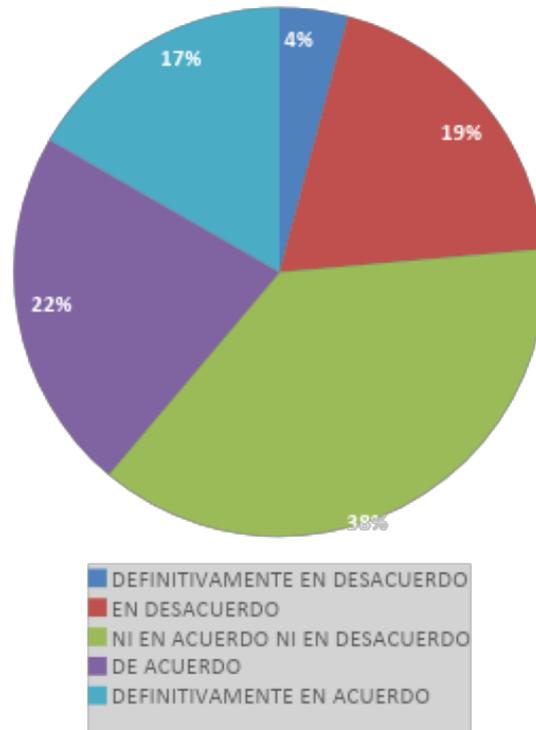


Figura 21 Las personas famosas son una fuente importante de búsqueda de información para la moda y ser atractivo

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 20

Le aterra estar con sobrepeso

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 22% |
| GENERALMENTE | 6% |
| A MENUDO | 11% |
| A VECES | 24% |
| RARAMENTE | 19% |
| NUNCA | 18% |

Nota: De acuerdo con los resultados del segundo test aplicado, al 22% siempre le aterra el sobrepeso, al 6% generalmente le aterra el sobrepeso, al 11% a menudo le aterra estar con sobrepeso, al 24% a veces le aterra tener sobrepeso, al 19% raramente siente miedo al sobrepeso y el 18% nunca ha sentido miedo por el sobrepeso. En conclusión, existen más del 50% de alumnas testeadas que, si sienten miedo a tener sobrepeso, conducta que indica una leve inclinación hacia un trastorno alimenticio.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

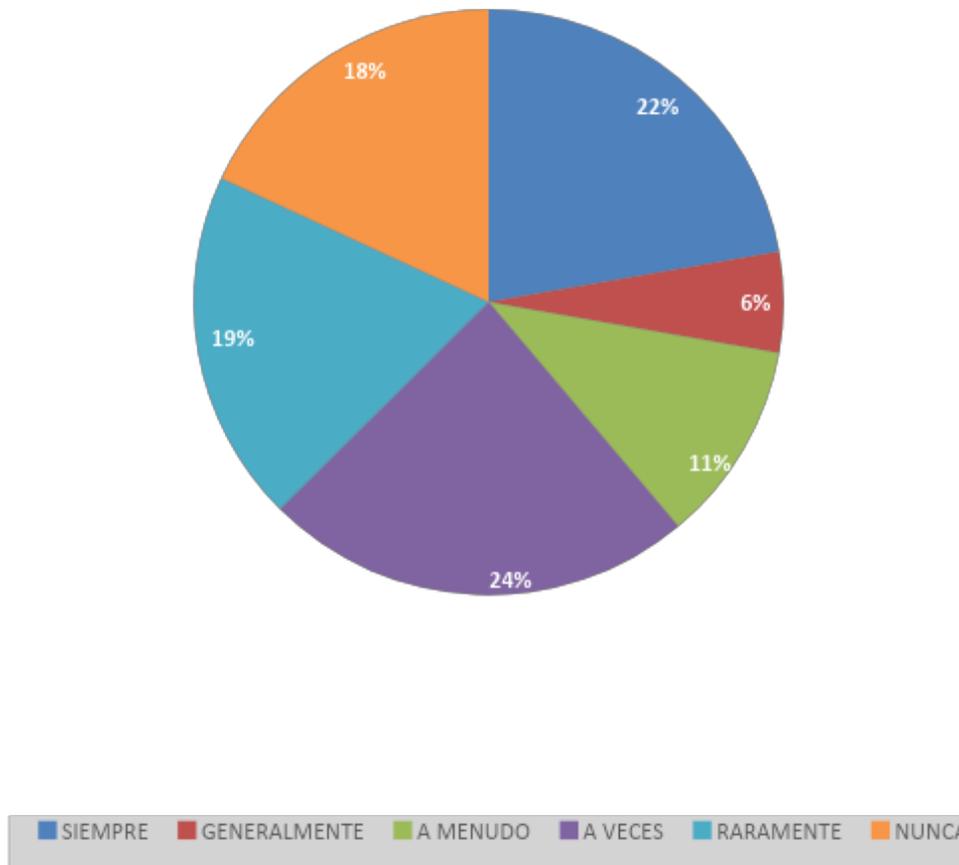


Figura 22 Le aterra estar con sobrepeso

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 21

Evita comer cuando tiene hambre

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 1% |
| GENERALMENTE | 30% |
| A MENUDO | 10% |
| A VECES | 31% |
| RARAMENTE | 18% |
| NUNCA | 10% |

Nota: De acuerdo con los resultados del test, el 1% de la población siempre evita comer cuando tiene hambre, el 30% generalmente lo hace, el 10% a menudo evita comer cuando tiene hambre, el 31% a veces evita comer cuando tiene hambre, el 18% raramente lo hace y el 10% nunca evita comer cuando tiene hambre. Esta conducta es un poco más clara al momento de manifestarse un trastorno alimenticio por ello la mayoría de jóvenes opto por elegir a veces, pues es difícil aceptar un trastorno alimenticio mediante una encuesta. Sin embargo, 72% de la población testada tiene una conducta recurrente al evitar comer cuando tiene hambre.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

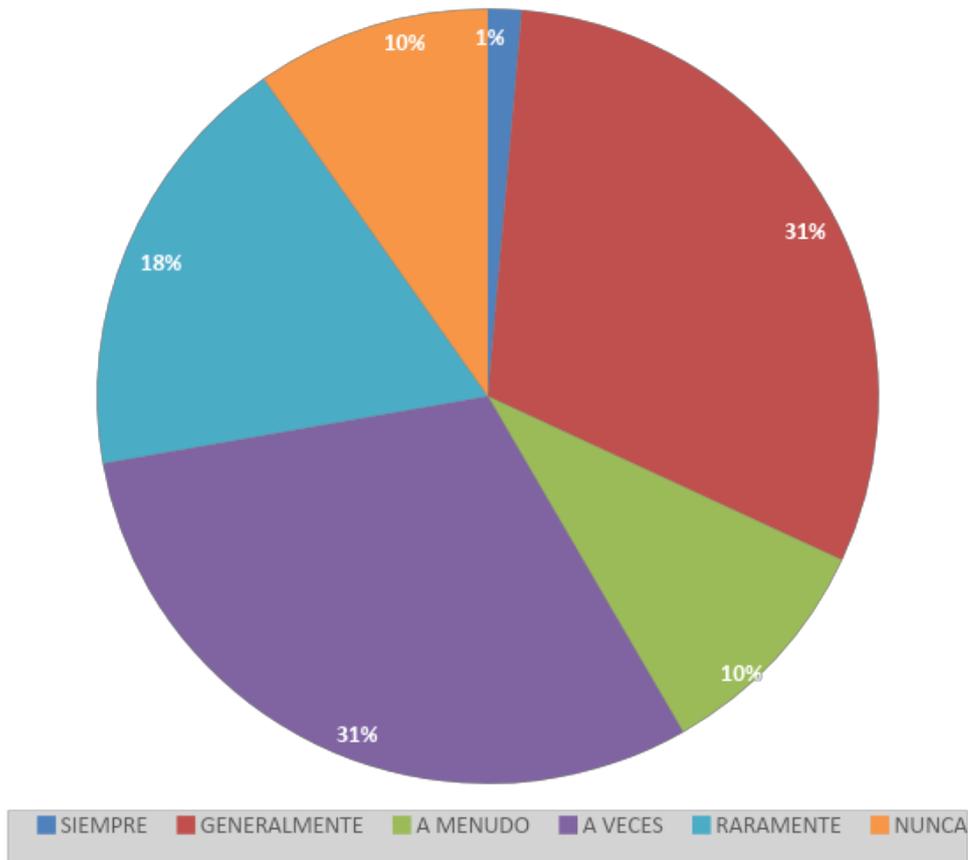


Figura 23 Evita comer cuando tiene hambre

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 22

Se encuentra preocupada por la comida

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 7% |
| GENERALMENTE | 4% |
| A MENUDO | 33% |
| A VECES | 38% |
| RARAMENTE | 10% |
| NUNCA | 8% |

Nota: De acuerdo con los resultados del test, el 7% de la población siempre se preocupa por la comida, el 4% generalmente lo hace, el 33% a menudo se siente preocupada por la comida, el 38% a veces se siente preocupada por la comida, el 10% raramente lo hace y el 8% nunca se siente preocupada por la comida. La mayoría de la población acepto que a menudo (33%) o a veces (38%) se sienten preocupadas por la comida, el 7 % acepto que siempre lo hace, el 4% afirma que generalmente se preocupa por la comida y solo el 18% no presenta esta conducta.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

