

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación

Escuela Profesional de Sociología



**ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN SOCIAL PARA PROMOVER
UN MODELO CORPORAL SOCIAL DESDE LOS JÓVENES QUE
PARTICIPAN EN EL CONSEJO DISTRITAL DE LA JUVENTUD -
NUEVA CAJAMARCA 2015.**

TESIS

**PRESENTADA PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA.**

Presentado por:

Ross Mery Karen Pinto Heredia

Asesor:

MG. Isidoro Benites Morales

Lambayeque- Perú

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

Facultad de Ciencias Histórico Político Sociales y Educación

Escuela Profesional de Sociología.

**“ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN SOCIAL PARA PROMOVER
UN MODELO CORPORAL SOCIAL DESDE LOS JÓVENES QUE
PARTICIPAN EN EL CONSEJO DISTRITAL DE LA JUVENTUD -
NUEVA CAJAMARCA 2015”.**

Por:

Br. Ross Mery Karen Pinto Heredia

MG. Isidoro Benites Morales

AUTOR

ASESOR

*Presentada a la Escuela de SOCIOLOGÍA de la Universidad Nacional” Pedro
Ruiz Gallo” para Optar el Título de:
Licenciado en Sociología.*

*Doc. Julio César Exebio
Presidente.*

*Doc. Edgar Tafúr Moran
Secretario.*

*Doc. Rafael García Caballero
Vocal.*

Lambayeque, (2017)

Martha, Leovino y Esperanza.

A Dios;

Por permitirme llegar a este momento.

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

RESUMEN	7
ABSTRAC	10
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I	19
1. DIAGNÓSTICO DE LOS MODELOS CORPORALES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN LA PROMOCIÓN DEL CUERPO COMO UN OBJETO DE TRANSFORMACIÓN Y CONSUMO	19
1.1. LA PROBLEMÁTICA SOCIAL	19
1.2. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.	26
1.2.1. Surgimiento del problema	26
1.2.2. Evolución histórica del problema de investigación.	28
1.2.3. Tendencias en el desarrollo del problema de investigación.	35
1.3. DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO SOCIAL Y ESPACIAL EN EL QUE OCURRE EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	37
1.3.1. Distrito de Nueva Cajamarca	37
1.3.1.1. Antecedentes históricos.	37
1.3.2. Consejo Distrital de juventudes.	41
1.4. DIAGNÓSTICO	42
1.4.1. Construcción social del cuerpo	42
1.4.1.1. Prácticas sociales	42
1.4.1.2. Representaciones sociales	46
1.4.1.3. Poderes fácticos de enajenación	49
1.4.1.4. El cuerpo como fenómeno de poder	53
1.4.1.5. Credo de las apariencias	55
1.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	67
1.5.1. Problema de la investigación.	67
1.5.2. Objeto y campo de la investigación.	71
1.5.3. Importancia de la investigación.	71
1.5.4. Objetivos de la investigación.	72
1.5.4.1. Objetivo general:	72
1.5.4.2. Objetivos específicos:	72
1.5.5. Hipótesis.	73
1.5.6. Diseño lógico de la investigación.	73
CAPÍTULO II	76
2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL ESTUDIO DE LAS PRÁCTICAS Y REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE LOS MODELOS CORPORALES SOCIALES DESDE LOS JÓVENES QUE PERTENECEN AL CONSEJO DISTRITAL PARA JUVENTUDES	76

2.1. FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS PARA EL CONOCIMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	76
2.1.1. Teoría de la complejidad.	76
2.2. TEORÍAS SOCIOLOGICAS ESPECÍFICAS (O APORTES TEÓRICO RELACIONADOS CON EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN)	82
2.2.1. Teoría del poder.	82
2.2.2. Teoría de las representaciones sociales.	85
CAPÍTULO III	89
7.1. ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN PARA PROMOVER UN MODELO CORPORAL SOCIAL DESDE Y PARA LOS JÓVENES QUE PERTENECEN AL CONSEJO DISTRITAL PARA JUVENTUDES DE NUEVA CAJAMARCA	89
3.1.1 Fundamentos.	89
3.1.2. El Modelo Práctico.	90
3.1.2.1. Descripción de la propuesta.	90
3.1.2.2. Los componentes de la propuesta	92
3.1.2.3. Los escenarios.	109
3.1.2.4. Objetivos de la propuesta	109
3.1.3. Representación gráfica de los modelos.	110
3.1.3.1. Modelo teórico.	110
3.1.3.2. Modelo práctico.	111
CONCLUSIONES	113
RECOMENDACIONES	114
BIBIOGRAFÍA.	115
ANEXO 1.	118
ANEXO 2:	121
ANEXO 3	122
ANEXO 4	123
ANEXO 5	124
ANEXO 6:	124
ANEXO 7	125

Este trabajo de investigación analiza los principales cambios sociales que se han operado sobre la imagen del cuerpo a través del tiempo. Bajo la perspectiva de estos procesos de transformación corporal, se desarrolla una serie de aspectos que cada vez van cobrando mayor interés no sólo para las ciencias sociales, sino también para la población en general sobre los *usos y valores sociales del cuerpo como un objeto de transformación y consumo*. Este trabajo plantea el análisis de las prácticas sociales que sustentan el desarrollo de los modelos corporales en los jóvenes, además de determinar la representación social de los modelos corporales propuestos por una cultura publicitaria mediática en los integrantes del Consejo Distrital de Juventudes - Nueva Cajamarca.

Analizar al cuerpo y mediante este determinarlo como; contenedor, por la utilidad, por la comodidad, por la belleza que representa, etc. los mismos que un sin número de veces hemos olvidado analizar no sólo en estrictos estudios de investigación sino mediante la observación a hechos sociales que se han ido acrecentando a paso ligero.

En esta etapa del trabajo me detendré un instante a argumentar la noción de Morín, en tanto él llama como principio fundamental la idea de COMPLEJO es decir, la relación entre el todo y las partes: *“No se puede entender el todo sino conocemos las partes, no podemos conocer las partes sino entendemos el todo”*.

Por tanto, la realidad que percibimos los seres humanos día a día, la comprensión de la existencia y los conflictos internos, traen inmerso los aires de lo global, lo contextual y lo

multidimensional. Según mi apreciación, “el cuerpo” es un claro ejemplo de lo que Morín llama sistemas complejos, esto debido a que el cuerpo es una confusión de las apariencias en las que nos resulta muy difícil intentar unir nociones realmente complementarias y a la vez antagónicas; por ende se entiende el problema del cuerpo como algo no – lineal.

Los individuos generan a la sociedad, pero la sociedad con su emergencia propia es decir cultura, educación y otros produce a los individuos. Somos productos y productores; esto se representa como una ruptura con el mundo de lo lineal, hablamos desde un principio de procesos circulares que permiten entender todos los problemas en cuestión. La relación social se continúa con la comunicación. Las industrias de comunicación de masas desempeñan un importante papel en la construcción social de los significados de las personas a través de sus discursos y su hacer persuasivo que provocan determinadas formas de actuar por parte del hombre. Distintos medios como la televisión, el cine, la publicidad, la prensa, etc., generan un gran efecto de persuasión e influencia socio - cultural propuesto en el contenido simbólico de su comunicación.

Todo mensaje publicitario, televisivo y/o radial y los que son emitidos vía internet hace uso de esquemas formales de la narrativa para producir efectos de sentido que orienten unidireccionalmente los deseos del destinatario. De esta forma, podemos afirmar que cada mensaje emitido nos cuenta una historia desarrollada a través de una sucesión de operaciones narrativas.

A través del mensaje publicitario (texto e imagen), se persigue explícitamente hacer - creer algo, e implícitamente hacer – hacer algo al destinatario. El relato mínimo que presentan los discursos publicitarios se puede comprender como una transformación situada entre dos

estados sucesivos y diferentes, frente a una “carencia” se da la “eliminación de la carencia”. Se puede comprender como el sujeto pasa de un primer estado de permanencia a un segundo estado a través de una transformación.

La preocupación por las imágenes corporales es realmente visible; estas mismas imágenes que vemos en los discursos estéticos, son imágenes del cuerpo modificadas. Estas representaciones recogen elementos de la cultura, de muñecas, de top-models, elementos que caracterizan signos externos de la moda actual: imágenes de cuerpos jóvenes que poseen una piel libre de imperfecciones, un cuerpo esbelto y atlético, de curvas muy marcadas, piernas largas, cintura angosta; son imágenes que en vez de representar un cuerpo real nos proponen un cuerpo de muñeca, de Barbie, un cuerpo irreal.

PALABRA CLAVES: Cuerpo, transformación, modelo corporal, prácticas sociales, representaciones sociales, cuerpo real, cuerpo irreal.

This research paper analyzes the main social changes that have been performed on the image of the body over time. Under the perspective of these processes of corporal transformation, a series of aspects are developed that are becoming increasingly important not only for the social sciences, but also for the general population about the uses and social values of the body as an object of transformation And consumption. This work presents the analysis of the social practices that support the development of the corporal models in the young, besides determining the social representation of the corporal models proposed by a media advertising culture in the members of the District Council of Youths - New Cajamarca.

Analyze the body and by this determine it as; Container, for utility, for comfort, for the beauty it represents, etc. The same ones that we have neglected to analyze not only in strict research studies but also through the observation of social facts that have been gradually increasing.

At this stage of the work I will pause for a moment to argue the notion of Morin, in that he calls as a fundamental principle the idea of COMPLEX in the relationship between the whole and the parts: "The whole can't be understood unless we know the parts, We can't know the parts but we understand the whole."

Therefore, the reality we perceive human beings day by day, the understanding of existence and internal conflicts, bring immersed the air of the global, the contextual and the multidimensional. According to my appreciation, "the body" is a clear example of what Morin calls complex systems, this because the body is a confusion of appearances in which we find it very difficult to try to unite really complementary and at the same time antagonistic notions; Hence the problem of the body is understood as something nonlinear.

Individuals generate society, but society with its own emergency in culture, education and others produces individuals. We are products and producers; this is represented as a break with the world of the linear, we speak from the beginning of circular processes that allow to understand all the problems in question. The social relationship is continued with communication. The mass communication industries play an important role in the social construction of the meanings of the people through their speeches and their persuasive doing that provoke certain ways of acting on the part of the man. Different media such as television, cinema, advertising, the press, etc., generate a great effect of persuasion and socio - cultural influence proposed in the symbolic content of their communication

All advertising, television and / or radio messages and those that are broadcast via the Internet makes use of formal narrative schemes to produce meaningful effects that orient the recipient's wishes unidirectionally. In this way, we can affirm that each message emitted tells us a story developed through a succession of narrative operations.

Through the advertising message (text and image), it is explicitly sought to do - to believe something, and implicitly to do - to do something to the recipient. The minimal narrative presented by advertising speeches can be understood as a transformation situated between two successive and different states, before a "lack" is given the "elimination of lack". One can understand how the subject passes from a first state of permanence to a second state through a transformation.

Concern for body images is really visible; these same images that we see in the aesthetic discourses, are images of the modified body. These representations include elements of culture,

dolls, top-models, elements that characterize external signs of current fashion: images of young bodies that have a skin free of imperfections, a slim and athletic body, very sharp curves, legs Long, narrow waist; Are images that instead of representing a real body we propose a body of doll, of Barbie, an unreal body.

KEY WORD: Body, transformation, body model, social practices, social representations, real body, unreal body

INTRODUCCIÓN

... Una presencia que busca otra presencia... ¿similar? ¿Opuesta? ¿Tranquilizadora? ¿Inquietante? La mirada recorre la “oferta”. Hay payasos y brujas, tigres y conejos, nenas bobas, viejos bigotudos, princesas, caciques, calaveras, mariposas, caras impasibles totalmente blancas, gestos congelados en la furia, o el llanto, o la risa, o... Elegir no es fácil. A veces, en cambio, se produce un amor a primera vista. A veces somos elegidos por alguna máscara ineludible. A veces tomamos y dejamos una y otra, y otra más... hasta que, por convicción o por cansancio, nos quedamos con esa que nos acompañará hoy.

Julia Pomés

Con el tiempo las personas han tenido la necesidad de transformar aspectos de su vida cotidiana conforme va cambiando el entorno en el cual se desenvuelven, adaptarse a su medio y sobre todo a la sociedad en la que viven, tanto en cuestiones culturales como sociales, tecnológicas, de usos y costumbres. Todos estos cambios, han ido transformando nuestros estilos de vida, hábitos, prácticas e identidades sociales en el tiempo. Pero hablar de cambios y transformaciones que provocan nuevas construcciones sociales no sería posible si dejáramos de comentar el lugar que ocupa el cuerpo en el corazón de la vida social. Entonces surgen preguntas relacionadas con el tema de investigación a partir de lo mencionado; ¿Cuáles son los arquetipos de belleza en la sociedad Nueva Cajamarquina? ¿Qué nos muestran los poderes fácticos de enajenación como modelos corporales sociales y en qué forma los jóvenes asumen los modelos corporales en sus proyectos de vida? ¿Cuáles son los modelos corporales sociales

que giran alrededor de nosotros en las sociedades industriales de consumo de masas? Estas y muchas más son las interrogantes que surgen ante una problemática que cada vez va tomando mayor peso en las sociedades.

Al investigar la performance del cuerpo y lo que este representa podemos observar una serie de fenómenos que se han ido suscitando a lo largo de la historia, hasta llegar a una etapa en la que el sujeto tiende a auto- rechazarse en relación a su apariencia en imagen corporal.

“Cada uno tendrá que encontrar

su tiempo y su modo” ...

Pómes.

En este contexto y bajo las nuevas pautas establecidas socialmente el y/o los sujetos sufren una especie de metamorfosis espacio – temporal ; esto debido a que tienen por necesidad, obligación o convicción, que migrar en cuanto a tiempo, espacio y apariencia se refiere de caso contrario se verá expuesta a los castigos que la sociedad como tal le atribuyan.

¿Qué tipo de castigo? Esta es otra interrogante que salta a mi mente, debido a la enorme red de procesos vinculados al fenómeno en cuestión. ¿Acaso ser generadores de una imagen corporal responsable, auténtica, muy ajena a lo que la sociedad actual impone, te debería convertir en blanco de críticas, burlas, rechazo, exclusión y/o marginación de la misma sociedad a la que perteneces?

La respuesta regida por una lógica viable y responsable debería ser NO, pero a muy a mi pesar en situaciones como esta; la lógica no es ni requerida, ni planteada y menos aceptada, porque no presentan fundamentos “sociales”, “epistemológicos” y “políticos” que anclen su

contenido. Entonces, ser diferente en cuanto a cuerpo e imagen corporal en la sociedad del siglo XXI significa la total exclusión de grupos cuya afinidad son el gloss, el tinte, el ultra bikini, el vestido de moda, el jeans ajustado, el escote predominante y las curvas de infarto; pero grupos sociales a fin de cuentas, los mismos a los que particularmente denomino “GRUPOS DE ARCILLA” porque son moldeables en cuanto a forma y fondo se refiere a través del tiempo.

Cómo mostrarse, cómo lucir, cómo destacar en una sociedad de CANDYS y KENDS¹ de arcilla, cuyos campos de batalla se reducen a:

- ❖ Amantes del “Versace” y otros de “Armani”.
- ❖ Chicos y chicas “Candys” de la hight VS chicos y chicas “Candys” de barrio.
- ❖ Sumado a la imagen corporal, el color de la piel. ¿Acaso es más importante ser una Candy blanca antes que una Candy de color?
- ❖ Ser una Candy moderna para que los ídolos de barro las incluyan en sus Boxes privados.

Me resulta totalmente contradictorio vincular elementos realmente importantes a hechos y personajes que se VEN y se VENDEN exclusivamente de apariencias, dejando de lado el cómo lo hacen.

Estos son algunos elementos que convierten a un sujeto miembro o no de un grupo y lo más lamentable es que son estos mismos elementos los que propagan una serie de conflictos que están cobrando mayor relevancia; cuyo índice va en un aumento desproporcionado, violencia, discriminación, exclusión, etc.

¹ ANDYS Y KENDS: Hace referencia exclusivamente a la imagen corporal.

...Tienen que encontrar su espacio propio

para mirarse una y otra vez... ¿Propio?

Pómes.

Es totalmente imposible hablar en nuestra sociedad de algo “propio”, lo único que se hace es mostrar caras ajenas a nosotros, hacer gestos y sobre todo probar un sin número de disfraces y caretas con la finalidad de ser auto aceptado (a) y/o aceptado (a) por el resto.

¿Qué ha llevado a las sociedades modernas a intensificar la preocupación por el cuerpo y colocarlo como uno de los elementos centrales en la vida de las personas? En toda sociedad, el cuerpo además de ser un hecho biológico, es un territorio cargado de representaciones en donde se construyen y reconstruyen imágenes sociales, donde se elabora un mundo simbólico, del significado y del sentido, en donde se dejan notar el espacio y el tiempo, y en donde se proyectan señales de identidad y de alteridad.

Hablar de la problemática actual del cuerpo, es hablar de una serie de argumentos que en este trabajo se resumen a 3 aspectos principales: Los modelos corporales vigentes que valgan verdades son meramente modelos corporales adaptados de la sociedad consumista y/o a través del método generacional consumista; las prácticas sociales que los sustentan y sobre todo las representaciones sociales de las mismas.

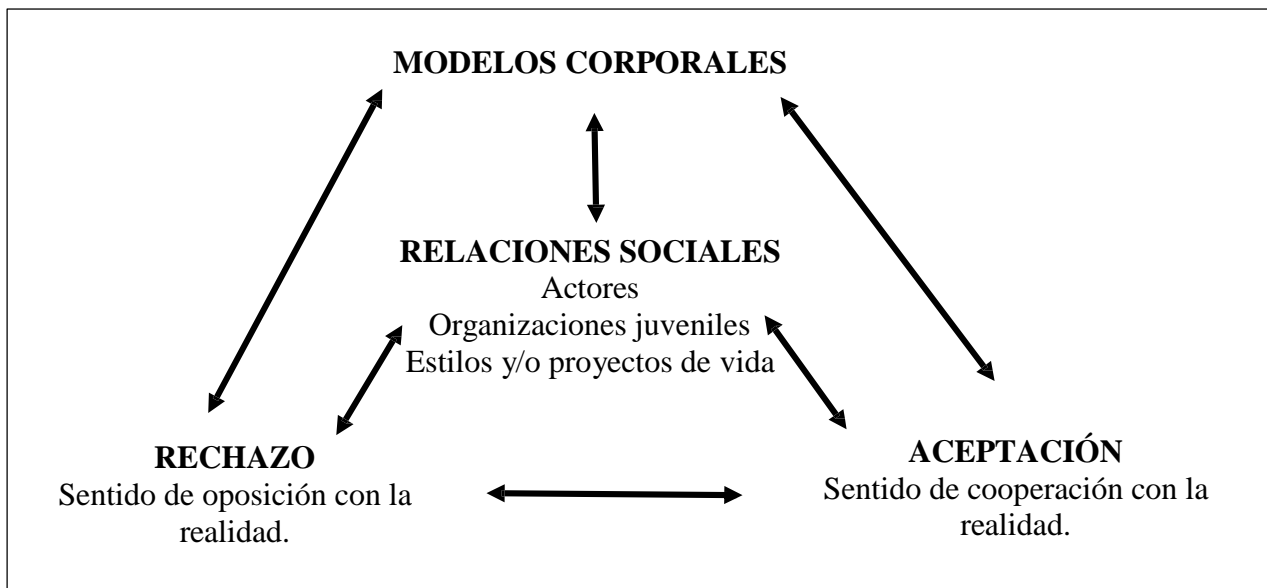
Es preciso acotar en este apartado que el Consejo Distrital de la Juventud – Nueva Cajamarca, trabajan de manera articulada con personas de organizaciones juveniles, en donde jóvenes y señoritas influenciados (as) por diversos patrones culturales que envuelve la Región San

Martín; llámese nacionalidades: Shawi, Kechua y Awajún, por lo que es indispensable determinar la influencia cultural que operan sobre la imagen social del cuerpo.

Una de las tantas piezas que conforman este trío de elementos es el valor asignado al cuerpo, es decir, hablar de cuerpo es hablar de una materia ficticia que no se deshace, no se descompone, del cuerpo ideal, del cuerpo eterno, el cuerpo que solo es real en nuestros irreales pensamientos; entonces aquí se fundamenta un par de dualidades interesantes: Cuerpo-belleza; cuerpo-exclusividad (según modelos adaptados de la sociedad consumista). Cómo ser parte de esa exclusividad en una sociedad cuyo discurso es totalmente distorsionado.

Los modelos corporales sociales de esta generación están sostenidos por prácticas sociales, son en su mayoría avalados por los poderes fácticos de enajenación; los medios de comunicación por ejemplo; estos establecen ciertos cánones de belleza basados en personajes sin rostro, es decir, en personajes que sólo venden moda, y un concepto equívoco de belleza.

La construcción social del cuerpo representa un proceso social que atraviesan una serie de interacciones dinámicas generadoras de competencias, oposiciones y cooperaciones entre los actores y/o instituciones. Un proceso vinculado estrictamente a las relaciones sociales; es decir, la implicancia de interrelación entre numerosas personas convencidas de la necesidad de generar un cambio radical o parcial sea el caso en cuanto a su cuerpo se refiere o convencidos de la necesidad de imitar a terceros para pertenecer a un grupo; a partir de esos nuevos vínculos establecidos la comunidad poco a poco comienza a adoptar nuevos “retos” o una nueva imagen corporal; tendientes a aumentar el impacto de los modelos corporales generacionales. Para comprender este proceso aquí se muestra el siguiente diagrama:



FUENTE: Elaboración propia.

Este trabajo tiene como objetivos en principio analizar las prácticas sociales que acentúan o rechazan ciertos modelos corporales y la representación social de los mimos para proponer desde ese enfoque estrategias de intervención social que promuevan un modelo corporal social.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DE LOS MODELOS CORPORALES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN LA PROMOCIÓN DEL CUERPO COMO UN OBJETO DE TRANSFORMACIÓN Y CONSUMO.

La construcción social del cuerpo representa un problema que alberga procesos circulares, los mismos que han ido cobrando mayor importancia en los últimos años, en este contexto se sugieren las siguientes. ¿Qué es el cuerpo? ¿Qué factores determinan la construcción del cuerpo? ¿Cómo se presenta el cuerpo en la sociedad contemporánea? La imagen corporal se ha recreado y modificado a lo largo de la historia. Podemos decir que hoy en día vivimos en una cultura obsesionada por el cuerpo y su exposición visual, tecnológica y comercial. “La imagen pasó: de la figurita, la historieta, a los dibujos animados en las pantallas.

1.1. LA PROBLEMÁTICA SOCIAL.

La problemática del cuerpo es muy amplia, los distintos abordajes vinculados al estudio del cuerpo en las ciencias sociales nos sugieren que la corporalidad no constituye un dato natural evidente por sí mismo, sino que es el resultado de diferentes elementos sociales y culturales que lo construyen en un espacio-tiempo determinado.

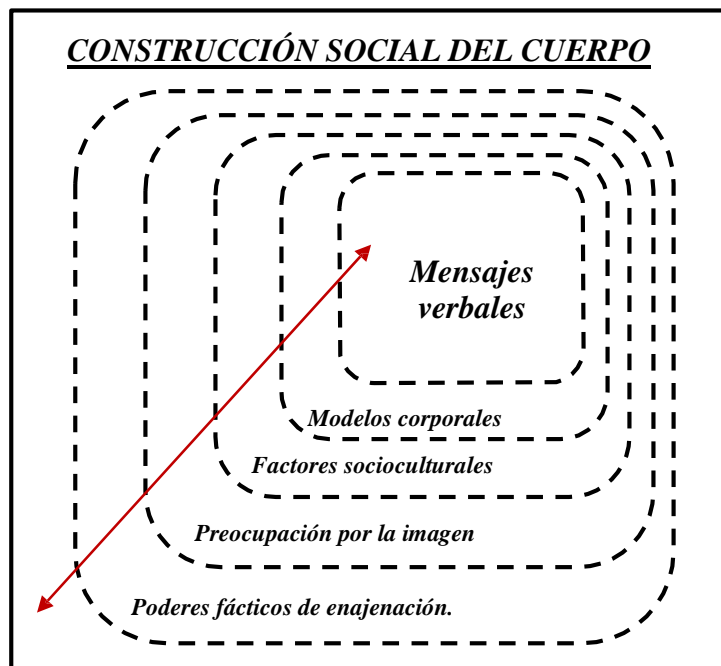
Los gestos y posturas, según Muss en (1979) ponen de manifiesto sentidos inconscientes que no pueden decirse a través de las palabras y que no son sólo el resultado de movimientos puramente individuales o enteramente físicos, sino parte de una idiosincrasia social. De esta manera, los cuerpos establecen relaciones significativas con el mundo que los rodea y muestran modos aprendidos socialmente en la interacción, siendo una construcción simbólica cuyas representaciones son confluentes de un estado social, de una visión del mundo y de una definición de la persona (Le Breton, 1995). A partir de estas cuestiones que subrayan la imposibilidad de separar al cuerpo de sus contextos sociales y espaciales.

Entendiendo lo anterior se puede analizar con mayor detenimiento lo que representa la construcción social del cuerpo y mediante este reconocerlo como; contenedor, por la utilidad, por la comodidad, por la belleza que representa, etc. los mismos que un sin número de veces hemos olvidado analizar no sólo en estrictos estudios de investigación sino mediante la observación a hechos sociales que se han ido acrecentando a paso ligero.

En esta etapa del trabajo me detendré un instante a argumentar la noción de Morín, en tanto él llama como principio fundamental la idea de COMPLEJO es decir, la relación entre el todo y las partes: *“No se puede entender el todo sino conocemos las partes, no podemos conocer las partes sino entendemos el todo”*.

Por tanto, la realidad que percibimos los seres humanos día a día, la comprensión de la existencia y los conflictos internos, traen inmerso los aires de lo global, lo contextual y lo multidimensional. Según mi apreciación, “el cuerpo” es un claro ejemplo de lo que Morín llama sistemas complejos, esto debido a que el cuerpo es una confusión de las apariencias en las que nos resulta muy difícil intentar unir nociones realmente complementarias y a la vez antagónicas; por ende se entiende el problema del cuerpo como algo no – lineal.

Intentaré usar un principio de reducción para pretender aclarar lo anterior, es decir, estudiar las partes con la finalidad de vislumbrar con mayor precisión el todo; que en este caso y según mi criterio se resume principalmente en:



Del punto de vista epistemológico la complejidad es lógica, es una complejidad que obliga a concebir unidad y diversidad, orden y desorden, organización y desorganización. Lo que significa que se genera una dialógica, fundada en este caso por los procesos que hemos mencionado.

Los individuos generan a la sociedad, pero la sociedad con su emergencia propia es decir cultura, educación y otros produce a los individuos. Somos productos y productores; esto se representa como una ruptura con el mundo de lo lineal, hablamos desde un principio de procesos circulares que permiten entender todos los problemas en cuestión. La relación social se continúa con la comunicación. Las industrias de comunicación de masas⁴ desempeñan un importante papel en la construcción social de los significados de las personas a través de sus

4 La industria de la comunicación comprende el conjunto de empresas que participan en el mercado de las ideas ofertando algunos contenidos (informativos, persuasivos o de entretenimiento) demandados por variados públicos (audiencia, anunciantes o instituciones)

discursos y su hacer persuasivo que provocan determinadas formas de actuar por parte del hombre. Distintos medios como la televisión, el cine, la publicidad, la prensa, etc., generan un gran efecto de persuasión e influencia socio - cultural propuesto en el contenido simbólico de su comunicación; Lomas comenta que estos "... al crear estereotipos de recepción, y por tanto de acción, la inmensa mayoría de sus mensajes resumen y difunden los valores éticos y pragmáticos que quienes detentan la hegemonía social bendicen como útiles, razonables o placenteros" (1996: 20).

Todo mensaje publicitario, televisivo y/o radial y los que son emitidos vía internet hace uso de esquemas formales de la narrativa para producir efectos de sentido que orienten unidireccionalmente los deseos del destinatario. De esta forma, podemos afirmar que cada mensaje emitido nos cuenta una historia desarrollada a través de una sucesión de operaciones narrativas⁵.

A través del mensaje publicitario (texto e imagen), se persigue explícitamente hacer - creer algo, e implícitamente hacer – hacer algo al destinatario. El relato mínimo que presentan los discursos publicitarios se puede comprender como una transformación situada entre dos estados sucesivos y diferentes, frente a una "carencia" se da la "eliminación de la carencia". Se puede comprender como el sujeto pasa de un primer estado de permanencia a un segundo estado a través de una transformación.

El programa narrativo básico de la publicidad muestra siempre un recorrido de tipo unidireccional que finaliza ineludiblemente con una transformación, el sujeto, alejado

⁵ *"La narratividad vendría a ser un cierto esquema estructurante al que el texto se somete para emitir los significados diseñados en la intencionalidad de la enunciación". (Sánchez Corral, 1997: 35)*

inicialmente del objeto del deseo, termina, a causa de la actividad desplegada por el discurso, fusionado felizmente con la mercancía y con los valores simbólicos atribuidos. Después de una transmisión sumamente continua de estos mensajes publicitarios hablamos de la moda impuesta, basada en la perfección del cuerpo, en el cómo luce ante los ojos humanos⁶.

La preocupación por las imágenes corporales es realmente visible; estas mismas imágenes que vemos en los discursos estéticos, son imágenes del cuerpo modificadas. Estas representaciones recogen elementos de la cultura, de muñecas, de top-models, elementos que caracterizan signos externos de la moda actual: imágenes de cuerpos jóvenes que poseen una piel libre de imperfecciones, un cuerpo esbelto y atlético, de curvas muy marcadas, piernas largas, cintura angosta; son imágenes que en vez de representar un cuerpo real nos proponen un cuerpo de muñeca, de Barbie, un cuerpo irreal⁷.

Un claro ejemplo son las piezas gráficas de la marca 'Bebe' que aparecieron en la revista Elle, en la imagen podemos apreciar una figura femenina que al contrario de asemejarse a la imagen real de la mujer, prácticamente nos muestran un maniquí. Un rostro y un cuerpo perfecto, sin arrugas, sin acné, simétrico en su totalidad. Es un rostro bello si nos regimos bajo los parámetros delimitados por nuestra



sociedad mediática y globalizada, pero a la vez es un rostro vacío que no presenta gesto alguno,

⁶ Una idea pre – programada

⁷ Entendida como una creación comercial del cuerpo.

son imágenes corporales que se aleja de cualquier imperfección y que sin embargo, carece de vida, de carne, de textura, de volumen. Estas representaciones de la figura femenina son la imagen de un cuerpo fantasma, un cuerpo no natural revestido de miles de máscaras.

Desde otra perspectiva nos interesaremos en hablar de los elementos socioculturales que generan o que influyen en la construcción del cuerpo, desde los primeros días de su existencia, pueden ser las diferencias de organización y jerarquización social, las diversas expresiones artísticas, etc. Entonces se sugiere la idea de: ¿Qué ha llevado a las sociedades contemporáneas a intensificar la preocupación por el cuerpo y colocarlo como uno de los elementos centrales en la vida de las personas?⁸

A lo largo de la historia, el concepto del cuerpo fue y es clave cultural⁹ y social¹⁰. En toda sociedad, el cuerpo además de ser un hecho biológico, es un territorio cargado de representaciones en donde permanentemente se construyen y reconstruyen imágenes culturales, donde se elabora un mundo simbólico, del significado y del sentido, en donde se dejan notar el espacio y el tiempo, y en donde se proyectan señales de identidad y de alteridad.

De este modo, comprendemos al cuerpo como elemento simbólico, como un poderoso vehículo de significaciones sociales y como participante activo en el mundo y, por tanto, con poder para reelaborar la realidad. Si comprendemos al cuerpo como un símbolo de la cultura y de la sociedad en donde nos hallamos inmersos, pensarlo y entenderlo nos aproxima a la comprensión del mundo que nos envuelve, a una realidad simbólica que junto con la pura carnalidad forma parte de nuestro ser, dándole a la materia sentido.

⁸ *Realidad construida por el hombre que puede tener que ver con cómo interactúan las personas entre sí mismas, con el medio ambiente y con otras sociedades.*

⁹ *Una forma de herencia social, no biológica, que fluye del pasado, generación tras generación*” (2000, p. 218)- Hollander

¹⁰ *“Modos socialmente adquiridos, transmitidos y compartidos de pensar, sentir y actuar por parte de los miembros de un grupo humano”* (1981, p. 134). M. Harris.

A través de los años, las personas han ido transformando varios aspectos de su vida cotidiana conforme va cambiando el entorno en el cual se desenvuelven. Se van adaptando a su medio y a la sociedad en la que viven, tanto en cuestiones culturales como sociales, tecnológicas, de usos y costumbres. Todos estos cambios, han transformando nuestros estilos de vida, hábitos, prácticas e identidades sociales en el tiempo.

Finalmente, si el hombre como ser social es incapaz de vivir sólo por sí mismo, el hacerse y rehacerse como sujeto en la creación de su identidad, le permite construir y destruir la imagen corporal que guarda en su pensamiento y es regida por la moda, el consumo y la influencia mediática. ¿Será que somos nuestra propia cárcel? ¿Cómo podríamos hablar de libertad si somos espejos de un tercero; si necesitamos de otros para reconocernos y sentirnos parte de un grupo?

En el seno de cada sociedad el cuerpo será definido y tratado conforme a la cosmovisión vigente en ella. Según sus categorías de verdadero o falso, su postura frente a la existencia, su relación con la vida y la muerte, con el trabajo y el placer, según como defina lo humano y su relación con la naturaleza y los otros hombres, el cuerpo adquiere valor y sentido revelando una postura filosófica, ética, metafísica e ideológica. Las diversas concepciones del cuerpo nos lo presentan a imagen y semejanza de una determinada manera de pensar y concebir al hombre y su lugar en el mundo. (Guido, 2001, p. 7)

La imposición de modelos por parte de la cultura mediática y su aceptación por parte de la sociedad son lo que sostiene el sentido e impacto de los media. Si nos referimos al estereotipo

de belleza actual en la sociedad, estaríamos hablando de una figura delgada, de una imagen corporal donde priman la apariencia y el culto al cuerpo (Mediáticamente creado).

Los tiempos cambian y con ellos nuestra identidad y los discursos sociales. Los cánones de belleza de hoy, son muy diferentes a los de épocas anteriores. La persecución de la belleza física por el hombre se vuelve una prioridad y en algunos casos obsesión. La búsqueda por la perfección y llegar a tener el cuerpo ideal nos lleva a cometer estrictas dietas, horas de gimnasia y ejercicio, operaciones riesgosas, que muchas veces son a costa de nuestra salud. Pero ¿quiénes marcan los cánones de belleza?

Vivimos en el triunfo de la sociedad mediática como jueces y castigadores de nuestro cuerpo, como los verdaderos artistas en diseñar y presentarnos el nuevo modelo de imagen corporal. Nuevamente pensar que el sujeto puede ser libre para diseñar su cuerpo es vivir en un mundo de fantasías. Y es aquí que hablaremos de un cuerpo - objeto; un cuerpo como signo de status, un cuerpo visto como mercancía en esta sociedad mediática. Es un cuerpo categorizado como objeto de consumo donde el sujeto invierte su tiempo y dinero en apariencia o bien dicho imagen corporal.

1.2. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

1.2.1. Surgimiento del problema.

Efectivamente el cuerpo tiene un origen, la concepción del cuerpo, su lugar en la sociedad, su presencia en el imaginario y en la realidad, en la vida cotidiana y en los momentos excepcionales han cambiado en todas las sociedades. De la gimnasia y el deporte en la sociedad Greco – Romana al ascetismo monástico y al espíritu caballeresco de la Edad Media han cambiado enormemente. Ahora bien en donde hay cambio, hay historia.

La problemática del cuerpo se origina con los griegos; ellos empezaron a racionalizar el pensamiento, y de esta manera se comenzó con el dualismo cuerpo-alma, viviendo al cuerpo desde un lugar de estudio, llegando al factor de individualización. Con esta separación, el hombre comienza a separarse de su cuerpo y de sus mitos, cuestionando de donde provienen las sensaciones, para así dudar y tratar de reaccionar al mundo.

Con el advenimiento del siglo V a.c el cuerpo se incorpora en el ideal educativo griego para los ciudadanos; educación que buscaba el equilibrio integral para todas las artes, la gimnasia, la ciencia, la música, la filosofía, la política, las leyes, orientada a formar un ciudadano virtuoso. Resultaba natural en la polis tener sus gimnasios, que estaban asociados a la prevención de enfermedades: orientándose desarrollar el físico para prevenirlo del deterioro natural, siendo que los médicos consultaban a los instructores de los gimnasios para disponer sus terapias, dando como nacimiento a la medicina preventiva.

Para el 1500 a.c los cretenses ya practicaban la lanza, la carrera pedestre, una lucha parecida al boxeo y la lucha contra los toros, como actividades propias de prácticas deportivas primitivas. Para 776 a.c nacen los juegos olímpicos modernos, donde se disputaba en un estadio en forma de herradura, con gradas que albergaban a 30000 espectadores, registrándose además los ganadores de cada competencia. Esta fiesta se celebra cada 4 años, cabiendo en el calendario griego, donde se celebraba la tregua. A los ganadores de la competencia se les entregaba una corona de olivos que se recogían de las orillas del río Alfeo. De esta manera los griegos dan una importancia al cuerpo y su desarrollo en las competencias atléticas, siendo los juegos olímpicos la conmemoración y celebración hacia éste, entonces; es en la etapa grecorromana en donde se instaura el concepto y el valor al cuerpo.

1.2.2. Evolución histórica del problema de investigación.

Son los filósofos griegos los que introducen el dualismo, que luego reafirma el cristianismo. En su finalidad, el cuerpo y el alma se hallan ya separados: lo visible y lo invisible, lo que está destinado a perder su identidad y lo que siempre la conserva, lo mortal y lo divino, hombre superior (filósofo) – hombre inferior (el esclavo) quien sólo posee un cuerpo, un cuerpo colectivo y del que no interesa saber por su suerte.

Vicente Pedraz (1989): Afirma que la noción de dualismo proviene de la tendencia filosófica que separa radicalmente lo natural de lo cultural, lo material de lo inmaterial, lo bueno de lo malo. Es decir, se basa en contraposiciones dicotómicas en las que todo elemento A tiene su contrapunto B. Aplicada al ser humano, la concepción dualista la misma que entiende que estamos compuestos de una parte material – corpórea - física- y otra inmaterial -espiritual - mental.

La otra dualidad, enmarcada en la oposición alma-cuerpo, es la polaridad hombre-mujer. La mujer esclava o noble está destinada a servir al cuerpo del hombre, del hombre esclavo, del hombre noble quien es dueño de su cuerpo y por lo tanto puede disponer de aquel. La mujer no accede siquiera al mundo del pensamiento, muchísimo menos a la posesión de un alma, que en el mejor de los casos, la haría inmortal. Las ideas platónicas sobre el cuerpo y sobre el alma iluminaron tanto el pensamiento de los romanos como de los padres de la iglesia en la Edad Media. Tales concepciones recorren el mundo moderno de conceptos idealistas sobre el cuerpo. Durante el Medioevo las vehiculizaciones del ejercicio del poder feudal y clerical tenían una inscripción material y geográfica, que no era sino el cuerpo de los individuos. Sobre él, nos recuerda Foucault:

"... se producían los suplicios, los descuartizamientos, las amputaciones, las simbologías de las marcas en el rostro o los hombros, la exposición vivo o muerto"¹¹.

Todo conformaba un mecanismo donde el cuerpo era el blanco mayor de la represión. Lo que vamos a ir viendo en los albores del Siglo XVII, es el nacimiento de la recta disciplina, que Foucault diera en llamar *"el arte del buen encauzamiento de la conducta"*. Es un poder disciplinario que "encauza las multitudes móviles y confusas". En el desarrollo de esta arquitectura de poder el encauzamiento será sinónimo de: "militares obedientes igual a imperativo político; prevención de libertinaje y homosexualidad igual a imperativo moral y, educar cuerpos vigorosos igual a imperativo de salud."

En esta época el pensamiento depende en gran medida de las concepciones de los padres de la iglesia o la patrística, época entonces dominada por el *cristianismo*. Es la negación del cuerpo como testimonio de la existencia, el bien y el mal, el alma y el cuerpo. Pero en esta concepción el cuerpo es la maldad, es el pecado, lo que condena al hombre, ya que la mujer ni siquiera tiene alma. Dice *Santo Tomás* que el cuerpo de la mujer es lo que condena al hombre, quien es superior; el hombre no es responsable de su perdición a causa del cuerpo, es la mujer el elemento de perdición. Así, en la Edad Media el cuerpo es sinónimo de cárcel, carne, prisión, concepción del alma, de ahí la urgencia en liberarse de él, para el hombre tornarse en espíritu. De la época contemporánea, enmarcada en un contexto filosófico positivista, se llega a la visión fiscalista del hombre considerado como un objeto que debe adecuarse a lo útil y práctico, sin capacidad y sentido racional. Kosik (1987) argumenta cómo "El capitalismo es el sistema de la total cosificación o enajenación, sistema dinámico, cíclico que se dilata y reproduce en la

¹¹ Michael Foucault: Vigilar y Castigar. ED. Siglo XXI

crisis; sistema en el que los hombres se presentan bajo las máscaras características de funcionarios o agentes de este mecanismo, es decir, como partes o elementos suyos"

La sociedad capitalista surgida en el racionalismo, la ilustración y el enciclopedismo, crea la técnica como medio de relación del hombre con la naturaleza y consigo mismo. Instaura las estructuras económicas y políticas como realidades superiores al hombre, a la mujer y por ende a la sociedad, inaugurando una relación entre cosas; de ahí que el papel de la ciencia dentro del capitalismo, consista en administrar y utilizar como cosas al mundo, al hombre, a la mujer y a la sociedad. "En la economía capitalista se opera un cambio recíproco de personas y cosas, la personificación de las cosas y la cosificación de las personas"

Dentro de esta sociedad cosificada, con categorías como productos, ganancias, dinero, utilidad, el cuerpo a decir de Bernard (1980) "queda robotizado, alienado y al servicio del rendimiento industrial o en última instancia, al servicio de la sociedad capitalista"; en los últimos tiempos se ha desencadenado una preocupación sin precedentes por el estudio de cualquier aspecto relacionado con el cuerpo: su apariencia, su duración, su curación, su funcionamiento o su representatividad simbólica. Algunos autores atribuyen este fenómeno precisamente a los trascendentales cambios en su concepción, fruto de lo que ha venido en llamarse la sociedad o cultura de la postmodernidad, entendida como la superación del proyecto moderno basado en la razón como instrumento de comprensión de la realidad. Shilling (1993) destaca que los principales efectos de la postmodernidad en la concepción sobre las ideas del cuerpo son:

- La secularización del mundo occidental
- Idealización del cuerpo como proyecto
- La incertidumbre sobre el concepto de cuerpo

Shilling (1993) relaciona la creciente importancia que se le otorga al cuerpo con el proceso de desacralización social que marca el tránsito desde la organización social de la Europa pos feudal a la modernidad, y que tiene su mayor impacto en el siglo XX. Este proceso tuvo como consecuencia la disminución del poder de las autoridades religiosas en la vida social en general, y en la regulación de aspectos relacionados con el cuerpo en particular¹². Sin embargo, la desacralización gradual de la vida social ha provocado que las creencias religiosas fueran sustituidas en gran medida por creencias científicas equivalentes en nivel de devoción, pero que no ofrecen exhortaciones morales tan explícitas.

De los valores estables se ha pasado a una vida sin imperativo categórico en la que lo que prima es el individualista e indefinido mensaje de ser feliz. Por otra parte, el auge y expansión de los medios de comunicación audiovisuales sitúan simbólicamente ese mensaje de felicidad individual en la imagen del cuerpo o, mejor dicho, de determinados modelos de cuerpo. La publicidad, las películas, los telefilmes propagan el mensaje de que la persona feliz es el cuerpo feliz. Así, al conjugarse el declive de los referentes religiosos con el actual aumento del cuerpo como imagen de valor simbólico, las sociedades posmodernas han colocado al cuerpo como el elemento constitutivo más importante de la identidad.

En torno a este creciente protagonismo existencial de lo corporal han nacido diferentes creencias que a su vez generan nuevas idolatrías englobadas bajo el título genérico de culto al cuerpo. El culto al cuerpo se basa en ciertos dogmas¹³ y consensos sociales sobre el funcionamiento y la apariencia, que sirven para homogeneizar los valores en torno a lo

¹² *Quitar el carácter sagrado a alguien o a algo.*

¹³ *Un dogma es una proposición que se toma como cierta e innegable*

corporal. También generan prácticas muy ritualizadas e íconos que representan la esencia de la virtud corporal.

Los/las modelos, los/las deportistas, los actores y actrices, en definitiva, las personas cuya imagen nos llegan como símbolo de felicidad y éxito, sirven para modelar los nuevos cuerpos ideales -e idolatrados-. Su búsqueda se convierte a la vez en una nueva certeza vital y en un empeño fundamentalmente individual. En definitiva, creer en el cuerpo es creer en uno/a mismo/a, y mejorarlo; en algunos casos, constituye una especie de testimonio de fe.

A. Otra característica distintiva de las sociedades posmodernas es la posibilidad de concebir el cuerpo como un proyecto, lo cual implica el establecimiento de un plan para alcanzar una serie de objetivos personales más o menos autoimpuestos por su propietario, casi siempre relacionados con la salud o la apariencia. Esta concepción implica el establecimiento de un plan para alcanzar una serie de objetivos personales. En los países desarrollados, muchas personas aceptan reconstruir la apariencia, tamaño y forma de su cuerpo en función de un diseño confeccionado por sus propietarios/as.

Avances tan dispares como la reproducción in vitro, la ingeniería genética o la cirugía estética, ofrecen amplias posibilidades para controlar nuestro cuerpo, así como para ser controlado por otros. Hoy, el cuerpo o sus diferentes partes puede ser creado, transformado, reconstruido, aumentado y/o disminuido con una creciente eficacia y eficiencia. Y las personas se han convertido en agentes activos en la gestión y mantenimiento de sus cuerpos. En definitiva agentes activos en la gestión y mantenimiento de sus cuerpos. En definitiva la idealización del cuerpo como proyecto supone, por una parte, considerar el cuerpo -su salud, su apariencia- como una aspiración en sí misma y, por otra, considerar que dicha aspiración resulta alcanzable

sólo con el esfuerzo personal, minusvalorándose la influencia de factores sociales, económicos y culturales.

- B. Esta posibilidad de planificar el cuerpo lo ha convertido también en un espacio donde se materializan múltiples opciones y elecciones. Sin embargo, como señala Shilling (1993), el aumento de posibilidades de intervenir en el cuerpo contrasta con la incertidumbre acerca de qué hacer con esas posibilidades, con las dudas profundas sobre cómo ejercer el control sobre el cuerpo. Cuanto mayores son las posibilidades que se nos ofrecen, más se desestabiliza nuestro conocimiento acerca de qué es el cuerpo en realidad, y se abren más y mayores interrogantes acerca de hasta dónde se debe permitir la intervención de la ciencia en su reconstrucción. Y tampoco conviene olvidar que el que existan esas posibilidades no quiere decir que existan las mismas posibilidades para que todas las personas tengan acceso a ellas. De ahí que algunas prácticas, que se engloban de forma genérica bajo el engañoso “cuidado del cuerpo”, se hayan convertido en un símbolo de status.

En este contexto incierto, limitar la preocupación de la intervención sobre el cuerpo únicamente a cuestiones de tipo técnico puede contribuir a que en el futuro se disparen el número y la magnitud de este tipo de conflictos. De hecho, parece claro que en la actualidad estamos viviendo en una época en la que el cuerpo y su significado sociocultural han tomado dimensiones inusitadas. La insistente transmisión por los más diversos y escurridizos medios de comunicación de imágenes con cuerpos esbeltos (en mujeres) o musculosos (en hombres), unidas a mensajes sobre felicidad, éxito, y (auto) estima, ha asentado en el inconsciente colectivo la idea de que un cuerpo “perfecto” es sinónimo de vida perfecta. Y más: que sin un buen cuerpo no puede llevarse una buena vida, o que a mejor cuerpo, mejor vida. El problema

aparece cuando, ante la creciente impotencia de alcanzar continuamente con los imposibles y cambiantes modelos corporales socialmente contruidos como deseables: jóvenes, esbeltos o musculosos, dinámicos, atractivos, y un largo etcétera; esta especie de “encarnación de la autoestima” a menudo se convierte en fuente de angustia. El deseo de alcanzar esa imagen y esa vida ideal, unido a la práctica imposibilidad lograrlo, provoca, en general, un auto concepto corporal negativo.

Por otra parte, la naturaleza inalcanzable de ese cuerpo perfecto lo convierte, en palabras de Varela y Álvarez-Uriá (1989), en un “mercado eterno” al que se dirigen los más variados y en ocasiones insospechados productos. En este contexto confuso y contradictorio la exclusiva preocupación técnica por mejorar el cuerpo resulta demasiado simplista si no viene acompañada de una reflexión acerca del significado y las implicaciones éticas de dichas mejoras.

Lo anterior, un recorrido por momentos de la historia que nos muestran experiencias de la corporeidad instrumentalizada: cuerpo como he cuerpo como herramienta de producción laboral, al que hay que cuidar para que sea más eficiente; utilización y entrenamiento del cuerpo para obtener un récord; una educación física mecanicista, que empezó desde la misma gimnasia sueca y militarista; una educación física desde las opciones orgánicas que propician parámetros de medición del cuerpo, para exhibirlo o para comercializarlo.

La persona se manifiesta a través y con su cuerpo, pero esas manifestaciones -emociones, sentimientos pensamientos son parte de ese cuerpo. El ser ya no sólo "posee" un cuerpo (que sólo hace) sino que su existencia humana implica hacer, saber, pensar, sentir, comunicar y querer.

1.2.3. Tendencias en el desarrollo del problema de investigación.

Como se ha mencionado al principio, nuestro cuerpo es un campo en permanente construcción y un universo diverso, cambiante y único. A lo largo del tiempo este ha sido y es el depositario del mal, del bien, del pecado, de la sacralización, de la glorificación y resurrección o mejor dicho reconstrucción. Hoy en día, el cuerpo liberado es el cuerpo ideal; el cuerpo representado por los medios e interpretado en nuestro imaginario como el canon de belleza a seguir. Pero ¿Cómo sería visto, representado e interpretado el cuerpo en el futuro? Está es una interrogante muy interesante; a lo largo del trabajo hemos visto la evolución del concepto de cuerpo, la evolución de la imagen corporal y las propuestas generacionales de los modelos corporales, y en el camino hemos notado un proceso de transformación o porque no decir una metamorfosis corporal realmente extrema. Los valores del cuerpo se han ido modificando según el contexto, el tiempo y los actores; un común denominador hasta ahora ha sido la belleza corporal antes que cualquier otro elemento; el valor agregado en la sociedad contemporánea ha sido la delgadez como sinónimo de perfección, las curvas y los músculos perfectos sinónimo de sensualidad y la belleza corporal sinónimo de aceptación y status.

Si habíamos fijado nuestro sentidos hasta ahora en el tema en mención, como dejar de lado la proyección del cuerpo, el debate se extiende; y esto debido a que nuevamente entran a tallar un sin número de elementos; preguntarnos por ejemplo, si dentro del contenido (textual o visual) de los poderes fácticos de enajenación se encontrarán como referente fundamental el culto a las apariencias o más aún si se seguirán atiborrando la idea de belleza a lo ficticio, a lo irreal o a lo eterno; quizá las sociedades influenciadas por los medios de comunicación y este proceso de globalización seguirán adoptando nuevas pautas sociales de comportamiento o más aún si las

nociones de cultural se tergiversan por completo o peor aún se pierde en el tiempo, estos son algunos factores que se vinculan al problema proyectándonos a futuro.

Ahora bien, si la problemática del cuerpo sigue bajo esa linealidad, entonces nos adentraríamos a cuestiones mayores, el valor al cuerpo será estrictamente estético. ¿Cómo promover el cambio? En este trabajo de propuesto como eje principal la formulación y aplicación de estrategias de intervención para reorientar la construcción social del cuerpo; visto desde una perspectiva inclusiva. Hace unos días leí un libro en el que se afirmaba que el lema en relación al cuerpo del futuro sería: *“Envejecer bien, con vitalidad y de manera saludable”*, el planteamiento suena interesante, sin embargo, dentro de los ejes de lo planteado se establece que eso sería posible con la intervención genética, como modificar patrones para construir un cuerpo estéticamente eterno, como permanecer joven aún después de envejecer; es realmente alarmante tener que seguir leyendo libros o documentales en los que se está logrando avances tecnológicos que permitan al ser humano vivir bellos con el correr del tiempo, los avances han seguido esa dirección y se ha dejado de lado el concepto de cuerpo, de belleza, asociándolo exclusivamente a la mera apariencia física. ¿Dónde queda el respeto al cuerpo? A estas alturas para la sociedad moderna y estoy segura para la post moderna es un argumento que ya no importa, lo que interesa ahora es generar mayores ganancias, ampliar el mercado de lo estético, difundir el trillado concepto de moda y seguir creando figuras y conceptos estéticos que sólo se albergan en el imaginario social.

¿Acaso una mente eterna será posible? Lo que se propone en este trabajo es plantear ciertas estrategias de intervención que permitan reorientar el concepto de los modelos corporales llámese generacionales; en base al respeto y aceptación del cuerpo como tal, es verdad que se vuelve un poco difícil intentar reorientar conceptos que han vivido durante décadas en el

imaginario; sin embargo, considera importante intentarlo; con la finalidad de promover un modelo corporal responsable, alejado de la idea de que ser bella o atractivo a los ojos humanos nos convierte en la última rueda del coche.

1.3. DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO SOCIAL Y ESPACIAL EN EL QUE OCURRE EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.3.1. Distrito de Nueva Cajamarca.

1.3.1.1. Antecedentes históricos.

Nueva Cajamarca ha sufrido todo un proceso histórico evolutivo que se sintetiza en la época de Primer Apogeo (1967 – 1990), dividido en tres periodos: Formativo inicial (1967-1974), agentes municipales (1974-1984) y gobiernos distritales (1984-1990).

El arquitecto Fernando Belaunde Terry, en su libro titulado: “La conquista del Perú por los Peruanos”, sustentaba que el propósito de proyectar una carretera marginal que vinculara los ingentes recursos de la selva amazónica, era una necesidad nacional, por lo tanto, su importancia económica urgía la promoción una colonización intensiva. San Martín era vista como un departamento con perspectivas de crecimiento de su producción a corto plazo, es así que una de las razones históricas determinantes en el surgimiento de Nueva Cajamarca, es el contexto de la visión geopolítica del Primer y Segundo Gobierno de Fernando Belaunde Terry, que considero a la selva como: **“La Despensa del Perú”**.

Entonces, se hace referencia que para entender el conjunto de elementos históricos – descriptivos que componen la periodificación de la historia de Nueva Cajamarca lo vamos a contextualizar dentro del Gran Paradigma llamado: “La Selva como Despensa del Perú”, porque la dinámica de movilidad poblacional que impulsara Belaunde Terry en su primer

periodo (1963-1968), me refiero al estímulo de grandes oleadas migratorias, a la misma construcción de la Carretera Marginal, suspendida temporalmente por el Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas y luego reimpulsadas bajo el esquema de una gran Anillo Vial Costa – Selva. Bajo este contexto formalmente la comunidad de Nuevo Cajamarca en 1974, hasta que el mismo Belaunde en su segundo gobierno lo eleva de categoría a Distrito, mediante ley N° 24040, del 26 de Diciembre de 1984.

La incursión de los primeros colonos, en las nuevas tierras, que hoy constituyen la base territorial de Nueva Cajamarca, se registran desde 1967, lo que da inicio al periodo que se ha denominado; Periodo Formativo Inicial y que concluiría con la histórica fundación de Nueva Cajamarca, logrando consolidarse inicialmente de manera ordenada y definitiva sobre un diseño urbano de 26 has.

Con la designación del Primer Agente Municipal, en 1974, se inicia el periodo de Las Agencias Municipales, que estará marcado por una intensa y convulsionada actividad de los Agentes Municipales, para regular el desarrollo urbano y dotar al pueblo organismos descentralizados del Estado y de instituciones, que satisfagan necesidades prioritarias, como salud, agua potable, luz, mercado, etc, logrando en menos de 4 años que Nueva Cajamarca reuniera las características de un pueblo avanzado. Antes de los 5 años, las autoridades y el pueblo de Nueva Cajamarca inician las gestiones para lograr el ascenso de categoría a distrito, aspiración cumplida 10 años después cuando, el 21 de Diciembre de 1984, el congreso aprueba la ley N° 24040 cuyo tenor es promulgado el 26 del mismo mes por el presidente Belaunde marcando dicho acontecimiento, el inicio del periodo de Gobiernos Distritales. A continuación se pretende aclarar todo el proceso evolutivo del Nueva Cajamarca:

LA SELVA COMO DESPENSA DEL PERÚ					
FRENANDO BELAUNDE TERRY	1963		ÉPOCA DEL PRIMER APOGEO	PERIODO FORMATIVO INICIAL	1967: Empieza la ocupación
GOBIERNO REVOLUCIO NARIO	1980		ÉPOCA DE LA HISTORIA COLECTIVA	PERIODO DE LAS AGENCIAS MUNICIPALES	1974: Fundación de Nueva Cajamarca 1976: Creación del puesto de salud 1977: Construcción del mercado central 1982: Se organiza las rondas campesinas. 1983: Incendio del mercado central. 1984: Elevación a categoría de distrito
FERNANDO B. TERRY					
ALAN GARCIA PEREZ					1986: Primera elección municipal para alcaldía distrital
ALBERTO FUJIMORI					1989: Primeras incursiones terroristas del MRTA 1990: Terremoto 2000: Construcción del Parque de la Cultura
V.P	2000		ÉPOCA DEL SEGUNDO	PERIODO DE LOS GOBIERNOS DISTRITALES	2002: Construcción del estadio municipal
ALEJANDR O TOLEDO					2004: Planificación para el desarrollo estratégico ZEE y OT 2006: Elaboración del Plan de Desarrollo Urbano.
ALAN GARCÍA PÉREZ					

1.3.1.1.1. Información general



ILUSTRACIÓN 1: Mapa del Distrito de Nueva Cajamarca.

1.3.1.1.1.1. Ubicación geográfica :

- a) Región : San Martín
- b) Departamento : San Martín
- c) Provincia : Rioja
- d) Distrito : Nueva Cajamarca
- e) Centros poblados: Naranjillo, San Jun de Río Soritor.

1.3.1.1.1.2. Límites:

- a) Por el Norte: Caserío la Unión.
- b) Por el Sur: Caserío Nuevo Edén.
- c) Por el Este: Caserío Ucrania y Tahuantinsuyo.
- d) Por el Oeste: Caserío la Florida y la primavera.

1.3.2. Consejo Distrital de Juventudes.

El 14 de Julio del 2009 con Ordenanza Municipal N° 012 -2009/MDNC, se aprueba la creación del Consejo Distrital de la Juventud del distrito de Nueva Cajamarca, como ente de coordinación, consultivo, de concertación, diálogo y encuentro entre la juventud y el Gobierno local de Nueva Cajamarca. Esta fue iniciativa del Joven Elmer Eraso, su decisión se debió a que asistió a una reunión del COREJU-San Martín, sobre participación juvenil en conflictos regionales; allí notó lo importante que era gestar un espacio de trabajo y articulación para beneficio de la juventud Nueva Cajamarquina.



A pesar que está formado hace poco tiempo han ido cobrando notoriedad en la población en general, en el 2012 el CDJ - NC se constituyó por 100 jóvenes, hay que resaltar que aunque no todos participaban de las actividades de manera constante, existe un número representativo que se ha venido involucrando en la lucha diaria de empoderar a los jóvenes en la sociedad actual, más aún si poseen una visión integradora, de promoción y con capacidad de liderazgo.

El 12 de Noviembre del 2015 se emite la Resolución de alcaldía N° 499-2015-A/MDNC en donde se reconoce a los nuevos integrantes del CODIJU-NC en el periodo 2015-2017, esta vez liderado por la señorita Gaby Nerea Chávez Bermeo (Secretaria distrital de la juventud).

Esta institución reúne a jóvenes quienes buscan una oportunidad para ser reconocidos, respetados y sobre todo para ser generadores del cambio.

1.4. DIAGNÓSTICO

1.4.1. Construcción social del cuerpo

La construcción social del cuerpo se determina como una hipótesis que afirma que la relación entre el cuerpo y el contexto sociocultural se da en ambos sentidos, y que la sociedad y la cultura influyen en la formación de sus miembros, en cierta medida. El cuerpo se ha convertido en una construcción social, en cuya delimitación han participado múltiples disciplinas. Según Bryan S. Turner, la construcción social del cuerpo es:

«La característica más próxima e inmediata de mi yo social, un rasgo necesario de mi situación social y de mi identidad personal, y a la vez un aspecto de mi alienación personal en el ambiente natural»

Entonces es apropiado no dejar pasar la idea que se sustenta en las prácticas y las representaciones sociales una noción que fomentan o sustentan a los modelos corporales, los mismos a los que he llamado a lo largo del trabajo modelos generacionales. Entonces; se hará un análisis de los elementos que se constituyen dentro de lo mencionado:

1.4.1.1. Prácticas sociales

Las sociedades son aglomerados de intereses conformado por hombres y mujeres (Agentes sociales) y las condiciones materiales en las que viven. Hombres, mujeres y las condiciones materiales integran las condiciones objetivas de la vida social; los acontecimientos que ponen en relación estas tres categorías objetivas constituyen las prácticas sociales, las cuales plasman en un sentido concreto toda la combinación potencialmente ilimitada sobre las tres condiciones objetivas de la vida social.

Las prácticas sociales al gestar, formar o mantener mujeres, hombres y condiciones materiales, proponen también su articulación y establecen de este modo las reglas del juego social, de un juego siempre mediatizado por las propias condiciones objetivas, ya que sin ellos nunca sería posible. Las prácticas sociales en tanto acontecimientos materiales constituyen la realidad social, que adquirirá diferentes expresiones según el entramado de aquellas.

1.4.1.1.1. Lengua

El ser humano ha desarrollado diferentes maneras de interactuar por medio de lenguaje, tanto oral como escrito; ha establecido nuevas formas de usarlo, de crear significados, resolver problemas o comprender algún aspecto del mundo por su intermediación.

Todos estos modos de interactuar con los textos y a partir de ellos constituyen las prácticas sociales del lenguaje. En la Región San Martín existen 3 grupos étnicos, por consiguiente 3 grupos lingüísticos predominantes, pues existen muchas variantes de una sola lengua.

1.4.1.1.2. Religión

La religión como práctica social, tiene la función de aportar una serie de valores morales que, en ocasiones, intentan colaborar con la sana convivencia entre individuos. Debemos considerar que la práctica religiosa promueve el buen comportamiento y la construcción de una conciencia que, entre otras cosas, se dirige a generar acciones de buen comportamiento social¹⁴.

La religión es también un elemento que genera identidad, ya que en ocasiones estructura las formas de organización y sentido de pertenencia de una sociedad, grupo cultural o comunidad, como en el caso de ciertas comunidades indígenas. Sin embargo, es necesario considerar que

¹⁴ <https://cibertareas.info/religion-como-una-practica-social-introduccion-las-ciencias-sociales.html>

los excesos de esta práctica social pueden generar acciones que derivan en integrismo o fundamentalismos religiosos, en fanatismos o discriminaciones por motivos de credo.

1.4.1.1.3. Cultura

Tenemos que una práctica cultural es un tipo de acción que se sirve de todo este conjunto de elementos, para dar a conocerse y representar ante otros grupos su identidad particular, en otras palabras una práctica cultural permite intercambiar con otros grupos sociales, comprender otras formas de vida, así como valorar la propia identidad, lengua y costumbres, al realizar una práctica cultural implica tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- ❖ Hablar de la cultura de la información, la ciencia y la tecnología implica realizar una serie de prácticas sociales propias de una sociedad, con el objetivo de conseguir determinados fines
- ❖ Incluir en las prácticas cotidianas herramientas (como Internet, telefonía) que permiten obtener, transmitir, difundir y publicar información de forma más rápida, eficaz y en mayor cantidad, acerca de nuestras formas de vida
- ❖ La forma de ser, de pensar y de actuar es fruto de una tradición cultural, que forma parte de una serie de prácticas sociales del lugar donde se radica

Para concluir se puede decir que todas las sociedades mantienen comportamientos, ideas, expresiones, creencias y sentimientos comunes, que permiten reconocer su identidad cultural, por ejemplo, el grafiti es una forma de expresión de lo que se conoce como cultura urbana.

1.4.1.1.3.1. Consumismo

Hoy en día, el consumismo domina la mente y los corazones de millones de personas. El ser humano siempre ha sido consumidor; pero mientras en otras épocas procuraba consumir de

acuerdo con sus necesidades naturales, en la actualidad las personas tienden a crear una serie de hábitos y modos de vida que llevan a consumir por el mero placer de consumir; de ahí, la denominada “sociedad de consumo”.

La sociedad de consumo es la de los medios masivos de comunicación, la del desarrollo de la ciudad frente al campo, y la del dominio de los valores de la moda y nuevas tendencias, el individualismo, el narcisismo, lo efímero y trivial. Consumimos imágenes de los objetos, consumimos una imagen corporal propuesta que poco a poco nos aleja más del cuerpo real, de nuestro cuerpo como materia, de un cuerpo verdaderamente carnal. El cuerpo se vuelve híbrido, mutable y descartable.

Vivimos en una sociedad light que consume su vida en gimnasios, dietas, cirugías estéticas, automedicaciones y cuanto producto o servicio sea ofertado, todo para obtener un cuerpo que se desvanece permanentemente en los medios, una imagen corporal no propia y que tal vez y lo más probable sea un cuerpo propuesto de hoy pero no del mañana.

1.4.1.1.3.2. Identidad

¿Cómo podemos hablar de identidad en el sentido de ser quien soy si prácticamente nuestro cuerpo se ha convertido en un organismo adulterado? ¿cuál es la libertad de la que tanto se comenta, realmente somos dueños de nosotros mismos? Sólo nos queda sacarnos el sombrero y aplaudir el gran juego o por qué no llamarlo el arte de la seducción de esta gran sociedad mediática y consumista.

1.4.1.1.3.3. Costumbres y tradiciones.

Entre tradiciones y costumbres hay una línea muy fina que las distingue. Por ejemplo, la tradición de los muertos es una creencia donde se espera la venida de los difuntos al mundo terrenal; la costumbre es poner altares adornados con flores de cempasúchil (flor de muerto), tamales de hoja de plátano, mezcal, pan de muerto, chocolate, etc. la fuerza de las tradiciones y costumbres no radica en la frecuencia con que la gente las practique, sino en que la gente

comparta las ideas y creencias que originaron la tradición y costumbre. En ejemplo del culto a los muertos, el cumplimiento cabal de la tradición depende mucho de que las personas crean de verdad en la existencia de la vida espiritual, en la posibilidad de que las personas muertas visiten el mundo de las personas vivas, guiados por la luz para recibir una ofrenda de alimentos, entre otras creencias. Y la costumbre es que año con año se siga realizando tal acción para que las generaciones futuras aprendan y fomenten las tradiciones y costumbres.

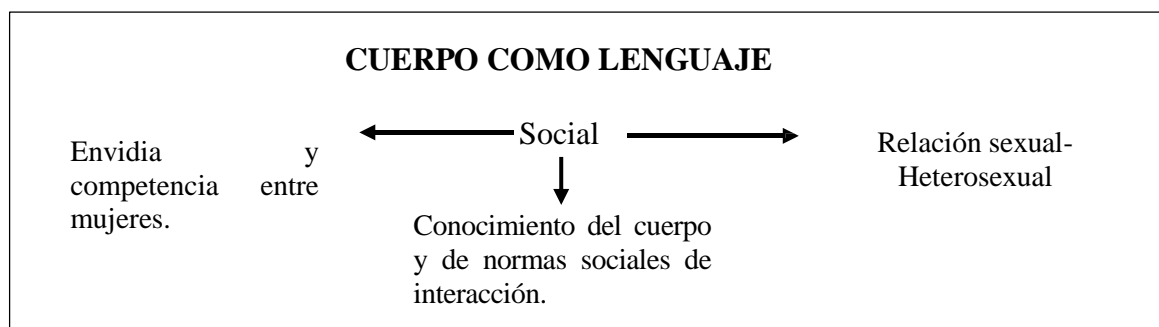
1.4.1.2. Representaciones sociales

Las personas se enfrentan diariamente a un sin número de circunstancias que cambian continuamente e introducen incertidumbre y desequilibrio en sus vidas. Para afrontar este hecho buscan apoyo en pensamientos o comportamientos previamente desarrollados, los cuales no se originan por completo en el individuo, sino que están estrechamente relacionados con la experiencia del grupo al cual pertenecen. Gracias a esto les es posible recobrar confianza y seguridad en sus acciones, haciéndose evidente dos aspectos esenciales de la conducta humana, por un lado, los límites del carácter absoluto de la autonomía individual, y por otro, el reconocimiento implícito de que las acciones y el conocimiento de la realidad social son producto de la elaboración colectiva.

1.4.1.2.1. Lenguaje corporal

Este ámbito está representado principalmente con el concepto de comunicación. Las jóvenes investigadas señalan que hablar de la relación cuerpo-interacción es hablar en primera instancia del lenguaje social corporal, es decir, el lenguaje que se emplea para interactuar con otros sujetos tanto en términos de comunicación verbal como no verbal. De esta manera los participantes de nuestro trabajo asocian la noción de cuerpo en el ámbito de la interacción con la interacción social y a esta con las normas sociales preestablecidas tanto entre el propio género femenino (donde se manifiestan rivalidades), como con el sexo masculino donde la interacción, entendida mayormente por estas jóvenes como interacción sexual, depende de la confianza previamente establecida entre las partes.

La primera dirección de este tipo de representación como ya hemos dicho es la de la interacción social vía el cuerpo, donde se manifiesta el uso consciente del cuerpo para transmitir e intercambiar mensajes con los otros, ya sean mujeres u hombres. La segunda dirección refiere a la interacción íntima, determinada explícitamente en el discurso de las informantes como relación sexual o contacto físico. Aunque el ámbito de la sexualidad no será abordado con precisión en este trabajo, no sobra señalar que la naturaleza del contenido y la organización de esta representación social en el ámbito cuerpo-interacción resulta presumible toda vez que en nuestra cultura la sexualidad ocupa el lugar de lo prohibido y profano y también el espacio personal de historias de placeres, displaceres y vulnerabilidades. A través del análisis de nuestros resultados, pudimos darnos cuenta que si bien la presencia de elementos “políticamente correctos” dominó el discurso sobre el cuerpo en el ámbito de la interacción, la referencia a la sexualidad estuvo latente de forma constante, aunque no directa, tal y como se observa en el cuadro.

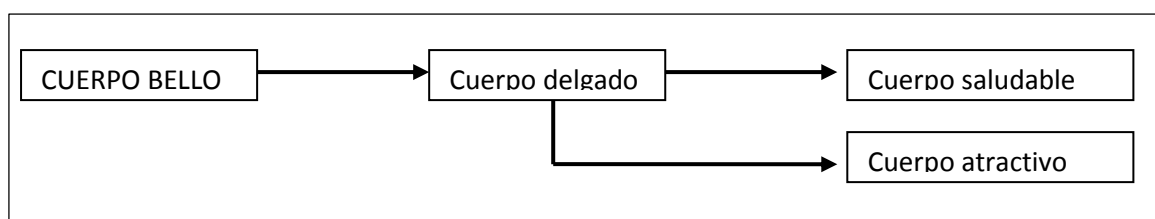


1.4.1.2.2. Cuerpo – Estética

El ámbito de representación generado a partir del cuerpo-estética en los jóvenes que integran del CDJ- NC se halla referido fundamentalmente a la relación que dichos sujetos establecen entre aquello que entienden por estético (por lo general una concepción relacionada con lo bello) y su propio cuerpo. A grandes rasgos, podemos adelantar que en este ámbito los jóvenes hablan desde sus propias experiencias.

A diferencia de lo que sucede con otras representaciones sociales, la representación sobre el cuerpo asociada al sentido de lo bello como cualidad estética corporal traslada su construcción al ámbito de lo personal, es decir, de la experiencia individual. Sin embargo, dicho traslado se hace de la mano de, o más bien, en concordancia con algunos factores sociales y culturales que median dicha construcción. Ello implica que a pesar de que la representación sobre el cuerpo pueda actuar.

De esa manera, lo que en un inicio se pensó estuviera vinculado a los núcleos periféricos de la representación sobre el cuerpo en términos estéticos, quedó atrapado en la red ideográfica que se construye alrededor del concepto de belleza y su relación con el cuerpo. Ello, a su vez nos implica que cuando los jóvenes investigados, comienzan a configurar las percepciones estéticas sobre su propio cuerpo, el primer campo semántico por el que atraviesan es el que ocupa el referente occidental de belleza, la delgadez, y esto es particularmente apreciable en el discurso de las jóvenes más delgadas.



FUENTE: Elaborado por la investigadora

1.4.1.3. Poderes fácticos de enajenación

1.4.1.3.1. Publicidad

La sociedad ha sufrido cambios drásticos en menos de 100 años, antiguamente el prestigio social era heredado de generación en generación por medio del nombre de la familia, del dinero o de la educación, en la actualidad además de estos, nuestro aspecto forma parte de los parámetros sociales del prestigio y sirve como punto de comparación con otros.

¿De qué manera presenta la publicidad en el Perú al cuerpo perfecto?

En este segundo tema se pretendía analizar la manera en la que los (as) asistentes a los grupos focales observan la forma en la que la publicidad presenta al cuerpo perfecto. Se les pidió mencionaran la manera en que (desde su punto de vista) la publicidad presenta al cuerpo dentro de los mensajes que estos emiten, sus respuestas se emiten en la siguiente tabla y además de las características físicas mencionan roles sociales, producidos y representados mediante la publicidad.

TABLA: El cuerpo en la publicidad desde la concepción de los jóvenes.

DELGADA	RUBIA	ALTA	EXITOSA
BONITA	SIN CANAS	JOVEN	MAQUILLADA
SEXY	SIN ARRUGAS		ATTRACTIVA
SENSUAL		CUERPO EXHUBERANTE	

Elena Vera Gatica: “... La publicidad presenta a mujeres delgadas, con cuerpos bonitos y en su mayoría de casos son cuerpos semi desnudos...”

Eber Villareal Huamán: “... Es verdad, en todos los anuncios aparece una mujer, en ocasiones es algo ilógico, aparecen imágenes de mujeres semi desnudas en productos que no lo ameritan y en su mayoría se presentan bellas, perfectas, sin arrugas, etc...”

Es considerable la cantidad de productos en los que aparece una mujer como “protagonista” y todos o casi todos reúnen las mismas características, jóvenes, bonitas, con cuerpos perfectos y un detalle interesante es que a pesar que la publicidad apunte a un ama de casa, esposa, madre en los productos se presentan maquilladas y casi siempre perfectas.

¿Qué se vende en la publicidad, el cuerpo de las modelos o los productos?

Para el desarrollo de esta pregunta se presentan algunos anuncios publicitarios al azar, que venden diversos productos destinados al consumo femenino o masculino son mujeres, algunas de estas imágenes se presentan en la siguiente tabla.

Se presentan las imágenes, tapando el nombre de la marca del producto, a fin de que se establezca un análisis, sobre lo que realmente se ofrece si al producto o al cuerpo



¿Qué vende la publicidad?: Los resultados demuestran que el 81% de los participantes

en el trabajo realizado, consideran que la publicidad expone al cuerpo antes que a los productos, la mujer con características socialmente establecidas son las primeras en visualizarse en cada anuncio, y en condiciones de exposición a la desnudez sea el caso, incluso los productos que han de anunciarse aparecen mínimamente, y esto con la intención de que las personas se comprometan no el producto si no con la imagen planteada, a tal punto de interiorizarlo y convertirse en parte fundamental de sus vidas.

Liduvina Pérez Toro: “... *Que se hace, si nosotros mismos somos los que permitimos que eso ocurra, sólo consumimos sin capacidad de discernimiento...*”

Ahora, nos hemos preguntado en ¿cuántas ocasiones la figura de cuerpos con sobre peso se visualizan en los anuncios o en la tv? La respuesta es simple, 1 de 50 si es el caso, por ponerlo como ejemplo, y si ocurre se presenta un antes y después, la imagen de un cuerpo “gordito” y posteriormente la figura ideal de la misma mujer.

Un último detalle es que algunos casos las modelos de los anuncios son extranjeras, por tanto reúnen otros perfiles, otros prototipos de mujer o varón sea el caso, los que se van asimilando con el transcurrir del tiempo y la difusión de la publicidad.

1.4.1.3.2. Moda

La moda es una extensa elección o también puede decirse un conjunto de costumbres que marcan una época o lugar determinado sobre todo si se encuentra estrechamente relacionado con el adorno o la vestimenta sea el caso. Desde otra perspectiva la podemos determinar como el gusto masivo que hemos adoptado o se nos ha impuesto frente a cualquier cosa que se relacione a vernos o sentirnos atractivos ante los ojos humanos. Si bien es cierto existen muchos métodos para imponer la moda, si resaltamos la idea d que la moda es como una actividad o una forma de pensar algo extraña pero que tienen en común varias personas entonces sería un trabajo casi

imposible hacer desaparecer estas tendencias debido a que forman parte indispensable de la vida de la personas.

La idea es manejarla antes de que sea ella quien nos domine, tener un estilo propio de caso contrario seremos simples copias de lo que otros imponen. En el estudio realizado a los jóvenes que pertenecen al CDJ-Nueva Cajamarca encontramos datos realmente alarmantes, uno de ellos se especifica dentro de los resultados nos arroja la aplicación del CIMEC (Cuestionario de influencias del modelo estético corporal) encontramos en el ítem 20 (¿Envidias la delgadez o como lucen las (os) modelos que aparecen en los desfiles de modas o en los anuncios de prendas de vestir?) a este ítem se le han atribuido 64 puntos regidos bajo la escala de liker; lo que significa que nuestros jóvenes Nueva Cajamarquinos no son ajenos a las nuevas tendencias, las mismas que muchas de ellas atentan contra nuestra integridad.

1.4.1.3.3. Ciencia

Tener la nariz perfecta, las medidas perfectas o no querer envejecer nunca ha llevado a las personas a buscar alternativas mediante la ciencia y la tecnología para verse siempre bellas, a pesar que nuestro estudio no encontramos personas que se han sometido a una intervención quirúrgica para ser más exactos, todos o casi todos se imagina después de operarse zonas de su cuerpo con las que no están satisfechas; he aquí una tabla con variables cruzadas que así lo determinan:

¿Te has imaginado después de una cirugía plástica?
***Comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías ¿Te ha hecho sentir gorda (o)? tabulación cruzada**

		Comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías ¿Te ha hecho sentir gorda (o)?						Total
		nunca	raramente	alguna vez	a menudo	muy a menudo	siempre	
¿Te has imaginado después de una cirugía plástica?	Nunca	6	3	2	1	0	1	13
	raramente	3	4	0	0	0	0	7
	alguna vez	13	7	1	2	1	4	28
	a menudo	0	1	0	0	0	0	1
	muy a menudo	0	0	0	0	0	1	1
	Siempre	0	0	0	0	0	1	1
Total		22	15	3	3	1	7	51

¿Será en todo caso que podríamos hablar de supervivencia al mercado y la era tecnológica? 15 de las 51 personas que participaron en nuestro estudio si han imaginado aunque raramente verse luego de una cirugía, esto como se pudo observar en el estudio se debe a que la mayoría de estos jóvenes son personas que poseen “seguridad”, lo que si pasa es que suelen usar cremas preventivas de envejecimiento. Es muy cierto, es que la tecnología está cobrando mayor importancia, se supone que dentro de unos años todos será monitoreado por estos medios, la tecnología ya no podrá alejarse de nuestros estilos de vida.

1.4.1.4. El cuerpo como fenómeno de poder

1.4.1.4.1. Cuerpos con clase

La sociedad humana no es homogénea: como es notorio está dividida en clases que se ordenan jerárquicamente en cuanto a poder, riqueza y prestigio. En amplia medida, estas preciadas recompensas están ligadas al grupo familiar. De donde, que nuestras herencias biológica y social suelen ir de la mano: las citadas recompensas materiales se acostumbran a transmitir de padres a hijos de manera casi tan indefectible como nuestros rasgos físicos.

No es extraño, pues, que nuestra constitución corporal se vea afectada por nuestra posición en la sociedad: no resulta indiferente para nuestro cuerpo el haber nacido más arriba o más abajo en la escala social. Las diferencias en hábitos alimenticios, de trabajo, de consumo, de higiene, de ocio, de prácticas médicas influyen notablemente en nuestra apariencia corporal.

La talla, el peso, el desarrollo muscular, la soltura o torpeza de movimientos y gestos, el aspecto de la piel, son entre otras, distintas formas de expresión corporal influidas, en mayor o menor grado, por nuestro rango social. Por lo pronto, los patrones físicos del cuerpo ideal vienen determinados por los valores de los grupos dominantes, cualesquiera que sean éstos. Así...valga como ejemplo la soltura o torpeza de movimientos corporales no se reparte por igual entre las distintas clases sociales. Algunas, *según explica Pierre Bourdieu*, resultan de la comparación entre el cuerpo real y el cuerpo ideal. Por tanto, cuanto menor sea la diferencia percibida entre los dos, tanto más probable es que se experimente la pesante envoltura carnal con la ligereza y seguridad características de los agraciados con la figura perfecta. Esta afortunada sensación suele prodigarse entre los miembros de las clases dominantes, en la medida en que tienden a convertir su realidad corporal en el canon de la perfección física.

Por el contrario, la probabilidad de sentir el cuerpo bajo el desagradable Signo de la incomodidad, la torpeza o la timidez crece con la desproporción percibida entre el cuerpo real y el cuerpo soñado. Esta molesta situación suele prosperar entre las clases subordinadas, cuyo mayor anhelo radica en evaluar el ideal propuesto por las clases superiores, aunque tenga para ello que renegar de sus propios atributos físicos.

1.4.1.4.2. Cuerpos contruidos

Los seres humanos no solemos contentarnos con el cuerpo que nos ha tocado con suerte. Raro es el pueblo que no le enmienda la plana a la madre naturaleza. No hay parte anatómica que haya quedado libre de la intervención humana: cabellos, narices, labios, ojos, orejas, dientes, piel, senos, dedos, órganos sexuales, pies son. Pero todo conforme al ideal social: perforaciones

en orejas burguesas, circuncisiones de fe judía, ablaciones de clítoris musulmanas, cilicios católicos.

Pero sólo para ser sustituido por nuevos modelos corporales: el progresista, el liberado, el ecológico, entre otros. Cabelleras y senos sueltos, en la mujer; narices perforadas y tatuajes, en el hombre. En todo caso, antes igual que ahora, el cuerpo como símbolo de comunicación de ideas y sentimientos, y como factor distintivo de posición social; en ninguna circunstancia, elementos neutro marcado indistintamente por la naturaleza.

1.4.1.5. Credo de las apariencias

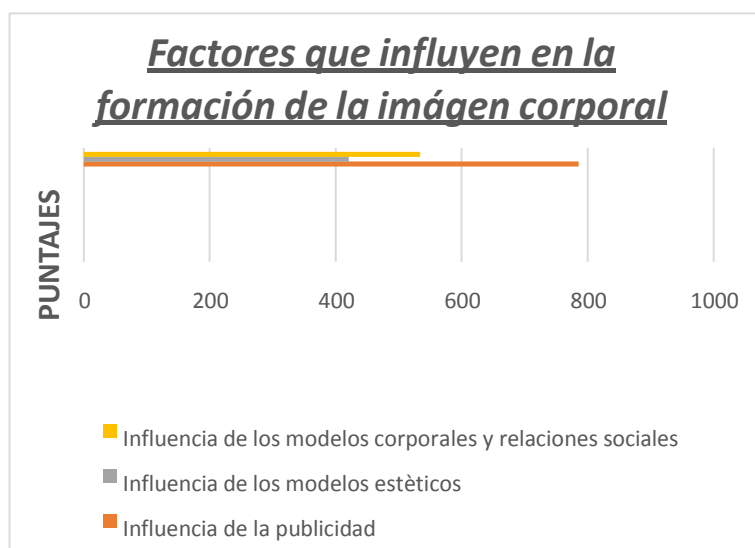
1.4.1.5.1. Imagen corporal

¿Qué ha llevado a las sociedades contemporáneas a intensificar la preocupación por el cuerpo y colocarlo como uno de los elementos centrales en la vida de las personas? A lo largo de la historia, el concepto del cuerpo fue y es clave cultural y social. En toda sociedad, el cuerpo además de ser un hecho biológico, es un territorio cargado de representaciones en donde permanentemente se construyen y reconstruyen imágenes culturales, donde se elabora un mundo simbólico, del significado y del sentido, en donde se dejan notar el espacio y el tiempo, y en donde se proyectan señales de identidad y de alteridad.

Debemos entender que el concepto de cuerpo siempre se ha elaborado en relación a su contexto geográfico, es decir, que toda sociedad tiene una idea del cuerpo social e individual tomando en cuenta su contexto. De este modo, comprendemos al cuerpo como elemento simbólico, como un poderoso vehículo de significaciones sociales y como participante activo en el mundo y, por tanto, con poder para reelaborar la realidad.

Si comprendemos al cuerpo como un símbolo de la cultura y de la sociedad en donde nos hallamos inmersos, pensarlo y entenderlo nos aproxima a la comprensión del mundo que nos envuelve, a una realidad simbólica que junto con la pura carnalidad forma parte de nuestro ser, dándole a la materia sentido. En el estudio realizado en el CDJ-Nueva Cajamarca se ha podido obtener datos que corroboran lo dicho anteriormente; existen muchos factores que influyen en

la formación de la imagen corporal, estos sin duda alguna varían, llámese influencia netamente social, sistemas de imitación, publicidad, etc.



Dentro de los resultados encontramos que la publicidad con 786 puntos es el principal factor que gesta los actuales patrones de belleza. Dentro de los ítems planteados en el cuestionario en relación a la imagen corporal y su influencia resalta el ítem 10, que sostiene *Sientes deseos de consumir bebidas bajas en calorías cuando oye o ves un anuncio dedicado a ellas (os)?* LO que determina que tener el cuerpo perfecto físicamente es referente principal de mantener una imagen corporal aceptada por el grupo de pares y la sociedad en general.

1.4.1.5.1.1. Satisfacción – Insatisfacción

Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, las transformaciones sociales demandan la construcción de un nuevo cuerpo social. En el mundo en que vivimos, nuestro cuerpo se ve expuesto a una serie de cambios y sobre todo a ser aceptado por los individuos y por las exigencias sociales y medios quienes serán los encargados de evaluarnos y prácticamente exaltarnos o confinarnos al ocultamiento. Es de esta manera que entenderemos al cuerpo como lugar de representación de una simbólica general del mundo.

El juicio social y, por consiguiente, los valores que éste supone no sólo condicionan nuestro comportamiento por obra de la censura que ejercen y por los sentimientos de culpabilidad que suscitan (y conjuntamente por los ideales sublimados que proyectan y promueven), sino que además estructuran indirectamente nuestro cuerpo mismo en la medida en que gobiernan su crecimiento (con normas de peso o estatura, por ejemplo), su conservación (con prácticas higiénicas y culinarias), su presentación (con cuidados estéticos, vestimentas, etc.) y su expresión afectiva (con signos emocionales). *Esta estructuración social del cuerpo, por una parte afecta a toda nuestra actividad más inmediata y aparentemente más natural (nuestras posturas, actitudes, o movimientos más espontáneos) y, por otra parte, es el resultado no solo de la educación propiamente dicha sino también de la simple imitación o adaptación. (Acuña, 2001: 34)*

En el trabajo realizado se comprobó que existe un nivel importante de rechazo a su cuerpo, por ende así mismos esto debido a que en la sociedad actual, no lucir bien es sinónimos de rechazo, se confinaron tres interrogantes del BQS que eran específicamente 3, ítem 7, 9 y 12, en el cruce de variables en el programa spss encontramos lo siguiente:

¿Te has sentido tan mal con tu figura que has llegado a llorar?
Estar con chicas (os) delgadas (os) ¿Te ha hecho fijarte en tu figura?**Al fijarte en la figura de otras personas, ¿La has comparado con la tuya desfavorablemente? tabulación cruzada**

		Estar con chicas (os) delgadas (os) ¿Te ha hecho fijarte en tu figura?						Total
		nunca	raramente	alguna vez	a menudo	muy a menudo	siempre	
¿Te has sentido tan mal con tu figura que has llegado a llorar?	nunca	4	3	1	4	9	1	22
	raramente	1	2	3	1	4	2	13
	alguna vez	0	0	0	0	0	1	1
	a menudo	0	1	1	1	0	1	4
	muy a menudo	2	0	1	1	2	1	7
	siempre	0	1	0	0	3	0	4
Total		7	7	6	7	18	6	51

Hemos de recordar que las alternativas en este test los ítems se encontraban en una medición regida por la escala de liker, dicho esto se observa que existen un número considerable de personas (18) de las 51 analizadas que ha sostenido que muy a menudo se sienten rechazados por sus grupos de pares, es más suele compararse con otras personas que ellos consideran ideales.

En este sentido y como consecuencia de una dualidad de satisfacción/frustración podemos apreciar cómo el sujeto se ve atrapado, un sujeto no libre en una sociedad de consumo donde lo que le queda es adaptarse a su medio. Entonces ¿por qué es tan importante la imagen y la apariencia en el mercado actual? Recordemos que existe una necesidad de ser aceptado por la sociedad en la que uno vive, y qué mejor manera que la de consumir lo que los medios nos ofrecen como satisfacción de necesidades y deseos.

La imagen corporal que propone o hasta cierto punto impone la sociedad mediática es un cuerpo fragmentado entre la tecnología y la materia, un cuerpo que para evitar el rechazo y asemejarse a la imagen proyectada tiende a perder su propia identidad pero a su vez se destaca y concuerda con la imagen propuesta socialmente. ¿Qué tan lejos puede llegar una persona para ser aceptada por su grupo social? Y es que realmente somos sujetos incapaces de vivir solos; de ahí que, seamos considerados seres sociales por excelencia.

1.4.1.5.2. Ideal estético

En nuestra sociedad actual, dominada por la imagen, tener un cuerpo joven, bello y fuerte, un cuerpo regido por ciertos patrones estéticos y estereotipos de belleza vigentes se entendería como la base de la definición del cuerpo posmoderno. Esta imagen corporal se ha convertido en una prioridad en la que serlo o al menos parecerlo serían un indicador de salud y éxito social. Pero; ¿es acaso cierto que ser joven, Delgado, bello y fuerte me indiquen salud? En todo

caso ¿qué papel juega el tema de la salud al relacionarlo al culto al cuerpo?

El culto al cuerpo forma parte estructural de los modos de vida y de los mercados que se constituyeron con destino a ese bello objeto de consumo (Louveau, 2007). Este concepto del culto al cuerpo no necesita excesivas explicaciones, ahí está; a la vista de todos dicho fenómeno. Y por supuesto era menester de los media y el mercado no poder rechazarlo. Vemos como proliferan los gimnasios, los institutos de belleza, las escuelas dietéticas, los libros de salud, los alimentos light y 0%. Observamos cómo los médicos viven una especie de edad dorada con sus consultorios llenos; y es que todos se cuidan y muchos más de la cuenta. Al final lo importante es que todos desean ser bellos, vivir muchos años, disfrutar de la vida y no sentir dolor.

Sí, es cierto, a la moda y los medios les interesa el cuidado de nuestro cuerpo, pero hablar de este cuidado no es precisamente hablar de salud. Cuando nos referimos al culto al cuerpo en el diseño de los discursos que emplean ciertas marcas lo que se busca es tan sólo abarcar el ámbito externo relacionado a la imagen y apariencia. Es así que el cuerpo empieza a ser la persona misma y la personalidad pasa a ser sustituida por la imagen, lo externo es lo que más somos. Si alguien, además, tiene algo dentro, que se lo guarde para la intimidad. Lo que importa en este mundo mediático y lleno de modas y tendencias es nuestro aspecto y cómo somos vistos y aceptados por la sociedad. Finalmente la búsqueda por mantener un buen estado físico y gozar de una buena salud y la práctica del culto al cuerpo colocada como preocupación general, atraviesan todos los sectores, clases sociales y períodos etarios, apoyadas en un discurso que echa mano del placer estético. Sin embargo, alcanzar los modelos ideales de belleza corporal entraña paradójicamente no pocos sacrificios.

En esta sociedad el modelo estético que se va imponiendo en el hombre se basa en la apariencia juvenil, fuerte, viril, bronceada, musculosa y galán; mientras que en el caso de la mujer se la

presenta joven, atractiva, alta, delgada, sin grasa ni arrugas, bien peinada y seductora. Hoy en día nos enfrentamos a un cuerpo deportivo como imagen corporal propuesta; es la representación de un cuerpo sano, hermoso y fuerte, producto de una civilización del ocio y del esparcimiento, de la imagen y del consumo.

En la actualidad vivimos en un juego de apariencias, donde el hombre se ha convertido en un experto en modificar su imagen corporal asumiéndola como su identidad, un cuerpo que no es estable sino que muta y puede ser cambiado por uno nuevo como si se tratara de un simple envoltorio. ¿Dónde quedó la identidad? Quedó perdida en el consumo, en el juego de poder acceder a tener mil caras, en recrear nuestra imagen corporal a nuestro antojo, o mejor dicho siguiendo los patrones de belleza demandados.

Concepción del cuerpo femenino o masculino sea el caso, como perfecto.

Esta dinámica pretendía que los participantes hombres, mencionarían las características físicas que deben tener una mujer y las participantes mujeres mencionar las características físicas de un hombre, para que su cuerpo sea o no considerado perfecto. Aunque a muchos de los participantes les costó inmiscuirse en el trabajo, descubrir su ideal de cuerpo “perfecto”, ya que algunos hacía mención que la apariencia física no era su prioridad, que ellos (as) preferían otras cualidades que tornaban mucho más interesantes a hombres y mujeres; entonces enseguida les pedí que describieran a una persona que reuniera sus expectativas físicas y de esta manera hicieron sus descripciones:

Eber Villareal Huamán: “... Me gustan las mujeres delgadas y con cabello negro, bueno es que el físico no me importa porque cuando alguien te gusta, te interesan otro tipo de cosas...”

Jehymmi Frank Vega: “...No me importa mucho el físico pero si es delgada y bonita, pues mejor...”

Jennifer Palmira Segura Farfán: “...Guapo, alto y con un gran cuerpo, por favor...”

Karol Lucero Espinoza Saavedra: “ No lo sé... blancos, morenos quizá, sólo alguien con el que me sienta segura...”

Algunas características físicas de los cuerpos perfectos mencionados por los jóvenes, se relacionan con los ideales de belleza con los que fueron involucrados desde pequeños y que lógicamente han interiorizado a lo largo de su vida. Los hombres nombraron características físicas que se han convertido actualmente en patrones de belleza, es decir, la belleza y la delgadez son sinónimos de feminidad y en el caso de las características físicas del cuerpo masculino mencionadas por las mujeres fueron, hombres de estatura media, de espalda ancha y guapos, aspectos relacionados con la fuerza, la rudeza, términos que según ellos les brinda seguridad.

Dichos atributos se resumen en la siguiente tabla.

CUERPO PERFECTO	
FEMENINO	MASCULINO
❖ Bonita	❖ Contextura mediana
❖ Delgada	❖ Marcado
❖ Contextura mediana	❖ Alto
❖ Con presencia	❖ Espalda ancha y guapo.

FUENTE: Grupos focales realizados a los jóvenes miembros del CDJ - NC.

Mientras algunos de los participantes sostenían lo planteado anteriormente, llamo la atención lo siguiente:

Elena Vera Gatica: “ ... Es cierto que todo entra por los ojos y que todos tenemos algo que nos atrae, sin embargo creo que es relativo, no existe el cuerpo perfecto, el cuerpo perfecto es según gustos o preferencias...”

MUY DELGADA	DELGADA	DELGADA - VOLUPTUOSA	SOBREPESO
			

Y por último **Julio Heredia:** “...Creo en la perfección no en un sentido estético sino en un

sentido de salud y bienestar del cuerpo...”

Podemos apreciar de acuerdo con las ideas expuestas por los (as) participantes en los grupos focales que el concepto de perfección corporal es algo relativo, ya que es perfecto para unos para otros no lo es.

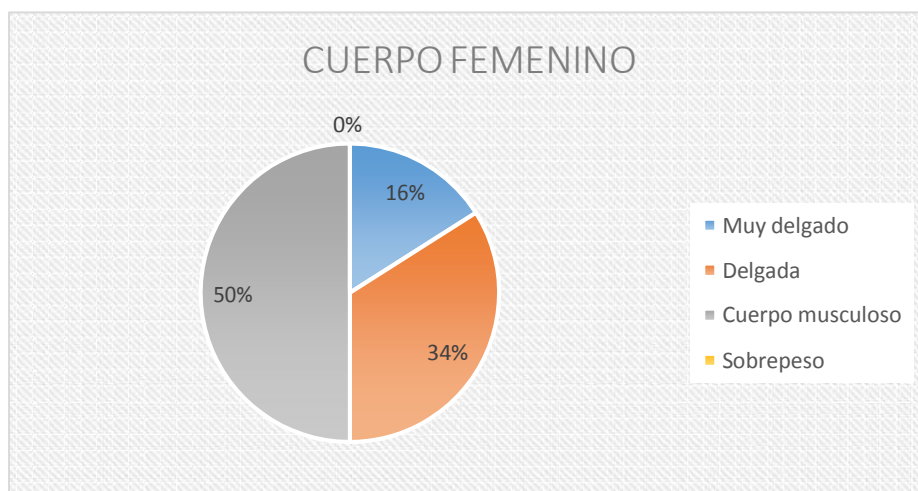
Imágenes del cuerpo:

Para desarrollar este tema se presentó una dinámica, donde previamente fueron seleccionadas 8 imágenes (4 de mujeres y 4 de varones) que se observan en la TV en la publicidad, etc. dos de estas imágenes son de personajes conocidos, con el fin de que los participantes expresen en una imagen su concepto de cuerpo, además de ilustrar la manera en la que se representan los estereotipos del cuerpo. Se seleccionan las imágenes al azar (con la firma conciencia de que las imágenes presentadas no corresponden con la realidad de muchas mujeres y hombres del CDJ) sin embargo si reflejan en la manera en que la TV y la publicidad de manera particular, se representan los cuerpos y se incluyen desde mi perspectiva bajo las siguientes características:

MUY DELGADO	DELGADO	DELGADO - MUSCULOSO	SOBREPESO
			

Esta temática se relaciona con lo anterior y lograba que los (as) participantes cayeron en contradicciones, ya que aunque al principio algunos (as) dudaban en describir las características físicas de un cuerpo perfecto y otros mencionaban que no les importaba tanto el físico o que la perfección no tenía que ver con la belleza, sin embargo, al ver las imágenes todos (as) sin excepción seleccionaron algunos que refleja su ideal de belleza corporal.

CUERPO FEMENINO PERFECTO SEGÚN LOS JÓVENES

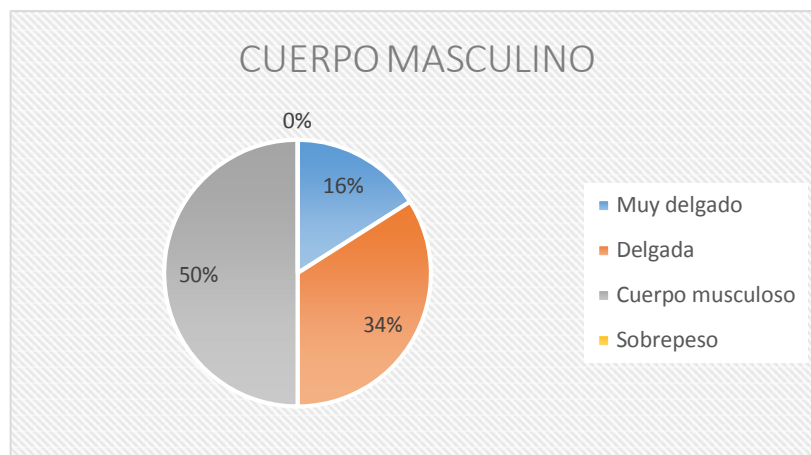


Los hombres al seleccionar una imagen que representa la belleza o el ideal corporal femenino, preferían cuerpos muy delgados 47%, cuerpos con curva 31%, cuerpos delgados 22% ninguno eligió el cuerpo que representaba el sobrepeso.

Eber Villareal Huamán: “... Yo en realidad preferiría a una mujer gordita, pero eso no te da prestigio social, por el contrario te convierte en el centro de burla de todos...”

De otro lado el 50% de las mujeres eligieron a cuerpos musculosos aduciendo que ese tipo de cuerpo les genera seguridad, el 34% prefieren hombres delgados, el 16% muy delgados (pero no muy altos) y de igual manera que con los varones, ninguna eligió un modelo corporal con sobrepeso.

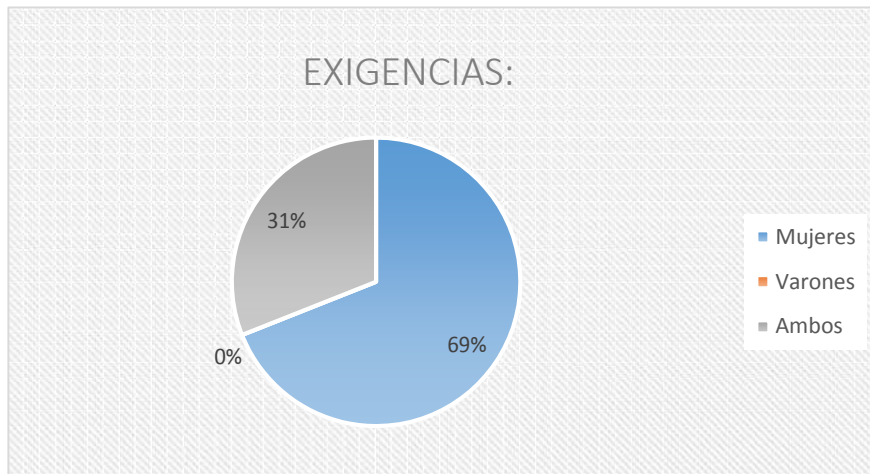
CUERPO MASCULINO PERFECTO SEGÚN LOS PARTICIPANTES.



Es importante mencionar que aunque al inicio del trabajo los (as) participantes no le atribuyeron mayor importancia al físico, ninguno de ellos eligió a un modelo corporal con signos de sobrepeso, dejando muy en claro que los ideales corporales actuales son sinónimo de delgadez.

PREGUNTA 2: Tema I

¿A quién le exige la sociedad tener un cuerpo perfecto, a los hombres o a las mujeres?



A partir de este tema se pretendía que los jóvenes participantes reflexionen sobre la noción de las exigencias de la sociedad; es decir, quien tiene mayor presión social, los hombres o as mujeres.

Se exige y se espera más de las mujeres

En este tema 22 del total de los participantes (32 – distribuidos en 4 grupos de 8) representan el 69% coincidieron en que socialmente a la mujer se le exige ser delgada y atractiva en relación al hombre.

Liduvina Pérez Toro: “... Ala mujer se le vende la idea de que si no es delgada y bonita, entonces no es importante, los hombres pueden tener reconocimiento por otras cosas que haga, pero eso no pasa con las mujeres, si no tiene los estereotipos propuestos, no escala socialmente...”

Karol Lucero Espinoza Saavedra: “...Es un asco ser gorda, nadie te acepta...”

Algunos de los participantes, sostuvieron además que, una mujer bonita y con buen cuerpo no sólo escala socialmente sino que también, todos los que se relacionan con ella lo hacen, su

pareja sentimental por ejemplo, es tachado como un suertudo y es muy envidiado por el resto de la población masculina.

Julio Cabanillas: “...La televisión nos atonta con imágenes del cuerpo y en todos los anuncios de publicidad está la imagen de una mujer perfecta, no se sabe si ofrece al producto o al cuerpo de la mujer. Entonces cuando uno tiene una flaca así, todos quieren ser tu...”

Por otro lado el 31% de los participantes sostienen que las exigencias son para ambos, ya que ambos tienen cierta representatividad y mucho que aportar a la sociedad.

Charles Elias Herrera: “...El hombre aporta seguridad y la mujer delicadeza y belleza...”

Se sostuvo que con la creación de productos destinados al cuidado corporal del hombre y con las nuevas ideas de metrosexual, entonces a los hombres se les comienza a exigir de igual manera que a las mujeres, todo en busca del cuerpo y la imagen ideal.

1.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

1.5.1. Problema de la investigación.

Tener una mirada sobre nosotros mismos, sobre la perspectiva que manejamos acerca de nuestros cuerpos, de los estereotipos, ideologías y sueños que nos guían; pensar de un modo crítico en las imágenes corporales que presenta el mundo mediático en el que ahora nos desenvolvemos, las nuevas rutinas corporales, prácticas médicas de embellecimiento, la moda y nuevas tendencias nos permite darnos cuenta de los procesos modernos a los que el cuerpo se ve expuesto.

Actualmente vivimos en una sociedad dominada por el consumo desmedido y el espejismo de un cuerpo ausente, en donde la globalización y el avance tecnológico, se han apoderado literalmente de nuestras vidas y sobre todo de nuestra capacidad de discernimiento; en tanto las mass-media se han transfigurado en la abeja Reyna de la colmena en la que ahora nos hemos convertido. Todos los cambios y las transformaciones que provocan nuevas construcciones sociales, no sería posible si se dejara de comentar el lugar que ocupa el cuerpo y la imagen corporal en nuestra sociedad. No podemos dejar de mencionar que se entiende por imagen corporal a la “Representación que hace comunicable al cuerpo en cada cultura”.

En muchas ocasiones hemos podido observar cómo la persona tiende a auto-rechazarse, es decir; el sujeto se auto-castiga en relación a la apariencia e imagen de su cuerpo. Vive en una mezcla de satisfacción e insatisfacción constante puesto que nunca termina de elaborar y reelaborar su apariencia bajo las pautas de belleza estética y física propuestas por el fenómeno de la moda, los media y el mercado. Tales construcciones se ven modificadas por ciertos patrones o cánones propuestos por los monstruos que representan los medios de comunicación y las imágenes publicitarias. Esta cultura mediática es la que construye una imagen modélica del cuerpo donde la sociedad ha de reflejarse.

Si algo queda claro en esta apresurada meditación sociológica sobre el cuerpo humano, es que ésta cobra forma y sentido en el seno de los variados y complejos procesos sociales en los que participa: sus rasgos físicos se revisten de significados corporales en el continuo comercio social propio de la especie humana. La sociedad proporciona al cuerpo humano, esto es, a un cuerpo dotado de un cerebro especial, el alma, espíritu o mente que nos distingue de los animales subhumanos, con toda la variada gama de ideas y pasiones imaginable. En este sentido, nuestra envoltura carnal es una realidad física en continuo proceso de recreación metafórica.

El fenómeno antes expuesto no es ajeno a la realidad Nueva Cajamarquina; en pleno siglo XXI la juventud de tal distrito y en general de la Región está expuesta de manera constante a los

cambios que genera este proceso en cuanto al cuerpo se refiere. Nueva Cajamarca es un distrito que acoge una variedad de culturas, esto debido a que aquí se concentraron desde sus orígenes una gama de pobladores provenientes de la parte Sierra, Selva y naturalmente del Alto y Bajo Mayo de nuestro país; con el correr del tiempo los niños nacidos en el distrito eran lógicamente en su mayoría hijos de padres selvático, madre Serrana y viceversa lo que ha originó una fusión de culturas en los ahora adolescentes; actualmente Nueva Cajamarca es considerado como el primer distrito Andino-Amazónico del Perú y esto debido a lo mencionado anteriormente; es de suma importancia también mencionar que un aspecto que influye en el tema en estudio, es en relación a una parte de la población que ha emigrado a otras zonas del país y del mundo por un tiempo prudencial, un porcentaje de esa población ha retornado a su ciudad de origen y/o procedencia (Nueva Cajamarca) y han traído consigo un nuevo concepto de cuerpo, que se ha ido difundiendo a lo largo del distrito dejando de la lado las culturas originarias y la cultura bandera del mismo.

Esta zona de la región San Martín no es ajena a lo impartido por los medios de comunicación, la globalización, la moda, el consumo desmedido al que estamos expuestos día a día; la población más vulnerable son los jóvenes quienes sufren una transfiguración en su conducta, en su imagen corporal y la influencia social de la misma ; en esta investigación la población objetiva está determinada para ser más específicos por los jóvenes miembros del CDJ - NC, institución en donde se reúnen un gran porcentaje de la población con edades que oscilan entre 14 y 30 años aproximadamente, institución que alberga una variedad de culturas y lo que más interesa en nuestro estudio, una variedad en cuanto a cuerpo e imagen corporal se refiere. Por tanto, si vislumbramos el panorama actual del distrito en mención, y los actores involucrados, podremos concluir haciendo mención que Nueva Cajamarca es la cuna de la variedad y no nos cabe la menor duda es también la cuna de un cambio futuro.

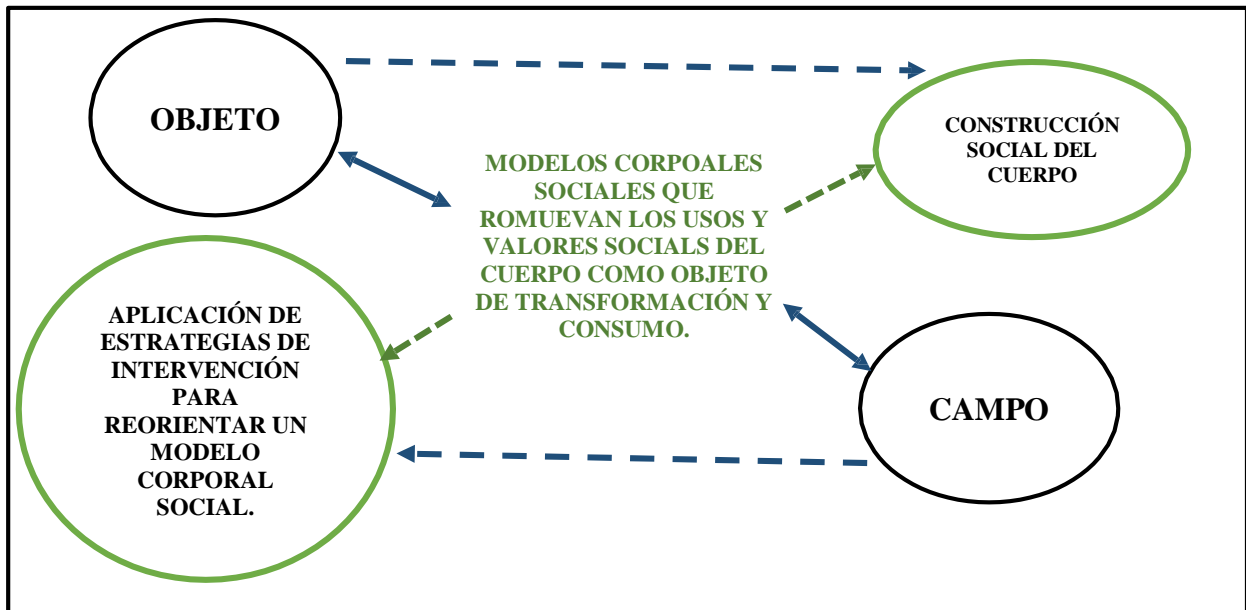
En el Consejo Distrital de Juventudes perteneciente al distrito de Nueva Cajamarca, provincia de Rioja, región San Martín, se aprecia que los jóvenes manifiestan discursos estéticos

desmedidos, los mismos que atentan en contra de su integridad física y psicológica; esto debido a que tiende a auto-rechazarse por su apariencia y lo que ellos consideran “NO ENCAJAN CON EL RESTO”, otro aspecto importante es que se ha determinado que en los jóvenes de la institución y en general del distrito, se aprecian prácticas consumistas desmedidas, la necesidad de parecerse a las figuras públicas del mundo y de nuestro país generalmente los (as) más jóvenes, cuyas prácticas de moda, cambios estéticos son aplaudidos y difundidos por los medios de comunicación, que a su vez convierten a la mujer delgada, rubia, de nariz respingada en el prototipo aceptable, admirable y sobre todo imitable de mujer; día a día se observa los paneles publicitarios, productos estéticos, productos netamente para varones con imágenes de mujeres con las características antes mencionadas, convirtiendo a la mujer en una mercancía, y ese es otro aspecto de estudio; ya que ese fenómeno tiende a expandirse, y genera el rechazo de sectores de la población, entre ellos jóvenes varones quienes rechazan a las mujeres con características socialmente excluyentes.

Esta situación se evidencia mediante indicadores específicos, tales como:

- ✓ Expresan ciertas conductas de auto-rechazo y auto-castigo.
- ✓ Limitaciones para integrarse a grupos y participar activamente en la sociedad.
- ✓ Procesos de transfiguración corporal e imitación modélica.
- ✓ Influencia mediática permanente.
- ✓ Prácticas consumistas desmedidas de las nuevas tendencias de moda y el mercado estético.

1.5.2. Objeto y campo de la investigación.



FUENTE: Elaborado por la investigadora.

1.5.3. Importancia de la investigación.

Desde hace mucho tiempo atrás ha surgido un gran dilema, que ha llevado a las sociedades contemporáneas a intensificar la preocupación por el cuerpo y su ubicación como un elemento primordial en la vida de la personas.

El concepto que hoy en día se le atribuye a “CUERPO” tiene connotaciones de diversa índole y es de influencia cultural y social, lo que lógicamente provoca una serie de cambios y transformaciones que generan nuevas construcciones sociales y el cuerpo no es ajeno a ello.

En las sociedades y lo que esta representa, el cuerpo es un territorio cargado de representaciones en donde permanentemente se reconstruyen imágenes culturales, en donde se manifiesta un mundo simbólico, del significado y del sentido, en donde se proyectan señales de identidad y de alteridad. Bajo esta perspectiva el hacerse y rehacerse como sujeto en la creación de su identidad, le permite construir y destruir la imagen y los modelos corporales que guarda en su pensamiento y que es regido por una serie de poderes fácticos de enajenación.

Bajo esta mirada es que surge la importancia de este estudio, basada en dos preguntas que considero de suma importancia: ¿Acaso somos nuestra propia cárcel? ¿Cómo podemos hablar de libertad si somos espejos de un tercero, si necesitamos de otros para reconocernos y sentirnos parte de un grupo? Las respuestas a estas interrogantes pueden variar, pero por el momento sostendré que nuestra libertad no está perdida, sencillamente no es plena, en gran parte está regida por los modelos mediáticos y por el mercado.

1.5.4. Objetivos de la investigación.

1.5.4.1. Objetivo general:

- Proponer estrategias de intervención social para promover un modelo corporal social desde los jóvenes que participan en el Consejo Distrital de Juventudes - Nueva Cajamarca.

1.5.4.2. Objetivos específicos:

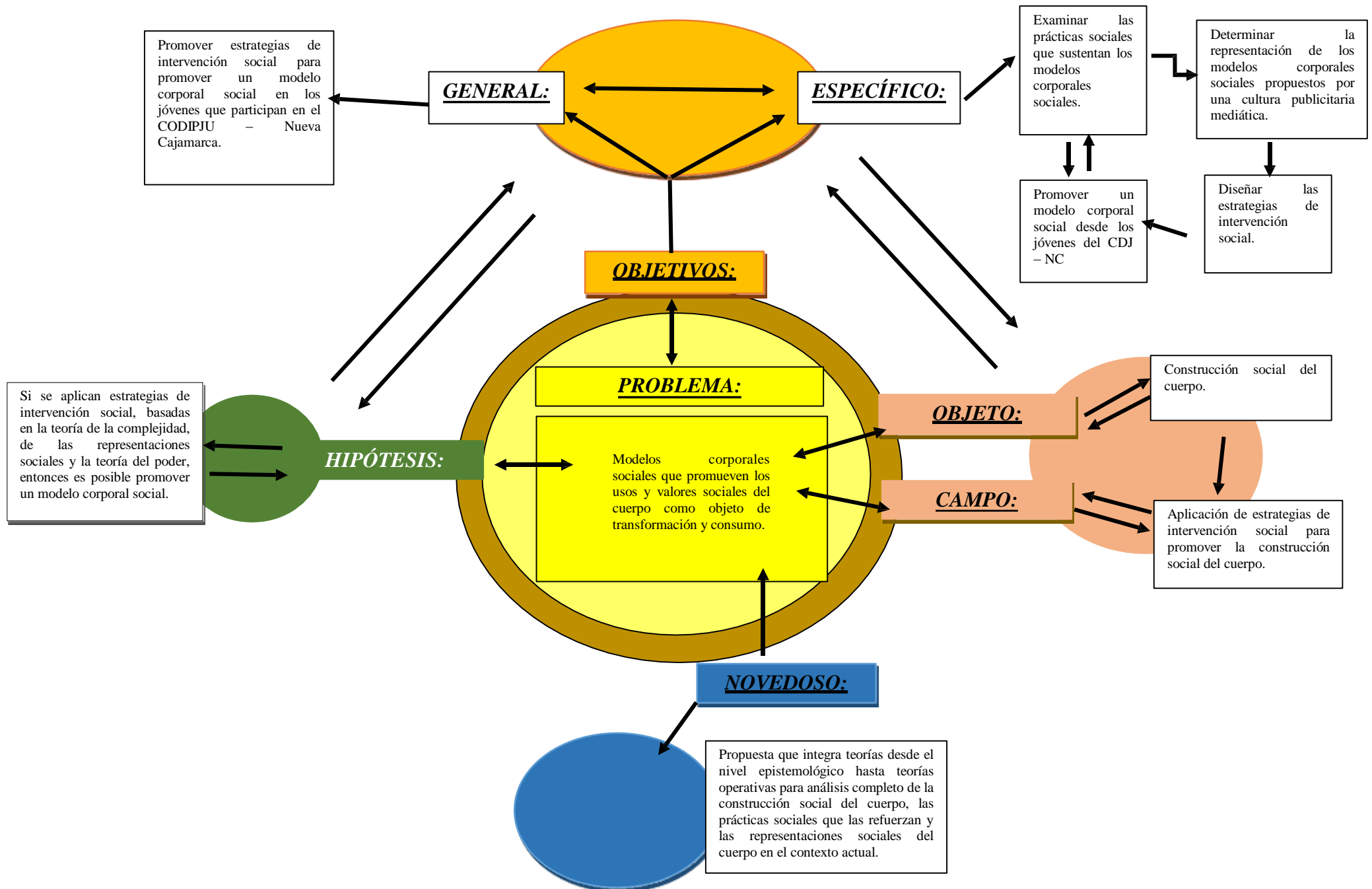
- Examinar las prácticas sociales que sustentan el desarrollo de los modelos corporales en los jóvenes.
- Determinar la representación social de los modelos corporales propuestos por una cultura publicitaria mediática en los miembros del Consejo Distrital de Juventudes - Nueva Cajamarca.
- Diseñar las estrategias de intervención social para promover un modelo corporal social.
- Promover un modelo corporal social desde los jóvenes que participan en el Consejo Distrital de Juventudes - Nueva Cajamarca.

1.5.5. Hipótesis.

- Si se aplican estrategias de intervención social, basadas en las teorías de la complejidad, de las representaciones sociales y la teoría del poder; entonces es posible promover un modelo corporal social desde los jóvenes de que participan en el Consejo Distrital de Juventudes - Nueva Cajamarca.

1.5.6. Diseño lógico de la investigación.

La metodología utilizada en la mixta con el diseño etnográfico y propositivo. La recolección de la información se realizó en el Consejo Distrital de Juventudes de Nueva Cajamarca teniendo como informantes los miembros del CDJ, el análisis de las relaciones, los fenómenos establecidas dentro de la institución se da mediante la observación y descripción de lo que hacen los jóvenes, cómo interactúan entre sí. Entender cómo los modelos corporales se establecen en la sociedad mostrando un panorama de la situación; a partir de ello se elabora la propuesta de intervención.



De lo señalado en este capítulo se puede concluir que:

1. La construcción social del cuerpo representa un problema que alberga procesos circulares, los mismos que han ido cobrando mayor importancia en los últimos años.
2. Los miembros del Consejo Distrital de Juventudes de Nueva Cajamarca están modificando sus prácticas sociales y asignándole nuevas representaciones sociales al cuerpo, con el incremento de prácticas consumistas, la sobre exposición del cuerpo, el desarrollo de la tecnología en aras de la belleza, la difusión de mensajes confusos, los mismos que son asimilados como válidos de la población en general.
3. Los jóvenes buscan un ideal estético, aún acosta de su seguridad, de la integridad y respeto a su cuerpo.
4. La publicidad ha obrado mayor importancia en la vida de los jóvenes, generan poca capacidad de discernimiento, por el contrario el proceso de asimilación es inmediato.
5. El 69% de las personas que conforman el Consejo Distrital de la Juventud coincidieron en que socialmente a la mujer se le exige ser delgada y atractiva en relación al hombre, para ser aceptas en un grupo social.
6. Los hombres que integran el Consejo Distrital de la Juventud de Nueva Cajamarca que las mujeres sean dueñas de cuerpos muy delgados 47%, cuerpos con curva 31%, cuerpos delgados 22% ninguno eligió el cuerpo que representaba el sobrepeso.
7. El 50% de las mujeres que integran el Consejo Distrital de la Juventud prefieren a varones con cuerpos musculosos aduciendo que ese tipo de cuerpo les genera seguridad, el 34% prefieren hombres delgados, el 16% muy delgados (pero no muy altos) y de igual manera que con los varones, ninguna eligió un modelo corporal con sobrepeso.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL ESTUDIO DE LAS PRÁCTICAS Y REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE LOS MODELOS CORPORALES SOCIALES DESDE LOS JÓVENES QUE PERTENECEN AL CONSEJO DISTRITAL PARA JUVENTUDES.

2.1. FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS PARA EL CONOCIMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1.1. Teoría de la complejidad.

Las transformaciones sociales demandan la construcción de un nuevo cuerpo social dando lugar a que las diversas disciplinas aborden el complejo tema de lo corporal y cómo es interpretado. En el mundo en que vivimos, nuestro cuerpo se ve expuesto en cierta medida a ser remodelado y sobre todo aceptado por las exigencias sociales.

Por lo tanto; la realidad que percibimos los seres humanos día a día, la comprensión de la existencia y los conflictos internos, trae inmersa los aires de la complejidad, de lo global, lo contextual y lo multidimensional. La complejidad o los sistemas complejos están en todos lados, no es necesario ser científico para darnos cuenta de ello.

En tal sentido, podemos conocer la construcción social del cuerpo a mayor profundidad, gracias a la teoría de la complejidad, propuesta por Edgar Morín; cuyo pensamiento conduce a un modo de construcción que aborda el conocimiento como un proceso que es a la vez, biológico, cerebral, espiritual, lógico, lingüístico, cultural, social e histórico, mientras que la epistemología tradicional asume el conocimiento sólo desde el punto de vista cognitivo. Este nuevo planteamiento tiene enormes consecuencias en el planteamiento de las ciencias, la educación, la cultura, la sociedad. Al reflexionar acerca del planteamiento de Edgar Morín relacionado con la necesidad de desarrollar en los seres humanos un pensamiento de la complejidad, debe empezarse por su aspiración constante de querer integrar o articular saberes totalmente dispersos, y que lo han llevado a ser considerado un confusionista, por militar entre la ciencia y la filosofía, asumiendo

aspectos de cada una, tratando de establecer una comunicación entre ambas. Al respecto, Morín (1990) plantea lo siguiente:

.... yo navego entre ciencia y no en ciencia. ¿Cuáles son mis fundamentos?, la ausencia de fundamentos, es decir, la conciencia de la destrucción de los fundamentos de la certidumbre. Esta destrucción de los fundamentos, propia de nuestro siglo, ha llegado al conocimiento científico mismo. ¿En qué creo?, creo en la tentativa de desarrollar un pensamiento lo menos mutilante posible y lo más racional posible. Lo que me interesa es respetar los requisitos para la investigación y la verificación propios del conocimiento científico, y los requisitos para la reflexión, propuestos por el conocimiento filosófico. (p.140)¹⁶.

Con relación a lo anterior se destaca el planteamiento de sembrar en los seres humanos la noción de incertidumbre, que cualquier cosa puede pasar y en el momento menos esperado; esto implica el estar despierto a cualquier acontecimiento que se produzca en la naturaleza, entendiendo ésta como los fenómenos diversos que se dan en el universo, de esta forma la observación humana llevará al desarrollo de un tipo de pensamiento distinto que esté pendiente de los detalles, de los procesos, de los aspectos constitutivos, del todo en general, de cada una de las cosas abordadas con el razonamiento, con el pensamiento. En este sentido, Morín (1990) señala lo siguiente:

“...la conciencia de la complejidad nos hace comprender que no podremos escapar jamás a la incertidumbre y que jamás podremos tener un saber total: la totalidad es la no verdad....¹⁷” (p.101).

¹⁶ Morín establece una doble apertura, y una relación estrecha entre nociones y elementos complementarios y a la vez antagónicos; con la que busca romper prejuicios establecidos y generar “Conocimientos epistemológicamente complejos”. Edgar Morín (1990).

De esta manera se establece que lo que podría sembrarse durante la formación del ser humano es una actitud de búsqueda constante, ya que es difícil llegar a la completud, pero pueden hacerse aproximaciones consecutivas al objeto de estudio, y siempre ser constante en la investigación del porqué de las cosas y fenómenos que vivimos y observamos. El planteamiento sobre el desarrollo de un pensamiento complejo luce como una necesidad para transformar la realidad humana, como una especie de desafío a la hora de abordar y razonar todo lo que nos rodea. En este sentido Morín (1990) destaca lo siguiente:

Estoy a la búsqueda de una posibilidad de pensar trascendiendo la complicación..., trascendiendo las incertidumbres y las contradicciones. Yo no me reconozco para nada cuando se dice que yo planteo la antinomia entre la simplicidad absoluta y la complejidad perfecta. Porque para mí, en principio, la idea de complejidad incluye la imperfección porque incluye la incertidumbre y el reconocimiento de lo irreducible¹⁸. (p.143).

Tomando en consideración lo planteado, se reconoce el pensamiento complejo como el razonar, precisamente, las complicaciones, las incertidumbres y las contradicciones. Pensar desde y para la complejidad va más allá de observar lo aparente, es pensar tanto los elementos constitutivos como el todo. Morín destaca que lo que él plantea no pretende ser un fundamento, mucho menos un paradigma, sino un principio del pensamiento que considera al mundo, y no como la revelación de la esencia del mundo. Siguiendo la idea planteada, Morín (1990) enfatiza lo siguiente:

¹⁷ *El pensamiento complejo es el resultante del saber del uno y del todo. No se puede entender el todo si no conocemos las partes y no podemos conocer las partes si no entendemos el todo; sólo así se pueden generar nuevas realidades y evitar caer en el grave error de conocer un pensamiento complejo estrictamente restringido. Edgar Morín (1990).*

¹⁸ *Evita tocar exclusivamente los principios de Reducción y/o Disfunción; debido a que el formula una problemática epistemológica de la complejidad. Edgar Morín (1990).*

“La complejidad no es un fundamento, es el principio regulador que no pierde nunca de vista la realidad del tejido fenoménico en la cual estamos y que constituye nuestro mundo. Se ha hablado también de monstruos, y yo creo, efectivamente, que lo real es monstruoso. Es enorme, está fuera de toda norma, escapa, en última instancia, a nuestros conceptos reguladores, pero podemos tratar de gobernar al máximo a esa regulación. (p. 146)¹⁹”.

Por lo tanto, pensar desde la complejidad es acercarnos al aparente mundo real, y descubrir lo invisible, algo que siempre ha estado allí pero que jamás fue escuchado por nuestra observación y pensamiento. Entonces, cobijados bajo este manto de la complejidad, su concepto fundamentado se basó en una visión triádica, la cual permite construir un abordaje estructural-fenoménico, heurístico de los procesos y fenómenos desde una perspectiva no-lineal de la realidad²⁰. El cuerpo y los modelos corporales propuestos desde hace muchos años atrás hasta la actualidad no escapan de los planteamientos de Morín; el cuerpo ha sufrido una serie de transformaciones que se han ido ajustando e impregnando en los individuos según el contexto, la cultura y según una serie de poderes fácticos de enajenación social, que valgan verdades también se han ido modificando, transmitiendo un discurso distorsionado y apoderándose de nuevos campos de dominio.

Entonces que de verdad tienen los argumentos de Morín en pleno siglo XXI, en una era del consumismo, de las telecomunicaciones e informática y como lo definió Bauman en una modernidad líquida, en donde sólo se le rinde culto a las apariencias y se alimentan banalidades; pues se diría que mucho, empezando por asegurar que sí existe una dualidad (más allá del disciplinario- Biológica-Sociológica) entre nociones

¹⁹Del punto de vista epistemológico la complejidad es “Lógica”; es decir, es una complejidad que obliga a concebir la unidad y la diversidad, el orden y el desorden para finalmente generar la organización. Edgar Morín (1990).

²⁰Los seres humanos somos productos y productores, lo que genera una ruptura del mundo; es decir; no hablamos de conocimientos y procesos lineales sino estrictamente circulares que nos permitirán conocer todos los fenómenos complejos. Edgar Morín (1990).

complementarias y totalmente antagónica que han ido generando en la conducta social ciertas modificaciones que en muchos casos han transgredido la norma.

Determinar al contexto social como el todo es acertado, ¿Y qué de las partes? Pues aquí nos asomamos a una colonización de las particularidades, las mismas que nos ponen sobre la mesa la realidad en la que nos encontramos además de dar por validado otro de los argumentos de Morín; y pues para darle otra mirada, una más objetiva al fenómeno en mención, abordaremos la propuesta de la “Teoría del Poder” de Michael Foucault.

En muchos de los escritos de este personaje se puede vislumbrar el panorama claro que propone en cuanto al cuerpo; entre los argumentos principales que envuelven su teoría es situar al “cuerpo” como el “origen del origen” del poder y en cuanto este se transforme en múltiples estrategias de disciplinamiento. Entre los planteamientos de Foucault, se hace referencia a cuerpo desde lo más individual y la manera en que este representa un pequeño poder, el cual lo denomina como micro-poder; este micro-poder entra en relación con otro micro-poderes, los cuales se manifiestan en diversos campos, como por ejemplo: en el campo social, económico, político, religioso, cultural entre otros. De tales relaciones, resulta la creación de normas, contratos, convenios, acuerdos, formas de propiedad, en fin, diversas relaciones que involucran al cuerpo.

"El cuerpo humano entra en un mecanismo de poder que lo explora, lo desarticula y lo recompone. Una "anatomía política", que es igualmente una "mecánica del poder" está naciendo; define cómo se puede hacer presa en el cuerpo de los demás, no simplemente para que ellos hagan lo que se desea, sino para que operen como quiere, con las técnicas, según la rapidez y la eficacia que se determina. La disciplina fabrica así cuerpos sometidos y ejercitados, cuerpos dóciles²¹".

“Pienso que no hay un poder sino que, dentro de una sociedad, existen relaciones de poder extraordinariamente numerosas y múltiples, colocadas en diferentes niveles, apoyándose unas sobre las otras y cuestionándose mutuamente²²".

El cuerpo ha sido utilizado como objeto y blanco de poder; objeto en el sentido que ha sido visto y valorado como instrumento productivo, exigiendo algunos ejercicios y maniobras para tal fin, y como blanco de poder, porque se ha visto inmerso en un campo político, el cual lo rodea en relaciones de dominio y sumisión; el cuerpo se encuentra en una sociedad que ha limitado el espacio para moverse, ha organizado el área, trazando fronteras para demarcar su territorio y así tener el control de él, para conservarlo siempre localizado, vigilado para mantener efectivamente la estructura de lo que Foucault considera es una "sociedad disciplinaria", cuya norma de rendimiento está trazada por la observación del cuerpo.

21(Foucault, *"Vigilar y Castigar"*- Pag. 141)

22(Foucault, *"La verdad y la formas jurídicas"*- Pág.169)

2.1.1.1. Las prácticas sociales como un proceso complejo.

Las prácticas sociales son entendidas como la integración de modelos de pensamiento, sentimientos, propios de la cultura y que determinan sus maneras de actuar de sus integrantes frente a las distintas experiencias en su vida diaria. Los orígenes de estas prácticas sociales son resultado de varios años en la existencia de institución y en términos generales de la población Nueva Cajamarquina que se han ido desarrollando y transmitiendo de generación en generación. Para entender una práctica social desde la complejidad es necesario considerar que en ella intervienen elementos como: la vivienda, la relación con su medio ambiente, el componente biológico del integrante de la comunidad, su componente psicológico, su evolución histórica, cultura, idioma, tradiciones, religiosidad, creencias en la interrelación entre cada uno de sus miembros, la relaciones de autoridad, los valores, el poder, los roles, la relación con la naturaleza, etc.

2.2. TEORÍAS SOCIOLOGICAS ESPECÍFICAS (O APORTES TEÓRICO RELACIONADOS CON EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN)

2.2.1. Teoría del poder.

En muchos de los escritos de este personaje se puede vislumbrar el panorama claro que propone en cuanto al cuerpo; entre los argumentos principales que envuelven su teoría es situar al “cuerpo” como el “origen del origen” del poder y en cuanto este se transforme en múltiples estrategias de disciplinamiento. Entre los planteamientos de Foucault, se hace referencia a cuerpo desde lo más individual y la manera en que este representa un pequeño poder, el cual lo denomina como micro-poder; este micro-poder entra en relación con otro micro-poderes, los cuales se manifiestan en diversos campos, como por ejemplo: en el campo social, económico, político, religioso, cultural entre otros. De tales relaciones, resulta la creación de normas, contratos, convenios, acuerdos, formas de propiedad, en fin, diversas relaciones que involucran al cuerpo.

"El cuerpo humano entra en un mecanismo de poder que lo explora, lo desarticula y lo recompone. Una "anatomía política", que es igualmente una "mecánica del poder" está naciendo; define cómo se puede hacer presa en el cuerpo de los demás, no simplemente para que ellos hagan lo que se desea, sino para que operen como quiere, con las técnicas, según la rapidez y la eficacia que se determina. La disciplina fabrica así cuerpos sometidos y ejercitados, cuerpos dóciles²³".

"Pienso que no hay un poder sino que, dentro de una sociedad, existen relaciones de poder extraordinariamente numerosas y múltiples, colocadas en diferentes niveles, apoyándose unas sobre las otras y cuestionándose mutuamente²⁴".

El cuerpo ha sido utilizado como objeto y blanco de poder; objeto en el sentido que ha sido visto y valorado como instrumento productivo, exigiendo algunos ejercicios y maniobras para tal fin, y como blanco de poder, porque se ha visto inmerso en un campo político, el cual lo rodea en relaciones de dominio y sumisión; el cuerpo se encuentra en una sociedad que ha limitado el espacio para moverse, ha organizado el área, trazando fronteras para demarcar su territorio y así tener el control de él, para conservarlo siempre localizado, vigilado para mantener efectivamente la estructura de lo que Foucault considera es una "sociedad disciplinaria", cuya norma de rendimiento está trazada por la observación del cuerpo.

Bajo esta inclinación, Foucault examina las formas de gobierno encaminadas a vigilar y orientar el comportamiento individual, a través de distintas instituciones; la medicina, la escuela, la fábrica, el ejército, etc.

23(Foucault, "Vigilar y Castigar"- Pag. 141)

24(Foucault, "La verdad y la formas jurídicas"- Pág.169)

Y cómo a través de estas entidades se dota al individuo, de estrictas normas corporales; de una manera de actuar y de obedecer, que de ser exitosa, es un garante del orden social; en su etapa genealógica, además es vital comprender las relaciones entre verdad, saber y poder. Percibir la singularidad de los sucesos, pero no para trazar la curva lenta de su evolución, no buscar orígenes, sino que por el contrario, ocuparse de las meticolosidades, de lo azares, de lo irrisorio que suele encontrarse en los comienzos. La mirada genealógica de Foucault busca conducir el razonamiento a partir de lo presente, lo que es válido para nosotros, y a partir de ahí, configurar embrollos de sucesos no siempre advertidos, no siempre controlables, pero sí siempre rastreables y siempre atravesados por el poder.

Si el consumo es un campo de ejercicio del poder, éste puede ser entendido bajo los planteamientos de Foucault, pues como él establece continúan existiendo los grandes mecanismos secretos mediante los cuales una sociedad transmite su saber, y se perpetúa a sí misma bajo una apariencia de saber. Una de las afirmaciones de Foucault fundamenta que para estudiar las bases del poder se trata de estudiarlo “Partiendo de las técnicas y de las tácticas de dominación”, que en nuestro caso será, a partir de los discursos, de las normas, a partir de las relaciones de poder que están presentes en las concepciones de belleza física y consumo.

En consecuencia, miramos hacia Foucault de una manera heurística, como un autor que brinda un instrumental conceptual variado y esclarecedor, mas sus conceptos no los comprendemos como fines en sí mismos, sino como un medio para su utilización en problemas específicos. En este caso, para advertir la lógica que opera al interior de las ideas de consumo y de belleza física actual, para revelar aquello que está muchas veces tan incorporado que se vuelve oculto.

2.2.2. Teoría de las representaciones sociales.

La problemática del cuerpo y los modelos que se forman en la sociedad del siglo XXI, es una problemática que ha ido en evolución, diversos autores, enfoques, disciplinas han tratado de dar una explicación a este fenómeno, uno de los personajes ha sido Moscovici con su teoría de “Las representaciones sociales”; esta propuesta teórica esboza un planteamiento metodológico interesante y renovador dentro del análisis del sentido común y de lo cotidiano, podrá valorarse como una explicación útil en el estudio de la construcción social de la realidad. Moscovici determina inicialmente a las representaciones sociales como:

“Una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos²⁵”

Es decir; es el conocimiento de sentido común que tiene como objetivos, comunicar, estar al día y sentirse dentro del ambiente social; y que se origina en el intercambio de comunicaciones del grupo social, al tener la representación social dos caras, la figurativa y la simbólica, es posible atribuir a toda figura un sentido y a todo sentido una figura. Las representaciones sociales hacen que el mundo sea lo que pensamos que es o que debe ser, nos muestra que a cada instante una cosa ausente se agrega y una cosa presente se modifica²⁶.

Consideramos que es importante hacer mención de las condiciones de emergencia de una representación social, entre las que se hace resaltar el denominador que tienen entre ellas, es decir, que surgían entre crisis y conflictos, en las que se supone que buscan clasificar y comprender acontecimientos complejos y dolorosos, justificar acciones planeadas o cometidas contra otros grupos y finalmente para diferenciar un grupo respecto a los demás existentes en momentos en que pareciera desvanecerse esa distinción.

²⁵(Moscovici, 1979, págs. 17-18) “El psicoanálisis, la imagen y la publicidad”

²⁶Las representaciones sociales circulan, se cruzan y se cristalizan en el universo de la vida, de lo cotidiano, mediante una palabra, un gesto o un encuentro.

Moscovici también hace constar aspectos de suma importancia la ²⁷dispersión de la información, la focalización del sujeto individual y colectivo y ²⁹la presión a la inferencia del objeto socialmente definido²⁸.

También la representación social es ubicada como un constructo teórico intermedio entre lo psicológico y lo social; sin embargo el propio Moscovici aclara que la representación no es una mediadora sino un proceso que hace que concepto y percepción de algún modo sean intercambiables porque se engendran recíprocamente. Moscovici claramente señala este carácter intermedio aparente de la representación social cuando dice que ocupa una posición intermedia entre el concepto que atrae el concepto del sentido de lo real y la imagen que produce lo real. Las percepciones y los conceptos son productos, modos de conocer derivados de lo icónico y de lo simbólico respectivamente. En consecuencia de expresa esta relación como de interacción social:

Es bajo la forma de las representaciones sociales influye sobre el comportamiento (o pensamiento) de los individuos implicados en ella, y es el tratar de poner en práctica sus reglas cuando la sociedad forja las relaciones que deberá haber entre sus miembros individuales. La representación social integra distintos conceptos distintos, como la actitud (orientación global positiva o negativa de una representación), la opinión (fórmula mediante el cual el individuo fija su posición frente a objetivos sociales cuyo interés es compartido con el grupo), los estereotipos (categorías de atributos específicos a un grupo o género que se caracterizan por su rigidez) (las representaciones sociales por el contrario, se diferencian por su dinamismo), la percepción social(rasgos que la persona le atribuye al blanco de su percepción) y la imagen (Es el concepto que más suele relacionarse con el concepto de representación social.

27La información que se tiene nunca es suficiente y por lo regular es desorganizada

28Las personas se focalizan porque están implicadas en la interacción social como hechos que conmueven opiniones.

29Socialmente se da una presión que reclama opiniones, posturas y acciones acerca de los hechos que están focalizados por el interés público.

De lo señalado en este capítulo se puede concluir que:

1. La teoría de la complejidad es el fundamental soporte teórico al trabajo de investigación, es indispensable hacerlo desde una mirada epistemológica de la teoría.
2. El estudio de las transformaciones sociales además de los sustentos epistemológicos, deben ser revisados desde una perspectiva sociológica en lo que se concibe lo social como forma de sentir, pensar, actuar e interrelacionarse hacia el interior y con el exterior de la institución.
3. La mirada genealógica de Foucault busca conducir el razonamiento a partir de lo presente, lo que es válido para nosotros, y a partir de ahí, configurar embrollos de sucesos no siempre advertidos, no siempre controlables, pero sí siempre rastreables y siempre atravesados por el poder.
4. Es bajo la forma de las representaciones sociales influye sobre el comportamiento (o pensamiento) de los individuos implicados en ella, y es el tratar de poner en práctica sus reglas cuando la sociedad forja las relaciones que deberá haber entre sus miembros individuales.

CAPÍTULO III

7.1. ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN PARA PROMOVER UN MODELO

CORPORAL SOCIAL DESDE Y PARA LOS JÓVENES QUE PERTENECEN AL CONSEJO DISTRITAL PARA JUVENTUDES DE NUEVA CAJAMARCA

3.1.1 Fundamentos.

Diseñar estrategias de intervención social para promover un modelo corporal social ha representado una tarea de largo aliento, pero ha sido la mayor ambición de este trabajo desde sus inicios y el desafío es mucho mayor, al gestionar la materialización de la promoción de dichas estrategias y mantenerlas vigentes en el tiempo. Bajo esta perspectiva, se han realizado diferentes acciones; que a continuación se detalla:

PRIORIDAD	OBJETIVO GENERAL	PRIORIDAD DE ACCIONES	ACCIONES ESTRATÉGICAS	RESPONSABLE
1	<i>ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN SOCIAL PARA PROMOVER UN MODELO CORPORAL SOCIAL DESDE LOS JÓVENES QUE PERTENECEN AL CONSEJO DISTRITAL DE JUVENTUDES DE NUEVA CAJAMARCA.</i>	1	Evaluación previa de aliados estratégicos y alcances del proyecto y posibles grupos poblacionales beneficiarios.	Investigadora
		2	Coordinaciones con los integrantes del Consejo Distrital de Juventudes - NC	Investigadora
		3	Elaboración de argumentos teóricos que sustentan el proyecto.	Investigadora
		4	Sesiones de trabajo con los integrantes del CDJ-NC	Investigadora - CDJ
		5	Redacción de resultados	Investigadora
		6	Diseño de la estrategia para la promoción de modelos corporales sociales.	Investigadora
		7	Implementación de la estrategia.	Investigadora – CDJ-Impulso Joven – DRleIO – MIMP (Apoyo)
		8	Promoción de la estrategia.	Investigadora – CDJ-Impulso Joven – DRleIO – MIMP (Asis. Téc)

En consideración que este proyecto es de carácter propositivo, la ruta estratégica que contempla este plan es en el orden de prioridad del 1 al 6; los puntos 7 y 8 están contemplados en base a la iniciativa que se tuvo en este trabajo; estas aún están en proceso de diagramación y difusión con otros aliados estratégicos, en los que resalta el Consejo Regional de Juventudes – San Martín, el Proyecto Impulso Joven - San Martín, la Dirección Regional de Inclusión e Igualdad de Oportunidades, con asistencia técnica del ³⁰Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

La propuesta incorpora la revisión del proceso evolutivo de los modelos corporales sociales, esto con la finalidad de determinar de manera más clara que características ha de tener el modelo corporal social a promover.

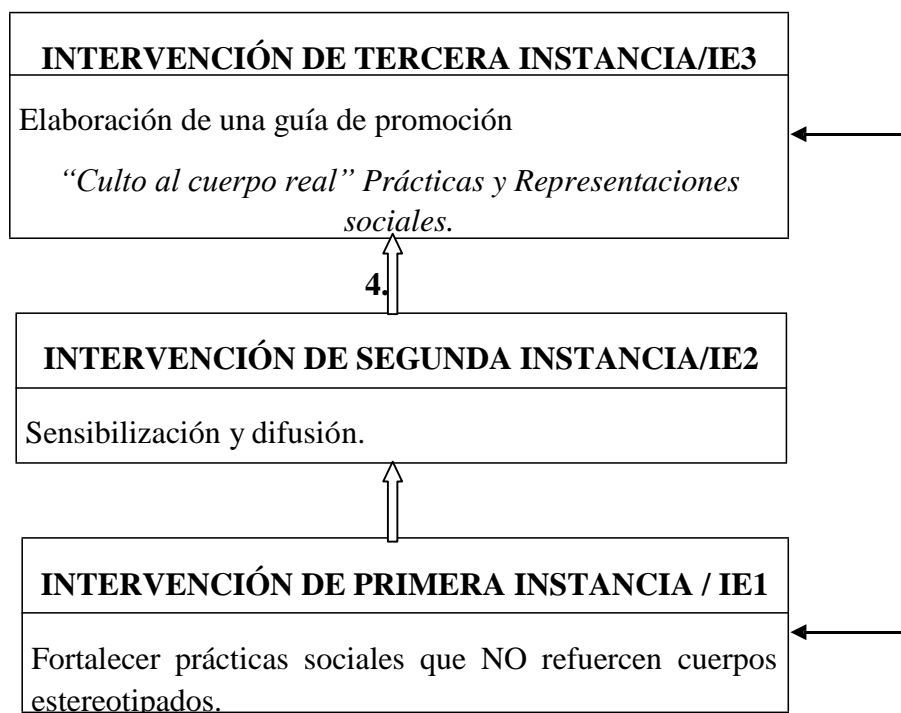
3.1.2. El Modelo Práctico.

3.1.2.1.. Descripción de la propuesta.

Con la propuesta de intervención formulada desde los jóvenes que pertenecen al Consejo Distrital de Juventudes - Nueva Cajamarca, se pretende volcar los modelos corporales sociales que atenten contra los jóvenes, además se busca evitar que los modelos promuevan los usos y valores sociales del cuerpo como un objeto de aceptación, de transformación y de consumo. Para ellos se cree oportuna la idea de fortalecer espacios de trabajo y apoyo que aborden la temática y se pueda asignar al cuerpo nuevas concepciones y representaciones sociales y se promueva un clima social de respeto al cuerpo real, a ese cuerpo que no es eterno.

Con esta propuesta de intervención social se constituye por 3 fases de intervención, que a continuación se detalla:

30 Para ser presentado como uno de los puntos en sesión los días 23 y 24 de Marzo – Lima.



Entonces el modelo corporal social que se propone en este trabajo de investigación es no en base a estereotipos, a la juventud eterna, prejuicios, exclusión, consumismo, etc. Si no es un modelo corporal que se esté regido en base primero a la identificación y aceptación propia como seres humanos, como seres no eternos, agente de cambio y propietarios de una cultura mágica, es cierto que nos podemos estar al margen de las transformaciones del mundo en general pero tenemos que ser responsables de las decisiones, los modos y las conductas que asumamos, no dar por sentado que lo popular es realmente popular y correcto, un modelo corporal de la generación futura y de la generación presente.

Segundo; vincular de manera directa nuestra esencia y nuestra apariencia, no podemos dejar de lado quienes somos realmente (Sin caer en excesos) y hago esta acotación por que ejercer cierta libertad y utilizar el término “auténtico” puede interpretarse como: Soy auténtico; entonces, me perforaré las cejas, la nariz , etc, o quizá usar tatuajes asignándole significado y nombre propio, muchos de estos casos tiene un problema asociado, es una respuesta a la

carencia de algo, o a la presencia y presión excesiva del mismo, lazos familiares, sectas religiosas, etc. Dicho esto nos entraremos al punto tres; en la generación tradicional las instituciones ejercían control sobre el individuo y lo que este representaba, el modelo corporal que aquí se propone adjunta la participación responsable de la sociedad, la familia, el grupo de pares en el cuidado y respeto al individuo (Cuerpo, imagen corporal, apariencia), lograr que en los trabajos posteriores sobre este tema encontremos títulos en libros que digan: Culto a la identidad.

Cuarto, este modelo corporal propuesto también contiene la noción de salud ¿Cómo cuidar nuestro cuerpo de las peripecias a las que está expuesto? Sistemas de alimentación, de higiene, de cuidado personal suman un modelo corporal social responsable.

Y finalmente, en el trabajo se ha visto como se determinan las prácticas social, el proceso evolutivo que atraviesan, el modelo corporal que se propone además de un modelo dirigido por argumentos claves antes mencionados debe contener el desarrollo y la difusión de prácticas sociales inclusivas y con visión; es decir, además de la salud que mencionamos anterior mente, no podemos dejar de lado por ejemplo evitar las prácticas sociales consumistas, de despilfarro; al contrario se pueden vincular en este caso a las prácticas sociales con la sociología del ocio, entendiendo este término como: *“Área de experiencia humana para el desarrollo personal y social, una fuente de salud y prevención de enfermedades físicas y psicológicas, un derecho humano”*

3.1.2.2.Los componentes de la propuesta

En este punto se maneja muy clara la idea de que esta propuesta gira en base a fundamentos teóricos específicos; esto es la teoría de la complejidad, de las representaciones sociales y la teoría del poder, por tanto los enfoques mencionados incorporan la idea de entender y reconocer al cuerpo como un problema complejo con vertientes directas en las prácticas sociales y en las

relaciones de poder y/o subsistencia en una sociedad dominada por las diferencias, en este caso en cuanto a imagen corporal se refiere.

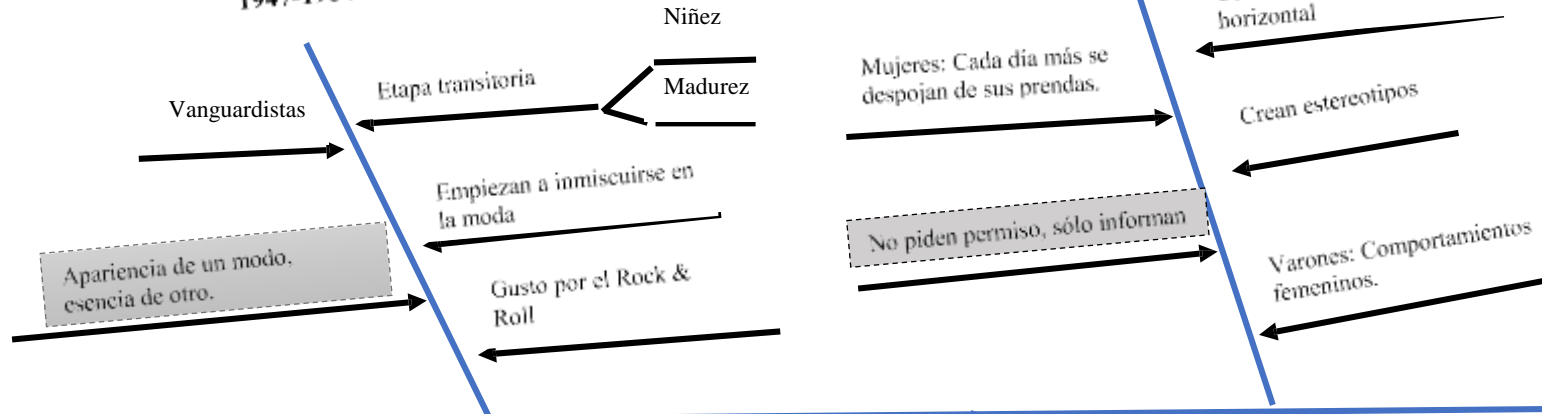
En los jóvenes Nueva Cajamarquinos integrantes del CDJ el concepto correcto de cuerpo, de imagen corporal, de modernidad, de respeto, etc, no está insertado en su pensamiento; para ellos estar a la moda significa lucir y exponer tu cuerpo a maltratos, ser una chica (o) A1 sea el caso significa lucir las prendas de las mejores marcas, ser fanática (o) de las modelos o figuras públicas nacionales que se encuentran en boca de todos y no necesariamente por su buen vestir o su comportamiento o quizá ser A1 signifique ser delgada, con cabello castaño o rubio, de nariz respingada, blanca o con el cuerpo trabajado 5 horas diarias en el gimnasio sólo para “verse mejor” y “ser tratada como tal”, esto ya que en el discurso popular equivocado se esparce la idea de que todo entra por los ojos. Se cree conveniente poder determinar los modelos corporales sociales que se han presentado a lo largo del tiempo, esto para conocimiento y sobre todo para analizar el proceso evolutivo y la transferencia generacional de prácticas sociales. Por lo que a continuación se detalla:

- ❖ **Generación “S”-** Sometimiento (Tradicional): 1926-1946; **Generación Sándwich** (Baby boomers): 1947-1964; **Generación “X”**: 1965-1980; **Generación “Y”**: 1981-2000; **Generación S/N (Net)**: Del 2000 en adelante.

**MODELOS
CORPORALES
SOCIALES
GENERACIONALES**

GENERACIÓN "S"
1947-1964

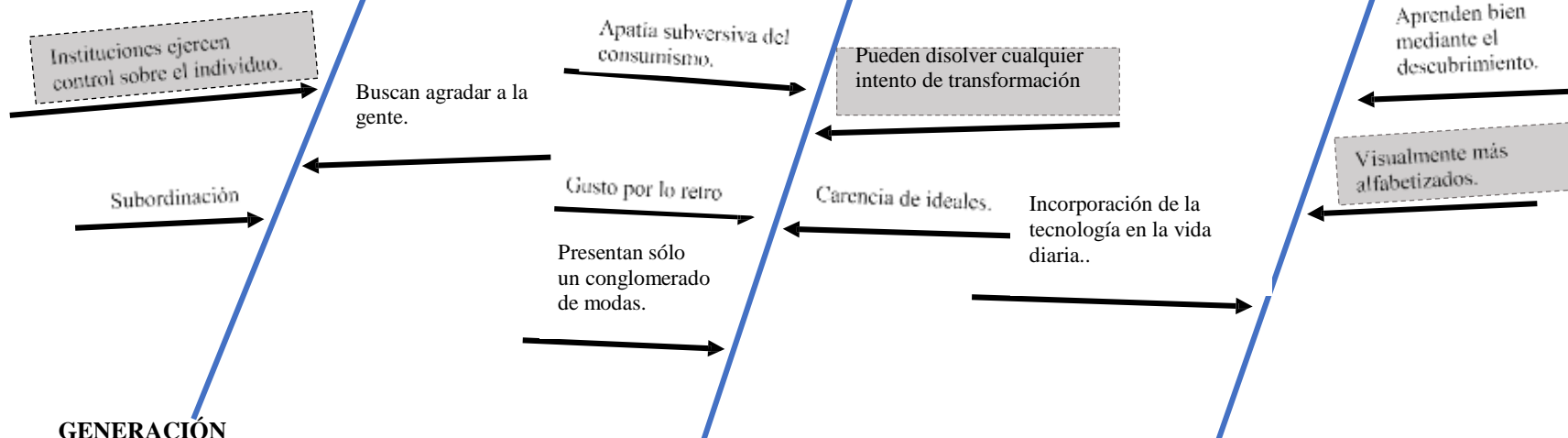
GENERACIÓN "Y"
1981-2000



**GENERACIÓN
TRADICIONAL**
1926-1946

GENERACIÓN "X"
1965-1980

GENERACIÓN S/N
Del 2000 en adelante



**EVOLUCIÓN Y ASPECTOS INDISPENSABLES DE LOS
MODELOS GENERACIONALES**

FUENTE: Elaborado por la investigadora.

MATRIZ ESTRATÉGICA DE LA PROPUESTA

INTERVENCIÓN DE PRIMERA INSTANCIA / IE1

OBJETIVO ESTRATÉGICO I: Fortalecer prácticas sociales que no legitimen, exacerben y/o refuercen cuerpos estereotipados; que afectan desproporcionalmente a las mujeres en su diversidad y a otros grupos que confrontan el sistema tradicional de género, en la familia, escuela y sociedad.

Acciones estratégicas	Indicadores	Metas			Unidad de medida	Medio de verificación	Instancia o actor responsable.
		2015	2019	2021			
1 Fortalecimiento de capacidades a docentes de diferentes modalidades y niveles educativos, desde la etapa de formación pedagógica, a fin de prevenir la violencia como resultado de estereotipos de género.	Número de docentes que participan en capacitación y sensibilización para la prevención de la violencia como resultado de los estereotipos de género impulsada desde el programa de docentes promotores, con pertinencia cultural y lingüística de la región San Martín.	5%	10%	15%	C	Informe de curso de capacitación. Listado de docentes seleccionados. Cronograma de capacitación.	DRE, UGEL, Gobiernos locales - Investigadora.
	Número de acciones de fortalecimiento de capacidades al docente promotor en la prevención, detención y derivación de casos de ³¹ violencia.	5	25	50	Talleres	Informe del taller que incluya el reporte de necesidades de información u otros.	DRE, UGEL, Gobiernos locales - Investigadora.
	Cursos de capacitación dirigida a docentes en general, con pertinencia cultural y lingüística, respecto a la prevención, detención y derivación de casos de violencia.	0	2	5	Curso	Listado de docentes seleccionados. Cronograma de capacitación. Informe de curso de capacitación.	DRE, CEM, UGEL, Gobiernos locales, DRIeIO /ORDEPISAM, CODEPISAM - Investigadora.
	Número de convenios interinstitucionales entre instancias en todos los niveles de gobierno,						

³¹ En este apartado el término Violencia, hace referencia a la violencia basada en estereotipos de género.

2	Implementación de acciones de prevención de la violencia basada en estereotipos de género en la comunidad educativa: Padres, madres de familia, docentes, personal administrativo y estudiantes de las diferentes modalidades y niveles de estudio.	institutos, universidades y otros centros de estudio técnico para incluir la temática en prevención, detención y sanción de la violencia.	0	3	5	Reunión	Propuesta del convenio interinstitucional. Propuesta del Plan curricular de institutos pedagógicos, escuelas, facultades de educación, etc.	DRE, UGEL, Gobiernos locales - Investigadora.
		2.1 Número de guías / manuales dirigidos a la población escolar en los niveles inicial, primaria y secundaria, con contenido de prevención del acoso y abuso por problemas de estereotipos de género, en niñas, niños y adolescentes con pertinencia lingüística y cultural.	0	2	4	Sesiones de trabajo	Propuesta de guías y/o manuales. Propuesta de contenidos textuales y gráficos.	DRE, UGEL, Gobiernos locales. Asistencia del MIMP, MINEDU - Investigadora.
		2.2 % de Instituciones educativas que promuevan el fortalecimiento de capacidades de estudiantes, niños, niñas y adolescentes en los diferentes niveles, relacionado al derecho a una vida libre de discriminación, rechazo y/o exclusión, con adopción al contexto socio cultural, étnico y lingüístico.	3	10	15	Reunión	Reporte de monitoreo respecto al cumplimiento de actividades.	DRE, UGEL, Gobiernos locales. Asistencia del MIMP, MINEDU - Investigadora.
		2.3 % de Instituciones que ejecuten acciones periódicas de prevención de la violencia a nivel de personal administrativo.	3	10	15	Reunión	Reporte de monitoreo respecto al cumplimiento de actividades.	DRE, UGEL, Gobiernos locales - Investigadora.
		2.4% de Instituciones que ejecuten acciones periódicas de prevención de la violencia a nivel de padres y madres de familia.	3	10	15	Reunión	Reporte de monitoreo respecto al cumplimiento de actividades.	DRE, UGEL, Gobiernos locales - Investigadora.

INTERVENCIÓN DE SEGUNDA INSTANCIA/IE2

OBJETIVO ESTRATÉGICO II:

OE2.1: Organizar y gestionar instancias de concertación en los ámbitos Regional, Provinciales y Distritales para promover cambios en las prácticas sociales que promueven y refuerzan estereotipos.

OE2.2: Promoción de la participación activa de organizaciones de la sociedad civil en la vigilancia social de la prevención de la violencia de género, así como la reeducación de personas agresoras.

Acciones estratégicas	Indicadores	Metas			Unidad de medida	Medio de verificación	Instancia o actor responsable.
		2015	2017	2019			
1 Promoción y sensibilización de espacios de autorregulación del tratamiento de la información en los casos de violencia de género, con representantes de los medios de comunicación, agentes de publicidad y anunciantes.	1.1 N° de comunicadores/as sociales capacitados en prevención de cualquier tipo de violencia.	10	30	50	Talleres	Listas de asistencia. N° de guiones metodológicos.	Colegio Regional de Periodistas de San Martín, CEM, DRIeIO - Investigadora.
	1.2 N° de acciones dirigidos a comunicadores sociales de la región.	1	10	20	Talleres	Propuestas de planes de trabajo.	Colegio Regional de Periodistas de San Martín, CEM, DRIeIO - Investigadora.
	1.3 % de instituciones públicas y/o privadas que utilicen la franja educativa en la emisión de mensajes orientados a la sensibilización, prevención, atención, protección y sanción de la violencia basada en estereotipos de género.	0	8	15	Reuniones	Diseños de spots. Galería de fotos.	DRE, UGEL, DRIeIO - Investigadora.
2 Fortalecimiento de capacidades de los integrantes del Consejo Regional, Consejos Provincial y Distritales de la Juventud, Proyecto Impulso Joven y organizaciones juveniles. para	2.1 % integrantes del Consejo Regional de la Juventud – San Martín capacitados anualmente en temas de prácticas culturales que refuerzan estereotipos, representación social de los cuerpos como sinónimo de violencia.	0%	50%	100%	Talleres	Hoja de ruta de operación estratégica. Lista de asistencia.	CEM, DRIeIO, PIP - Investigadora.

3	promover prácticas sociales que no legitimen, exacerben y/o refuerzan cuerpos estereotipados	2.2 % integrantes de los Consejos Provinciales de la Juventud – San Martín capacitados anualmente en temas de prácticas culturales que refuerzan estereotipos, representación social de los cuerpos como sinónimo de violencia.	0	50%	100%	Talleres	Hoja de ruta de operación estratégica. Lista de asistencia.	CEM, DRIeIO, PIP, CRJ - Investigadora.
		2.3 N° Consejos Distritales de la Juventud cuyos integrantes hayan sido capacitados anualmente en temas de prácticas culturales que refuerzan estereotipos, representación social de los cuerpos como sinónimo de violencia.	51	300	500	Talleres	Hoja de ruta de operación estratégica. Lista de asistencia.	CEM, DRIeIO, PIP, CRJ - Investigadora.
	Fortalecimiento de capacidades y empoderamiento de organizaciones y agentes comunitarios (Promotores y facilitadores) para promover prácticas sociales que no legitimen, exacerben y/o refuerzan cuerpos estereotipados.	3.1 N° de líderes y lideresas, autoridades comunales, integrantes de organizaciones y agentes comunitarios capacitados anualmente en temas de prácticas culturales que refuerzan estereotipos, representación social de los cuerpos como sinónimo de violencia.	10	25	50	Talleres	Hoja de ruta de operación estratégica. Lista de asistencia.	CEM, DRIeIO, Gobiernos locales - Investigadora.
		3.2 N° de líderes y lideresas, autoridades comunales, integrantes de organizaciones y agentes comunitarios que desarrollen acciones de prevención en los diferentes tipos de violencia como resultado de la creación comercial del cuerpo en sus comunidades, en coordinación con los gobiernos locales.	10	25	50	Reuniones	Planes de trabajo. Galería de fotos. Listas de asistencia.	CEM, DRIeIO, Gobiernos locales - Investigadora.
		3.3 % de Planes Comunales que inserten actividades referentes a la temática de auto aceptación, inclusión e igualdad de oportunidades.	0	5	10	Reuniones Talleres	N° de Planes comunales	CEM, DRIeIO, Gobiernos locales - Investigadora.

INTERVENCIÓN DE TERCERA INSTANCIA/IE3

OBJETIVO ESTRATÉGICO III: *Difundir y/o promover de manera didáctica los criterios, causas y consecuencias de la creación comercial del cuerpo y el rol del individuo en el proceso de deshumanización.*

Acciones estratégicas	Indicadores	Metas			Unidad de medida	Medio de verificación	Instancia o actor responsable.
		2015	2017	2019			
1 Formulación, diseño e implementación de una estrategia regional comunicacional para difundir de manera didáctica los criterios, causas y consecuencias de la creación comercial del cuerpo y el rol del individuo en el proceso de deshumanización con pertinencia lingüística y cultural.	N° de guías elaboradas que inserten los criterios, causas y consecuencias de la creación comercial del cuerpo y el rol del individuo en el proceso de deshumanización	0	1	4	Guías	Diseños de la propuesta.	DRleIO, CEM, DRE, UGEL – Investigadora.
	% de población beneficiada en el ámbito de la región San Martín.	0%	5%	50%	Talleres	Galería de fotos	DRleIO, CEM, DRE, UGEL - Investigadora

ACTIVIDADES Y SUBACTIVIDADES DE LA PROPUESTA

OBJETIVO ESTRATÉGICO I: Fortalecer prácticas sociales que no legitimen, exacerben y/o refuercen cuerpos estereotipados; que afectan desproporcionalmente a las mujeres en su diversidad y a otros grupos que confrontan el sistema tradicional de género, en la familia, escuela y sociedad.

Actividades estratégicas	Actividad y sub actividades	Descripción de la actividad y sub actividades	Unidad de medida	Medio de verificación
1. Fortalecimiento de capacidades a docentes de diferentes modalidades y niveles educativos, desde la etapa de formación pedagógica, a fin de prevenir la violencia como resultado de estereotipos de género.	1.1. Cursos de capacitación para la prevención y tratamiento de la violencia de género impulsados desde el programa de docentes promotores, con pertinencia cultural y lingüística a la Región San Martín.	Formar a docentes promotores para la prevención y tratamiento de la violencia de género, en el marco del programa de docentes promotores, el cual se implementa bajo la coordinación de la DRE, con la participación de instancias involucradas en la prevención de la violencia de género como resultado de los estereotipos de género, tales como: DIRESA, CEM, Defensoría de la Mujer, Niño y Adolescente, entre otros. Estos cursos se implementarán considerando la normativa vigente del MINEDU (viceministerio de Gestión Pedagógica) y se adaptarán a la realidad local, reflejando la pertinencia cultural y lingüística de ámbitos con características particulares.	Curso.	Informe de curso de capacitación.
	1.1.1 Reunión de coordinación entre directivos de DIRESA, CEM, DRE, UGEL y directores de instituciones educativas, para la selección de docentes promotores y para definir los temas de capacitación en materia de prevención, detección y derivación de casos de violencia de género, entre otros.	Esta sub actividad tiene varios objetivos: -Tener un listado de docentes promotores en cada UGEL de la región, según los criterios establecidos para ser un/a docente promotor/a para la prevención, detección y derivación de la violencia de género como resultado de los estereotipos de género. -Elaborar un plan de capacitación consensuado entre la DIRESA, CEM, DRE, UGEL y directores de las instituciones educativas. -Acordar los criterios de monitoreo y evaluación que serán incluidos en los documentos de gestión y en las fichas de evaluación de desempeño de las instituciones educativas.	Reunión.	Listado de docentes seleccionados. Plan de capacitación por cada I.E. Programa por cada curso. Documentos de gestión y formatos para monitoreo y evaluación que incluyen criterios de evaluación de docentes promotores.
	1.2. Cursos de capacitación a docentes en general, con pertinencia cultural y lingüística, respecto a la prevención, detección y derivación de la violencia de género, según productos contemplados en el Programa Estratégico de Logros de Aprendizaje	Capacitar a docentes y directores de las I.E. de cada UGEL en temas referentes a la prevención, detección y derivación de la violencia de género, los que deben contemplarse en el PELA, según Ley 30364 (Ley para Prevenir, Sancionar y	Reunión. Curso.	Reportes de avances logrados en el programa de docentes promotores. Informe de curso de capacitación.

	1.2.1. Reunión entre especialistas de la DIRESA, Ministerio Público, CEM, directivos de la DRE y UGEL para definir temas, metodología y cronograma de capacitación al profesorado en general.	Esta sub actividad tiene los siguientes objetivos: -Elaborar los programas de cada evento de capacitación, la metodología a aplicarse, así como la organización de los mismos. -Definir los criterios de evaluación de desempeño en base a las capacitaciones brindadas. En razón a los temas de capacitación seleccionados, las instancias educativas establecerán las coordinaciones con los especialistas respectivos.	Reunión	Cronograma de capacitación. Criterios de evaluación elaborados.
	1.2.3. Reunión para la firma de convenios interinstitucionales entre instancias del GORESAM, gobiernos provinciales/distritales e institutos pedagógicos, universidades regionales y otros centros de estudio técnico, para incluir los temas de prevención, detección y derivación de casos de violencia de género, así como la reeducación de la persona agresora, en el plan curricular y/o syllabus de dichos centros de estudio.	Oficializar las voluntades políticas de las autoridades competentes para garantizar que los estudiantes que se formarán en la docencia y en otras carreras profesionales y/o técnicas, fortalezcan sus capacidades para la prevención, detección, y derivación de casos de violencia de género, así como la reeducación de la persona agresora. La oficialización de estas voluntades se reflejará en el currículo educativo de institutos y universidades de la región San Martín. Con la firma de estos convenios se espera garantizar la inclusión de los temas antes mencionados en el currículo de institutos superiores pedagógicos y universidades.	Reunión	Convenios firmados. Currículo de institutos pedagógicos, universidades y otros centros de estudios técnicos, incluyen temas vinculados a la prevención, detección y tratamiento de la violencia de género.
	1.2.3.1. Reunión de trabajo entre la DRE, DIRESA, CEM, DEMUNA, Ministerio Público, representantes de gobierno provincial/distrital, institutos superiores pedagógicos y universidades regionales para consensuar los términos a considerar dentro de los convenios interinstitucionales, y para definir los temas en materia de violencia de género a incluirse en el plan curricular/syllabus de los mencionados centros de estudios.	Elaborar un convenio con el cual se oficialice y viabilice la inclusión de los temas relacionados a la prevención, detección y derivación de la violencia de género en el currículo educativo de los institutos superiores pedagógicos y universidades.	Reunión.	Propuesta de convenio a firmar. Propuesta de plan curricular de institutos pedagógicos, escuelas/facultades de educación (universidades) con
	1.2.3.2. Reunión de trabajo entre la DRE, DIRESA, CEM, DEMUNA, Ministerio Público, representantes del gobierno provincial y distrital, institutos superiores y universidades regionales (carreras diferentes a las de formación pedagógica) para definir los términos de los convenios a firmar y los temas en materia de violencia de género que se	Contar con el aval de autoridades educativas de institutos superiores tecnológicos, facultades/escuelas universitarias de carreras diferentes a las de formación pedagógica, para que incluyan en su plan curricular/syllabus los temas vinculados a la prevención, detección, y derivación de casos de violencia de género basado en estereotipos, considerando la pertinencia cultural y lingüística de la región San Martín.	Reunión.	Propuesta de convenio a firmar. Propuesta de plan curricular de institutos, escuelas/facultades de otras carreras universitarias (diferentes a las de

1.3. Implementación de acciones de prevención de la violencia de género en la comunidad educativa: padres y madres de familia, docentes, personal administrativo y estudiantes de las diferentes modalidades y niveles educativos.	incluirán en el plan curricular/syllabus de esas carreras.			educación pedagógica) con temáticas vinculadas a violencia de género basado en estereotipos.
	1.2.3.3. Reunión entre miembros de la Instancia de Coordinación Regional/Provincial/Distrital, con especial participación de representantes de la DIRESA, DRE, CEM, DEMUNA, Ministerio Público, gobiernos provinciales/distritales, institutos superiores/universidad, para hacer un balance respecto al desarrollo de los temas de violencia de género impartidos desde estos centros de formación superior.	Reconocer el avance en la ejecución del currículo educativo con contenidos relacionados a la violencia de género. Identificar las limitaciones presentadas en el proceso de enseñanza del tema en mención, así como las alternativas propuestas o puestas en marcha para mitigar dichas limitaciones. Esta actividad comprenderá a los institutos y universidades (escuelas/facultades) de formación pedagógica y de carreras diferentes a esa especialidad.	Reunión.	Reporte de reunión.
	1.3.1. Servicio para la elaboración y/o adecuación de guías/manuales dirigidos a la población escolar de nivel inicial, primario y secundario, con contenidos sobre prevención del acoso y abuso sexual en niñas, niños y adolescentes, con pertinencia cultural y lingüística.	Contar con una pauta temática y metodológica que facilite a docentes de las instituciones educativas el impartir mensajes clave relacionados a la prevención del acoso y abuso sexual en niñas, niño y adolescente (nivel educativo inicial, primario y secundario). Las sesiones contenidas en estas guías/manuales tomarán en cuenta los aspectos socioculturales y étnicos de ámbitos territoriales con características particulares.	Servicio de consultoría.	Guías/manuales.
	1.3.1.1. Reunión técnica entre representantes de la DRE, UGEL, DIRESA, CEM, DEMUNA, Ministerio Público y otras, para determinar las pautas que orientarán el servicio de consultoría para la adecuación y/o elaboración del contenido de las sesiones de las guías/manuales.	Definir las pautas clave que deberán considerarse para la elaboración y/o adecuación de las guías en mención, que abarquen los niveles educativos iniciales, primarios y secundarios, para cada uno de ámbitos territoriales con características socioculturales y lingüísticas particulares.	Reunión.	
	1.3.1.2. Servicio de validación de guías/manuales.	Verificar en qué medida el material preliminar de estas guías/manuales se ajusta a la realidad de cada uno de los ámbitos territoriales identificados con características socioculturales particulares, dando cuenta de cuáles son los aspectos que se aprueban y cuáles son aquellos que ameritan corrección o ajuste.	Servicio de consultoría.	Guía/manual validado.

	1.3.2. Realización de sesiones educativas que promuevan el fortalecimiento de capacidades de estudiantes niñas, niños y adolescentes de los diferentes niveles educativos, en relación con el derecho a una vida libre de violencia. Estas sesiones se adaptarán al contexto sociocultural, étnico y lingüístico.	Impartir información clave a estudiantes niñas, niños y adolescentes (nivel educativo inicial, primaria y secundaria) de las instituciones educativas, respecto a temas vinculados al derecho a una vida libre de violencia y la eliminación de estereotipos que exacerban, toleran o legitiman la violencia, la inferioridad o subordinación de las mujeres en toda su diversidad en la sociedad y en el grupo familiar.	Sesiones educativas.	Registro de actividades educativas realizadas con estudiantes, en relación al derecho a una vida libre de violencia.
	1.3.2.1. Reuniones de trabajo entre representantes de DRE, UGEL y docentes promotores, para especificar las temáticas vinculadas a una vida libre de violencia a ser incorporadas y/o re-afirmadas en el currículo educativo.	Identificar los temas que serán considerados en el currículo educativo para todos los niveles de estudio (inicial, primaria y secundaria), según el marco nacional del diseño curricular, en materia del respeto al derecho a una vida libre de violencia.	Reunión	Diseño curricular con temas específicos respecto al derecho a respetar una vida libre de violencia, para los niveles de educación inicial, primaria y secundaria.
	1.3.3. Taller dirigido a docentes, personal administrativo y representantes de padres/madres de familia para difundir y sensibilizar respecto al problema la influencia de los poderes fácticos de enajenación en la toma de decisiones de los y las estudiantes.	Socializar y fortalecer las capacidades de docentes y personal administrativo acerca de las la influencia de los poderes fácticos de enajenación en la toma de decisiones de los y las estudiantes.	Taller.	Reporte de taller.
	1.3.4. Cine fórum para docentes, personal administrativo, padres de familia para analizar casos de acoso sexual en la comunidad educativa, su detección oportuna y manejo.	Generar el diálogo en relación a la creación comercial del cuerpo. Al final de la actividad se levantarán las conclusiones y/o acuerdos a los que se arribó para afrontar y evitar esta situación.	Cine fórum.	Acta de acuerdos y/o conclusiones.
	1.3.4.1. Servicio para preparación de material a difundir en el cine fórum.	Preparar el material: vídeo/película, guía de preguntas, casos complementarios, entre otros, para motivar el diálogo entre asistentes al cine fórum.	Servicio de consultoría.	Material para cine fórum elaborado.

OBJETIVO ESTRATÉGICO II: Organizar y gestionar instancias de concertación en los ámbitos Regional, Provinciales y Distritales para promover cambios en las prácticas sociales que promueven y refuerzan estereotipos.

Promoción de la participación activa de organizaciones de la sociedad civil en la vigilancia social de la prevención de la violencia de género, así como la reeducación de personas agresoras.

Actividades estratégicas	Actividad y sub actividades	Descripción de la actividad y sub actividades	Unidad de medida	Medio de verificación
Promoción y sensibilización de espacios de autorregulación del tratamiento de la información en los casos de violencia de género, con representantes de los medios de comunicación, agentes de publicidad y anunciantes.	1.1. Reunión entre representantes de medios de comunicación público y privado de la región y de los niveles locales (provinciales/distritales) para establecer acuerdos o convenios que auto regulen el tratamiento de la información a emitir.	Contar con acuerdos o convenios pactados entre representantes de diversos medios de comunicación regional, provincial y distrital, a fin de especificar las estrategias para autorregular información respecto a casos de violencia de género, incluyendo el tratamiento de material (canciones, vídeos, propagandas, etc.) cuya letra o formato de producción podría incitar a causar daño y violencia (especialmente, en población adolescente y joven). Estas reuniones serán realizadas en el nivel regional, provincial y distrital, y serán convocadas por la Instancia de Coordinación del nivel que corresponda. Los acuerdos serán publicados en el medio que se estime por conveniente, los que serán implementados según el período de tiempo consensuado.	Reunión.	Acuerdos y/o convenios firmados.
	1.1.1. Cursos de capacitación dirigidos a representantes de los medios de comunicación sobre la importancia de la autorregulación del tratamiento de la información en relación con la violencia de género	Informar a representantes y especialistas de los medios de comunicación públicos y privados de la región (nivel local: provincial y distrital), sobre conceptos y datos clave en torno a la prevención y atención de la violencia de género, y a la importancia de la autorregulación de la información sobre el tema.	Curso.	Informe de cursos de capacitación.
	1.1.2. Reunión para sensibilizar a representantes de los medios de comunicación (ámbitos regional, provincial y distrital) en torno al uso de la franja educativa para prevenir y atender los casos de violencia de género basada en estereotipos.	Asegurar el uso del 10% de la franja educativa en la emisión de mensajes orientados a la sensibilización, prevención, atención, protección y sanción de la violencia de género y dentro del grupo familiar.	Reunión.	Acuerdos para uso del 10% de la franja educativa.
	1.3. Talleres vivenciales dirigidos a líderes/as y autoridades comunales, integrantes de organizaciones y agentes comunitarios/as en relación a comportamientos socioculturales de la zona que propician violencia de género.	Informar y educar a líderes/as y autoridades comunales, miembros de organizaciones y agentes comunitarios/as que trabajan con las instancias de la DIRESA, CEM y Ministerio Público-Fiscalía de Familia, en torno a temas que abordan la violencia de género. Se enfatizará el análisis de comportamientos socioculturales que propician dicha violencia, según el contexto sociocultural y lingüístico de un determinado ámbito.	Taller. Actividad informativa comunal.	Informe de taller
Fortalecimiento de capacidades y				

empoderamiento de organizaciones y agentes comunitarios (Promotores y facilitadores) para promover prácticas sociales que no legitimen, exacerben y/o refuercen cuerpos estereotipados	1.4. Actividades de información realizadas por líderes, lideresas y agentes comunitarios/as en cada una de sus localidades, respecto a las diferentes formas de violencia basada en estereotipos, su identificación y pasos clave para la denuncia y derivación del caso.	Promover desde la propia experiencia de líderes, lideresas y agentes comunitarios/as, la difusión de temas referidos a la violencia de género. Para tal efecto se aprovecharán los espacios de reunión comunal, sesiones educativas y otras actividades propiciadas en las mismas comunidades.		Reporte de actividades de información realizadas por líderes, lideresas y agentes comunitarios.
	1.5. Concursos inter comunidades para premiar iniciativas comunales exitosas.	Reconocer el esfuerzo desarrollado por las organizaciones comunales, otorgando distintivos (diplomas de reconocimiento) a líderes/as y autoridades comunales, integrantes de organizaciones y agentes comunitarios/as que han trabajado arduamente.	Concurso.	Acta de concurso.
	1.6. Reunión para la presentación del reporte distrital, provincial de las referencias de casos de violencia de género realizadas por líderes/as, miembros de organizaciones y agentes comunitarios en cada una de sus localidades.	Dar a conocer el registro que reporta el número de acciones realizadas por los líderes y lideresas, integrantes de organizaciones y agentes comunitarios/as, en materia de prevención, identificación. Este reporte incluirá los aspectos facilitadores y limitantes encontrados en el trabajo comunitario.	Reunión.	Reporte de las referencias comunales realizadas.

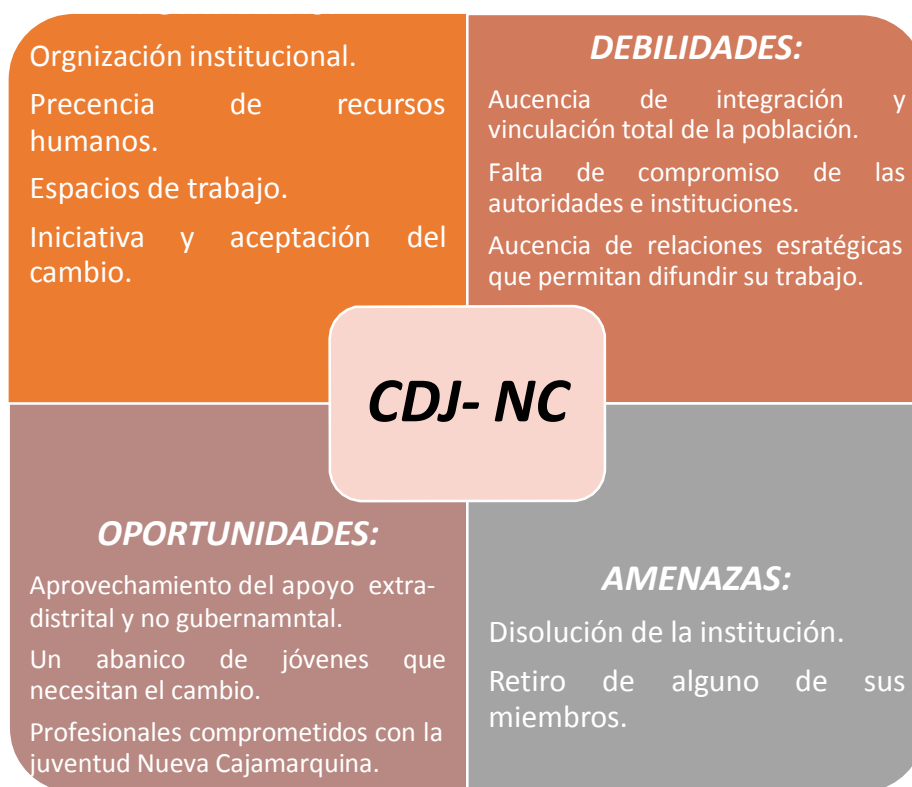
OBJETIVO ESTRATÉGICO III: *Difundir y/o promover de manera didáctica los criterios, causas y consecuencias de la creación comercial del cuerpo y el rol del individuo en el proceso de deshumanización.*

Actividades estratégicas	Actividad y sub actividades	Descripción de la actividad y sub actividades	Unidad de medida	Medio de verificación
1. Formulación, diseño e implementación de una estrategia regional comunicacional para difundir de manera didáctica los criterios, causas y consecuencias de la creación comercial del cuerpo y el rol del individuo en el proceso de deshumanización con pertinencia lingüística y cultural	1.1 Realización de campañas de comunicación en los ámbitos regional, provincial y distrital, para prevenir la violencia de género. Deben ser cultural y lingüísticamente pertinentes y estar articuladas a nivel intersectorial e interinstitucional.	Informar y educar a través de la emisión de mensajes clave referidos a las causas y consecuencias de la creación comercial del cuerpo y el rol del individuo en el proceso de deshumanización, con pertinencia lingüística y cultural.	Campaña de comunicación.	Informe de la campaña realizada.
	1.1.1 Servicio para el diagnóstico de necesidades de información respecto a la prevención y atención de la violencia de género.	Conocer las necesidades de información de la población en materia de prevención y atención de la violencia de género en niñas, niños, adolescentes, varones y mujeres en toda su diversidad.	Planes propuestos.	Informe de diagnóstico de necesidades de información.
	1.1.2 Servicios de producción de contenidos y materiales según mensajes clave identificados en el diagnóstico de necesidades de información. Los productos considerarán la pertinencia cultural y lingüística.	Disponer de los contenidos y del material acorde a los mensajes seleccionados para la implementación de las campañas de comunicación.	Servicio de producción. Reunión.	Materiales para la campaña de comunicación elaborados. Informe de monitoreo.
	1.1.3 Realización del servicio para la elaboración de la sistematización de la campaña de comunicación.	Reconocer el proceso seguido para la implementación de las campañas de comunicación, estrategias, hallazgos generados, conclusiones del proceso y, especialmente, las lecciones aprendidas. Será importante contar previamente con un protocolo para realizar la sistematización.	Planes propuestos	Informe de sistematización de campañas de comunicación.
	1.1.4 Ejecución de un servicio de investigación sobre los resultados logrados en las campañas de comunicación realizadas.	Esta actividad debe ser ejecutada por personal experto en esta materia. Identificar el nivel de logro de los objetivos y resultados propuestos en los planes de las campañas de comunicación realizadas. Para tal efecto será importante contar con un protocolo de investigación a cargo de personal con experiencia en esta actividad.	Plan de monitoreo.	Informe de investigación de resultados alcanzados en las campañas de comunicación.

3.1.2.3. Los escenarios.

- ✓ Departamento: San Martín
- ✓ Provincia. Rioja
- ✓ Distrito: Nueva Cajamarca
- ✓ Institución: CDJ-NC

Descripción de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta la institución.



3.1.2.4. Objetivos de la propuesta

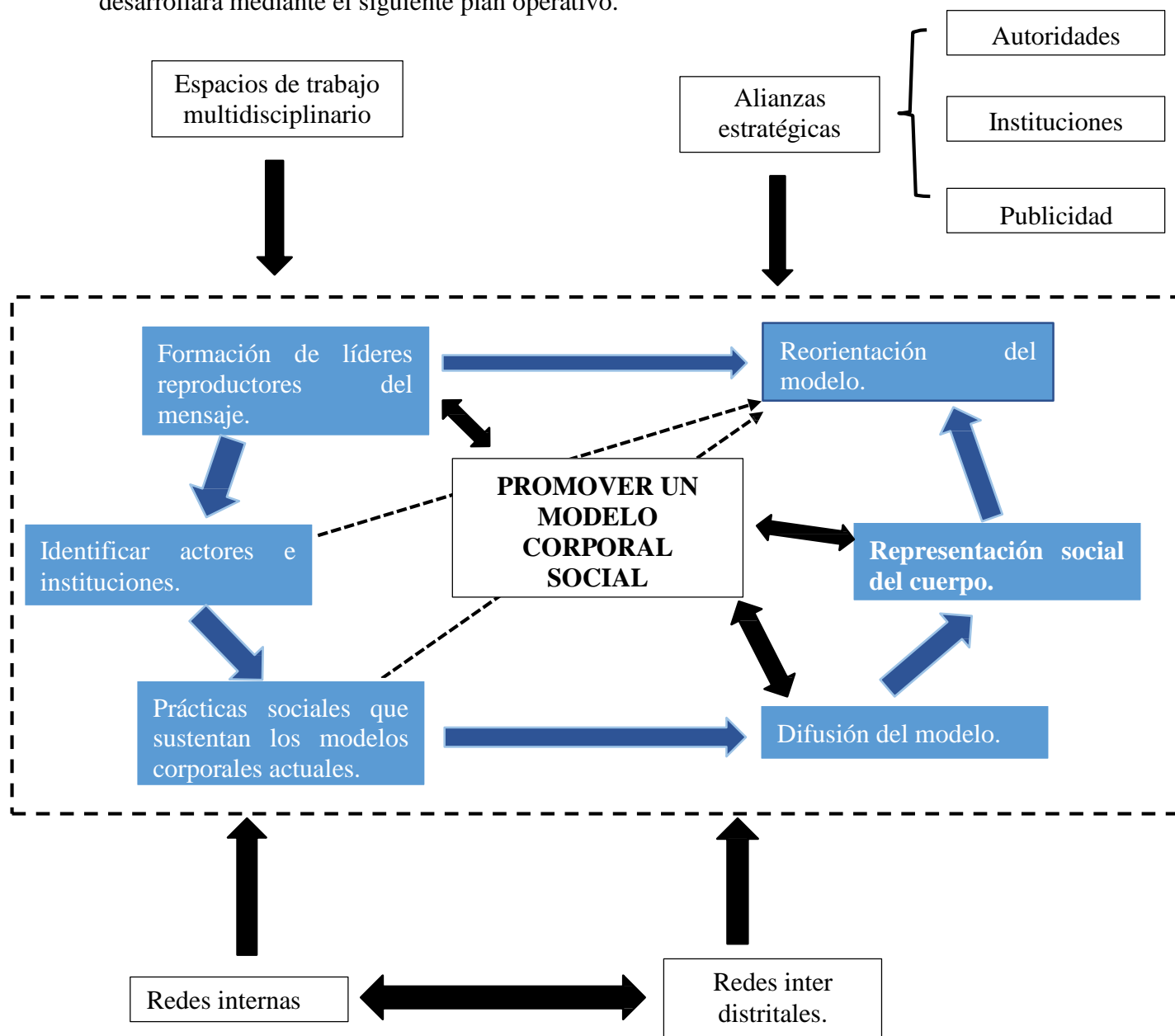
- a. OE1: Fortalecer prácticas sociales que no legitimen, exacerbén y/o refuercen cuerpos estereotipados; que afectan desproporcionalmente a las mujeres en su diversidad y a otros grupos que confrontan el sistema tradicional de género, en la familia, escuela y sociedad.

- b. OE2.1: Organizar y gestionar instancias de concertación en los ámbitos Regional, Provinciales y Distritales para promover cambios en las prácticas sociales que promueven y refuerzan estereotipos.
- c. OE2.2: Promoción de la participación activa de organizaciones de la sociedad civil en la vigilancia social de la prevención de la violencia de género, así como la reeducación de personas agresoras.

3.1.3. Representación gráfica de los modelos.

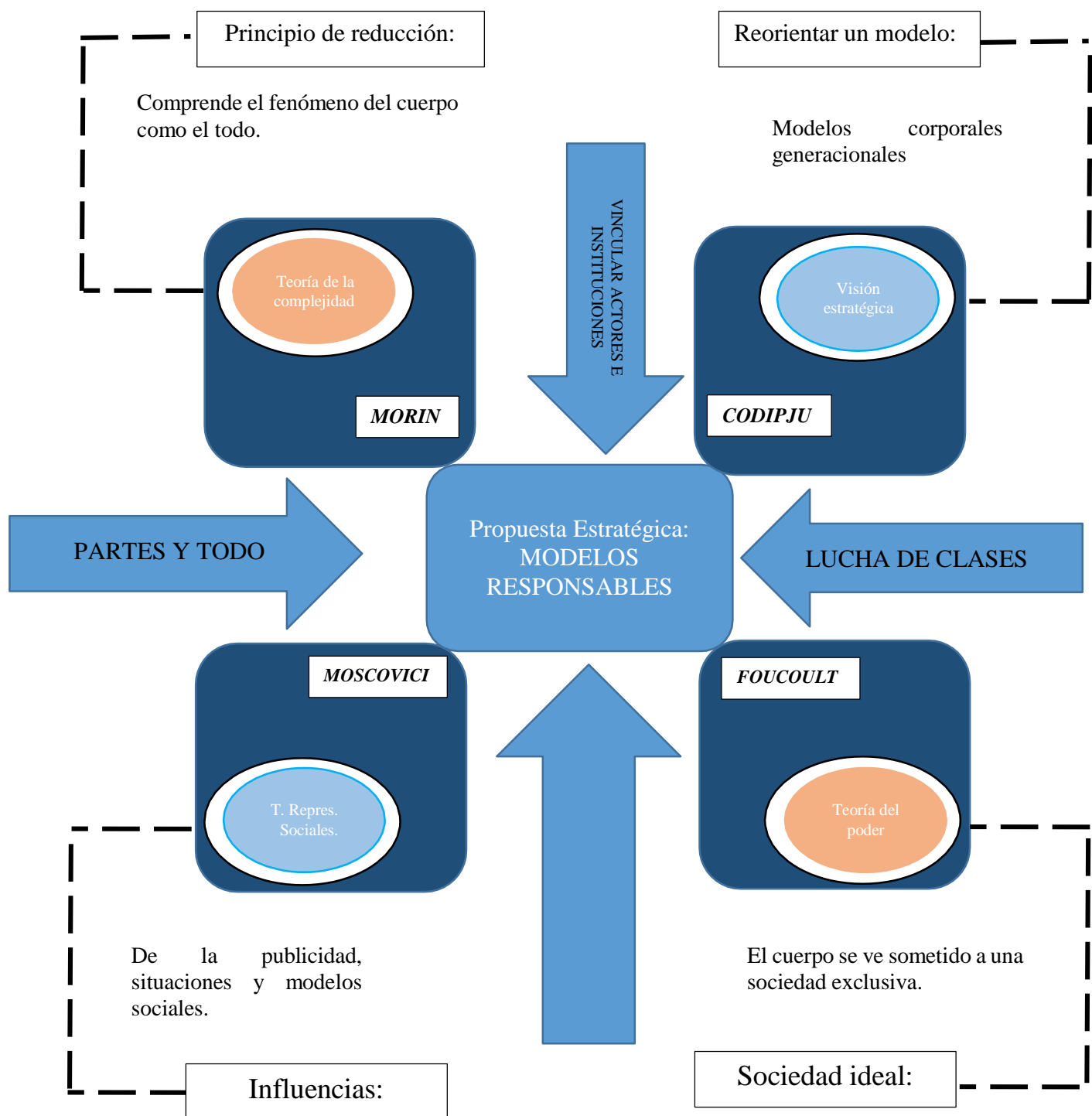
3.1.3.1. Modelo teórico.

Los componentes operativos que se consideran para lograr nuestro objetivo general se desarrollará mediante el siguiente plan operativo.



3.1.3.2. Modelo práctico.

La propuesta consiste en una estrategia que busca desarrollar un modelo corporal social desde y para los jóvenes Nueva Cajamarquinos sustentado en la teoría de la complejidad, de las representaciones sociales y la teoría del poder.



Del capítulo anterior se puede concluir que:

1. El trabajo apoyado en potenciar sus prácticas sociales, capacitación, apoyo técnico, y ejercer cierto grado de responsabilidad conlleva a que los jóvenes mejoren la calidad de vida y los constructos que sobreponen al ideal estético ante el respeto al cuerpo.
2. La estrategia de intervención elaborada desde la mirada corporal contempla un conjunto de factores complejos que posibilita el desarrollo integral del individuo reforzando su identidad.
3. Se debe articular alianzas estratégicas, para garantizar la expansión del mensaje que contiene la propuesta planteada.
4. Buscar ser generadores y líderes del cambio, para eso se establecerán redes inter distritales de difusión masiva.
5. Se ha propuesto una ruta de acción estratégica que albergue la propuesta de intervención.
6. La estrategia de intervención social para promover modelos corporales sociales se gestaron desde los jóvenes y señoritas que integran el Consejo Distrital de Juventudes de Nueva Cajamarca; estos han aportado para esclarecer el tema y poder plantear acciones a la población en general, según características entre ellas: Grupos etarios, grupos étnicos, y según enfoque de género.
7. La matriz estratégica y el sondeo de las actividades y sub actividades de la propuesta de determinan dentro de las tres fases de intervención.

CONCLUSIONES.

1. El trabajo de investigación que lleva por título: “Estrategias de Intervención Social para Promover un Modelo Corporal Social desde los Jóvenes que integran el Consejo Distrital de la Juventud de Nueva Cajamarca – 2015”, ha puesto sobre vitrina las prácticas sociales que sustentan el desarrollo de los modelos corporales en los jóvenes; los mismos que a continuación se detallan: Lengua, religión y cultura; esta última entendida como elemento esencial para el fortalecimiento de la identidad de los pueblos sus tradiciones y costumbres.
2. Las teorías de la complejidad, del poder y de las representaciones sociales respectivamente, establecen los argumentos primordiales del estudio no sólo del cuerpo, sino de la problemática que este representa.
3. Se ha propuesto una estrategia de intervención basada en 3 fases:
 - a. Intervención de primera instancia: La misma que busca fortalecer prácticas sociales que no refuercen cuerpos estereotipados.
 - b. Intervención de segunda instancia: De sensibilización y difusión
 - c. Intervención de tercera instancia: Plan Regional Comunicacional.
4. La propuesta establecida será generador del cambio responsable en favor de los jóvenes miembros del Consejo Distrital de Juventudes de Nueva Cajamarca y la población en su conjunto.

RECOMENDACIONES.

1. En la elaboración de los proyectos de investigación se deben tomar como parte prioritaria a los jóvenes que actualmente representa parte de la población más vulnerable.
2. La inclusión social, la integración, el respeto al cuerpo no deben ser vistas como algo inherente a los seres humanos.
3. El crecimiento de la acogida que tenga la institución debe estar enfocada en base a mejorar la el concepto de identidad y aceptación al cuerpo, a brindar un buen servicio en la integración juvenil y de la población en general, en potenciar la cultura y lograr una producción responsable del mensaje del nuevo modelo corporal propuesto.
4. Impulsar el desarrollo del nuevo modelo corporal desde una mirada compleja de la realidad a la que está sometida, a partir del modelo corporal responsable.
5. Continuar con investigaciones para mejorar el conocimiento de las prácticas y representaciones sociales responsables.

BIBIOGRAFÍA.

- Baz, Margarita (1996): Metáforas del cuerpo. Un estudio sobre la mujer y la danza. México: PUEG, UNAM, Porrúa.
- Beauvoir, Simone (1998): El segundo sexo, Vol I. Madrid: Cátedra.
- Bourdieu, Pierre (1990): Sociología y cultura. México: FCE.
- Bourdieu, Pierre (2003): La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. México: Taurus.
- David, Flora (2005): La comunicación no verbal. Madrid: Alianza.
- De la Torre, Reneé y Fourtuny, Patricia (1991): «La mujer en la luz del mundo. Participación y reorientación simbólica». Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, No. 12, pp.125-150, México: Universidad de Colima.
- Esteban Garagalza, Mariluz (2004): Antropología del cuerpo: género, itinerarios corporales, identidad y cambio. Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- Fast, Julius (2000): El lenguaje del cuerpo. Barcelona: Kairós.
- Gutiérrez Alberoni, J.D.(2004): «La teoría de las representaciones sociales y sus implicaciones metodológicas en el ámbito psicosocial». www.dinarte.es/salud-mental/pdf/art-esp.pdf (fecha de consulta: diciembre 2006).
- Guiraud, Pierre (2005): El lenguaje del cuerpo. México: F.C.E.
- Joseph, Isaac (1999): Erving Goffman y la microsociología. Barcelona: Gedisa.
- Jodelet, D. (1988): La representación social: fenómenos, concepto y teoría, en Psicología Social II. Barcelona: Paidós.
- Le Breton, David (1995): Antropología del Cuerpo y Modernidad. Buenos Aires: Nueva Visión.

- Lora Risco, Josefa (s/f): Educación corporal y creatividad, en Educación corporal. Barcelona: Paidós.
- Merleau-Ponty, M. (1975): Fenomenología de la percepción. Barcelona: Península.
- Moscovici, S. y Hewstone, M. (1988): De la ciencia al sentido común, en Psicología Social I y II. Barcelona: Paidós.
- Moscovici, S. (2001): Social representations: explorations in social psychology. New York: New York University Press.
- Pardo Abril, Neyla G. (2007): «Niveles de organización del significado en el discurso».
- Vicente Pedráz (1989): “El cuerpo en la Educación física: Dialéctica de la diferencia”.

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



INSTRUMENTO PARA RECOLECCIÓN DE DATOS/ CIMEC-18

OBJETIVOS: El presente instrumento tiene como propósito recolectar información objetiva, sobre la construcción social del cuerpo, con la finalidad de proponer, diseñar y aplicar una estrategia de intervención didáctica a partir del análisis de los arquetipos de belleza, propuestos por las imágenes publicitarias como estereotipos corporales sociales y en base a los atributos culturales propios de la zona, con la finalidad de promover un ideal corporal sumada a aspiraciones individuales y sociales.

INDICACIONES: A continuación se le presentará diversas interrogantes, las mismas que responderá con claridad y precisión; correspondientes a la investigación titulada: **“ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN SOCIAL PARA PROMOVER UN MODELO CORPORAL SOCIAL EN LOS JÓVENES DEL DISTRITO DE NUEVO CAJAMARCA - 2015.”**

La información que usted nos proporcione es de carácter confidencial; únicamente se utilizarán con fines de estudio.

Deseándole éxito en el desempeño de sus labores, le agradezco de antemano por su participación y su valioso tiempo.

Edad:

Sexo:

1. Lugar de Nacimiento:

.....

2. Nivel de instrucción:

.....

3. ¿Llaman tu atención las muestras de las farmacias que anuncian productos adelgazantes?

a. Sí, siempre

b. Si, a veces

c. No, nunca

4. ¿Llaman tu atención los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas?

a. Si siempre

b. Si, a veces

C. No, nunca

5. ¿Llaman tu atención los anuncios de televisión que promueven productos adelgazantes?

a. Sí, siempre.

b. Si, a veces.

C. No, nunca

6. ¿Sientes deseos de usar una crema adelgazante cuando oyes o ves anuncios dedicados a estos productos?

- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
7. ¿Sientes deseos de seguir una dieta adelgazante cuando ves u oyes anuncios dedicados a esos productos?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
8. ¿Te interesan los libros, artículos de revistas, anuncios, etc., que hablan de calorías?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
9. ¿Llaman tu atención los anuncios de productos laxantes?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
10. ¿Te angustian los anuncios que invitan a adelgazar?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
11. ¿Te interesan los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de obesidad?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
12. Sientes deseos de consumir bebidas bajas en calorías cuando oyes o ves un anuncio dedicado a ellas (mujeres)?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
13. ¿Hablas con tus amigas y compañeras acerca de productos o actividades adelgazantes?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
14. ¿Te atraen las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
15. ¿Comentan tus amigas y compañeras los anuncios y productos destinados a adelgazar?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
16. ¿Recuerdas frases, imágenes, o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
17. ¿Te atrae y a la vez te angustia (por verte gordita) el contemplar tu cuerpo en un espejo, en una parador, etc.?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
18. ¿Te angustia ver pantalones, vestidos u otras prendas que te han quedado pequeñas o estrechas?
a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
19. ¿Te preocupa el excesivo tamaño de tus caderas y muslos?

- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
20. ¿Has hecho algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar alguna temporada?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
21. ¿Te angustia que te digan que estas “llenita”, “gordita”, “redondita” o cosas parecidas, aunque sea un comentario positivo?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
22. ¿Envidias la delgadez de las modelos que aparecen en los desfiles de modas o en los anuncios de prendas de vestir?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
23. ¿Envidias la fuerza de voluntad de las personas capaces de seguir una dieta o régimen adelgazante?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
24. ¿Hablas con las personas de tu familia acerca de actividad o productos adelgazantes?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
25. ¿Cuando estás viendo una película, ¿miras a las actrices fijándote especialmente en si son gordas o delgadas?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
26. ¿Envidias el cuerpo de las bailarinas de ballet o de las muchachas que practican gimnasia rítmica?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
27. Cuando vas por la calle ¿Te fijas en las personas que pasan para ver si están gordas o delgadas?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
28. ¿Te atraen las fotografías y anuncios de muchachas en trajes de baño o ropa interior?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
29. ¿Te resultan más simpáticas y atractivas las personas delgadas que las que no lo son?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca
30. ¿Cuando comes con otras personas ¿te fijas en la cantidad de comida que ingieren cada una de ellas?
- a. Sí, siempre. b. Si, a veces. C. No, nunca

SUJETOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	PUNTAJE	
1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0	1	1	14	
2	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	2	0	0	0	1	1	1	2	0	0	21	
3	0	2	1	0	0	0	1	0	1	2	1	2	2	2	0	1	0	1	0	2	0	1	2	0	1	1	1	1	1	1	27	
4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0	0	2	1	1	1	1	0	0	0	2	1	0	0	14	
5	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	2	1	0	0	1	1	2	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	18	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	28	
7	1	2	1	1	1	0	0	0	2	2	2	2	2	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	24
8	1	2	2	1	1	2	0	2	2	2	2	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	2	0	1	1	0	0	1	0	0	28
9	0	2	0	0	0	0	1	1	2	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	11	
10	0	2	1	1	1	0	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	1	1	1	24	
11	1	2	1	1	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	2	24	
12	1	2	1	1	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	22
13	2	2	1	2	0	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	22	
14	2	2	1	2	0	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	2	0	0	1	28	
15	1	2	1	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	2	1	0	1	0	1	0	2	1	0	0	0	1	2	1	2	1	28	
16	1	2	2	0	0	1	1	1	1	2	1	0	1	2	1	0	2	0	1	0	2	2	2	1	1	1	0	0	0	0	28	
17	1	2	1	0	0	1	1	0	1	2	1	0	1	2	0	0	1	0	1	0	1	2	1	1	1	10	0	0	1	1	33	
18	1	2	1	1	0	1	1	0	1	2	1	0	1	2	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	21	
19	1	1	1	1	0	1	1	0	1	2	1	1	2	0	0	0	1	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26	
20	1	1	1	2	0	1	1	0	2	2	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	2	1	0	0	0	25	
21	0	1	2	1	1	1	1	0	2	2	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	2	2	0	0	27	
22	1	1	2	1	1	1	1	0	0	2	2	1	2	1	0	1	0	0	1	1	2	2	1	1	1	0	0	0	0	0	26	
23	0	1	2	1	1	1	1	0	0	2	2	1	2	1	0	2	0	0	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	35	
24	0	1	2	1	1	1	2	0	0	2	2	1	2	1	0	1	0	0	1	2	1	2	1	0	1	1	1	2	1	0	30	
25	0	1	2	1	1	1	1	0	0	2	2	1	2	2	0	2	0	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	33	
26	0	1	2	1	1	2	1	0	0	2	2	1	2	0	0	1	1	0	2	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	25	
27	2	2	1	1	1	2	1	0	0	2	2	1	2	2	0	1	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	28	
28	2	2	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	2	2	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	30	
29	1	2	1	0	2	1	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	27	
30	1	2	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	2	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	20	
31	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	2	1	1	0	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	0	0	0	25	
32	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	2	1	2	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	2	0	0	0	0	22	
33	1	1	0	1	1	1	0	0	0	2	1	1	2	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	29	
34	1	0	0	1	1	1	0	0	0	2	1	1	2	2	1	0	1		0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	17	
35	1	1	0	1	0	1	0	0	0	2	1	1	2	2	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	2	1	1	1	2	1	27	
36	1	0	1	1	0	1	0	0	0	2	1	1	2	2	1	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	2	2	2	0	1	29	
37	1	0	0	1	0	1	1	0	1	2	2	2	2	0	1	1	2	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	26	
38	0	0	0	2	0	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	1	2	0	0	2	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	20	
39	0	0	0	2	0	0	1	2	1	2	1	1	1	0	1	1	2	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	
40	2	0	0	2	0	2	1	2	1	2	1	1	1	0	1	2	0	1	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2	30	
41	1	0	1	2	0	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	23	
42	1	0	1	1	0	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	0	1	0	1	1		1	1	0	0	0	0	0	0	23	
43	1	0	0	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	2	0	1	0	2	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	0	26	
44	1	0	0	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	2	0	1	0	2	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	28	
45	1	2	0	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	2	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	24	
46	1	1	0	1	0	1	1	1	1	2	0	1	1	0	0	1	1	1	1	2	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	22	
47	1	1	1	1	0	1	1	1	2	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	35	
48	1	1	2	1	0	1	1	1	2	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	22	
49	1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	0	1	2	1	1	0	1	1	1	29	
50	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1		0	1	0	0	1	1	2	1	1	0	1	1	23	
51	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	2	1	1	0	1	2	22	
	44	59	48	54	25	54	46	32	51	96	73	55	83	66	42	50	57	39	47	64	61	61	62	63	64	76	70	68	64	67		

ANEXO 2: SÍNTESIS DEL CIMEC

RESUMEN DEL CUESTIONARIO (CIMEC) SEGÚN FACTORES DE INFLUENCIA Y PUNTAJE.

FACTOR I: INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD		
Nº	PREGUNTA	P
1	¿Llaman tu atención las muestras de las farmacias que anuncian productos adelgazantes?	44
2	¿Llaman tu atención los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas?	59
3	¿Llaman tu atención los anuncios de televisión que anuncian productos adelgazantes?	48
4	¿Sientes deseos de usar una crema adelgazante cuando oyes o ves anuncios dedicados a estos productos?	54
5	¿Sientes deseos de seguir una dieta adelgazante cuando ves u oyes anuncios dedicados a esos productos?	25
6	¿Te interesan los libros, artículos de revistas, anuncios, etc., que hablan de calorías?	54
7	¿Llaman tu atención los anuncios de productos laxantes?	46
8	¿Te angustian los anuncios que invitan a adelgazar?	32
9	¿Te interesan los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de obesidad?	51
10	¿Sientes deseos de consumir bebidas bajas en calorías cuando oye o ves un anuncio dedicado a ellas?	96
11	¿Hablas con tus amigas y compañeras acerca de productos o actividades adelgazantes?	73
12	¿Te atraen las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.?	55
13	¿Comentan tus amigas y compañeras los anuncios y productos destinados a adelgazar?	83
14	¿Recuerdas frases, imágenes, o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes?	66
TOTAL		786

FACTOR II: INFLUENCIA DE LOS MODELOS ESTÉTICOS		
Nº	PREGUNTA	P
15	¿Te atrae y a la vez te angustia (por verte gordita) el contemplar tu cuerpo en un espejo, en un aparador etcétera?	42
16	¿Te angustia ver pantalones, vestidos u otras prendas que te han quedado pequeñas o estrechas?	50
17	¿Te preocupa el excesivo tamaño de tus caderas y muslos?	57
18	¿Has hecho algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar alguna temporada?	33
19	¿Te angustia que te digan que estas "llenita", "gordita", "redondita" o cosas parecidas, aunque sea un comentario positivo?	47
20	¿Envidias la delgadez o como lucen las (os) modelos que aparecen en los desfiles de modas o en los anuncios de prendas de vestir?	64
21	¿Envidias la fuerza de voluntad de las personas capaces de seguir una dieta o régimen adelgazante?	61
22	¿Hablas con las personas de tu familia acerca de actividades o productos adelgazantes?	61
TOTAL		421

FACTOR III: INFLUENCIA DE LOS MODELOS CORPORALES Y RELACIONES SOCIALES		
Nº	PREGUNTA	P
23	Cuando estás viendo una película, ¿miras a las actrices fijándote especialmente en si son gordas o delgadas?	62
24	¿Envidias el cuerpo de las bailarinas de ballet o de las muchachas que practican gimnasia rítmica?	63
25	¿Cuándo vas por la calle te fijas en las personas que pasan para ver si están gordas o delgadas?	64
26	¿Te atraen las fotografías y anuncios de muchachas en trajes de baño o ropa interior?	76
27	¿Te resultan más simpáticas y atractivas las personas delgadas que las que no lo son?	70
28	¿Cuándo comes con otras personas ¿te fijas en la cantidad de comida que ingieren cada una de ellas?	68
29	¿Tienes alguna amiga o compañera angustiada o muy preocupada por su peso o por la forma de su cuerpo?	64
30	¿Tienes alguna amiga o compañera que practique algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar?	67
TOTAL		534

RESUMEN DE LA GUÍA DE PREGUNTAS ELABORADAS PARA EL FOCUS GROUP

Guía de preguntas:

TEMA	OBJETIVO	PREGUNTA	DINÁMICA
El cuerpo perfecto (I)	Describir las características físicas de un cuerpo perfecto, con las que los individuos son socializados.	¿Cuál es la concepción de los cuerpos perfectos? ¿A quién le exige más la sociedad tener un cuerpo perfecto, hombre o mujeres?	Lluvia de ideas
Publicidad y la exposición del cuerpo. (II)	Analizar la manera en que los jóvenes observan la forma en la que la publicidad difunde la idea de cuerpo perfecto.	¿De qué manera presenta la publicidad la idea de cuerpo perfecto? ¿La publicidad vende el cuerpo o el producto? ¿Has visto comerciales en los que sus protagonistas sean personas con sobrepeso?	Presentación de la imagen impuesta por la publicidad.

¿QUÉ VENDE LA PUBLICIDAD AL PRODUCTOS O A LAS MODELOS?

Eber Villareal: “...Sin duda los productos es lo que menos importan....”

Elena Vera: “... En muchos anuncios ni siquiera se notan los productos, las chicas cubren todos los espacios...”

Liduvina Pérez: “... Desde hace mucho todo tipo de producto no se puede despegar de la imagen de una mujer guapa, y con buen cuerpo, sino esa publicidad no funciona...”

Elmer Erazo: “Estamos contaminados de pura barbaridad, hasta la comida de mi mascota te la ofrece una chica con curvas.... Sería mejor un gato (Se ríe)

Deisy Huamán: “...Pienso que ambos, la chica en este caso, sólo son un complemento...”

ANEXO 6:

COMERCIALES QUE PRESENTAN PERSONAS CON SOBREPESO

Julio Heredia: “... Pones a una señorita gordita, nadie compra nada (mujeres delgadas), el cómo se ven en la publicidad hace figurar que lo mismo pasará con las (os) consumidores...”

Karol Espinoza: “... Y si las ponen a las (os) gorditos, les presentan un antes y un después, pero siempre ponen el lado lindo...”

Jehymmi Vega: “... Aunque es absurdo, ponen a las (os) gorditos como imágenes de productos para gorditos (as), así todos ellos se sienten identificados...”

Charles Elias: “... Nunca he visto una modelo gordita, por lo menos aquí en la publicidad peruana...”

Luz Marlita Gavidia: “...Son sólo casos, nada más...”

Galería de imágenes del desarrollo de actividades:

