

*Campaña por la Verdadera Belleza,
Proyecto para el Autoestima*

Rafaella Mora Dávila

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Diseño Social: Campaña por la Verdadera Belleza,
proyecto para el autoestima
Ananay

Rafaella Nicole Mora Dávila
Daniela Barra, M.A. Directora de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título
de licenciatura en Diseño Comunicacional

Quito, mayo 2015

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Hoja de Aprobación

Diseño Social: Campaña por la verdadera belleza,
proyecto para el autoestima
Ananay

Rafaella Mora

Daniela Barra M.A
Directora de Tesis

Iván Burbano M.F.A
Coordinador de la carrera
Diseño Comunicacional
Miembro del comité

Christine Klein M.A
Miembro del comité

Cristian Mogrovejo M.F.A
Miembro del comité

Hugo Burgos, PhD.
Decano Colegio de Comunicación
y Artes Contemporáneas

Quito, mayo 2015

Por medio de la presente certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitilación y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: Rafaella Nicole Mora Dávila
C.I. 1714330881

Fecha: _____

Ananay
Campaña por la verdadera belleza

Rafaella Nicole Mora Dávila
Daniela Barra M.F. Directora de Tesis
Quito, mayo 2015
63 páginas
14,613 palabras

Resumen

En el siguiente ensayo se revisan los conceptos del tiempo y la belleza para crear una síntesis de estos al hablar sobre cómo han cambiado los ideales de belleza acerca del cuerpo de la mujer a lo largo de la historia, y cómo estos ideales impuestos tanto por los medios como por la cultura de cada país crean una problemática, la cual se rige a la presión que experimentan las mujeres por alcanzar estos cánones y encajar en la sociedad, junto con las repercusiones emocionales, físicas y psicológicas, con el fin de realizar un producto de diseño, el cual tenga como objetivo principal el aportar a que estos cánones desaparezcan y elevar el autoestima de las mujeres.

Palabras Clave

Cánones, Ideales, Belleza, Género, Medios, Tiempo, Historia, Mujer, Adolescentes, Niñas, Autoestima, Autoconcepto, Trastornos Alimenticios, Anorexia, Bulimia.

ÍNDICE

Capítulo 1

Marco Teórico	
El Tiempo	8
La Belleza	11
Trastornos Alimenticios	14
Autoestima y Autoconcepto	15
Etapas del Aprendizaje	16

Capítulo 2

Problemática	20
Preguntas de Investigación	20
Objetivos	20
Metodología	20
Investigación Cuantitativa	21
Investigación Cualitativa	26

Capítulo 3

Proceso de Diseño	31
-------------------	----

Capítulo 4

Producto - Servicio - Comunicación	37
------------------------------------	----

Capítulo 5

Conclusión y Reflexión	41
Referencias y Fuentes de Recomendación	44
Fotos Comerciales	46

Capítulo 1

El tiempo y la relación con la belleza

I. El Tiempo

"We do not know what time is. Is it something outside us, just passing by like a car on the road or a cloud in the sky? Or is it our way of experiencing sensations, created by our consciousness, wherein the sense of data appear one after another?" (Tiemersma, 1996)

Desde que los seres humanos tenemos memoria, todo se ha convertido en un asunto del tiempo. Desde nuestras conversaciones, la manera en la que planeamos eventos o reuniones, hasta nuestros planes del futuro, ya sea de décadas, días u horas. Como seres humanos somos capaces de calcular y percibir el tiempo acorde a la naturaleza, con respecto a la posición del sol, según nuestras emociones, o incluso lo relacionamos con nuestras propias actividades realizadas día a día. Esta habilidad se describe como nuestro "reloj biológico". Pero la pregunta es ¿Qué es el Tiempo? Diversas teorías y definiciones se le han atribuido a este concepto, ya que como parte de nuestra naturaleza, nos hemos dedicado a entender el porqué de las cosas y hasta tratamos de controlar todos estos aspectos desconocidos. A esto lo llamó Lyotard la "Búsqueda del tiempo", con lo que explica que los problemas que tenemos en nuestro presente son causados principalmente por la búsqueda de éste y todo lo que representa. A lo largo de esta investigación se obtendrá una mejor noción de lo que es y significa el tiempo para los seres humanos. Junto con una explicación de cómo influye este concepto en la relación entre individuos, y una respuesta a cómo el mundo ha cambiado al ser humano y viceversa. Además de explicar cómo surge el desarrollo físico, intelectual y espiritual de los seres humanos a lo largo de este.

Para poder entender el significado del tiempo, nos vamos a enfocar en la postura dentro de la filosofía. En primer lugar, el filósofo británico Tomas Hobbes describió que el

tiempo es "Un fantasma producido por un cuerpo en movimiento" y que este es representado mediante un ciclo de un "antes" y un "después". Por otra parte, el filósofo John Locke desarrolla el concepto de "Tabula Rasa", donde manifiesta que la mente nace vacía, pero que con el paso del tiempo ésta empieza a adquirir conocimientos propios por medio de las experiencias propias del individuo. Por lo que cada persona obtiene un significado diferente de lo que significa el tiempo según ellos. Una tercera perspectiva es la del filósofo francés Jean-Marie Guyau, el cual relacionó el concepto del tiempo con las experiencias de los seres humanos y la manera en las que se las procesa. Además, Guyau explica cómo el tiempo en sí no existe dentro del universo, y que únicamente es producido mediante los eventos que ocurren "en ese tiempo", en otras palabras, el tiempo no es más que una construcción mental. (Grodin, 2008)

Finalmente el filósofo griego, Aristóteles, nos plantea dos preguntas para poder comprender este concepto. En primer lugar: ¿El tiempo es parte de un mundo existente o no existente? Y en segundo: ¿Cuál es la naturaleza de este? Para responder a la primera pregunta, Aristóteles señala que una parte del tiempo (el pasado) ya no existe, mientras que otra (el futuro) está a punto de existir. Por lo que se explica que: *"If a divisible thing is to exist, it is necessary that, when it exists, all or some of its parts must exist."* Pero con respecto al tiempo, algunas de sus partes ya existieron, mientras que otras todavía no existen, pero ninguna de sus partes ha sido divisible ante al ojo humano. Por otra parte, el tiempo no es compuesto por el "ahora". El "ahora" se relaciona con el pasado y el futuro, pero la pregunta es si ¿este es siempre el mismo o va cambiando constantemente?. Según Aristóteles, el "ahora" cambia constantemente y nunca podrá llegar a ser el mismo, porque el "ahora" que estamos viviendo en este preciso

El paso del tiempo y el impacto en la edad

instante no es el mismo del "ahora" de este segundo, las circunstancias cambiaron. El "ahora" divide las partes entre el pasado y el futuro. (Grodin, 2008)

Con respecto a la segunda pregunta sobre la naturaleza del tiempo, Aristóteles sostiene que:

"The non-realization of the existence of time happens to us when we do not distinguish any change, but the soul seems to stay in one invisible state, and when we perceive and distinguish we say time has elapsed, evidently time is not independent of movement and change."

Lo cual explica que aunque el tiempo y el movimiento no son dos entidades idénticas. Siempre existen de manera conjunta dentro de la mente humana, y las relacionamos ya que para nosotros no existen estas dos entidades de manera separada dentro de nuestras actividades diarias.

Cambiando de tema, otra forma en la que se manifiesta el tema del "tiempo", es mediante la "Paradoja de tiempo- emoción". Donde se explica cómo los seres humanos adquirimos nuestro propio "reloj biológico" y somos capaces de calcular y percibir el tiempo según la posición del sol, o como nos sentimos o las actividades que debemos cumplir día a día. Pero un fenómeno curioso ocurre cuando la actividad que ejecutamos hace que el tiempo cambie su curso. Por ejemplo, si estamos divirtiéndonos, la manera en la que parece que pasa el tiempo es mucho más rápida a que si estuviéramos realizando una actividad que no sea de nuestro agrado. Esa es la paradoja del Tiempo-Emoción, lo que comprueba que nuestro "reloj biológico" es sumamente adaptable a nuestras perspectivas y emociones. Mediante la explicación dada de la paradoja del tiempo podemos representar una manera clara de cómo el concepto del tiempo influye entre individuos. Ya que al compartir momentos con personas que

nos importan o haciendo las cosas que nos apasionan, el tiempo se torna relativamente "corto". Mientras que al tener malas experiencias o vivirlas con seres cercanos o incluso lejanos a nosotros, el tiempo cambia su curso a uno más lento. Además, según las experiencias que vivamos o la duración de tiempo que estemos con ciertas personas, vamos tomando ideas mentales sobre nuestras relaciones con ellos. Y según la fuerza de esas memorias, ya sean buenas o malas, nuestra memoria recordará a ciertas personas por un mayor periodo de tiempo, mientras que a otras que no nos influenciaron tanto en nuestra vida, menos. (Gill, 2009)

Por otra parte, otra forma en la que el tiempo causa una influencia entre las relaciones de los seres humanos es el calendario. Ya que el propósito de éste es el de anotar eventos predominantes en el pasado y el calcular las fechas para futuros acontecimientos. El calendario es basado en el ciclo del sol y las estaciones junto con el equinoccio y el solsticio, y las diversas fases de la luna. Hace 5000 años, los sumerios fueron los primeros en dividir a los años en pequeñas unidades, donde se los dividía en 12 meses, y cada mes con 30 días, y cada día con 24 horas. Desde la invención del calendario, se han puesto días específicos para determinadas fiestas religiosas, para programar planes en el futuro y para tener un record del pasado. Así, los egipcios, griegos, chinos, y mayas crearon sus propios horarios solares, lunares y semi-lunares. Por otra parte, dado a que desde los inicios de las civilizaciones los seres humanos han adquirido la tendencia de observar y admirar a los cuerpos celestiales, esto atribuyó a los calendarios una connotación religiosa. Así, se empezaron a crear lugares sagrados para rendir culto a nuestros dioses, donde los seres humanos empezaron a compartir más tiempo entre ellos y a intercambiar ideas y creencias. (Tiemersma, 1996)

Una vez planteadas algunas teorías propuestas acerca del tiempo y establecida una idea general de lo que éste ha significado para los seres humanos a través de la historia y la manera en la que ha influido en la relación entre individuos, es necesario comprender cómo se relaciona el paso del tiempo y el impacto de la edad. En lo físico, lo espiritual y lo intelectual desde un punto de vista dentro de la psicología hacia los seres humanos de occidente.

Según el psicólogo Berger (2009) en su libro de la psicología del desarrollo, dentro del crecimiento de los seres humanos existen diversas etapas, las cuales son: el periodo prenatal, la niñez temprana, niñez intermedia, la adolescencia, la juventud, la adultez y la ancianidad. Dentro de estas etapas, el ser humano experimenta varios cambios tanto psicológicos, como físicos y espirituales que serán explicados a continuación:

El periodo del desarrollo infantil ocurre desde el periodo prenatal (el proceso entre la concepción y el nacimiento) hasta la niñez intermedia que ocurre hasta los 11 años. Durante esta fase se pueden observar varios cambios ya que son los años más importantes para el proceso del desarrollo de un ser humano. Durante los dos primeros años de la vida de un niño empiezan a acontecer cambios de suma importancia en la coordinación motora junto con sus capacidades sensoriales. Además, los bebés empiezan a apegarse más a ciertos miembros de la familia, manifestar emociones elementales, desarrollar un sentido de "sí mismo" y aprende a confiar o desconfiar de ciertas personas. A partir de los 3 hasta los 5 años, empieza la época de la niñez temprana, donde los niños continúan con un desarrollo físico, cognoscitivo (acto o proceso de conocer) y lingüístico. Durante esta etapa el niño empieza a cuidar más de sí mismo y adquieren su propia personalidad. De esta forma van adquiriendo ciertos roles de

género y además expresan interés al convivir con otros niños. A esta edad la relación de padre-hijo es sumamente importante, ya que genera destrezas sociales. Finalmente dentro del periodo de la niñez se encuentra la denominada Niñez intermedia, la cual ocurre hasta los 11 años. A partir de esta etapa, los niños emprenden un desarrollo de sus habilidades dentro de la lectura, escritura y las matemáticas. Manera por la cual empiezan a entender el mundo que los rodea y a responder sus preguntas acerca de este. Por otra parte, las destrezas académicas que los niños desarrollen los ayudan a crear un sentido de orgullo por sí mismos, lo cual es de gran importancia para que el niño entienda que tiene un propósito y adquiera cierto "ego". Además, durante esta etapa empieza a existir un desarrollo moral, donde el niño infunde sus propios valores y empieza a tener ciertas creencias tanto religiosas como espirituales.

A continuación ocurre un cambio importante para la vida de los seres humanos, el cual es un periodo entre la niñez y la vida adulta denominado "adolescencia". Durante este curso inicia la maduración sexual, y empieza una premisa para ingresar al mundo real. Así, el adolescente trata de buscar una independencia de sus padres, pero al mismo tiempo necesitan un sentido de pertenencia y de aceptación por parte de ellos. Después, existe un periodo de "juventud", el cual toma lugar desde los 20 a los 30 años. Durante este proceso, los seres humanos de occidente alcanzan la intimidad, eligen una carrera, y logran un mejor éxito en sus vocaciones. Se emprenden grandes pasos como las graduaciones, la elección de una pareja, el matrimonio, y hasta se considera la opción de procrear. Dentro de esta etapa, las decisiones tomadas empiezan a dar frutos, y establecen un escenario para la vida posterior.

En tercer lugar, a partir de los 40 a 50 años, los seres humanos empiezan a sentir que el tiempo se escapa de las manos a medida de que el reloj social y biológico sigue avanzando. Para algunas personas, esto podría desembocar en una crisis en la cuál se empiezan a cuestionar ciertos aspectos de sus vidas, pero para aquellas personas a las cuales sus hijos han dejado el hogar, empiezan a atender sus propias necesidades e intereses. Muchas personas alcanzan un nivel máximo de responsabilidad y éxito profesional. Por otra parte, a partir de los 60 años en adelante, empiezan a haber muchos cambios en las capacidades físicas, y sociales. Durante esta etapa, es muy importante tener en cuenta un mejor estilo de vida para conservar energía y tener bienestar. Empiezan a cambiar las relaciones entre padres e hijos y se desarrollan nuevas relaciones como son las de sus nietos. Durante esta etapa es recomendable el mantener relaciones sociales ya que ofrecen paz y sentido de pertenencia con el resto. Finalmente, durante este período se alcanza un alto nivel de felicidad y satisfacción pero un gran miedo a la muerte (Wong, 1987)

11. La Belleza

Una vez entendido el concepto del tiempo y las diferentes perspectivas que se han propuesto acerca de éste a partir de las ramas de la filosofía, la psicología y la sociología, es importante entender el concepto de "Belleza". Con el fin de definirlo junto con las influencias que han surgido a partir del tiempo, y presentar los efectos que ocurren al sentirse presionado por ser "Bello" en una época determinada.

¿Qué es la belleza?, si bien es cierto que la belleza es subjetiva, y que cada individuo tiene su propia idea y parámetros para percibir ésta, también existen ciertos enfoques que la definen. Dentro de estos enfoques,

existen dos perspectivas, la primera se denomina como un "planeamiento objetivista", el cual indica que la belleza es innata al objeto al cual se le atribuye esta cualidad. Mientras que el "planeamiento subjetivista" menciona que la belleza es propia del sujeto que considere que algo es bello, no es una propiedad del objeto. (Romero, 2013) Según el filósofo griego Platón, lo bello es todo aquello que se relaciona con las cosas sensibles y se manifiesta como algo deseable, capaz de despertar al amor o el "eros" griego. Mientras que para Aristóteles, la belleza es simbolizada mediante la armonía de las partes con el todo. En otras palabras, la belleza tiene una asociación directa con el orden, la proporción y el ritmo. Por otra parte, desde un punto de vista del arte, hay quienes sostienen que la belleza es irrelevante y meramente subjetiva hacia el espectador. Mientras que otros mencionan que la belleza es aquello capaz de conmover el espíritu y llevarlo a una "catarsis", o una purificación tanto emocional, espiritual, mental o corporal.

"Como lo bello, sea viviente o sea una cosa cualquiera compuesta de partes, no sólo supone que tenga ordenadas tales partes, sino también un tamaño que no debe ser casual, pues lo bello está en el tamaño y el orden..."
Aristóteles

Dentro de la historia de la belleza, el escultor griego Policleto (480 a.C), fue el primero en emplear el concepto de "Canon" (del griego Kanon). Lo cual se refiere a las proporciones perfectas del cuerpo humano, ya que mediante sus esculturas, principalmente de dioses griegos, el determinó cómo debía verse el cuerpo perfecto para ese entonces. Y así, a lo largo de la historia, esos ideales de lo que se consideraba bello dentro del tiempo o las sociedades se ha ido modificando. En la edad media (Siglos V-XV) con

el paso del cristianismo la belleza dependía de la acción de Dios. La iluminación de dios estaba presente en la belleza, de manera que si algo se consideraba bello se lo podía denominar como una "creación divina". El canon de la belleza de esta época fue impuesto tras el paso de las invasiones bárbaras, en la cual se da una gran importancia a la blancura de la piel de la mujer, ya que esta cualidad representaba la pureza y la virginidad que esta tenía. Por otra parte, se deja de un lado el maquillaje, ya que mediante estos productos se opacaba la belleza que Dios había dado a las mujeres, lo cual contradecía al principio de belleza divina. En el Renacimiento (Siglo XV), junto con los cambios económicos, sociales, políticos, científicos y geográficos del mundo, la belleza ya no se relacionaba con la religión y lo puro del cuerpo y el alma, sino con lo intelectual y lo carnal. La desnudez del cuerpo pasó a ser lo más perfecto que podía existir en esta época y esto dio un paso para que la mujer empiece a tomar nuevos roles dentro de la sociedad, ya no se la juzgaba acorde a su pureza.

Durante esta época se conoce como bello a aquello que imita a la naturaleza, una perfección sobrenatural, y surge la "Gran teoría", la cual busca armonía dentro de la belleza, dando importancia al equilibrio matemático. Dentro de este período, Italia pasa a ser el predecesor de los cánones de belleza. Así imponiendo un ideal en el cual las mujeres guapas debían ser rubias, tener manos y pies pequeños y delicados, labios y mejillas rosas, senos pequeños y un vientre levemente redondeado en símbolo de fecundidad. Durante esta época el único maquillaje utilizado es el rubor, el cual ayuda a enfatizar el color rosa de las mejillas, lo cual representaba una buena salud. (Silvestri, 2009)

En cuanto al Barroco (Siglo XVIII), lo neoclásico y los estratos sociales empezaron a asumir un gran papel dentro

de esta época. La belleza empezó a ser algo versátil y subjetivo, pero en cuanto al ideal de belleza de la época, el cual fue algo artificial, se caracterizó por el uso de las pelucas y los peinados ostentosos, los perfumes y los lunares postizos. También se glorificaban las curvas de las mujeres (quienes eran más rellenas durante esta época) mediante el uso de corsés, vestidos con escotes instigadores, zapatos de taco y joyas exuberantes.

En el siglo XIX y XX con el paso del Art Deco, el Fauvismo, Cubismo, Futurismo, etc. La belleza adquiere un nuevo significado, la cual se torna en algo "funcional". Las mujeres bellas dentro de esta época son aquellas quienes son delgadas, esterilizadas y jóvenes; todas iguales como hechas en serie, similar al que se lleva hasta el día de hoy. Actualmente, existe una obsesión para alcanzar al "cuerpo perfecto", y los medios de comunicación son los principales precursores de estos. (Gutiérrez, S.F) Dentro de estos, tanto las mujeres como los hombres son capaces de encontrar dietas, tips para adelgazar, rutinas de ejercicio, entre otros. Aunque los medios de comunicación parecen los precursores de los ideales de belleza, a lo largo de la monografía se explica cuáles son los demás factores que promueven a los cánones. Además de exponer las consecuencias de tener un "culto" al cuerpo ideal.

Influencia de los roles de género

¿Quién o qué impone los ideales de belleza? Los roles de género, los cuales se definen como todas aquellas normas y expectativas sobre el comportamiento que deberían tener los hombres y mujeres tiene una gran influencia. Aunque por una parte estas "normas" puedan ser vistas como algo bueno al proporcionarnos una guía de parámetros sobre cómo comportarnos con el fin de no sentirnos tan perdidos en el mundo respecto a nuestros comportamientos y

actitudes; la mayoría del tiempo estas reglas pueden llegar a causar ansiedad en las personas e insatisfacción. Ya que no solo existen mujeres femeninas y hombres masculinos, sino que existen casos que quebrantan estas normas como las mujeres masculinas y los hombres femeninos.

Además, un factor que se relaciona directamente con la belleza es que en la mayoría de las culturas le dan más importancia al aspecto físico de la mujer, y su cuerpo se toma en un símbolo de ocupaciones procreadoras y socio-sexuales, por lo que las mujeres se ven atadas a estos principios y deben seguirlo para lograr formar parte del entorno en el que se despliegan. Por otra parte, la manera de presentarse ante los demás es diferente para hombres que para mujeres. Para los hombres, su autoestima se basa en su nivel de educación, el intelecto, su nivel económico y empresarial; mientras que para las mujeres la autoestima se rige estrictamente a su cuerpo, su peso, sus relaciones interpersonales y su forma de vestir. (Serrano, 1998) Es por esto que la incidencia de trastornos alimenticios es predominante dentro del género femenino, y principalmente en la adolescencia, ya que en este periodo del desarrollo nos volvemos más influenciados y tenemos una mayor presión de encajar en la sociedad. Además, según un estudio de Brooks Gunn y Warren (1985), las inconformidades que tienen las mujeres acerca de sus cuerpos se relaciona directamente con la edad en la que estas empezaron la pubertad, es decir, las mujeres quienes tuvieron su primer período menstrual a una temprana edad en general se sienten más satisfechas que las mujeres que alcanzaron su primer período menstrual después.

En cuanto a las "normas" que dicta la sociedad para homogenizar nuestro comportamiento, la sociedad espera

que los hombres actúen de manera agresiva y sean ellos quienes cuiden de las mujeres. Además, ellos deben ser exitosos económicamente con el fin de mantener a su familia, fuertes, y capaces de resolver conflictos de manera racional. Por otra parte, las mujeres deben tener insinto maternal y el deseo formar una familia y criar a sus hijos; además de dedicarse a los labores de la casa con el fin de servir a su marido, y al mismo tiempo ser seres sociales, verse bien, y cuidar su cuerpo y apariencia. Además, ellas deben ser capaces de resolver conflictos de manera emocional, ya que las mujeres supuestamente son las que tienen el derecho de mostrarse débiles, vulnerables y capaces de mostrar sus sentimientos en toda su expresión posible.

¿Pero, de qué manera los niños y niñas aprenden estos comportamientos? Según Myer (2004), los roles de género son principalmente aprendidos mediante la observación e imitación y también por medio de recompensas y castigos por parte de los padres. Mientras que a Camila se la felicita por ser una buena mamá con sus muñecas al cuidarlas y darles de comer, a Andrés le dicen que los niños no lloran, por lo que Camila entiende que ser buena mamá tiene una consecuencia positiva, y Andrés entiende de que no debe llorar, ya que esta acción tiene una repercusión negativa. Por otra parte, son los padres los primeros que crean los denominados "Mundos masculinos", y "Mundos femeninos", en los cuales existen listas de cosas apropiadas para tales géneros, desde los colores con los que deben vestir, a las posibles carreras que estos quieran seguir cuando sean adultos.

Influencia de los medios de comunicación

Los medios también tienen una gran influencia sobre los cánones de belleza, ya que como explica Joan Ferrés en su obra *Televisión Subliminal* (1996):

"La televisión realiza su función socializadora, intencional o involuntaria, fundamentalmente mediante el entretenimiento, mediante el relato... El espectador tiende a interiorizar las realidades contempladas en la pequeña pantalla asociadas con una carga emocional de signo positivo o negativo. Es esta carga emocional lo que confiere significación, valor o sentido a estas realidades." (Ferrés, 1996)

La cita anterior explica que la táctica de los medios para llegar a sus espectadores es mediante el juego con nuestras emociones. y obviamente sin la vulnerabilidad y la susceptibilidad que poseemos las personas, los cánones de belleza impuestos por los medios no funcionarían. Por otra parte, dado a que los medios de comunicación son expertos en crear necesidades, estos atacan a nuestra autoestima. Nos hacen caer en cuenta que nuestros cuerpos no son perfectos, sintiéndonos culpables de esto y en busca de una solución. Además de proporcionarnos con dietas y rutinas de ejercicio dentro de las revistas que nos ayudan a conseguir estas metas. Pero la verdad es que muchas veces ni las propias modelos que salen en las portadas de las revistas son reales, muchas se han sometido a cirugías y hasta son retocadas sus imperfecciones mediante el Photoshop, como explica Freedman (1996) "Impact of today's visual media is different from the effect of Botticelli's Venus", ya que anteriormente el arte retrataba a las mujeres ideales, pero estas eran percibidas como fantasía por la sociedad. Pero actualmente, los medios borran este límite entre la realidad y la ficción glorificada, así convirtiéndonos en víctimas de los cánones de belleza.

III. Trastornos Alimenticios

Una vez entendidas las causas de nuestra problemática podemos hablar de sus efectos, y como estas inconformidades que obtenemos mediante los ideales de belleza que nos impone la sociedad dan paso a los trastornos alimenticios. Una de las razones por las que las mujeres caen en los trastornos alimenticios es por el hecho de desprenderse de una idea racional acerca de su salud y lo que su cuerpo realmente necesita por el hecho de querer ser como las mujeres que se muestran en los medios de comunicación. Esto se torna un problema ya que no solo se impone el estereotipo en las madres, sino que estas se lo transmiten a sus hijas por lo que crean un círculo vicioso de inconformidades tanto en ellas como en generaciones por venir. Según Furnham y Alibhai (1983), las mujeres de tercer mundo se preocupan menos por estos cánones. Por ejemplo, las mujeres africanas prefieren verse más rellenas y decorar sus cabezas y cuerpos con telas coloridas, mientras que las mujeres en Inglaterra prefieren verse flacas. En contraste, las mujeres africanas que emigraron a Gran Bretaña se sienten más cómodas al ser más flacas, por lo que podemos ver la facilidad con la que nos adaptamos al medio que nos rodea, y adquirimos los valores de la cultura en la que vivamos. Por otra parte, según Zerbe (1993), en el año 1968, las modelos eran un 8% más flacas que la mujer promedio de la época, pero este desequilibrio empezó a aumentar con el pasar de los años, ya que hoy en día, las modelos son un 23% más flacas que la mujer actual.

Dentro de los efectos más comunes ante la problemática se encuentra la inconformidad, la baja autoestima, las angustias, entre muchos otros factores emocionales. Pero al momento en que estas simples inconformidades se toman en algo obsesivo se da paso a dos principales efectos: El trastorno dismórfico corporal (TDI) y los trastornos alimenticios. El trastorno dismórfico corporal es un trastorno en el cual las personas se someten a una preocupación exag-

erada sobre su apariencia, la cual genera un gran malestar ante algún defecto que el individuo perciba o imagine de su cuerpo. (Zerbe, 1993) Las secuelas de esta perturbación son el deterioro laboral, social, o de otros círculos importantes para la víctima. Por otro lado, dentro de los trastornos alimenticios, podemos la anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa.

Anorexia Nerviosa

La anorexia nerviosa es una enfermedad que se caracteriza por una pérdida auto-inducida de peso, junto con una distorsión de la imagen corporal. Dentro de esta enfermedad existen dos tipos:

1) Anorexia nerviosa bulímica: en la cual la persona tiene síntomas de la bulimia como la ingesta excesiva de comida y la purgación tras haber consumido excesivas calorías en un corto período de tiempo

2) Y la Anorexia nerviosa no-bulímica: en la cual la persona no tiene síntomas de la bulimia.

Como consecuencias a esta enfermedad: la persona se rehúsa a mantener un peso adecuado para su peso y altura, tiene un miedo irracional a aumentar de peso, empieza a crecer vello en la piel para proteger a la persona del frío, en el caso de las mujeres se corta el período menstrual. Además, la víctima no acepta que el peso que tiene puede tener grandes efectos perjudiciales e incluso la muerte.

Bulimia Nerviosa

El segundo trastorno alimenticio se denomina como "bulimia nerviosa". Durante esta enfermedad, las víctimas dejan

de comer por un tiempo anormal pero enseguida ataca un periodo de ansiedad en el cual se come una cantidad excesiva de comida. Al momento en el que la ansiedad cesa, la persona siente culpa inmediatamente y se ve obligada a eliminar este exceso de comida mediante el vómito provocado o el uso de laxantes. Además, como parte de esta ansiedad que ataca, el individuo podría empezar a masticar los alimentos más no tragarlos con el motivo de no engordar. (Zerbe, 1993) Aunque los síntomas de la bulimia no sean muy notorios, entre los más comunes se encuentran la depresión, fatiga, falta de menstruación, el signo de Rusell (Callos o heridas en las manos por la purgación inducida), erosión del esmalte dental, entre muchas otras. Según el diario El Hoy (2011),

"Aunque en Ecuador no existen cifras sobre la incidencia de esta enfermedad, consultorios y centros médicos mantienen un subregistro de acuerdo a los casos que tratan. Así, por ejemplo, The Center trató el año pasado alrededor de 120 casos provenientes de varias ciudades del país."

IV. Autoestima y autoconcepto

En cuanto a la belleza y cómo han cambiado los cánones de belleza a lo largo de la historia, además de las grandes repercusiones causadas por esto; es importante pensar en cómo detener estas, ayudar a que exista menos incidencia y presión dentro de la sociedad occidental hacia adelgazar. Para esto, es necesario aumentar el autoestima dentro de dos grupos principales, la infancia, ya que desde una temprana edad es necesario el crear un amor propio, y en la adolescencia, por ser el principal grupo afectado por los trastornos alimenticios. Pero, ¿Qué es

el autoestima?, para entender esto debemos considerar dos factores: en primer lugar el autoconcepto, el cual se relaciona con la imagen total de nuestros rasgos y capacidades. Es una construcción cognoscitiva, un sistema de representaciones descriptivas y evaluativas acerca del "yo" que determina la manera con la que nos sentimos con nosotros mismos y guía nuestras acciones. Esta empieza a formarse en los niños pequeños, a medida que desarrollan una conciencia de sí mismos. Por otra parte, el término de "autoestima" se refiere a la parte evaluativa del autoconcepto, el juicio que hacen los seres humanos acerca de su valor general. La autoestima se basa en la capacidad cognoscitiva de las personas cada vez mayor, para describirse y definirse a sí mismos.

Además del autoconcepto y el autoestima, la imagen corporal juega un rol fundamental en cuanto a qué tan cómoda se siente una persona con su cuerpo. Esta imagen empieza a desarrollarse al inicio de la niñez media, en especial hacia las niñas, ya que dicho anteriormente, la sociedad clasifica a las mujeres en jerarquías a partir de su imagen, su presentación hacia las personas y su capacidad para desenvolverse en el aspecto social. De esta manera, las niñas tienen una mayor propensión a padecer un trastorno alimenticio en la adolescencia. Por otra parte, un factor que forma este "ideal" de belleza dentro de las niñas es el jugar con las muñecas con dimensiones corporales poco realistas como Barbie. Un estudio conducido en Estados Unidos determinó que el 99% de las niñas de tres a diez años poseen por lo menos una de estas, aunque la niña promedio posee por lo menos ocho. Y aunque se la venda como la "chica común", sus dimensiones son poco realistas y poco saludables (Dittmar, Halliwell e Iva, 2006) La cintura de Barbie, en comparación con el tamaño de su busto, es 39% más pequeño que el de una mujer con anorexia. (Abigail Natenshon, 2006) Las muñecas Barbie

transmiten un ideal de belleza a las niñas el cual es reforzado mediante los medios de comunicación. Y las niñas que sigan estos ideales podrían tener una imagen distorsionada de su cuerpo junto con pensamientos negativos, lo cual podría afectar su autoestima.

V. Etapas del aprendizaje

Aprendizaje en la niñez

Uno de los principales propósitos de este proyecto es el de enseñar a las niñas y adolescentes sobre el autoestima, y formarlas en ellas con el fin de eliminar la presión social por verse como una modelo de revista. Por lo que es importante saber de qué manera tanto las niñas como las adolescentes aprenden, para poder hacer un producto que se adhiera a sus necesidades. Para esta parte sobre el desarrollo de los niños y los adolescentes se utilizará la teoría de Jean Piaget, el epistemólogo, psicólogo y biólogo suizo, famoso por crear la teoría constructivista del desarrollo de la adolescencia. (S.A, 2014) Empezando con los niños de 5 a 6 años, estos empiezan a desarrollar cualidades como la planeación, la atención y la memoria desde sus primeros años de escolaridad. Durante esta etapa, el niño aprende a prestar atención y a discernir información, es decir, prestar atención a lo que es importante y lo que no lo es con el fin de no sobrecargar su cerebro con la información que este absorbe día a día. Por otra parte, a partir de esta edad, el niño es capaz de adquirir un sentido sobre qué es la memoria y planear estrategias para ayudarlos a recordar las cosas importantes, como tomar nota, relacionar los nombres de personas nuevas con personajes de televisión o algún pariente de su familia, etc. De esta manera, sabemos que los niños pueden concentrarse por más tiempo que los pequeños y prestan

atención a la información relevante y la guardan en su memoria. Mientras que descartan lo que les parece irrelevante para no sobrecargar su cerebro con información que podría no serles pertinente para su desarrollo o aprendizaje.

A partir de los siete años, los niños entran a una etapa en la que pueden realizar operaciones concretas, donde son capaces de realizar operaciones mentales y utilizan el razonamiento para solucionar problemas reales. Los niños empiezan a considerar múltiples aspectos de una situación. En esta etapa estos desarrollan con eficacia sus habilidades espaciales, es decir, saben que tan lejos está un lugar de otro y calculan cuánto tiempo se necesita para llegar allí. Además, pueden crear series en relación a cierto aspecto como el Color (colores más claros a más oscuros) o el tamaño (de más grande a más chiquito). Por otra parte, durante esta edad empieza a formarse la denominada inferencia transitiva. La inferencia transitiva es la capacidad de inferir una relación entre dos objetos a partir de la relación entre cada uno de ellos con un tercer objeto, en otras palabras, un niño de siete años puede empezar a resolver problemas tales como:

*María es mamá de Carolina,
Carolina es madre de Ana,
¿María es la mamá de Ana? No*

Por otra parte, los niños adquieren la inclusión de clase, la cual es la capacidad para ver la relación entre el todo y sus partes. Es decir, un niño aprende a comprender que un objeto no puede ser miembro de dos clases opuestas, elabora un criterio en el que identifica un aspecto común entre los miembros de una clase específica, y puede comprender cómo se relacionan los niveles de una jerarquía

(P.ej. Una cadena alimenticia de animales) (Schiavello, S.F). Por otra parte, Piaget explica que durante esta etapa, los niños basan su razonamiento a partir de la obediencia rígida a la autoridad. En la que los niños piensan que las reglas no pueden tocarse ni cambiarse, que su conducta es correcta o incorrecta y la conducta incorrecta merece un castigo sin importar la intención.

A partir de los ocho años hasta los diez u once, los niños adquieren flexibilidad creciente, a partir de la comunicación e interacción con otra gente se dan cuenta de que no solo existen polos opuestos sino que también existen los intermedios. Un estudio conducido por Piaget determinó esto mediante el situar a un niño de 5 años y a uno de 10, y a los dos les cuentan dos historias. La primera habla sobre Juan, un niño que jugando en la sala se dio cuenta de que el tintero de su papá estaba vacío, por lo que intentó llenarlo y al hacer esto se le regó mucha tinta en la alfombra de la sala. Mientras que Nicolás estaba jugando en el escritorio de su papá sin que él sepa y regó pocas gotas de tinta en la alfombra por jugar con sus carritos. Una vez contada la historia se les pregunta ¿Qué niño es más malo?, el niño de 5 años respondió que Juan, porque el regó más tinta que Nicolás, mientras que el niño de 10 años respondió que el niño más malo había sido Nicolás, porque Juan tuvo una buena intención al tratar de llenar el tintero de su papá. Mientras que Nicolás estaba haciendo algo que no debía al jugar en el escritorio de su papá. Por lo que podemos ver cómo según Piaget, los niños mientras crecen empiezan a tener un razonamiento más crítico sobre lo bueno y lo malo. Mientras que los niños menores de 5 años no pueden percibir entre buenas y malas intenciones, solo consideran el resultado de las cosas.

Aprendizaje en la adolescencia

En cuanto a los adolescentes, aunque su comportamiento tiende a ser inmaduro todavía, muchos son capaces de adquirir un conocimiento abstracto, como descubrir un patrón entre una serie de números, además de elaborar juicios complejos y hacer planes realistas para el futuro. Durante la adolescencia, las personas empiezan a desprenderse del aquí y el ahora para poder pensar en el futuro y cómo las cosas que hagamos ahora tienen consecuencias en el futuro, además entender el concepto del tiempo histórico y el espacio extraterrestre. Además, durante esta etapa del desarrollo los adolescentes son capaces de pensar en lo que "podría ser", en lugar de lo que es. Desarrollar sus propias hipótesis a partir de sus creencias siendo capaces de probarlas a través de experimentos y resolver sus propios problemas. En cuanto al procesamiento de la información, este es diferente para cada adolescente, ya que este depende de las experiencias previas tanto como su condición social, su nivel de estudio, historia familiar, entre otras.

En cuanto a los cambios estructurales, existen dos cambios. 1) Los cambios en la capacidad de la memoria de trabajo y 2) La cantidad creciente de conocimiento almacenado en la memoria de largo plazo. Mediante esto, los adolescentes pueden lidiar con problemas complejos y decisiones que involucran varias piezas de información que almacenan en su memoria. Además, estos pueden discernir entre los tres tipos de conocimientos:

- 1) El conocimiento declarativo (saber que...)*
- 2) El conocimiento procedimental (saber cómo...)*
- 3) El conocimiento conceptual (saber por qué...)*

Por otra parte, para los adolescentes existe un cambio importante, en el cual el aprendizaje, el conocimiento y el recuerdo mejoran para así manejar y retener la información. En cuanto al vocabulario del adolescente, este se amplía, por lo que a partir de esta edad la persona puede llegar a saber alrededor de 80,000 palabras. Así, son capaces de hablar y dar su opinión sobre aspectos abstractos tales como el amor, el juicio, el odio, etc, y pueden dar uso a la ironía, los juegos de palabras y las metáforas. Un gran cambio que ocurre en cuanto al razonamiento moral de los adolescentes es el poder resolver problemas morales más complejos. Dentro de esta etapa aumenta la tendencia al altruismo y la empatía, por lo que aprenden a desarrollarse como seres sociales, capaces de entender el punto de vista y los sentimientos de los seres que los rodean.

Capítulo 2

Problemática

Una vez entendidos los conceptos acerca de las concepciones del tiempo, y cómo los seres humanos sufren cambios a lo largo de este. Además de entender los conceptos que definen a la belleza como tal, y dar a conocer cómo los ideales de belleza han cambiado a lo largo de la historia, podemos identificar la problemática.

1. ¿Cuáles son algunas de las percepciones de la belleza que perciben las mujeres?
2. ¿Qué tan perjudiciales son los ideales de belleza dentro de nuestra sociedad?
3. ¿Es posible cuestionar a los cánones de belleza con el fin de mejorar la autoestima de las mujeres y deshacernos de la presión social?

4. ¿Hasta qué punto los medios de comunicación infunden estos ideales?

5. ¿Es posible utilizar al diseño y la comunicación como una herramienta capaz de transmitir los objetivos de una campaña social?

1. Crear conciencia en mujeres sobre los daños emocionales, físicos y psicológicos que surgen a partir de los cánones de belleza, para poder elevar su confianza y seguridad.

2. Informar a las mujeres sobre los cánones de belleza a lo largo de la historia con el fin de cuestionarlos.

3. Tratar de elevar la autoestima de las mujeres para hacer que se sientan bien con ellas mismas con el propósito de crear una posible disminución de los trastornos alimenticios.

4. Plantear a la belleza como algo subjetivo, con significado

Objetivos

propio para cada individuo

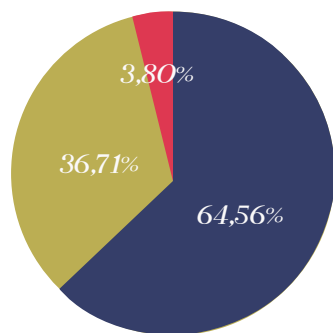
5. Crear una campaña con acción comunicativa exitosa

En cuanto a la metodología de la investigación cuantitativa se realizará una encuesta simple a 98 personas de clase social media-alta con un rango de edad entre los 15 a 25 años de edad en la ciudad de Quito. Con 10 preguntas relacionadas con la imagen personal y la belleza femenina con el fin de saber qué tan marcados se encuentran tanto los cánones de belleza como los roles de género dentro de nuestra sociedad. Mientras que para la investigación cuantitativa, se realizarán 4 entrevistas a fondo, todas a mujeres de distintas edades de la ciudad de Quito, de clase media- media alta. Los sujetos de las entrevistas tienen diferentes autoestimas y concepciones de la belleza, por lo que tendré la oportunidad de descubrir cómo la belleza nos afecta día a día. Y cómo hace que nos comportemos con los demás.

Metodología

Investigación Cuantitativa

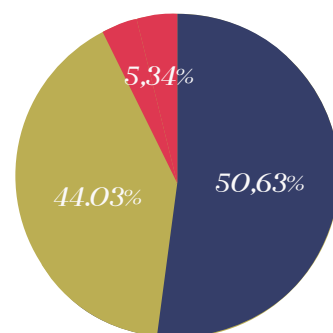
¿Para tí que es la belleza?



- Algo subjetivo
- Algo que agrada a los sentidos
- Algo que les guste a los demás

La primera pregunta habla sobre la belleza, y cómo esta es percibida por los encuestados. La pregunta era: ¿Para tí que es la belleza?, la respuesta más mencionada con un 64,56% fue "algo subjetivo". La segunda respuesta con mejor acogida fue "Algo que agrada a los sentidos" con un 36,71%, y finalmente con el 3,80% "algo que les guste a los demás". En esta pregunta podemos ver que la mayoría de personas está de acuerdo de que no existe una definición exacta de lo que representa la belleza. Ya que a lo que algunos les parecería hermoso a otros podría no agradales, lo cual se representa con la respuesta de "algo que agrada a los sentidos". Como dicho anteriormente, la belleza a lo largo del tiempo ha sido percibida como algo que puede despertar el amor en una persona, ya sea un paisaje, una obra de arte, una mujer, entre otros.

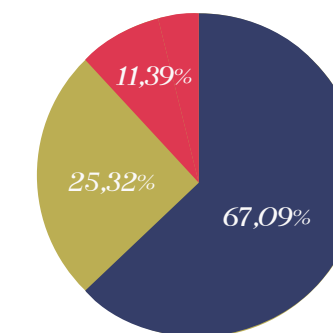
¿Quién impone los ideales de belleza?



- La cultura de cada país
- Nosotros mismos
- Las celebridades

La segunda pregunta era ¿Quién impone los ideales de belleza?. Para esta pregunta las respuestas podían ser "La cultura de cada país", "Las celebridades", o "Nosotros mismos". La respuesta con mayor elección fue la cultura de cada país con un 50,63%. Mientras que la respuesta de "nosotros mismos" recibió un 44,30%. Esta respuesta es algo inesperada, ya que tras haber investigado sobre los cánones de belleza. Pienso que nosotros no imponemos los ideales, sino que estos nos son impuestos, aunque según las respuestas, los encuestados piensan diferente. Por otra parte, aunque las celebridades sean las mayores precursoras de los famosos cánones, las personas no están de acuerdo con que ellas sean las que imponen los ideales, sino que dependiendo de la cultura en la que nos encontremos deseamos ser de cierta forma.

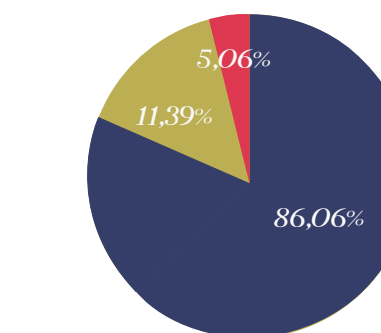
Para tí, un mujer con curvas representa...



- Una mujer guapa
- Una mujer fértil
- Mujeres perfectas

La tercera pregunta fue creada con el motivo de saber lo que piensa nuestra sociedad de las mujeres con curvas, la pregunta era la siguiente: "Para tí, una mujer con curvas pronunciadas representa..." el 67,09% de los encuestados eligió la respuesta de "una mujer guapa". Mientras que el 25,32% dijo que una mujer con curvas representa a una mujer fértil. Y finalmente el 11,39% de los encuestados señaló que las mujeres con curvas son mujeres "perfectas". Las respuestas a estas preguntas fueron predecibles, ya que poco a poco hemos empezado a abandonar el cánón de las mujeres sumamente flacas por las mujeres con senos y nalgas grandes. Por lo que actualmente la sociedad es capaz de relacionar a las mujeres con curvas con mujeres guapas.

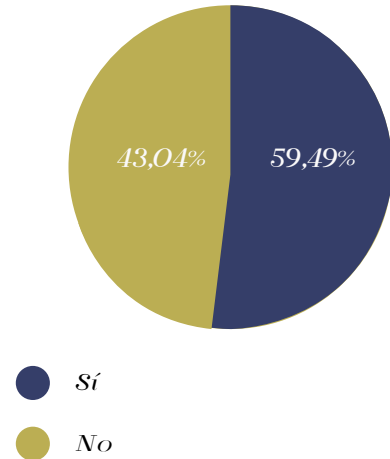
¿Cuál es el atributo más importante en una mujer?



- Su personalidad
- Su rostro
- Su cuerpo

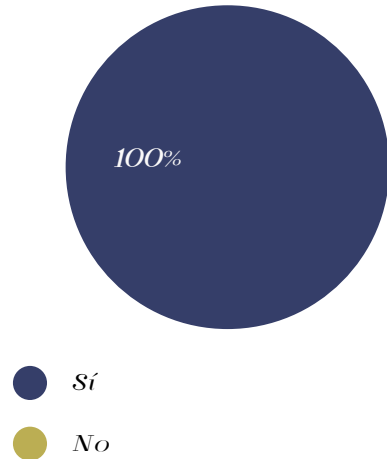
En cuanto a la pregunta 4 se habla sobre el atributo más importante de una mujer. Según el 86,08% de las personas encuestadas la personalidad es lo más importante, mediante que el 11,39% nos indica que su rostro, y finalmente con un 5,06% su cuerpo. Con respecto a esta pregunta, la mayoría elige que la personalidad de una mujer es más importante que su rostro o cuerpo. Pero acorde a como los medios nos muestran a las mujeres como símbolos sexuales y sujetas a la mirada de los hombres. Una mujer "gorda" o una mujer "fea" puede que no reciba la suficiente atención por parte de un hombre para saber si tiene una buena personalidad o no; por lo que pienso que pudo haber cezgo en esta pregunta.

¿La cirugía plástica es una buena alternativa para solucionar las imperfecciones de nuestros cuerpos?



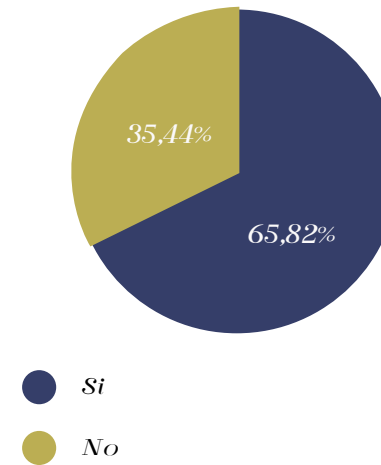
Actualmente con las nuevas tecnologías, muchas personas por más de que nazcan de cierta forma, hoy en día se someten a procesos quirúrgicos para ser como ellos o ellas siempre soñaron, y corregir sus "defectos". La quinta pregunta les plantea a los encuestados si ellos piensan que la cirugía plástica es una buena solución a las inconformidades de nuestros cuerpos. El "Sí" fue elegido por el 59,49%, mientras que el no por el 43,04%. Las respuestas hacia esta pregunta se dividen casi en la mitad, por lo que sabemos que existen dos "bandos" para el tema de la cirugía plástica. Sin embargo, la mayoría señala que si una persona se siente incómodo o incómoda con cierto defecto, ellos tienen todo el derecho de arreglarlo con el fin de sentirse mejor con ellos mismos.

¿Piensas que los ideales de belleza pueden dar paso a los trastornos alimenticios?



En cuanto a la sexta pregunta, se habló sobre si las personas piensan que los ideales de belleza podrían dar paso a los trastornos alimenticios. Esta pregunta es bastante interesante, ya que el 100% de los encuestados es consciente de que si nos volvemos vulnerables hacia los trastornos alimenticios debido a los cánones de belleza. Pienso que la respuesta a esta pregunta confirma que sí existe una problemática y que vale la pena llegar a una solución para esta.

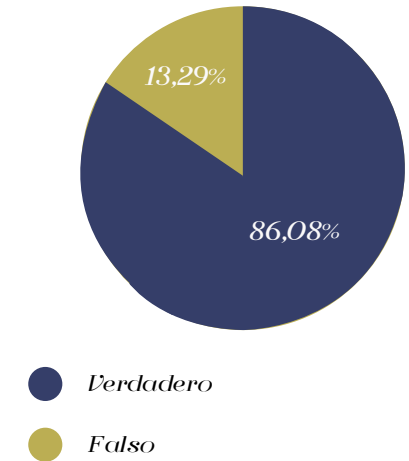
¿Cambiarías algo de tu cuerpo?



La siguiente pregunta habla sobre los defectos que percibimos como seres humanos: ¿Cambiarías algo de tu cuerpo?, el 65,82% de las personas encuestadas afirma que sí lo haría, mientras que el 35,44% afirma que no. En cuanto a esta pregunta, podemos ver que hay un malestar general de las personas por cambiar algo de sus cuerpos, y muestra la insatisfacción que existe por parte de los encuestados por como se ven.

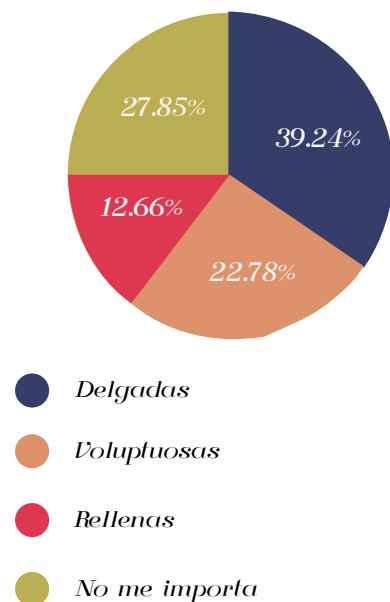
Por otra parte, se formuló la octava pregunta con el propósito de saber si la imagen transmitida de las mujeres mediante los medios de comunicación les parece real o falsa a los espectadores. Pienso que muchas personas dentro de nuestro medio relacionado con el diseño sabe perfectamente que no existe fotografía que no sea sometida a una edición.

¿La imagen que transmiten los medios en cuanto al cuerpo de la mujer te parece verdadera o falsa?

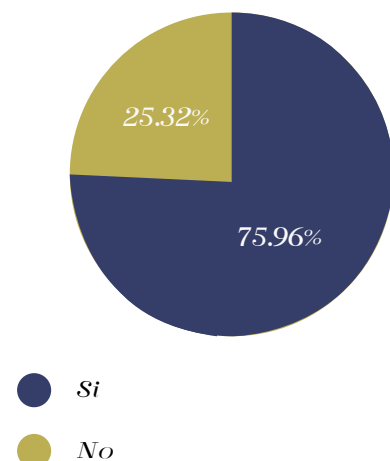


Pero ¿Las demás personas son capaces de ver estos retoques en las mujeres de las portadas de las revistas? Según la respuesta podemos ver que sí, las personas saben que las mujeres mostradas en los medios de comunicación no se ven como las fotografías las hacen ver. Ya que el 86,08% de los encuestados dijo que las imágenes de las mujeres en las revistas son falsas, mientras que apenas el 13,29% piensa que las mujeres se ven exactamente como en la foto de la revista. Pienso que aunque el valor de 13,29% sea relativamente corto, ese pequeño porcentaje necesita darse cuenta de la realidad, ya que si para esas personas sus ideales son mujeres que se sometieron a retoques, ¿Cuándo podrán alcanzar esta belleza computarizada?.

¿Con qué cuerpo prefieres a las mujeres?



¿La imagen que transmiten los medios en cuanto al cuerpo de la mujer te parece verdadera o falsa?



La intención de la siguiente pregunta es la de medir lo que las personas consideran hoy en día al cánón de belleza. La pregunta era ¿Con que cuerpo prefieres a las mujeres?, un 39,24% de los encuestados afirmó que las prefieren delgadas, un 22,78% prefieren las mujeres voluptuosas, el 12,66% las rellenas. Finalmente al 27,85% no les importa el tipo de cuerpo que tiene la mujer. Pienso que estadísticamente el cánón actual sigue siendo las mujeres delgadas, aunque ya que la belleza es subjetiva, existen personas que se salen de este porcentaje y eligen otras respuestas, como las mujeres voluptuosas o rellenas.

Finalmente, la pregunta 10 es la siguiente: "En general, te sientes seguro con tu cuerpo?", la mayoría de las personas eligió "Si", con un 75,95%. Mientras que un

25,32% eligió "No". En mi opinión, aunque la mayoría de personas diga que se sienten satisfechos con sus cuerpos, en mi experiencia, pienso que al menos las mujeres siempre piensan que tienen algún defecto, por lo que podría existir un ceceo en esta respuesta y sería importante prestarle atención.

Investigación Cualitativa

En cuanto a la investigación cualitativa, tuve la oportunidad de realizarla en dos etapas. En la primera pasé un día entero con una persona que se considera bella y otro con una persona quien tuvo un trastorno alimenticio, y aunque haya mejorado su condición se sigue sintiendo fea. Mientras que en la segunda etapa pude conversar con una niña de 5 años y con otra de 15, con el fin de identificar la manera en la que las mujeres perciben la belleza en sus diferentes etapas de vida.

Para el primer día pasé con una amiga quien es sumamente preocupada de su físico, por lo que pasa la mayoría de su tiempo dedicándose a su imagen corporal como hacer ejercicio, comer saludablemente, maquillarse, etc. Durante esta etapa quería saber qué influenciaba a esta persona el sentirse guapa, por lo que al preguntarle quien ha influido en su comportamiento acerca de su físico, su respuesta fue la siguiente:

"Paso preocupada de cómo me veo porque quiero sentirme bien y quiero que la gente me vea guapa. Desde que soy chiquita mi mamá me enseñó a cómo cuidarme, me hacía hacer 4 series de 25 abdominales todas las noches y gracias a eso ahora tengo la barriga plana como la de mi ma" (Estefanía)

Para esta pregunta, pienso que la madre ha causado una gran influencia en su hija, por lo que quise saber si su mamá fue la inicial precursora para que ella esté constantemente preocupada por su físico.

"Si y no, pienso que cuando eres chiquita tu mayor influencia es tu mamá, y desde pequeña le veía a mi ma arreglada y haciendo deporte, entonces yo me hice así. Pero pienso que a la final la decisión está en mis manos, porque yo podría decidir ahora que no quiero ser ni verme así, pero ¿quién no quiere sentirse guapa?" (Estefanía)

En cuanto a la persona que se siente fea sobre como empezó su problema de anorexia nerviosa, ella me dijo lo siguiente:

"Mi mamá siempre tuvo y hasta ahora tiene el tema de que mi hermana y yo nos veamos guapas, y obviamente guapa significa flaca, entonces por tanta presión por parte de ella empecé a hacerme igual de temática hasta que poco a poco se me fue de las manos y no tenía control sobre lo que estaba haciendo." (María Paz, 2014)

De esta manera, podemos ver como la influencia materna es sumamente importante para las mujeres. Ya que aunque tenemos un caso que hasta ahora es positivo, también pudimos ver un caso que es negativo, ya que los traumas que tienen las madres son pasados de generación en generación. Convirtiéndonos en mujeres con una imagen corporal distorsionada.

Otra pregunta hecha durante la entrevista fue ¿Crees que la sociedad nos obliga a vernos de cierta forma?

Estefanía respondió: "Si, yo de chiquita era super gorda y mis amigos me molestaban, pienso que eso te forma un trauma que o decides ayudarte y hacer que quieras verte mejor, o te llena de sufrimiento y podría causarte una consecuencia negativa."

María Paz respondió: "Totalmente, pienso que por lo menos en mi colegio si querías tener muchas amigas o tener un novio tenías que verte de alguna forma. Pienso que la única manera de verte "guapa" es mediante tu cuerpo, la forma en que te vistes, y como te arreglas."

Finalmente, otra de las preguntas que vale la pena recalcar es: ¿De qué manera se podría disminuir el número de personas con trastornos alimenticios? Para Estefanía la solución es la siguiente:

"Actualmente se han hecho muchas campañas para esto, como la de Dove. Pienso que por ahí empieza la solución, como que tratar de que la gente acepte los diferentes tipos de cuerpos que tenemos las mujeres y se den cuenta de que las modelos a las que todas admiramos tanto viven para sus cuerpos y para verse así. Una mujer que tiene que trabajar y cuidar a sus hijos, o estudiar y hacer deberes no tiene tiempo para pasar todo el día en el gimnasio."

Mientras que María Paz respondió:

"Creo que mientras los modelos a seguir de los jóvenes sigan siendo tan flacas, las personas van a querer siendo así. Como en la época de Marilyn Monroe que la moda eran las mujeres más anchas, mientras no cambie la moda no van a cambiar los ideales de belleza."

Por otra parte, tuve la oportunidad de hablar con una niña y una adolescente con el fin de determinar lo que ellas piensan sobre los trastornos alimenticios y el tema de la belleza en general. En cuanto a la niña, su nombre es Sofía, tiene 5 años y está en el colegio José Engling en la ciudad de Quito. Mientras ella jugaba con una de sus Barbies pensé que era el momento perfecto para poder tener una conversación con ella y determinar lo que ella piensa que es "Belleza". Le pregunté que si le parece guapa su muñeca y por qué y ella respondió:

"Si, porque tiene el pelo largo, binchas y está pintada la boca pink"

Pienso que fue un reto mantener una conversación con ella ya que se distraía fácilmente. Pero durante esta entrevista pude ver que para Sofía, un ideal de belleza sería su madre, porque es *"linda y tiene ropa linda"*. Además, cuando le pregunté si ser guapa para ella es ser flaca o gorda ella dijo que no sabía y se rió.

En cuanto a la adolescente, tuve la oportunidad de tener una entrevista mucho más prolongada. La entrevistada se llama Carolina, estudia en el Tomás Moro y tiene 15 años. A Carolina le pregunté si sabía que es un ideal de belleza y si podía decirme cual es el ideal actual de nuestra época y sociedad y me dijo sin pensar dos veces "ser guapa, flacasa y alta". Por otra parte, al preguntarle si para ella la belleza se rige estrictamente a este ideal ella me contestó lo siguiente:

"Quisiera decir que si veo una mujer gorda podría decir "que guapa" pero la verdad es que no, tengo muchas compañeras que con mis propias amigas hablamos de que ponte alguien en mi curso tiene cara linda pero sería más guapa si sería flaca"

Y al preguntarle por qué siente que no podría decir que una mujer gorda es guapa me dijo:

"Porque estamos acostumbrados a que todas las personas que vemos en las películas o las cantantes sean así, entonces es difícil pensar diferente"

Finalmente, tuve la oportunidad de conversar con Carolina sobre los trastornos alimenticios y si cree que los ideales de belleza tienen un influencia en estos:

"Si claro, y creo que por lo menos con mis amigas todas llegamos a un punto que decimos "chuta estoy medio gorda" y empezamos a hacer dietas, pero creo que eso es hasta un punto porque si dejamos que la dieta se haga algo dañino podríamos terminar anoréxicas o bulímicas y ahí si es un problema."

¿Y de donde sacas las dietas que haces con tus amigas?

"Tengo una amiga que le encanta buscar dietas en el internet y nos cuenta, y es chevere hacer dieta con tus amigas porque así todas nos apoyamos entre nosotras. Pero además creo que es medio obvio saber que comer y que no comer si estás a dieta, porque no vas a comer un montón de carbohidratos y caramelos si quieres bajar de peso."

Reflexión

Como reflexión de la investigación cuantitativa, pienso que las personas están conscientes de la problemática planteada y refuerzan esta. En cuanto a la belleza, me pude dar cuenta de que la mayoría de las personas sabe que esta es subjetiva. Sin embargo, hay una contradicción en cuanto a las respuestas ya que la mayoría de las personas afirman que una mujer que agrada a sus sentidos es una mujer delgada o con curvas, aunque la mayoría de las personas afirma que la personalidad de una mujer es lo más importante. Por otra parte, pude ver que factores como la cultura y los medios de comunicación tienen una gran influencia en cuanto a la manera en la que las personas perciben la belleza y moldean su propia actitud en cuanto a esta. En cuanto al autoestima de las personas, la mayoría de los encuestados sienten que cambiarían algo de su cuerpo, además de que recurrirían a la cirugía

plástica para hacerlo. La respuesta con mayor impacto fue la que habla sobre si las personas sienten que los ideales de belleza pueden dar paso a los trastornos alimenticios, ya que para esta respuesta, el 100% está de acuerdo con que los cánones de belleza si pueden desencadenar enfermedades. Mediante esta pregunta pude reforzar mi perspectiva sobre la problemática, ya que me di cuenta que esta era real y estaba sucediendo día a día frente a nuestros ojos.

Por otra parte, dentro de la primera etapa de investigación cualitativa pude afirmar que todas las teorías sobre la presión que se le infunde a la mujer que causa que su autoestima se relacione directamente con su físico y sus relaciones interpersonales es verdad. Ya que mediante las preguntas pude ver un patrón en el cual las respuestas de las mujeres apuntaban más hacia las respuestas que transmitían una inseguridad por sus cuerpos y una disconformidad en general por cómo se perciben. Por otra parte, dentro de mi experiencia, la cual era ser parte de un día de una persona que se considera bella y otra que se siente fea, pude ver que aunque una tenía un autoestima alta y la otra muy baja. Algo que me impresionó fue el hecho de que la madre, junto con las inseguridades que la mayoría de mujeres tenemos, influyen mucho a sus hijas y les transmiten estas inseguridades a ellas. Pero por otra parte, los medios de comunicación y los modelos a seguir como las actrices y modelos también causan una gran influencia a las mujeres. Por otra parte durante esta experiencia pude darme cuenta de que las personas hacen que nosotras las veamos como ellas quieren. A Estefanía, porque ella está conciente de que se siente guapa y se arregla para el resto, se la percibe como una mujer guapa y segura de sí misma. Mientras que María Paz, aunque sea guapa y delgada, como ella quisiera ser; la percibí como una persona insegura, lo cual me hizo pensar en como yo me vendo a

los demás y como el resto de personas sienten si soy una personas segura o insegura de mi misma.

En cuanto a la segunda parte, me dí cuenta de que a los 5 años, si bien Sofía relaciona a la manera en la que alguien se ve con qué tan linda es, como en el caso de la muñeca Barbie que me dijo que era linda por tener pelo largo y pintarse la boca; todavía no son capaces de relacionar directamente a la belleza con la delgadez. Por otra parte, pienso que los roles de género ejercen una gran influencia sobre las personas desde una corta edad, porque según Sofía, su mamá es guapa porque tiene ropa linda. Como vimos anteriormente, el "poder" del género femenino se ejerce en nuestra sociedad mediante la forma en la que esta se ve. Por lo que tras esta investigación pude concluir que si bien la persona entrevistada no tiene una asociación de la delgadez con qué tan bella se vea una persona, es importante a realizar cualquier cambio necesario desde una edad tan corta como esta. Ya que posiblemente en 1 o 2 años Sofía ya empiece a darse cuenta de la gran influencia de los cánones de belleza. Además, tras haber hablado sobre Carolina, algo que me impresionó es el hecho que desde los 15 años las niñas ya son capaces de buscar dietas en el internet y hacerlas con sus amigas para no estar "gordas". Por otra parte, pienso que llega un punto que así las personas no se involucren con los cánones de belleza o quieran hacer dietas la sociedad misma se encarga de transmitirnos estos mensajes día a día sin que nosotros nos demos cuenta. Para finalizar, pienso que estas experiencias fueron bastante enriquecedoras, ya que pude determinar aspectos que sin hablar con otras personas no los hubiera podido concluir por mi cuenta y me ayudaron mucho a tomar una dirección específica para mi proyecto.

Capítulo 3

Proceso de diseño

Para elegir el nombre de la campaña, se condujo un breve estudio del idioma indígena del Ecuador, el quechua, con el fin de conseguir un nombre que se relacione con nuestra cultura, además de transmitir los principales principios de nuestra campaña.

<i>Ananay</i>	=	BELLO
<i>Sumak</i>	=	LINDA
<i>Warmi</i>	=	MUJER
<i>Ñusta</i>	=	PRINCESA

En cuanto al isologotipo, se toma al cisne blanco, el cual simboliza a la belleza y se cambia su forma. Para que tras la ironía de cortarle la cabeza al cisne se entienda el mensaje:



Por otra parte, aunque se consultaron varias posibilidades de nombres, el elegido fue "Ananay", ya que tras un pequeño estudio conducido, la mayoría de las personas concordaron con que este nombre tenía la mayor facilidad para recordar y pronunciar.

En cuanto a los patrones que serán presentados en el material impreso a lo largo de la campaña se condujo un estudio sobre los períodos expuestos anteriormente al analizar las principales obras de arte de cada época. Con el fin de utilizar una tipografía, cromática y simbolismos acordes a estas, lo cual facilita la lectura al espectador mediante la división de épocas según los patrones:

Edad Media



Libro de Kells
año 800

Cromática



Símbolo



Renacimiento



Nacimiento de la Venus
Sandro Botticelli
1484-1486

Cromática



Símbolo



Siglo XIX



The Kiss
Gustav Klimt
1907-1908

Cromática



Símbolo



Barroco



Barroco

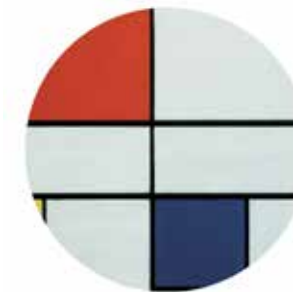
Cromática



Símbolo



Siglo XX



Composition N.1
Piet Mondrian

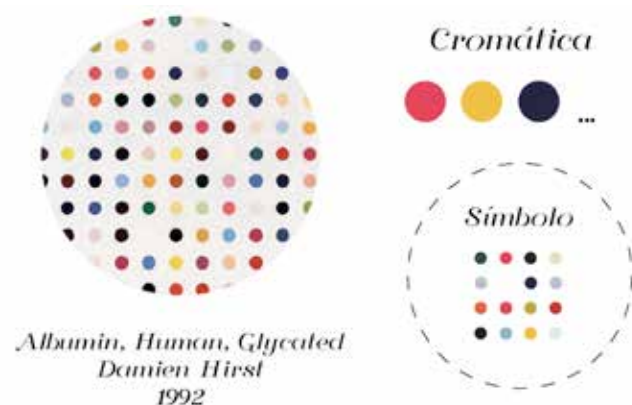
Cromática



Símbolo



Siglo XXI



Por otra parte, se utiliza predominantemente la forma femenina en sus diferentes formas, ya que se relaciona directamente con la problemática y el mensaje de la campaña. Cada uno inspirado en los diferentes cánones que han existido en la historia, junto con los accesorios y moda de las diferentes épocas, acompañado de una infografía que detalla qué características debía tener una mujer para la época para ser considerada bella. Finalmente, se detallará cada una de las partes impresas que compone el proyecto explicado:

En primer lugar se encuentran los posters de la etapa de exposición de la campaña social. Para estos posters se ilustraron a personajes femeninos que se hayan sujetado al cánón de belleza de su respectiva época: como Cleopatra, Twiggy, la Princesa Diana, Marilyn Monroe y Madona.

Todas estas "soñando" con un cuerpo totalmente diferente al que ellas tienen junto con la frase de "Ni Cleopatra estaba conforme con su cuerpo" dependiendo con el personaje que aparezca en el afiche. Finalmente, el propósito de estos afiches es el de transmitir que ni las personas que nosotros pensamos que se sentían felices con cómo se veían se sentían realmente felices.

En cuanto al libro de la "Historia de la Belleza", su propósito es el de crear un libro ilustrado en el cual se detalle la historia de la belleza presentada anteriormente. Dentro de este libro encontraremos 2 partes: La primera, en la cual se habla un poco sobre la belleza y los diversos cánones que han existido en la Edad Media, el Renacimiento, el Barroco y los siglos XIX, XX y XXI. Mientras que en la segunda etapa se informa sobre los trastornos alimenticios junto con las causas y consecuencias de cada uno de estos. La finalidad de crear este libro, es la de demostrar que la belleza es subjetiva, y que esta se basa en paradigmas establecidos por la cultura. Además se trata de promover un posible cuestionamiento a estos cánones con el fin de destruirlos.

Por otra parte se encuentran los "Libros para el autoestima"; estos libros son dirigidos para 2 targets diferentes, para niñas y otro para adolescentes, ambos con actividades enfocadas para sus respectivas edades. Dentro de ambos libros se explican sobre los principales trastornos alimenticios (Anorexia y Bulimia) ya que es de suma importancia el transmitir cual es el verdadero propósito de las actividades. Obviamente, explicando a los niños este tema tan delicado de una forma en la que puedan entender de la mejor manera. Por otra parte, para el kit de niñas se incluyen las siguientes actividades:

1) Gafas Mágicas:

Para esta actividades se incluyen diferentes modelos de gafas para que las niñas puedan recortar las que más les gusten, y cuando se las pongan únicamente se puedan ver las cosas buenas del mundo y de sus compañeras, y las puedan compartir con ellas.

2) Soy Importante:

Para esta actividad las niñas deben turnarse para ver dentro de un sobre que se provee en el libro a la persona más importante del mundo. En este sobre se encuentra un papel brillante que refleja la imagen de la niña que lo vea. El punto de esta actividad es que cada niña se turne ya que crea expectativa entre el resto de sus compañeras por saber quién es la persona más importante del mundo. Finalmente deben compartir con la clase lo que vieron y decir cómo se sienten y por qué ellas son las personas más importantes del mundo.

3) Hoja de cualidades:

Para esta actividad las niñas deben recortar la hoja de cualidades, y recortar sus nombres con las letras de más les gusta de la plantilla que se provee. Después, deben dejarla en el escritorio y con la ayuda de su profesora, o solas, deben escribir las mejores cualidades de todas sus compañeras de la clase, cada una en su hoja respectiva. Al finalizar, las niñas deben compartir qué escribieron sus amigas en sus hojas y decir cual frase es la que más les gustó.

4) Adivina adivinador:

Para esta actividad las niñas deberán recortar la hoja de actividad que más les guste. Después, la profesora les asignará una pareja en secreto y en la hoja de cualidades encontrarán cualidades tanto físicas como de la personalidad de la persona. Deberán pegar 2 características físicas

y 2 rasgos de la personalidad de su pareja y después presentarán en clase. Las compañeras deberán adivinar qué pareja le tocó a cada niña.

Finalmente, las actividades que se les provee a las niñas utilizan su imaginación, ya que el juego es lo que más las motiva a participar y prestar atención. Por otra parte, es importante que las niñas desarrollen su motricidad fina, por que que deben aprender a cortar y pegar tanto las letras como las cartas de actividades que le les provee. Además, las niñas serán de reconocer por qué son importantes en el mundo, y aprenderán sobre la manera en la que el resto de sus compañeras las perciben, junto con el reconocimiento de sus cualidades buenas.

Por otra parte, las actividades de las adolescentes son las siguientes:

1) Anuncio Publicitario:

Se les hará crea a las adolescentes un anuncio con su foto, la cual debe traer como tarea impresa de su casa, y recortar palabras de revistas o utilizar las letras de la plantilla que se les provee en el libro para que escojan sus mejores cualidades y las peguen en la hoja del anuncio. Por otra parte se proveen decoraciones que van con la temática de los libros para que puedan decorar su anuncio como más les guste.

2) Aspectos positivos:

Para esta actividad, las adolescentes deben reflexionar sobre qué aspectos de su personalidad han cambiado con el tiempo, y cuales deberían cambiar con el fin de ser mejores personas. Esta actividad es privada, por lo que las chicas tienen la oportunidad de pensar con mayor claridad y no dejar que el presentar en clase sesgue sus respuestas.

3) Mi futuro:

En esta actividad, se provee una hoja en la cual las adolescentes deben pensar en su futuro y exponerlo a sus compañeras. Para esto, se proveen posibles actividades, acciones u objetos que les puedan servir para recortar y pegar. Sino, podrían utilizar revistas que ellas traigan de sus casas para completar esta actividad.

4) Abrazos Escritos:

Para esta actividad, las chicas deben dividir la hoja proporcionada en clase en el número de compañeras que se encuentran jugando el juego. Después, deberán escribir un cumplido de cada una de sus compañeras junto con su nombre y dejarlo en el escritorio de cada una de sus amigas. Después deberán leer los cumplidos a las demás y explicar cual de ellos les gustó más y por qué

Finalmente, estas actividades escogidas para los adolescentes toman más tiempo ya que estos son capaces de concentrarse, incluyen su práctica en las manualidades para que se puedan distraer, les hace pensar en su futuro y qué deberan hacer para cumplir sus metas, reflexionar sobre qué cosas son buenas y malas sobre ellas y podrán compartir con sus compañeras las cosas buenas que sienten por ellas.

Además, en cuanto al diseño del libro de actividades, se utiliza el mismo estilo de ilustración que el libro anterior de "La Historia de la Belleza", junto con la misma cromática, tipografía, y los fondos utilizados de las diferentes épocas de la historia del arte. En cuanto al libro para niñas, este utiliza a personajes de niñas junto con sus mascotas para que puedan relacionarse con alguna de ellas, ya que en esa etapa el juego y la diversión es una forma fundamental de transmitir información valiosa. Además de que utiliza un vocabulario más apropiado para la edad, con términos

con los que se relacionan y pueden entender con facilidad. Mientras que en cuanto al kit de adolescentes, se mantienen los mismos personajes que en el libro de la "Historia de la Belleza", las cuales no tienen cara, ya que en la adolescencia no es necesario tener un personaje con el que puedan relacionarse como parte del diseño.

Por otra parte se encuentra el manual para padres y profesores. Dentro de este manual se recalca el tema de la belleza expuesto en el libro de la "Historia de la Belleza" tanto como los trastornos alimenticios y sus causas, además de explicar las diferentes actividades que se presentan en los libros de actividades tanto para niñas como para adolescentes. Finalmente, tras explicar cada actividad se habla sobre como cada una de estas contribuye a elevar el autoestima tanto de las niñas y las adolescentes.

Capítulo 4

Campaña por la verdadera belleza

Target:

Niñas de 5 a 10 años
Nivel socio-económico medio-medio alto

Canales para llegar a el: Mediante modelos a seguir que estas tienen, como padres y profesores.

¿Cómo pueden ayudar a crear el cambio?

Ya que las niñas son las futuras generaciones, es importante que se empiece a realizar un cambio desde una temprana edad, para que con el tiempo ellas sean las que decidan sobre sus cuerpos y se sientan satisfechas con estos.

Descripción:

El propósito de la campaña es el de fomentar los cánones de belleza saludables para las futuras generaciones y crear una nueva belleza, la cual no se enfoque en la delgadez extrema, sino en los cuerpos reales y saludables que poseen las mujeres. Enfocándonos en niñas de 5 a 10 años y adolescentes de 13 años en adelante de clase social media-media alta. El objetivo es el de elevar el autoestima de ellas mediante la creación de libros de actividades, tanto para niñas como para adolescentes. Por otra parte, se realiza un libro de la historia de la belleza, el cual explica como han ido cambiando los cánones a lo largo de la historia con el fin de cuestionarlos, y demostrar que la belleza es algo cambiante y subjetivo.

Esta campaña empieza en los colegios, donde se les entregará los libros para el autoestima tanto a las niñas, como a las adolescentes. Junto con un libro de información para padres y docentes con el fin de que estos les infundan conocimientos sobre los trastornos alimenticios (los cuales son las principales consecuencias de la presión por alcanzar el cuerpo "perfecto") y la manera adecuada de utilizar los libros. Las etapas de la campaña son las siguientes:

Target:

Adolescentes de 13 años en adelante
Nivel socio-económico medio-medio alto

Canales para llegar a el:

Mediante las influencias de las redes sociales, ya que son el principal medio por el cual estas se mueven.

¿Cómo pueden ayudar a crear el cambio?

Mediante la viralidad de las redes sociales, ya que si el tema se vuelve una tendencia, las adolescentes serán las principales voceras de la campaña.

1. Exposición:

Durante esta etapa se expone al target a la problemática mediante posters que reflejen la inconformidad de las mujeres hacia sus cuerpos. Los posters son compuestos por íconos de belleza como Cleopatra, Marilyn Monroe, Twiggy, entre otras; las cuales aunque sean admiradas por el resto y sirvan como modelo a seguir, al mismo tiempo desean verse diferentes. Por otra parte, se creará una página en Facebook, la cual hable de la problemática e informe al target sobre los cánones de belleza y los trastornos alimenticios.



2. Informativa:

Durante esta etapa del proceso se trata de dar a conocer sobre la problemática al espectador mediante un libro con ilustraciones e infografías que traten el tema de la historia de la belleza clasificado en 6 periodos importantes tales como la Edad Media, el Renacimiento, el Barroco, y los

siglos XIX, XX y XXI, con el fin de que el receptor, en este caso las mujeres, entiendan con profundidad la problemática y comprendan que no existe una verdad absoluta en cuanto a la belleza. Junto con explicaciones de las causas, como los medios de comunicación, los roles de género, y las influencias que sufrimos por parte de los que nos rodean, y los principales efectos, los cuales son los trastornos alimenticios.

3. Compromiso:

Para esta etapa de la campaña se invita a las personas a que nos sigan en la página del Facebook con el fin de mantenerse informados constantemente sobre el tema. Por otra parte, se realizan charlas para explicar la problemática, además de regalar los libros tanto a las adolescentes como a las niñas. Por otra parte, a las niñas se les regalará muñecas de papel para que se las lleven a casa y las puedan vestir.



4. Influencia:

El target debe haber aceptado con el compromiso y formar parte de la campaña, además de sentirse asociado con la marca mediante una idea similar a la del "Ice Bucket Challenge". En la cual se nombra a contactos y amigos a subir una foto sin maquillaje y denominarla como "Verdadera Belleza". Mediante esta etapa el target empieza a crear conciencia sobre esta problemática y a volverlo algo viral mediante el uso de las redes sociales.



5. Acción:

Por otra parte, en esta parte de la campaña salen al mercado tanto los libros de actividades para el autoestima como las guías para padres y profesores. Con el fin de que las niñas, adolescentes, padres y profesoras pongan en marcha el proyecto y empiecen a actuar con el fin de crear un cambio.

Capítulo 5

Conclusión

En conclusión, pienso que al unir dos conceptos amplios como el "Tiempo" y la "Belleza", pude determinar que si algo tuviesen en común sería que ambos son subjetivos. En cuanto al tiempo, este tiene un significado diferente y puede ser visto desde diversas ramas, tanto la psicología, como la filosofía y la sociología. Se lo puede denominar como "un ciclo de un antes y un después", o como un conjunto de "ahoras". Además de que al hablar de la duración de este, según la teoría de "tiempo-emoción", este es una ilusión; ya que si estamos pasando bien el tiempo pasa mucho más rápido que si estamos pasando mal. Por otra parte, el tiempo también es capaz de causar una influencia entre las relaciones de los seres humanos, ya que tras la creación del calendario hemos podido registrar eventos importantes y calcular fechas para futuros acontecimientos. Finalmente, el tiempo también tiene un impacto en el desarrollo de los seres humanos; ya que como pudimos ver anteriormente, nuestro ciclo de vida es dividido en 7 etapas. Desde el período prenatal hasta la vejez; todas estas con diversos cambios tanto físicos como emocionales.

En cuanto a la belleza, existen dos planeamientos que definen a esta, el "Objetivista", que indica que la belleza es perteneciente al objeto al cual se le atribuye esta cualidad. Y "Subjetivista", la cual menciona que la belleza es propia del sujeto que considera que algo es bello. Además, existen otras perspectivas sobre la belleza, como la de Aristóteles. Quien indica que la belleza se relaciona con la armonía de las partes con el todo o la que explica que la belleza es capaz de conmover al espíritu y llevarlo a un "catarsis" emocional, espiritual, mental o corporal. Además, una vez explicado el concepto de belleza y los diversos cánones de este que han existido a lo largo de la historia, se pudo demostrar que lo que las sociedades consideran "bello" depende de la época,

la cultura, los roles de género y los medios de comunicación. Pero lo más preocupante es que los seres humanos consideramos que estos "cánones" son una regla absoluta. Por otra parte, se demuestra que la problemática a la que ataco es real y podría causar terribles consecuencias al explicar como los trastornos alimenticios actúan de manera tan agresiva para la víctima. Y que las personas que ya hayan tenido un trastorno alimenticio en algún punto de sus vidas son sumamente propensas a recaer en cualquier momento.

Una vez entendida la problemática se explicó sobre la posible solución. Para esto se explica sobre el autoestima y el autoconcepto; y como estos son dos conceptos que podríamos moldear a nuestro favor con el fin de detener la incidencia de trastornos alimenticios dentro de nuestra sociedad. Para esto se propuso el crear dos libros de actividades, uno para niñas y el otro para adolescentes; pero antes de esto es importante saber de qué manera aprenden nuestros dos targets para poder acercarnos a estos de la mejor manera posible y poder elevar su autoestima. Tras haber entendido la teoría del psicólogo Piaget, pudimos determinar que la edad mínima en la cual se utilizaría el kit es a partir de los 5 años, ya que a partir de esta edad los niños ya son capaces de prestar atención y recordar sucesos importantes en sus vidas con mayor facilidad. Por otra parte, tras esta pequeña investigación, se pudo concluir que las actividades para este grupo de edad debían ser cortas y utilizar la imaginación y el juego ya que es la mejor manera de transmitir un mensaje a un niño y que este lo capte y recuerde por un mayor lapso de tiempo. Por otra parte, tras la investigación también se pudo concluir que se podían realizar actividades que requieran más tiempo, y que más que nada aprendan a reconocer sus aspectos positivos y negativos con el fin de mejorarlos y con esto, mejorar su

autoestima. Además, las actividades ya no tienen necesidad de ser lúdicas, sino absolutamente prácticas; ya que a partir de la adolescencia las personas dejan a un lado la necesidad de jugar para aprender.

En cuanto a las preguntas de investigación se pudieron responder a estas preguntas a lo largo de la monografía y proceso de diseño. Ya que determinamos cosas como qué sienten las mujeres en cuanto a la belleza en la investigación cualitativa, determinamos qué tan perjudiciales son los ideales de belleza al investigar sobre los trastornos alimenticios y cómo estos perjudican tanto a la persona que sufre esta enfermedad como a su familia. Además, pudimos cuestionar los cánones de belleza a partir de la exposición de estos y la creación de la campaña; sin embargo, pienso que dentro de nuestra sociedad los cánones de belleza son sumamente marcados, por lo que para destruir estos ideales se debería realizar un proyecto prolongado y masivo. Por otra parte, pudimos estudiar de qué manera los medios de comunicación infunden estos ideales, ya que los medios tienen a utilizar nuestra vulnerabilidad para llegar a nosotros y transmitimos todo tipo de mensajes, además de que actualmente se utilizan muchas herramientas digitales como el photoshop para manipular las imágenes de las personas que aparecen en los medios para arreglar sus "imperfecciones", lo cual desdibuja la línea entre la realidad y la ficción. En cuanto a la pregunta sobre si es posible utilizar el diseño y la comunicación como una herramienta capaz de transmitir los objetivos de una campaña social, pienso que tras 4 años de experiencia la respuesta es "sí", ya que como seres humanos tendemos a recordar y elegir productos que visualmente se vean mejores o nos creen un impacto al verlos, por lo que se tomó muy en cuenta este aspecto para realizar la línea de productos "Ananay".

Por otra parte, pienso que los objetivos que me propuse como parte del proyecto fueron sumamente realistas, pero ya que la campaña social no se implementó de manera real no los pude alcanzar. Aunque si lanzaría esta campaña creo que se cumplirían la mayoría, porque al leer el libro de la "Historia de la Belleza", el público podría informarse sobre los diversos cánones de belleza y llegaría a cuestionarlos, mientras que al leer la segunda parte sobre los trastornos alimenticios podría crear conciencia sobre los daños físicos y psicológicos que surgen a partir de los cánones de belleza. Además, al hacer que tanto las niñas como adolescentes dentro de los colegios que se clasifiquen como clase media-media alta, podría cumplir con el tercer objetivo, el cual es el de elevar el autoestima de las mujeres; ya que estas actividades fueron diseñadas para hacer que el target se sienta especial y sepa que todas las que le rodean son especiales dentro de un grupo determinado de personas. Y finalmente, el último objetivo es el de crear una campaña con acción comunicativa exitosa, el cual se únicamente se podría cumplir al lanzar la campaña y volvernos un movimiento viral.

Además, tras las investigaciones tanto cualitativas como cuantitativas pude darme cuenta de que la problemática a la cual me estaba dirigiendo era real y muchas personas podían percibirla. Dentro de la investigación cuantitativa, los encuestados pudieron responder cosas como que la belleza es algo subjetivo, que los cánones de belleza son impuestos por la cultura de cada país, que una mujer con curvas representa una mujer atractiva, y que la mayoría cambiaría algo de su cuerpo. Por lo que pude ver con mis propios ojos de que las personas estamos conscientes de que existen normas sobre cómo deberíamos vernos tanto los hombres como las mujeres, sin embargo siempre nos sentiremos inseguros de

algo en nuestros cuerpos y muchos de nosotros recurriríamos a la cirugía plástica para arreglar este defecto. Por otra parte, la pregunta que más me impresionó de la investigación cualitativa fue el hecho de que de los 98 encuestados, el 100% respondió que saben que los cánones de belleza pueden dar paso a los trastornos alimenticios, por lo que pienso que aunque las personas estemos conscientes de que el no estar conforme con nuestros cuerpos es algo sumamente perjudicial, se nos ha hecho algo totalmente inevitable. En cuanto a la investigación cualitativa, tuve la suerte de poder conversar con alguien que ya había tenido un trastorno alimenticio y entender que el preocuparse diariamente por como nos vemos y preocuparnos día a día por vernos más flacas puede convertirse en una enfermedad. Además de que en su opinión, piensa que los medios de comunicación son los culpables de que nosotros idolatremos tanto a ciertas personas y queramos ser como ellas sin importar el precio. Por otra parte la segunda entrevistada habló sobre cómo el que ella haya sido gorda de chiquita y que sus amigos la molesten le hizo cambiar como persona y ponerse de meta el ser delgada para sentirse más segura de sí misma. Sin embargo, Estefanía también está de acuerdo con que la manera en la cual se pueden reducir los trastornos alimenticios es mediante una campaña que se vuelva viral, lo cual me ayudó bastante a saber de qué manera comunicar mi mensaje. Durante la tercera entrevista, Sofía, quien apenas tiene 5 años, es capaz de reconocer algunos de los aspectos que predominan en nuestro actual ideal de belleza, como es el caso de pelo largo o el maquillaje. Sin embargo, aún no es capaz de relacionar a la delgadez con la belleza. Finalmente, durante la última entrevista pude darme cuenta de que actualmente la adolescencia es una etapa crucial, ya que durante estos años las adolescentes empiezan a realizar dietas y a preocuparse demasiado por su imagen corporal, por lo que los trastornos alimenticios

tienden a atacar durante esta etapa del desarrollo.

Como reflexión, estoy satisfecha con mi producto en general; ya que mediante su proceso me di cuenta de que el tema que traté es de suma importancia hoy en día ya que han surgido enfermedades a partir de estos ideales, las cuales hacen que se vuelva en un problema masivo que podría causar la muerte de muchas mujeres, por lo que me encantaría poder aportar a que se cambie la visión de las mujeres con respecto a sus cuerpos y que la sociedad en sí deje de fomentarlos. Por otra parte, pienso que la manera en la que abordé el tema es interesante ya que la información que utilicé es sumamente extensa como para utilizarla en un libro de texto, sino que al usarla en infografías se facilita la lectura y se hace mucho más interesante. Además, mediante los libros de actividades siento que puedo transmitir de mejor manera mi mensaje, ya que como pude ver durante la etapa de investigación, el juego es una herramienta muy útil para lograr que la gente capte y recuerde un mensaje. Finalmente, para cualquiera que siga hablando de mi tema le recomiendo acercarse a más mujeres para tener una mayor perspectiva de la problemática, ya que sería muy interesante realizar una campaña verdadera que promueva la belleza de verdad.

Referencias y Fuentes de Recomendación

- Berger "Psicología del desarrollo" (2009), Editorial Medica Panamericana, Madrid
- Brooks Gunn y Warren (1985), citado en Thompson (1996), Body Image, Eating disorders and obesity, American psychological association, Washington
- Diario El Hoy "Anorexia, el mal de los jóvenes" (2011), Investigado el 19 de Febrero, 2014 de: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/anorexia-el-mal-de-los-muy-jovenes-451435.html>
- Ferres, Joan (1996) Televisión subliminal, retribuido el 19 de Febrero, 2014
- Freedman (1986), citado en Thompson (1996), Body Image, Eating disorders and obesity, American psychological association, Washington
- Generalitat Valenciana, (S.F), Autoestima, Consultado el 6 de Octubre, 2014 de: <http://www.cece.gva.es/orientados/profesorado/descargas/autoestima.pdf>
- Gómez, Sara (2012), 10 Dinámicas para trabajar el autoestima (Internet), Consultado el 6 de Octubre, 2014 de: <http://www.buscaremplo.es/formacion/10-dinamicas-para-trabajar-la-autoestima.html>
- Gutiérrez (S.F), La evolución del ideal de belleza femenino a la largo de la Historia del Arte, Consultado el 17 de Febrero, 2014 en: <http://albagutierrez.wordpress.com/la-evolucion-del-ideal-de-belleza-femenino-a-lo-largo-de-la-historia-del-arte/>
- Grodin, Simon "Psychology of time" (2008), Emerald Group Publishing Limited, United Kingdom
- Jean-Francois Lyotard "The Inhuman", (1991) Polity Press, Cambridge
- MSSI (2014), Taller de adolescentes: 1era parte "Yo valgo la pena" (Internet), Consultado el 6 de Octubre, 2014 de: https://www.mssi.gob.es/ciudadanos/prroteccionSalud/adolescencia/docs/Ado5_1.pdf
- Myers (2004), Psicología, Editorial médica Panamericana, Madrid
- Papalia Diane, Olds Sally y Feldman Ruth (2010), Desarrollo Humano, Editorial Mc

Referencias y Fuentes de Recomendación

Romero, Jorge (2013), ¿Qué es la belleza?, Consultado el 17 de Febrero, 2014 de: <http://filosofia.about.com/od/La-Estetica/a/que-Es-La-Belleza.htm>

S.A, (2014), Jean Piaget (Internet), Consultado el 6 de Octubre, del 2014 de: http://es.wikipedia.org/wiki/Jean_Piaget

S.A (2013), El arte de Educar (Internet), Consultado el 6 de Octubre, 2014 de: <http://blogelartedeeducar.blogspot.com/2013/09/actividades-y-cuentos-para-desarrollar.html>

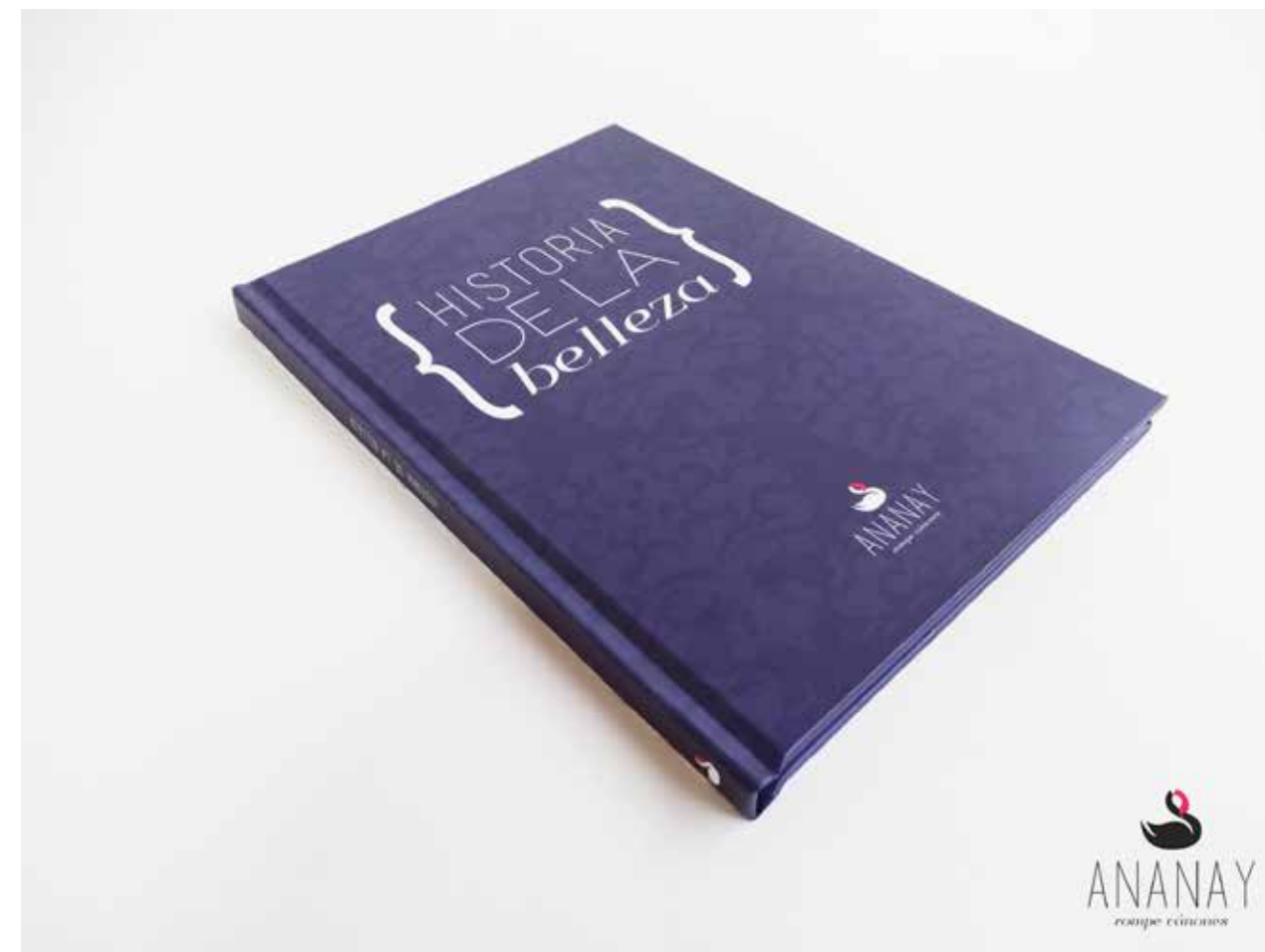
Serrano (1998), La educación para la salud del siglo XXI, Consultado el 17 de Febrero, 2014 de: <http://books.google.com.ec/books?id=VxHx8drjx-OUC&pg=PA185&dq=medios+de+comunicaci%C3%B3n+e+ideales+de+belleza&hl=es&sa=X&ei=ILUCU9rqGOjMsQsd2oAQ&ved=0CDQQ6AEwAg#v=onepage&q=medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20e%20ideales%20de%20belleza&f=false>

Sheehan (2013), Actividades sobre la autoestima para adolescentes (Internet), Consultado el 6 de Octubre, 2014 de: http://www.ehowenespanol.com/actividades-autoestima-adolescentes-info_459147/

Shiavello, Gabriela (S.F), Del pensamiento preoperatorio al pensamiento operatorio concreto, (Internet), Consultado el 6 de Octubre del 2014 de: <http://www.psicogenetica.com.ar/delpensamientopreoperatorioalasoperacionesconcretas.pdf>

Silvestri, Paolo (2009) Leonardo o el genio universal (libro digital), consultado el 19 de Febrero, 2014 de: http://books.google.com.ec/books?id=IXzpbs4m7Kw-C&dq=hombre+de+vitruvio&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Sylvie Droit-Volet y Sandrine Gil "The Time-Emotion Paradox" (2009), The Royal Society
Tiemersma, D y Oosterling, H.A.F "Time and Temporality in Intercultural Perspective", 1996, Amsterdam



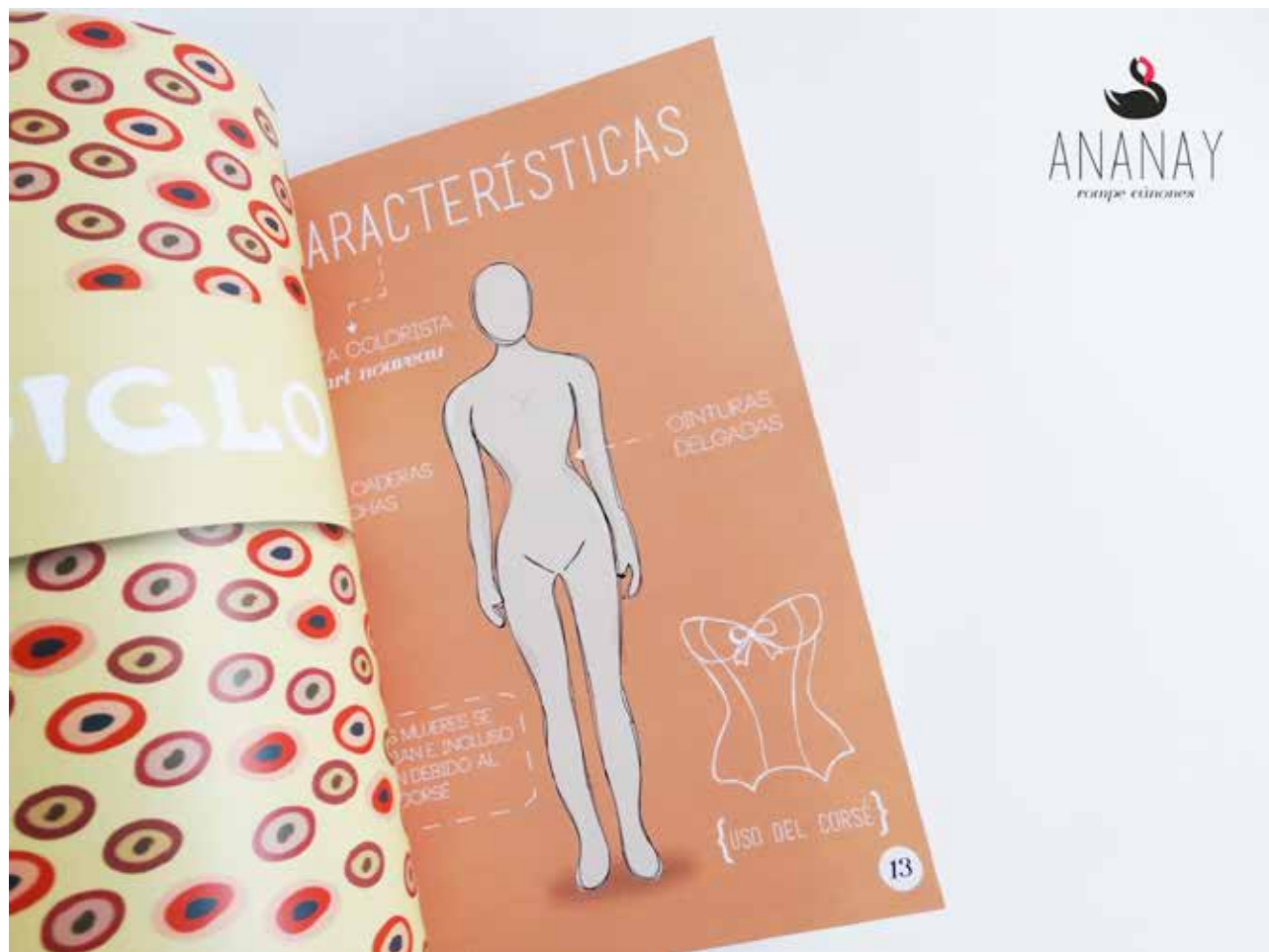
Fotos Comerciales
Libro "Historia de la Belleza"



Fotos Comerciales
Libro "Historia de la Belleza"



Fotos Comerciales
Libro "Historia de la Belleza"



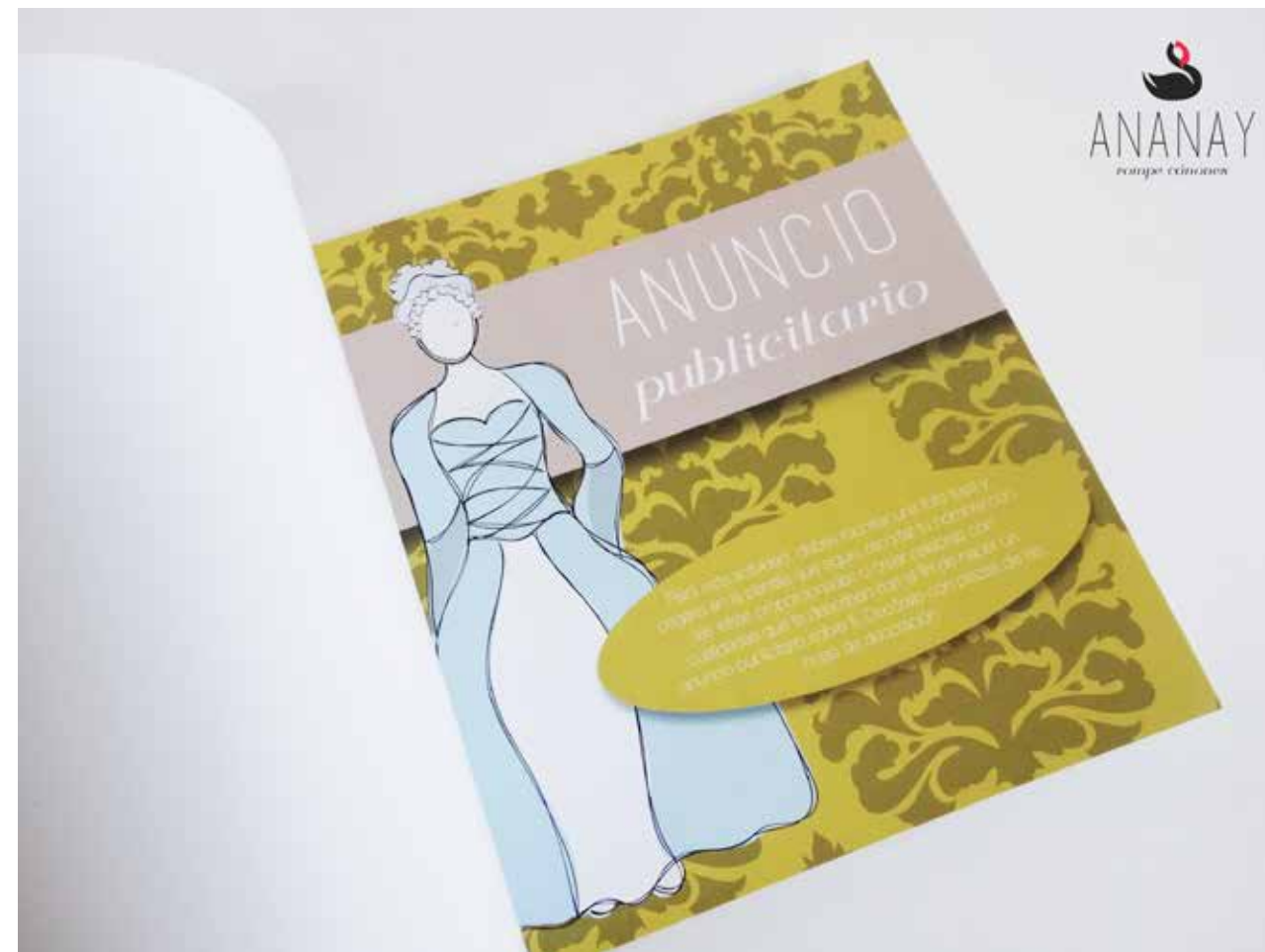
Fotos Comerciales
Libro "Historia de la Belleza"



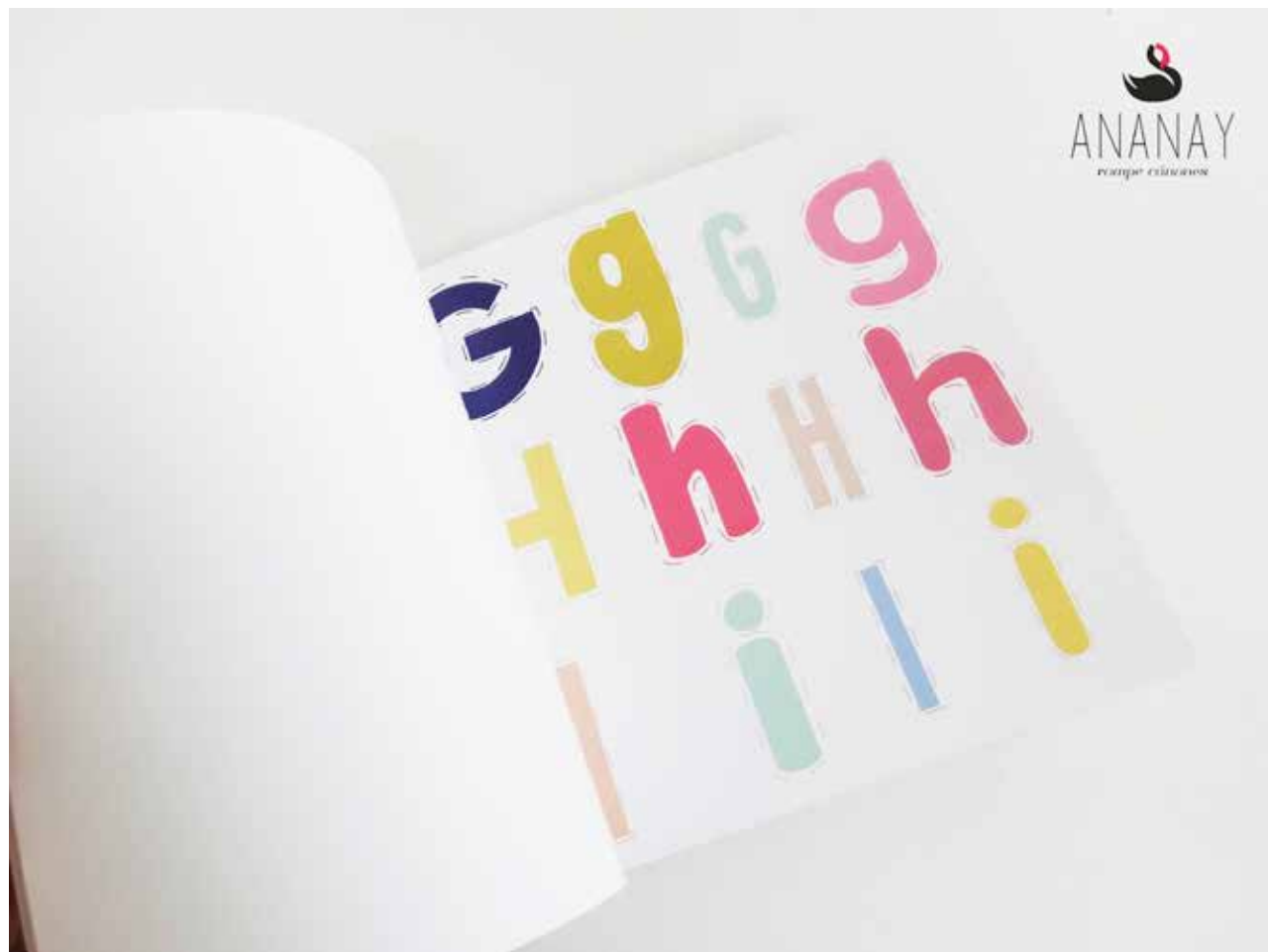
Fotos Comerciales
Libro "Historia de la Belleza"



Fotos Comerciales
Libro "Ejercicios para la autoestima"
Adolescentes



Fotos Comerciales
Libro "Ejercicios para la autoestima"
Adolescentes



Fotos Comerciales
Libro "Ejercicios para la autoestima"
Adolescentes



Fotos Comerciales
Libro "Ejercicios para la autoestima"
Niñas



Fotos Comerciales
Libro "Ejercicios para la autoestima"
Niñas



Fotos Comerciales
Libro "Ejercicios para la autoestima"
Niñas



Fotos Comerciales
Libro "Ejercicios para la autoestima"
Niñas



Fotos Comerciales
Libro "Ejercicios para la autoestima"
Niñas



Fotos Comerciales
Libro "Manual para padres y profesores"



Fotos Comerciales
Libro "Manual para padres y profesores"



Fotos Comerciales
Libro "Manual para padres y profesores"



Fotos Comerciales
Colección



Fotos Comerciales
Colección



ANANAY
rompe cánones