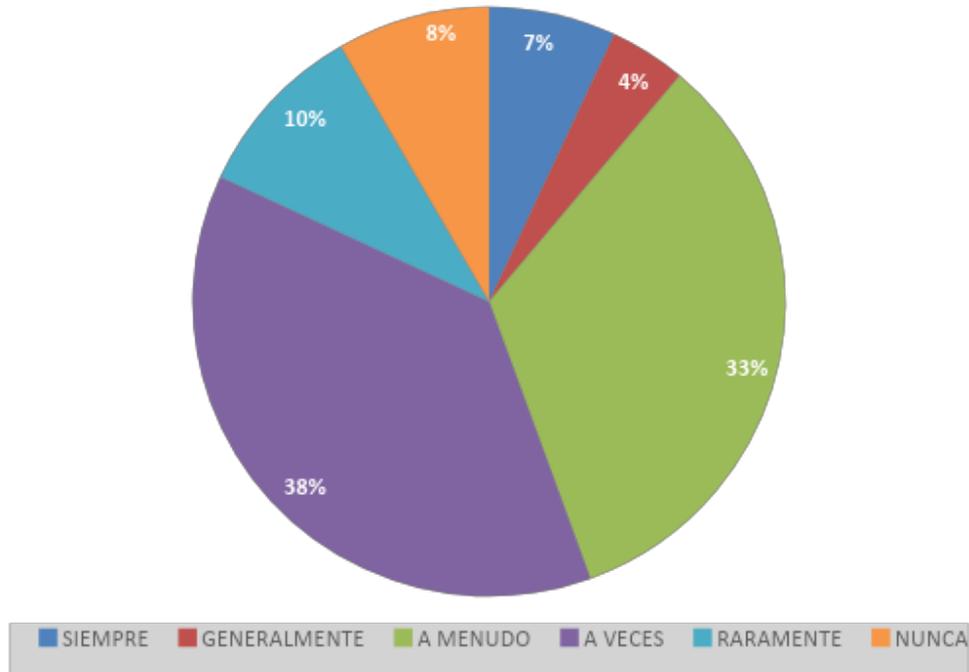


Figura 24 Se encuentra preocupada por la comida

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 23

Sigue abusando con la comida, aun sabiendo que no puede parar de comer

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 4% |
| GENERALMENTE | 0% |
| A MENUDO | 17% |
| A VECES | 19% |
| RARAMENTE | 10% |
| NUNCA | 50% |

Nota: De acuerdo con los resultados del test, el 4% de la muestra siempre abusa de la comida aun cuando no puede parar de comer, 17% a menudo lo hace, 19% a veces abusa de la comida, 10% raramente abusa de la comida, 50% nunca abusa de la comida. Ante esta pregunta queda descartada una presencia de trastorno alimenticio por ingesta compulsiva de alimentos, lo que es lo más usual en la bulimia, en el 60% de la población. Mientras cabe la posibilidad que un 40% si lo presente.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

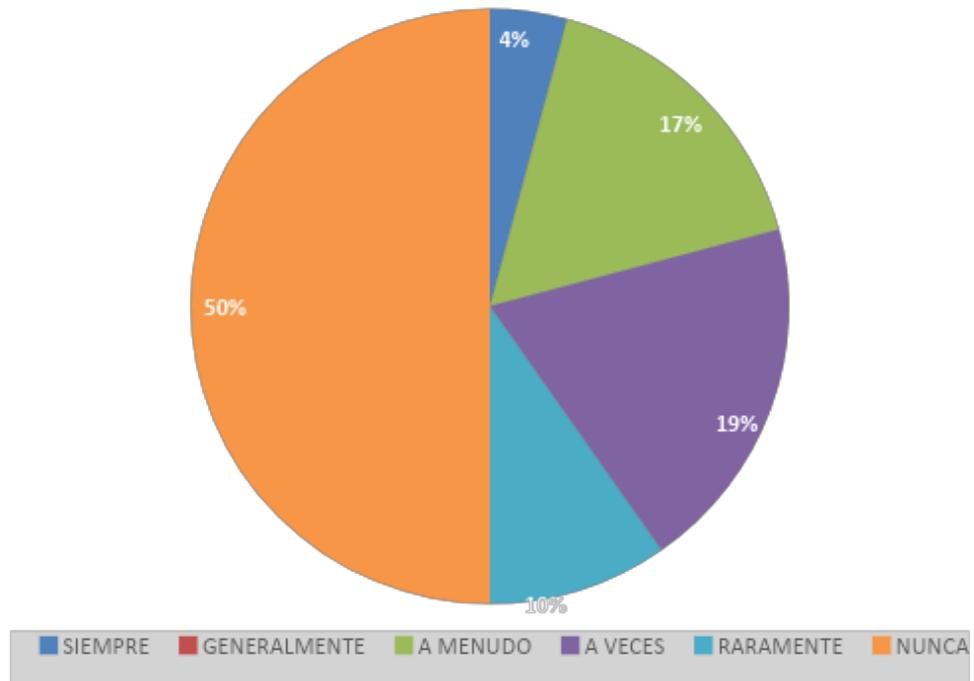


Figura 25 Sigue abusando con la comida, aun sabiendo que no puede parar de comer

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 24

Corta su comida en pedazos pequeños

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 6% |
| GENERALMENTE | 4% |
| A MENUDO | 8% |
| A VECES | 39% |
| RARAMENTE | 15% |
| NUNCA | 28% |

Nota: De acuerdo con los resultados del test, el 6% siempre corta su comida en pedazos pequeños, 4% generalmente lo hace, 8% a menudo tiene esta conducta, 39% a veces corta su comida en pedazos pequeños, 15% raramente lo hace y un 28% nunca presentó esta conducta. En conclusión 57% presenta una conducta relacionada con trastornos alimenticios como anorexia y un 43% no lo hace.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

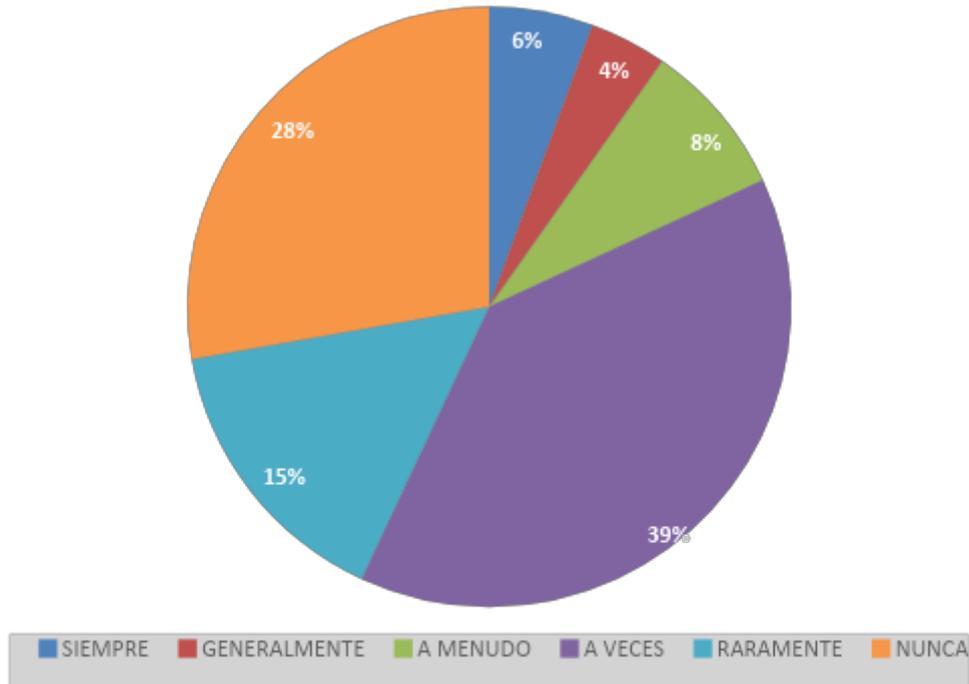


Figura 26 Corta su comida en pedazos pequeños

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 25

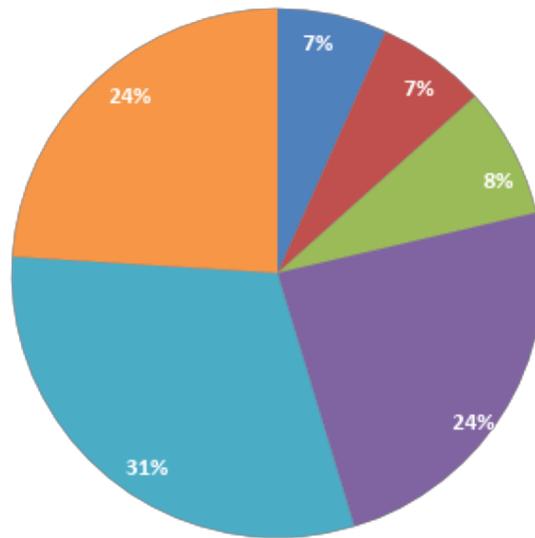
Es consciente del volumen de calorías que ingiere

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 6% |
| GENERALMENTE | 7% |
| A MENUDO | 8% |
| A VECES | 24% |
| RARAMENTE | 31% |
| NUNCA | 24% |

Nota: De acuerdo con los resultados del test, el 6% siempre es consciente del volumen de calorías que consume, el 7% generalmente lo hace, 8% afirma que a menudo sabe cuántas calorías come, el 24% a veces, el 31% raramente sabe cuántas calorías comes y el 24% nunca sabe el número de calorías que ingiere. Esta conducta se presenta ya en una etapa más avanzada del trastorno alimenticio y el 45% de la población tiene un ligero indicio a esto.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N



■ SIEMPRE ■ GENERALMENTE ■ A MENUDO ■ A VECES ■ RARAMENTE ■ NUNCA

Figura 27 Es consciente del volumen de calorías que ingiere

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 26

Particularmente evita comidas ricas en carbohidratos (ej. pan, arroz, papas, etc).

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 6% |
| GENERALMENTE | 8% |
| A MENUDO | 6% |
| A VECES | 33% |
| RARAMENTE | 15% |
| NUNCA | 32% |

Nota: De acuerdo a los resultados del segundo test aplicado, el 6% siempre evita los carbohidratos, el 8% generalmente evita estas comidas, el 6% a menudo las evita, el 33% a veces las evita, el 15% raramente y el 32% nunca. Esta es una práctica común y hasta una de las primeras en aparecer cuando se tiene un trastorno alimenticio, pues se tiene el mito de que los carbohidratos engordan por ello el 54% de la población afirma que en ocasiones opta por evitar los carbohidratos al comer.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

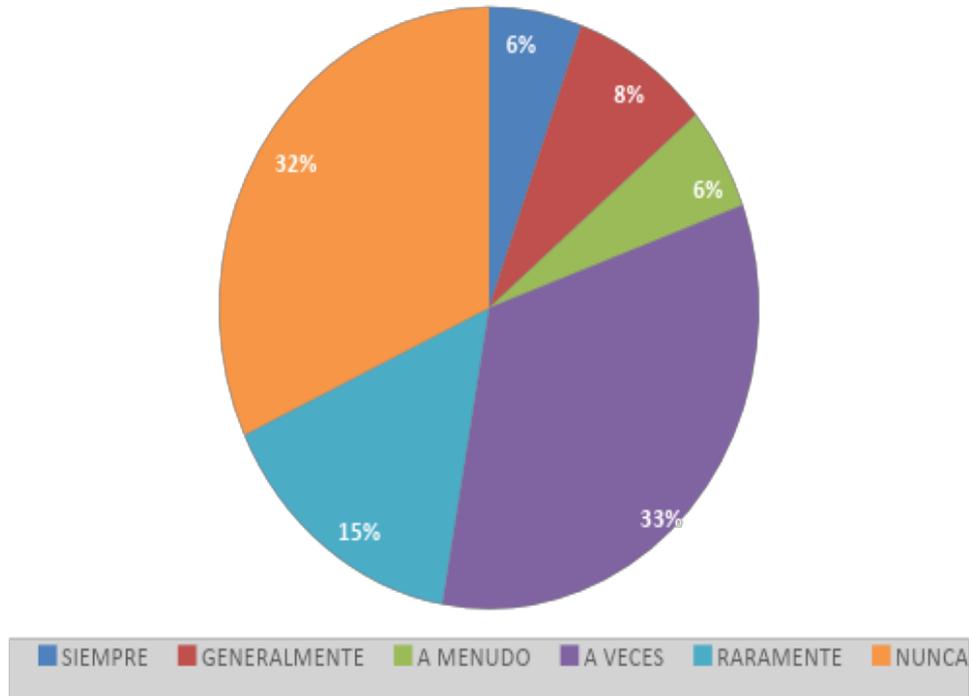


Figura 28 Particularmente evita comidas ricas en carbohidratos (ej. pan, arroz, papas, etc).

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 27

Siente que los demás preferirían que comiera más

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 6% |
| GENERALMENTE | 10% |
| A MENUDO | 8% |
| A VECES | 43% |
| RARAMENTE | 19% |
| NUNCA | 14% |

Nota: El 43% de la población testada a veces siente que los demás quieren que coma más, el 6% siempre siente eso, el 14% nunca siente que los demás quieren que coma más, el 10% generalmente lo siente, el 19% nunca ha sentido eso, el 8 % a menudo lo siente. Por lo tanto más del 50% siente que los demás están pendientes de que coma más, lo que demuestra una preocupación por la comida y un indicio de trastorno alimenticio.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

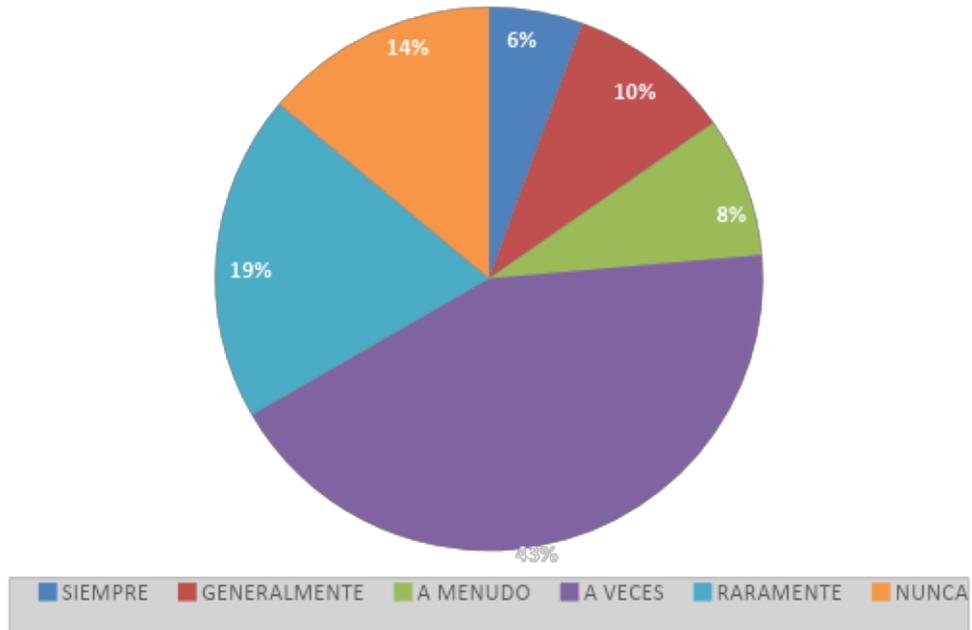


Figura 29 Siente que los demás preferirían que comiera más

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 28

Vomita después de haber comido

| ESTADO | % |
|---------------|----------|
| SIEMPRE | 0% |
| GENERALMENTE | 8% |
| A MENUDO | 2% |
| A VECES | 8% |
| RARAMENTE | 4% |
| NUNCA | 78% |

Nota: Esta premisa está relacionada con el trastorno de la bulimia, el 78% nunca vomita después de comer, sin embargo, un pequeño porcentaje: 8% a veces, 2% a menudo y 8% generalmente ha tenido esta conducta relacionada con la bulimia.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

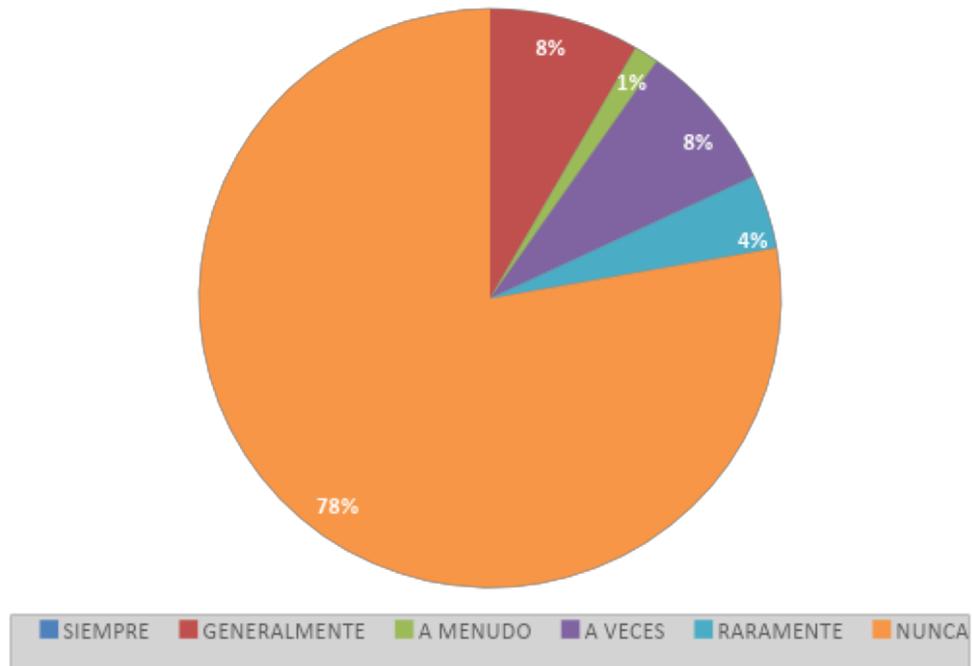


Figura 30 Vomita después de haber comido

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 29

Se siente muy culpable después de comer

| ESTADO | % |
|---------------|----------|
| SIEMPRE | 1% |
| GENERALMENTE | 7% |
| A MENUDO | 7% |
| A VECES | 18% |
| RARAMENTE | 13% |
| NUNCA | 54% |

Nota: Esta premisa está relacionada con el trastorno de la anorexia, se siente culpables al ingerir alimento. El 54% no lo presenta y el 13% raramente lo presenta, sin embargo el 18% a veces lo ha presentado, el 14% generalmente o a menudo ha sentido culpa y solo el 1% siempre lo presenta. Lo cual indica que existe una presencia de trastorno alimenticio dentro de la población encuestada.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

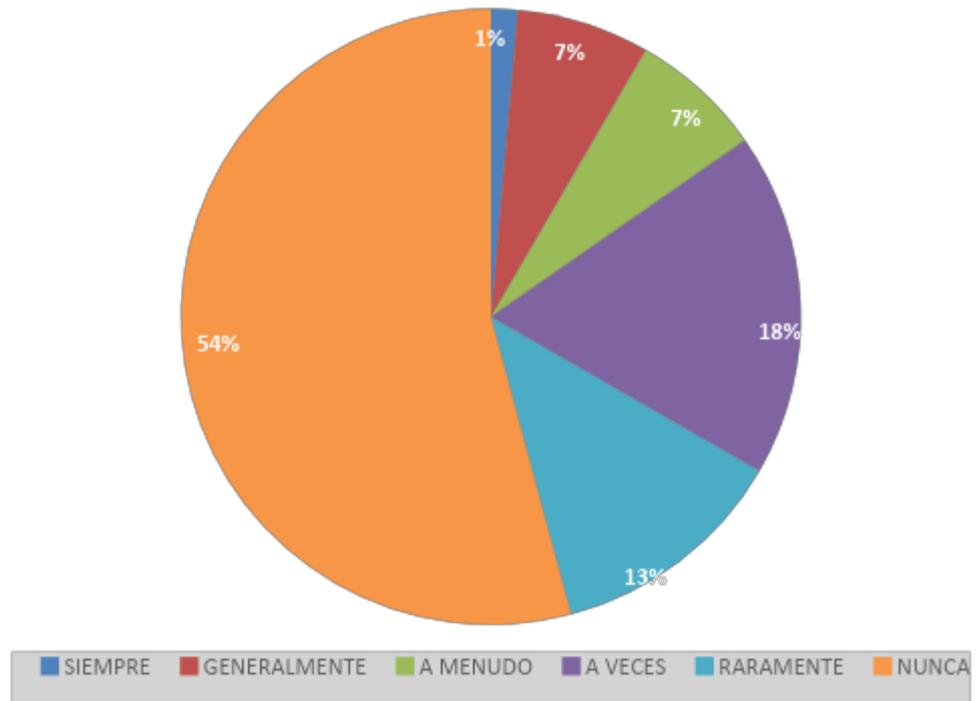


Figura 31 Se siente muy culpable después de comer

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 30

Está preocupado por el deseo de estar más delgada

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 6% |
| GENERALMENTE | 12% |
| A MENUDO | 36% |
| A VECES | 22% |
| RARAMENTE | 7% |
| NUNCA | 17% |

Nota: El 6% siempre está preocupado por conservarse delgadas, el 12% generalmente, el 36% a menudo, el 22% a veces está preocupada por estar delgado, el 7% raramente y el 17% nunca se siente preocupada por estar delgadas. Por lo cual se puede ver que el 36% y el 22% han sentido preocupación por estar delgadas, lo que suma más de la mitad de la población encuestada.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

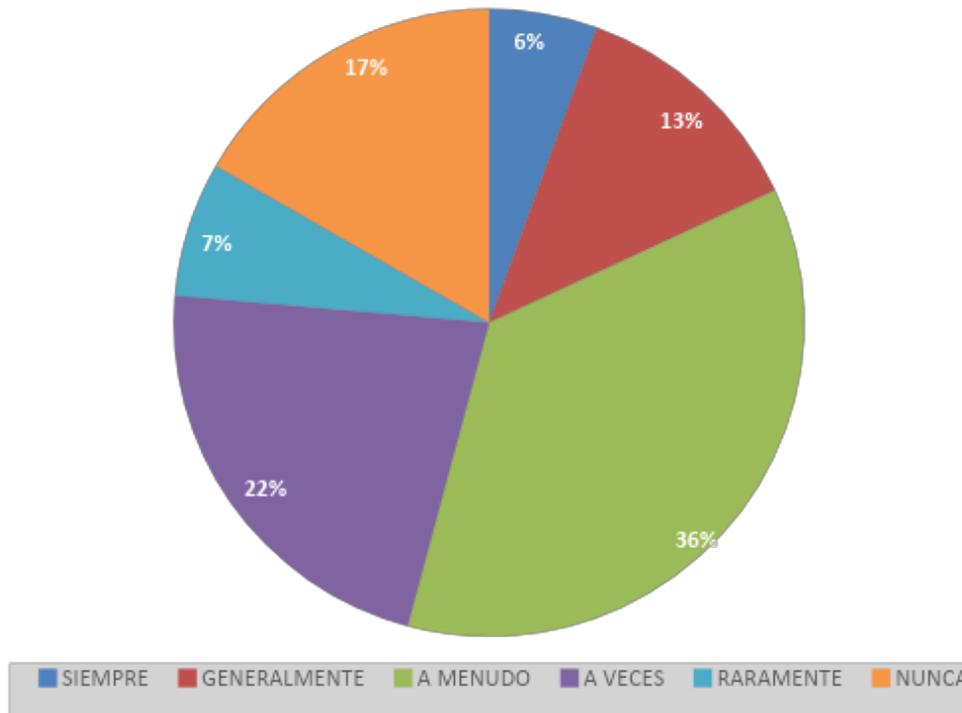


Figura 32 Está preocupado por el deseo de estar más delgada

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 31

Su objetivo es quemar calorías al hacer ejercicios

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 29% |
| GENERALMENTE | 21% |
| A MENUDO | 14% |
| A VECES | 10% |
| RARAMENTE | 15% |
| NUNCA | 11% |

Nota: El 29% de la población manifiesta que al hacer ejercicio siempre es su objetivo quemar calorías, el 21% manifiesta que generalmente al hacer ejercicio su objetivo es quemar calorías, el 14% a menudo manifiesta que a menudo su objetivo es quemar calorías, el 10% dice que su objetivo es quemar calorías, 15% dice que su objetivo al hacer ejercicio raramente es quemar calorías y un 11% dice que nunca ha pensado en quemar calorías al hacer ejercicio.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

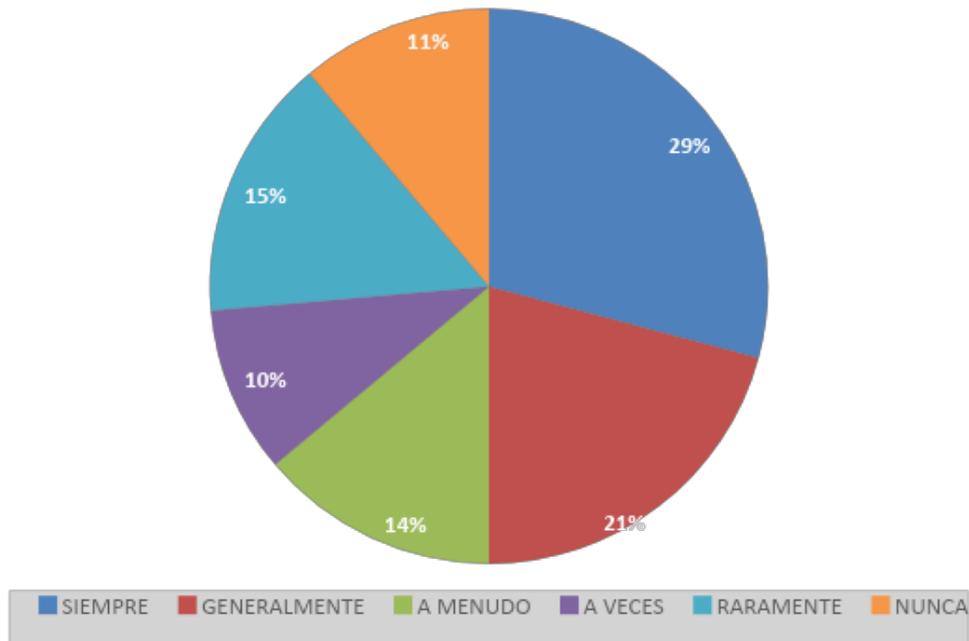


Figura 33 Su objetivo es quemar calorías al hacer ejercicios

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 32

Otras personas piensan que está demasiado delgado

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 7% |
| GENERALMENTE | 11% |
| A MENUDO | 12% |
| A VECES | 31% |
| RARAMENTE | 17% |
| NUNCA | 22% |

Nota: El 7% afirma que las personas piensan que ellas están demasiado delgadas, el 11% afirma que generalmente las personas creen que ellas están delgadas, el 12% cree que a menudo las personas piensan que están delgadas, el 31% dice que a veces las personas piensan que están delgadas, el 17% piensa que raramente las personas coinciden que ellas están delgadas y el 22% opina que nunca las personas piensan que están delgadas. Ante las cifras vemos que tanto el 31%, el 17% y el 22% de personas muestran una inseguridad ante las opiniones de otras personas que las rodean con respecto a su delgadez.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

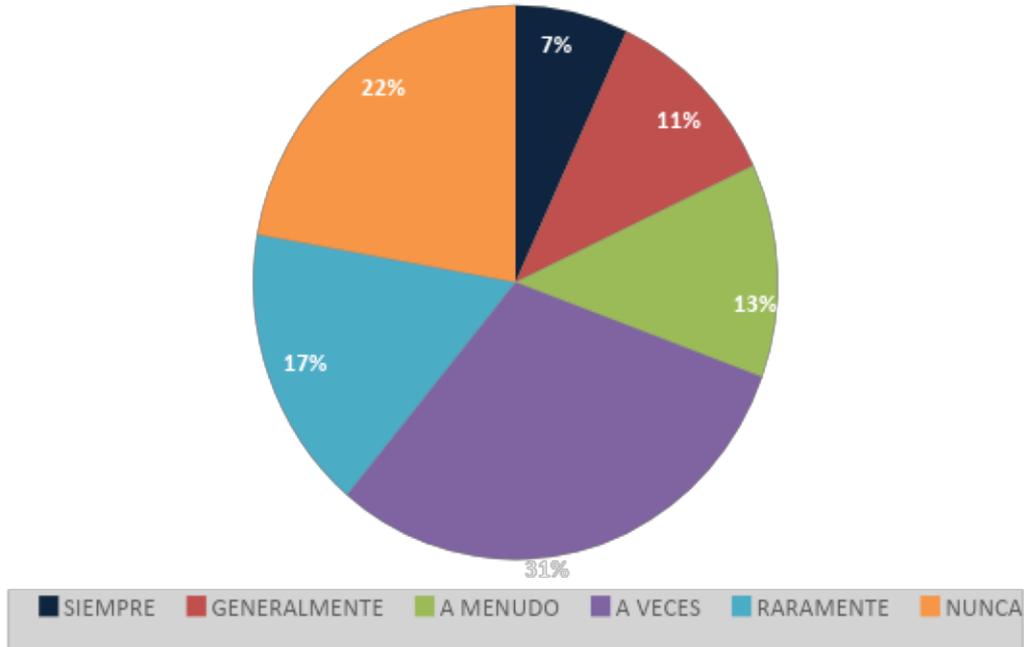


Figura 34 Otras personas piensan que está demasiado delgado

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 33

Está preocupado con el pensamiento de tener grasa en el cuerpo

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 11% |
| GENERALMENTE | 10% |
| A MENUDO | 11% |
| A VECES | 21% |
| RARAMENTE | 15% |
| NUNCA | 32% |

Nota: El 11% de la población siempre está preocupada por tener grasa en el cuerpo, el 10% generalmente está preocupada por tener grasa en el cuerpo, el 11% a menudo está preocupada por tener grasa en el cuerpo, el 21% a menudo está preocupada por tener grasa en el cuerpo, el 15% raramente se preocupa por eso y el 32% nunca le preocupa tener grasa. Por lo tanto, el 53% de la población está preocupada por tener grasa en el cuerpo, conducta que inclina a un trastorno alimenticio.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

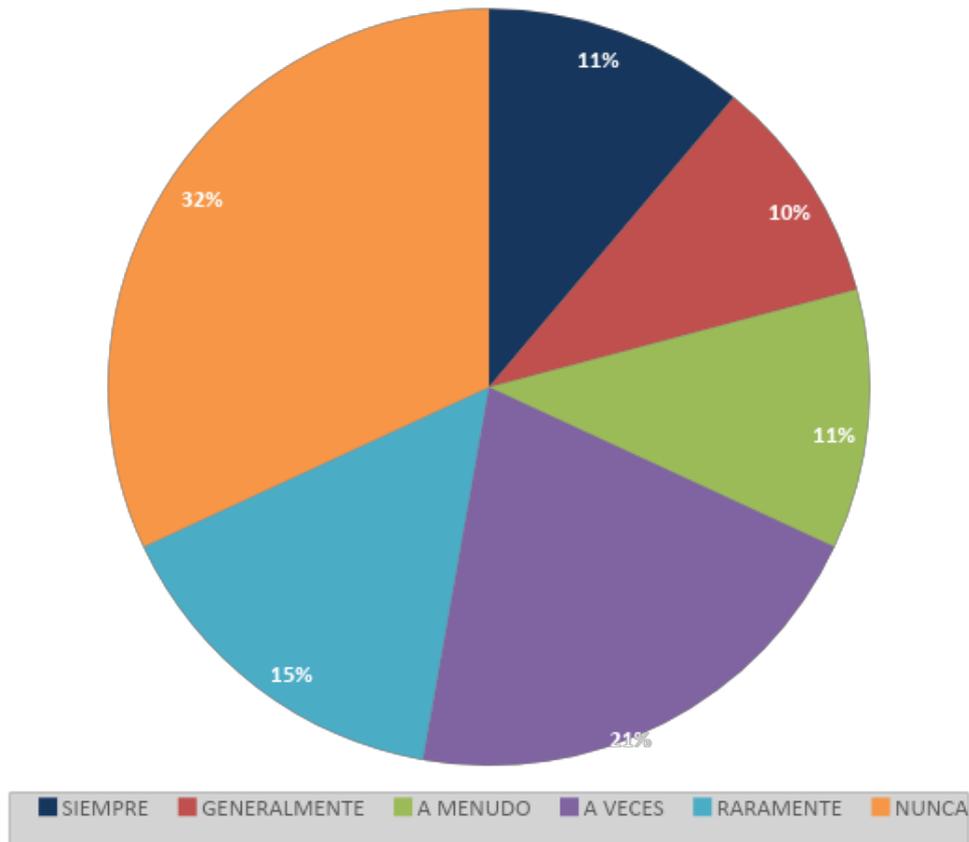


Figura 35 Está preocupado con el pensamiento de tener grasa en el cuerpo

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 34

Tarda más tiempo que los otros comiendo

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 11% |
| GENERALMENTE | 33% |
| A MENUDO | 11% |
| A VECES | 19% |
| RARAMENTE | 18% |
| NUNCA | 13% |

Nota: El 11% siempre se tarda más tiempo comiendo, el 33% generalmente se tarda más tiempo comiendo, el 18% a menudo se tarda más tiempo comiendo, el 19% a veces se tarda más tiempo comiendo, el 6% raramente se tarda más tiempo comiendo y el 13% nunca se tarda más tiempo comiendo. El comer excesivamente lento se relaciona con una conducta de trastorno alimenticio pues tratan de sentirse llenas o aburridas mientras comen para dejar de hacerlo.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

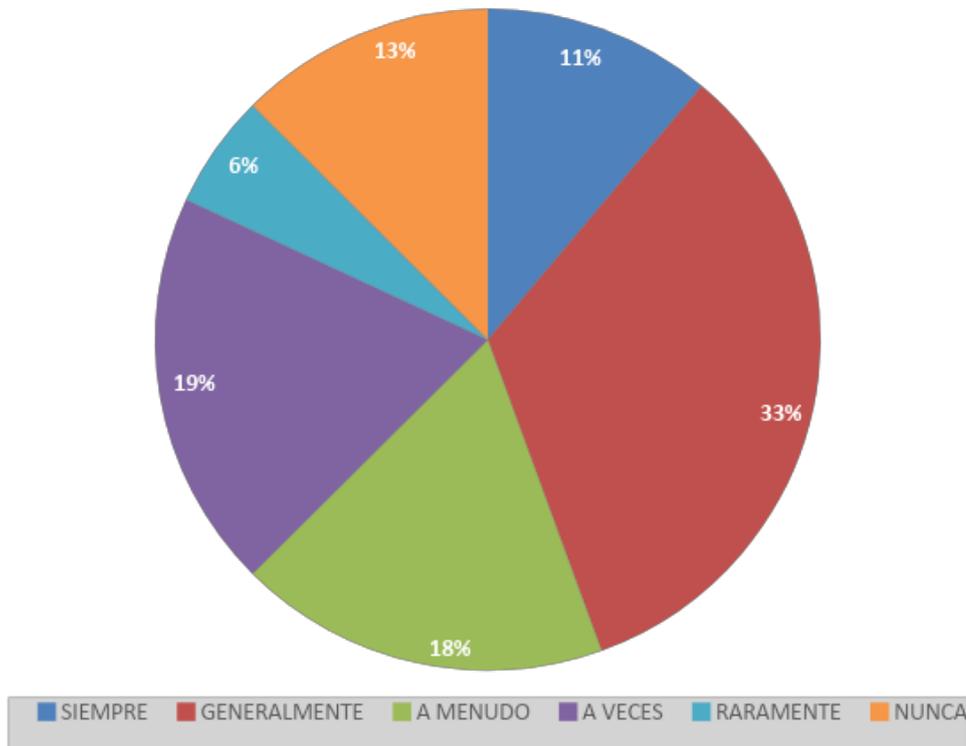


Figura 36 Tarda más tiempo que los otros comiendo

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 35

Evite las comidas con azúcar

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 7% |
| GENERALMENTE | 7% |
| A MENUDO | 14% |
| A VECES | 26% |
| RARAMENTE | 22% |
| NUNCA | 24% |

Nota: El 14% siempre o generalmente evita comida con azúcar, el 14% a menudo evita comida con azúcar, el 26% a veces evita comida con azúcares, el 22% raramente evita comida con azúcar y el 24% nunca evita comida con azúcares. Esta conducta está muy influenciada por los medios, pues recientemente se ha difundido los riesgos que existe al consumir azúcar y muchas jóvenes también lo asocian con el riesgo de aumentar de peso. Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

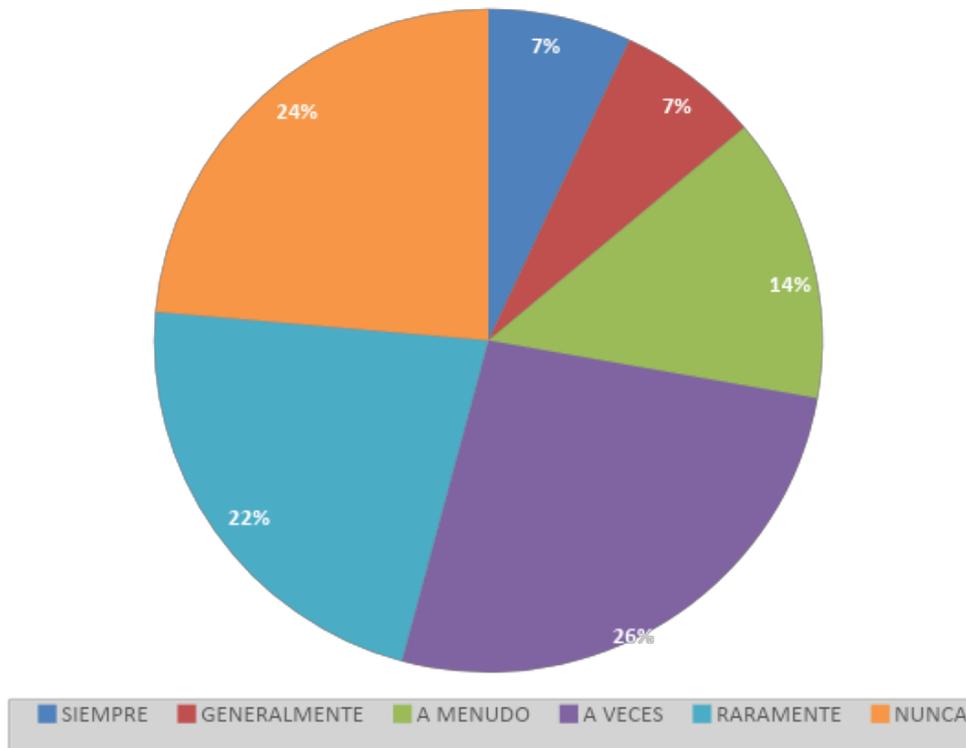


Figura 37 Evite las comidas con azúcar

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 36

Siente que la comida controla su vida

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 4% |
| GENERALMENTE | 7% |
| A MENUDO | 50% |
| A VECES | 14% |
| RARAMENTE | 15% |
| NUNCA | 10% |

Nota: El 4% siente que la comida controla su vida, el 7% generalmente siente esto, el 50% a menudo siente que la comida controla su vida, el 14% a veces cree que la comida controla su vida, el 15% raramente lo cree y el 10% nunca cree que la comida controla su vida. Por lo tanto, más del 50% de la población cree que la comida controla su vida lo que resulta en una conducta relacionada con los trastornos alimenticios.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

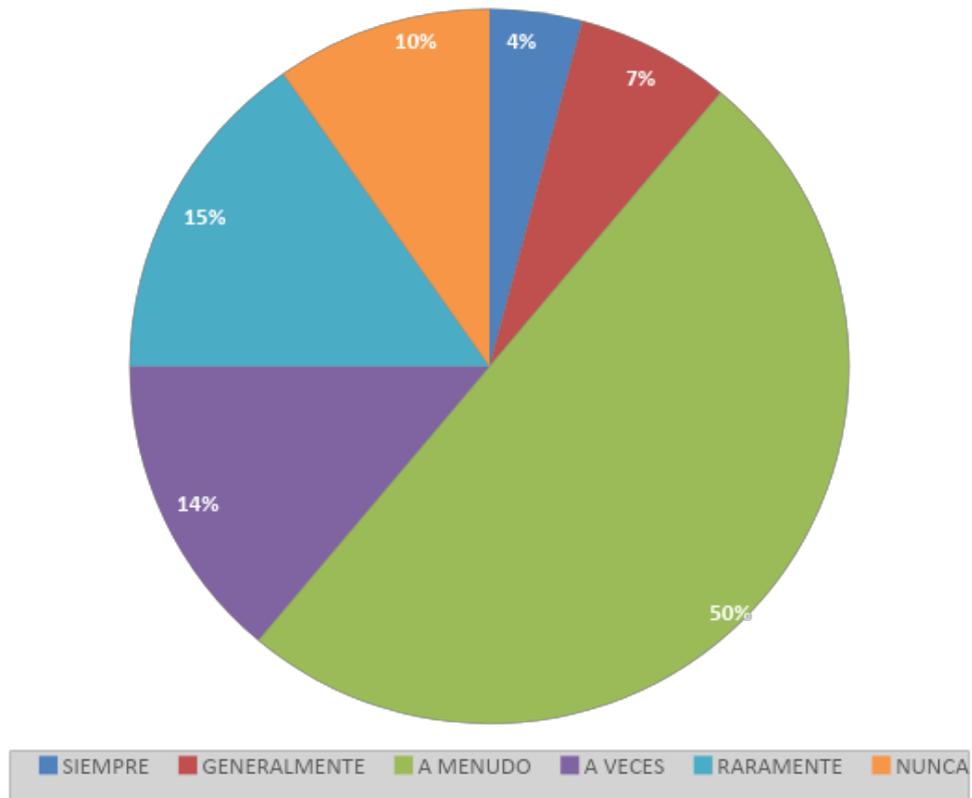


Figura 38 Siente que la comida controla su vida

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 37

Tiene autodominio al comer

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 4% |
| GENERALMENTE | 8% |
| A MENUDO | 13% |
| A VECES | 20% |
| RARAMENTE | 26% |
| NUNCA | 29% |

Nota: El 4% de las personas que realizaron el test siempre tienen autodominio al comer, el 8% generalmente tiene autodominio al comer, el 13% a menudo tiene autodominio al comer, el 26% a veces tiene autodominio, el 20% raramente tiene autodominio al comer y el 29% nunca tiene autodominio. Por lo tanto el 49% de la población no siente autodominio al comer, sino su mente y el trastorno alimenticio controlan sus acciones.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

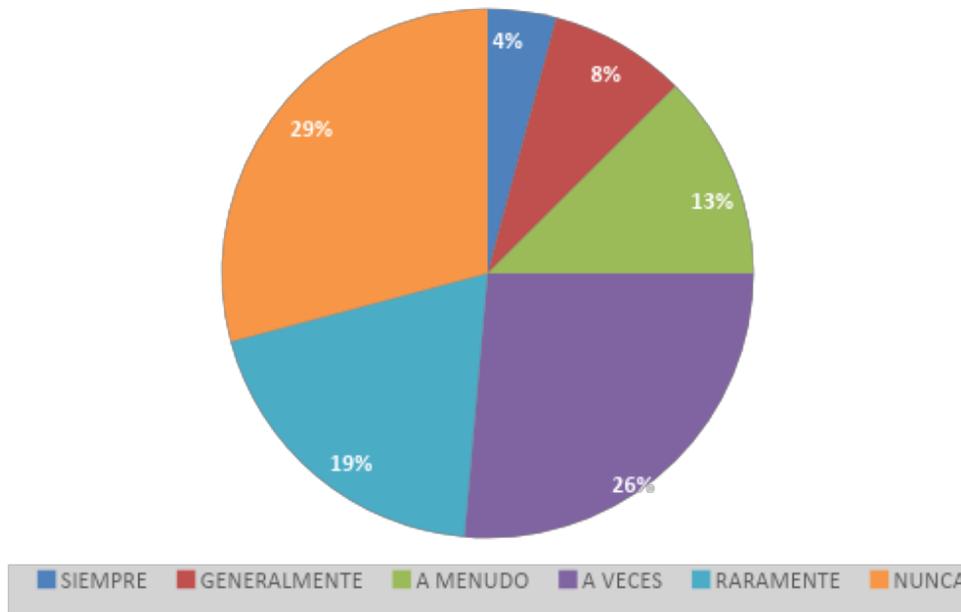


Figura 39 Tiene autodominio al comer

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 38

Siente que otros le presionan al comer

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 1% |
| GENERALMENTE | 6% |
| A MENUDO | 7% |
| A VECES | 19% |
| RARAMENTE | 24% |
| NUNCA | 43% |

Nota: El 1% siempre se siente que las presionan al comer, el 6% generalmente siente que lo presionan al comer, el 7% siente que a menudo las presionan al comer, el 19% a veces siente que las presionan para comer, el 24% afirma que raramente las presionan para comer y el 43% nunca siente que las presionan para comer. Sentir presión para comer es una conducta típica de un trastorno alimenticio pues ven al hecho de comer como un castigo no como una necesidad fisiológica y las estadísticas muestran que el 39% tiene esta conducta en algún momento.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

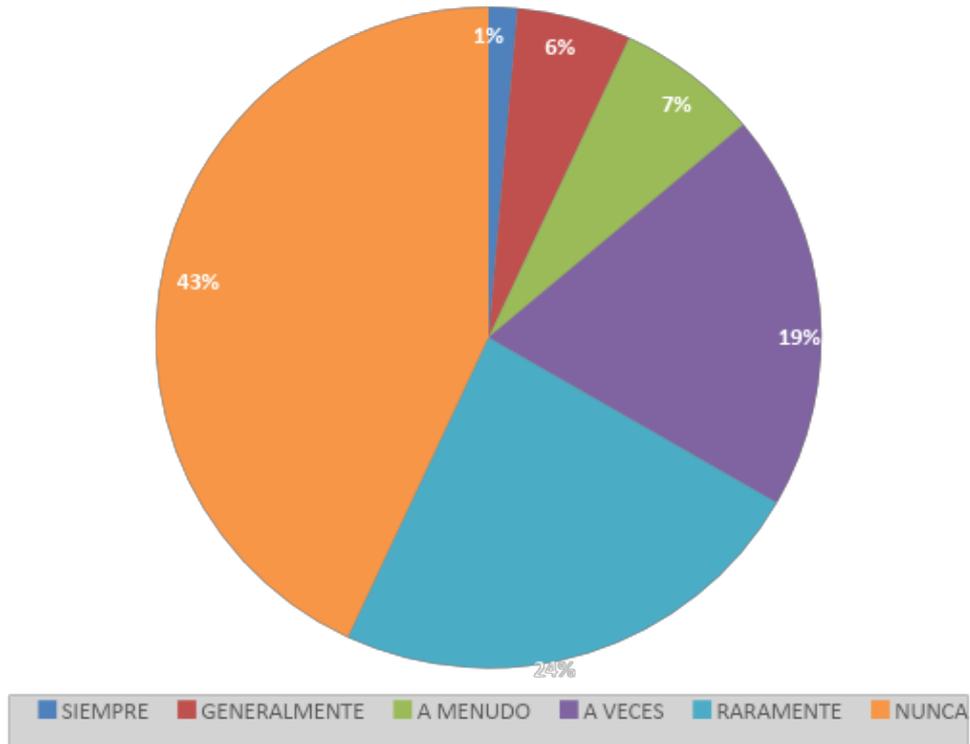


Figura 40 Siente que otros le presionan al comer

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 39

Paso demasiado tiempo pensando y ocupándome de la comida

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 0% |
| GENERALMENTE | 3% |
| A MENUDO | 62% |
| A VECES | 11% |
| RARAMENTE | 6% |
| NUNCA | 18% |

Nota: El 3% cree que generalmente pasa demasiado tiempo pensando y ocupándose de la comida, el 62% cree que a menudo pasa demasiado tiempo pensando y ocupándose de la comida, el 11% a veces pasa demasiado tiempo pensando y ocupándose de la comida, el 6% raramente lo hace y el 18% nunca lo hace. Por lo que se sabe que más del 70% de la población tiene una preocupación excesiva por la comida.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

x

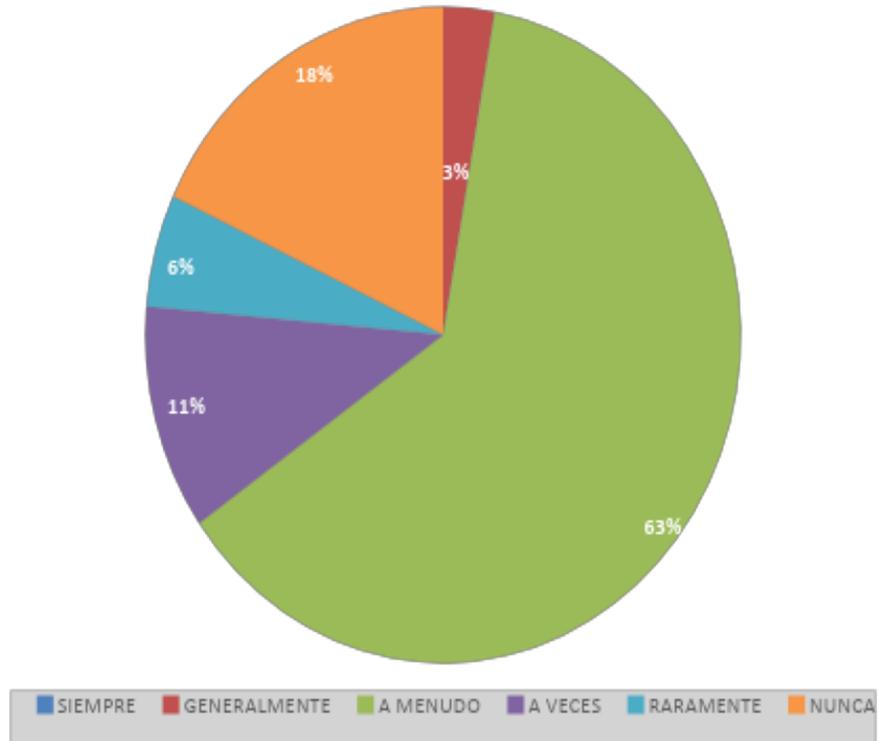


Figura 41 Paso demasiado tiempo pensando y ocupándose de la comida

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

Tabla 40

Me gusta sentir el estómago vacío

| ESTADO | % |
|--------------|-----|
| SIEMPRE | 6% |
| GENERALMENTE | 1% |
| A MENUDO | 8% |
| A VECES | 56% |
| RARAMENTE | 12% |
| NUNCA | 17% |

Nota: Al 6% de la población siempre le gusta tener el estómago vacío, al 1% generalmente le gusta sentir el estómago vacío, al 8% a menudo le gusta sentir el estómago vacío, al 56% a veces le gusta sentir el estómago vacío, al 12% raramente le gusta sentir el estómago vacío, al 17% de la población nunca le gusta sentir el estómago vacío. Por lo tanto, a más de la mitad de la población a veces le gusta sentir el estómago vacío, conducta muy marcada en el caso de la anorexia.

Fuente: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

N

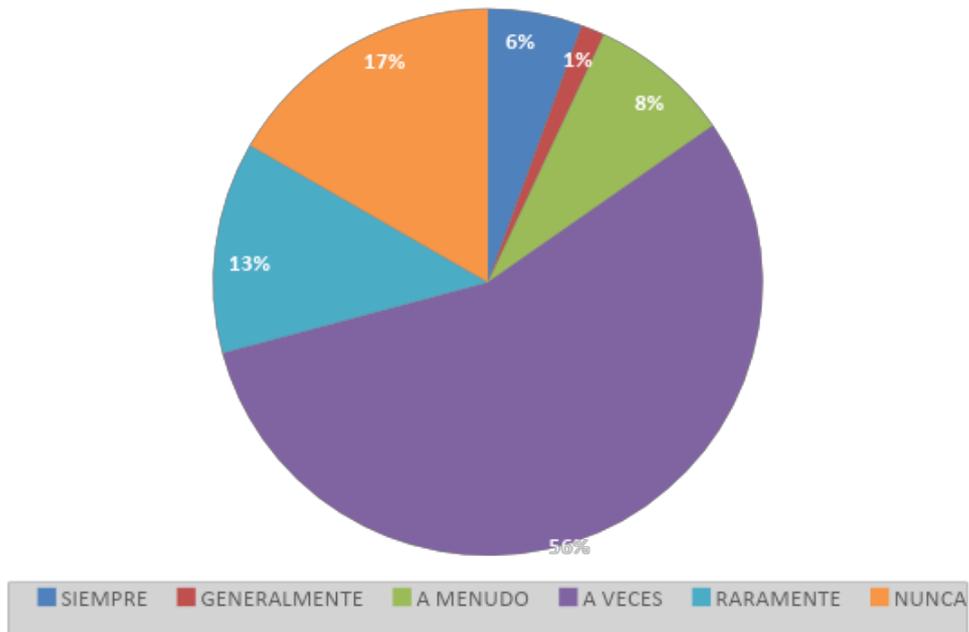


Figura 42 Me gusta sentir el estómago vacío

Nota: Test aplicado a las adolescentes del 5to año del colegio María Negrón Ugarte.

B. Resultados de las guías de observación

| GUIA DE OBSERVACION | | |
|--|---|--|
| FICHA: CAPITULO FINAL DE 14° TEMPORADA DE EEG- COMPETENCIA DE VERDAD | | |
| IMAGEN FISICA | PERCEPTIVOS (PESO, TAMAÑO Y FORMA DE CUERPO) | Los participantes son atléticos, cumplen patrones de belleza específicos. Los hombres son musculosos y las mujeres delgadas, curvilíneas. Tanto a hombres como mujeres se les exige un peso en específico. |
| | COGNITIVOS | Todos los participantes tienen actitudes provocativas, gestos exagerados, durante las competencias son aguerridos, sin embargo, siempre tiene discusiones, peleas y situaciones amorosas dentro del programa. |
| | CONDUCTUALES | Tienen conductas impulsivas, agresivas y dramáticas |
| CONTENIDO DE REALITY | CONTEXTO | El discurso televisivo de este programa es claramente el hacer un show de la vida de los participantes, se nota que su principal enfoque no son las competencias, si no se centran esencialmente en que pelea o pareja existe entre los participantes. |
| | GRADO DE EXPOSICION (ALTO, MEDIO, BAJO) | ALTO GRADO DE EXPOSICION |
| | FRECUENCIA (MUY FRECUENTE, FRECUENTE, POCO FRECUENTE) | MUY FRECUENTE |
| | DURACION | 3 HORAS |

CONCLUSION: El programa trata de exponer a los participantes de todas las formas, haciéndolos una especie de referentes para las personas que ven el programa. No es un formato que se centre en las competencias.

| GUIA DE OBSERVACION | | |
|--|---|---|
| FICHA: CAPITULO FINAL DE 15° TEMPORADA DE COMBATE 21-12-2017 | | |
| IMAGEN FISICA | PERCEPTIVOS (PESO, TAMAÑO Y FORMA DE CUERPO) | Los participantes son atléticos, cumplen patrones de belleza específicos. Los hombres son musculosos y las mujeres delgadas, curvilíneas. Tanto a hombres como mujeres se les exige un peso en específico. |
| | COGNITIVOS | Los participantes tienen actitudes melodramáticas, con juegos que exponen las peleas entre los participantes como el “no soporto”. Sus actitudes también son provocativas, exageradas y enfocadas a llamar la atención. |
| | CONDUCTUALES | Tienen conductas impulsivas, agresivas y dramáticas |
| CONTENIDO DE REALITY | CONTEXTO | La intención del programa se centra en exponer la vida de sus participantes, tiene muy pocas competencias de destreza física y utilizan elementos que realzan la fisionomía de los participantes. |
| | GRADO DE EXPOSICION (ALTO, MEDIO, BAJO) | ALTO GRADO DE EXPOSICION |
| | FRECUENCIA (MUY FRECUENTE, FRECUENTE, POCO FRECUENTE) | MUY FRECUENTE |
| | DURACION | 3 HORAS |

CONCLUSION: El programa trata de exponer a los participantes de todas las formas, haciéndolos una especie de referentes para las personas que ven el programa. No es un formato que se centre en las competencias

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

Para establecer la intención comunicativa con respecto a la imagen presentada en los programas televisivos de reality de competencia peruanos se obtuvo que como resultados del test SATAQ -3 las adolescentes se ven influenciadas por los estereotipos presentados en los programas realities, pues por la edad que tienen son una población de riesgo de ser influenciada en conductas. Esto concuerda con lo dicho por Katzmarzyk y Davis (2001); Taveras, Rifas-Shiman, Field, Frazier, Golditz, y Gillman (2004) que manifiestan que existe una amplia gama de factores que influyen en la forma en que una persona evalúa su imagen corporal. Se ha mencionado que los medios de comunicación influyen en las creencias de las personas acerca de cómo debería ser un cuerpo ideal. Esto se reafirma en el estudio realizado por Turner, Hamilton, Jacobs, Angood, y Dwyer (1997) donde en un estudio realizado en 39 mujeres universitarias se determinó que existía una mayor insatisfacción en la imagen corporal en aquellas que leyeron revistas de moda en comparación con las que leyeron revistas de noticias.

Por otro lado con el test EAT 26 se obtuvo que las jóvenes son una población de riesgo en cuanto a los trastornos alimenticios porque presentan riesgos tanto en la imagen que les proyectan en los medios de comunicación como en nuestra sociedad. Esto podemos comprobar con lo dicho por BID- Bredbenner, Murray, y Schlusel (2005) donde se realizó un análisis de las medidas antropométricas en mujeres. Asimismo, en una investigación que comprendía desde 1920 hasta 1990 se determinó que la figura ideal de la mujer representada en la página central de una revista para caballeros (Playboy®), pasarelas de moda y concursos de belleza, reflejaban a una mujer diferente a la mujer real. Por ejemplo, en la revista para caballeros se enfatizaba en una mujer ideal con un mayor busto a partir de la época de 1950; por el contrario, los concursos de belleza y pasarela a partir de 1920 han presentado un ideal de mujer con caderas amplias y busto pequeño.

Por último, con las guías de observación obtuvimos que el contenido visual de los programas realities no es el correspondiente a su formato, asimismo que en la mayor frecuencia de su exposición solo se muestra contenido sexual, violento y poco favorable para el desarrollo de los adolescentes. Como establece la Asociación de Observación de Medios (2009), el contenido de un programa se refiere al material visual y sonoro que tiene una producción de radio, televisión, videojuegos, películas y publicaciones, etc. Asimismo, afirma que la forma de tratar cada uno de estos contenidos es muy importante. Por eso, para describir la forma

en que se tratan los contenidos de alto impacto coincidentes a nivel internacional: violencia, conducta sexual, vicios y adicciones y lenguaje.

CAPITULO 6. CONCLUSIONES

El contenido visual de los realities de competencia de la televisión peruana tiene un alto grado de influencia en el desarrollo conductual de trastornos alimenticios en la mayoría de las adolescentes trujillanas, estudiantes del colegio María Negrón Ugarte. Se observó que la imagen proyectada por las modelos de estas producciones televisivas de competencia es un referente para las jóvenes quienes se esfuerzan por imitarlas en todo sentido, generando conductas alimenticias inadecuadas y dañinas en el intento de emular su prototipo anatómico. Se determinó que el patrón al cual siguen las adolescentes es el de mujeres delgadas, con figuras delineadas y desarrolladas.

Se pudo establecer que la intención comunicativa de los programas realities es exaltar la imagen física de sus participantes, sus enredos amorosos y sus conflictos. El contenido del programa no se enfoca en las competencias, si no en la vida y cuerpo de sus participantes. Para ello utilizan encuadres, colores, planos que resaltan a los “chicos y chicas reality”.

A causa de la influencia visual que se proyectan en los programas realities, se ha podido identificar en la mayoría de las estudiantes del colegio María Negrón Ugarte, la presencia de indicadores que pueden llevar a trastornos alimenticios como: dieta, insatisfacción corporal, deseo de una figura delgada, miedo al desarrollo fisiológico e idealización del perfeccionismo corporal. No se han identificado indicadores que revelen impulsividad que puedan llevar a la anorexia y bulimia.

Se determinó que existe un alto grado de influencia de los estereotipos implantados en la presencia de desarrollo de trastornos alimenticios en las alumnas del 5to año de secundaria del colegio Maria Negrón Ugarte , son un referente en modelos de conducta y forma de vida para ellas.

CAPITULO 7: RECOMENDACIONES

Se recomienda a los medios de comunicación que producen este tipo de realities de competencia, que asuman un rol protagónico en la lucha por erradicar este tipo de trastornos alimenticios entre las adolescentes. Las modelos que aparecen en estos programas son líderes de opinión en la audiencia que las sigue y ellas podrían asumir su rol, brindándoles consejos para elevar la autoestima.

Se recomienda en los hogares el uso regulado de la televisión a las adolescentes, sobre todo en el horario que se emiten estos programas. Sería lo deseable que haya una persona adulta en casa que pueda supervisar y aconsejar a las adolescentes en cuanto al contenido visual que allí se presenta. Se debe evitar, además, cualquier comentario que signifique una presión por parte de la familia para que los adolescentes no caigan en ninguno de estos trastornos psicológicos.

Se recomienda dentro de los hogares vigilar las conductas alimenticias de las menores adolescentes para prevenir cualquier indicio de trastorno alimenticio y aumentar la comunicación intrafamiliar abordando temas como autoestima, autovaloración, anorexia y bulimia.

Se recomienda un mayor abordaje de los temas de trastornos alimenticios como la anorexia y la bulimia dentro de las clases en áreas como persona familia y relaciones humanas u OBE, para que las adolescentes tengan mayor información acerca del tema y sepan cómo actuar ante la presencia de estas enfermedades. Asimismo, se deben dar charlas dentro la institución educativa acerca de dietas balanceadas y cómo alimentarse saludablemente.

Se recomienda realizar test continuos sobre trastornos alimenticios y baja autoestima en los centros escolares para detectar los primeros síntomas de estas enfermedades psicológicas y no permitir que avancen y dañen la autoestima de las adolescentes.

Se recomienda la realización de talleres a los padres de familia por parte del departamento de psicología u OBE de la institución educativa acerca de autoestima y autovaloración para reforzar estos aspectos en las adolescentes y brindar las herramientas a los padres de familia para que sepan reaccionar ante la presencia de estas enfermedades.

CAPÍTULO 8: REFERENCIAS

- Aguilar, D., Botello, K., & Aumak, J. (2009). *Nuestra sexualidad*.
- Asociación de observación de Medios. (2009). *Monitoreo de medios*. Lima.
- Brumberg, J. (1988). *Fasting Girls. The Emergence of Anorexia Nervosa as a Modern Disease*. Harvard University.
- Calaf, L., & Hilerio, R. (2005). *La presión social, obsesionada con la delgadez, tiene efectos negativos sobre la autoestima de las adolescentes y por lo tanto en su imagen física*.
- Cash, D., & Brown, M. (1987). *La imagen corporal en los trastornos alimentarios*.
- Favor, N. (2010). *Influencia de los medios de comunicación sobre la presencia de trastornos alimenticios - Bulimia y Anorexia*. Universidad de Buenos Aires.
- González, A. (2003). *Propuestas metodológicas para analizar la televisión*.
- Herman, L., & Polivy, A. (2013). *Anxiety, restraint and eating behavior*.
- Lamarca, M. (2009). *El reality show en España. Definición, Características, Tipos, Orígenes y claves del éxito. Cine y reality show*.
- Mejía, C., & Mesa, M. (2003). *La prevalencia de anorexia y bulimia en estudiantes de sexo femenino*.
- Montoya, J., & Lao, S. (2008). *La Influencia de los medios de comunicación y el riesgo de padecer trastornos de la conducta alimentaria en escolares mujeres*.
- Morales, A., & Maldonado, R. (2009). *Estudio del programa American Next Top model*.
- Muriel, S. (2012). *Comportamientos alarmantes*.
- Orozco, A. (2001). *Televisión, audiencias y educación*.
- Pineda, S., & Aliño, M. (2011). *Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud en la adolescencia*.
- Ramírez, S. (2016). *Características Comunicacionales del programa televisivo Combate y la identificación de los alumnos del nivel secundario de la I.E.P San Agustín*. Trujillo.
- Rosen, J. (1995). *Trastornos de la conducta alimentaria y la imagen corporal: Un estudio de series de casos*.
- Salaar, .. (2011). *La influencia de los medios televisivos en los trastornos alimenticios*. San José: Universidad San José.
- Salaberria, A., & Cruz, M. (2007). *Percepción de la imagen corporal*.
- Salaverry, M. (2015). *Análisis de las premisas de producción semiótica en el formato televisivo del reality peruano Esto es Guerra en el año 2015*. Trujillo.
- Sánchez, J. (2009). *Modelo estructural de la conducta alimentaria de riesgo en adolescentes*.
- Sánchez, K. (2006). *Estética de los géneros audiovisuales*.

- Sandoval, A. (2010). *Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales*. Bogotá: Universidad de Colombia.
- Slade, W. (1995). *Whats the body image*.
- Turón, V. (2008). *Contra la anorexia y bulimia*.
- Varela, J. (2002). *La dura realidad: Usos y Gratificaciones aplicada a los "Reality Shows"*.

ANEXOS

ANEXO 01: GUIA DE OBSERVACIÓN

| GUIA DE OBSERVACION | | |
|----------------------|--|--|
| FICHA: | | |
| IMAGEN FISICA | PERCEPTIVOS (PESO, TAMAÑO Y FORMA DE CUERPO) | |
| | COGNITIVOS | |
| | CONDUCTUALES | |
| CONTENIDO DE REALITY | CONTEXTO | |
| | GRADO DE EXPOSICION | |
| | FRECUENCIA | |
| | DURACION | |

ANEXO 02:

TEST PARA DETERMINAR INFLUENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PERCEPCION DE LA APARIENCIA FISICA (SATAQ-3)

INSTRUCCIÓN: LEE CADA ITEM Y SEÑALA EL NUMERO QUE REFLEJE MEJOR TU REALIDAD

| | |
|---|--------------------------------|
| 1 | DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO |
| 2 | EN DESACUERDO |
| 3 | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO |
| 4 | DE ACUERDO |
| 5 | DEFINITIVAMENTE DE ACUERDO |

| ENUNCIADO | INDICADORES | | | | |
|---|-------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Los programas realities de competencia son una fuente importante para buscar información sobre moda y ser atractiva | | | | | |
| Me siento presionada por los programas realities de competencia para bajar de peso | | | | | |
| Comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas de los programas realities | | | | | |
| No me siento presionado por los programas realities de competencia para sentirme atractiva | | | | | |
| No me siento presionado por los programas realities de competencia para sentirme atractiva | | | | | |
| Quisiera que mi cuerpo sea como las modelos de reality de televisión | | | | | |
| Comparo mi apariencia con la de las personas de los programas reality | | | | | |
| Me siento presionada por el contenido de los programas reality para ser más delgada | | | | | |
| No comparo mi cuerpo con los cuerpos que aparecen en las revistas | | | | | |
| Me siento presionada por el contenido que se muestra en los programas reality para tener un cuerpo perfecto | | | | | |
| Me siento presionada por el contenido de los programas reality para hacer dietas | | | | | |
| Comparo mi cuerpo con el de las personas que dicen estar en forma | | | | | |
| Me siento presionada por lo que muestran los chicos reality para ejercitarme | | | | | |
| Desearía verme como los chicos reality, atletas o estrellas deportivas | | | | | |
| Comparo mi cuerpo con el de las personas que se ven atléticas | | | | | |
| Me siento presionada por los programas reality para cambiar mi apariencia | | | | | |
| No trato de verme como las personas de los programas reality | | | | | |
| Las personas famosas son un referente importante al momento de sentirme atractiva | | | | | |
| Me aterra estar con sobrepeso | | | | | |

ANEXO 03:

**TEST PARA DETERMINAR LA PRESENCIA DE TRASTORNOS
ALIMENTICIOS (EAT-26)**

| | |
|---|--------------------------------|
| 1 | DEFINITIVAMENTE EN DESACUERDO |
| 2 | EN DESACUERDO |
| 3 | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO |
| 4 | DE ACUERDO |
| 5 | DEFINITIVAMENTE DE ACUERDO |

| ENUNCIADO | INDICADORES | | | | |
|---|-------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Te aterra el sobrepeso | | | | | |
| Evita comer cuando tiene hambre | | | | | |
| Te preocupas por la comida | | | | | |
| Abusas de la comida y no puedes parar de comer | | | | | |
| Cortas tu comida en pedazos pequeños | | | | | |
| Es consciente del volumen de calorías que ingieres | | | | | |
| Evitas las comidas ricas en carbohidratos como arroz, pan, papa | | | | | |
| Sientes que los demás quisieran que comieras mas | | | | | |
| Vomitas después de comer | | | | | |
| Te sientes culpable después de comer | | | | | |
| Estas preocupada por ser más delgada | | | | | |
| Al hacer ejercicio tu objetivo es quemar calorías | | | | | |
| Otras personas piensan que estas demasiado delgada | | | | | |
| Estas preocupada con la idea de tener grasa en el cuerpo | | | | | |
| Tardas más tiempo que otros comiendo | | | | | |
| Evitas las comidas con azúcar | | | | | |
| Sientes que la comida controla tu vida | | | | | |
| Tienes autodominio al comer | | | | | |
| Sientes que otros te presionan al comer | | | | | |
| Pasas demasiado tiempo pensando y ocupándote de la comida | | | | | |
| Me gusta sentir el estómago vacío | | | | | |

ANEXO 4: PATRON DE REFERENCIA PARA LAS ADOLESCENTES:

