

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**YANUA: Conceptos de belleza en
la sociedad y aplicaciones de diseño**

Alejandra Aguirre Peralta

Cristian Mogrovejo, M.F.A., Director de Tesis

Proyecto de Titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciado en Diseño Comunicacional

Quito, mayo de 2014

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACION
DE PROYECTO DE TITULACIÓN

**YANUA: Conceptos de belleza en
la sociedad y aplicaciones de diseño**

Cristian Mogrovejo, M.F.A.

Asesor del Proyecto de Titulación

Hugo Burgos, Ph.D.

Decano del Colegio de Comunicación y

Artes Contemporáneas

Quito, mayo de 2014

© Derechos de Autor

Por medio del presente documento 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 digitalización 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: Alejandra Aguirre Peralta

C. I.: 100231806-9

Fecha: Quito, mayo de 2014

Ficha Técnica

Título del proyecto: Yanua

Tema del proyecto: Reflexiones sobre conceptos de Belleza en la Sociedad y Aplicaciones de Diseño.

Autor: Alejandra Aguirre Peralta

Asesor del proyecto: Cristian Mogrovejo, M.A.

Ciudad: Quito

Fecha: Mayo 2014

Número de páginas: 48 (modelo diagramado e impreso)

Resumen o sinopsis: Este trabajo analiza la asociación de los juguetes con la generación de creencias sobre la imagen corporal en los niños y niñas.

La cultura mediante el juego transmite valores y normas de conducta, por lo que es importante analizar de que manera una inadecuada percepción de belleza, puede desarrollar problemas emocionales y físicos a largo y corto plazo.

Palabras clave separadas con comas: cuerpo, estereotipos, imagen corporal, belleza, diseño.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

El Fenómeno (Problemática)	7
Justificación	7
Objetivos	7
Estado del Arte	7
Marco Teórico	8
Metodología	14

INVESTIGACIÓN

Desarrollo	
Investigación Cualitativa	14
Desarrollo de entrevista	15

PROCESO DE DISEÑO

Proceso de Diseño	18
Solución de Diseño	19
Objeto	19
Objetivos de Diseño	19
Producto Final	37
Proceso de Implementación	40

CONCLUSIÓN

Reflexión	45
Referencias y Fuentes recomendadas de información	46

INTRODUCCIÓN

Este trabajo analiza los estereotipos de belleza que se han operado sobre la imagen corporal en la cultura contemporánea, además se plantea la controversia social del cuerpo en medio de los constantes cambios entorno a las concepciones de la imagen física, y las implicaciones negativas que esto genera en los niños y niñas.



Tema de investigación: El Cuerpo

Problemática:

Conceptos de belleza planteados en la Sociedad Ecuatoriana y estereotipos de imagen corporal.

Fenómeno

El cuerpo se ha convertido en el protagonista de las relaciones sociales y culturales, lo que genera que, principalmente los jóvenes al ser más vulnerables y estar en un proceso de descubrimiento de su identidad, se vean comprometidos con estereotipos de belleza corporal, exigiéndoles prácticas para moldear su cuerpo como las dietas o el ejercicio excesivo, poniendo en riesgo su salud mental y física.

Justificación

La percepción corporal y la construcción de la imagen del cuerpo, son temas complejos porque se adaptan a la sociedad, que desde siempre ha creado estereotipos entorno a la belleza. En la actualidad el tener una buena imagen se ha convertido en una exigencia social.

Los cánones de belleza tienen cada día mayor espacio, y nos muestran que si una persona quiere sentirse satisfecha y feliz, debe adoptar rasgos corporales y moldearlos hasta que respondan a los estándares de la sociedad; entonces, ¿Qué pasa con los niños que están bajo la influencia de estereotipos? ¿Existe una distorsión de su propia imagen corporal? ¿Qué percepción tienen los niños de su propio cuerpo y el de los demás?. Estas son algunas de las preguntas que quiero despejar con este estudio.

A nivel personal, esta investigación cobra importancia por dos motivos: El primero, por haber sido objeto de bullying en la escuela generado por el sobrepeso que viví en esa etapa, y la segunda razón es que mediante esta investigación auto-descubro mi propio cuerpo y pongo de lado las concepciones de belleza en las que me he sentido inmersa.

Objetivo

Investigar los estereotipos de belleza establecidos, conocer su impacto y consecuencias en los niños y niñas.

Estado de Arte

Se han realizado numerosas investigaciones relacionadas con el tema propuesto, que han servido como referencia para el desarrollo de mi proyecto.

José Carlos Aguado en su libro “Cuerpo Humano e Imagen Corporal“, nos conduce por la historia del cuerpo y la antropología del alma, el cual está sujeto a un proceso de identidad y configuración. El autor, destaca el reconocimiento de lo orgánico, lo psíquico y lo cultural, como un todo inseparable.

“Concibo al cuerpo humano como un organismo vivo constituido por una estructura físico-simbólica, que es capaz de producir y reproducir significados. Este proceso de producción de sentido implica un interacción continua del sujeto con otros cuerpo dentro de un tiempo- espacio determinado (Aguado, 2004).

Alma Carillo Hernández en su escrito “La imagen corporal femenina: una perspectiva sociológica”, presenta el estudio del cuerpo desde un enfoque colectivo, en donde se plantea el comportamiento de los individuos ante modelos establecidos.

“Retomando la idea de que el cuerpo es el estuche de valores y símbolos culturales de una sociedad en determinado tiempo y espacio, puedo decir que el cuerpo prehispanico como tal no existía, ya que era concebido como un elemento más de la naturaleza, por ejemplo: la diferencia sexual entre los mesoamericanos comprendía la polaridad de caliente y frío, asignándole al hombre lo “caliente” y a la mujer lo “frío” que corresponde con el lugar asignado para lo femenino en el cosmos”. (Hernández Alma).

Eva Ubón Ladrero (2005) en su libro “En torno al vestido y al cuerpo: moda y aceptación social. Años noventa y años dos mil”, explica las causas de los trastornos alimenticios, y su directa relación con la moda.

“Podemos afirmar, que no es la moda en sí la que origina los trastornos alimentarios, sino, todo el universo que gira alrededor de ésta (publicidad, acontecimientos sociales, entorno laboral, intereses económicos...) y el seguimiento consciente e inconsciente que se hace de la misma con la principal finalidad de ser aceptados socialmente” (Ladrero, 2005).

De igual forma, María Dolores Marrodán, en el año 2008 realizó una investigación llamada “Realidad, percepción y atractivo de la imagen corporal: condicionantes biológicos y socioculturales” en ella se analiza la autopercepción; la conformidad con la imagen corporal y la prevalencia de trastornos alimenticios.

En este trabajo, se evalúa la imagen en un grupo de jóvenes españoles y argentinos, y se establece la asociación entre las alteraciones de la percepción de la figura y el nivel de riesgo de TCA cuantificado mediante un test psicométrico (Marrodán, 2008).

Marco Teórico

Para poder entender de manera más completa conceptos tales como: belleza, estética, e imaginarios corporales, es preciso conocer el concepto del cuerpo y su significado en el tiempo.

A través del tiempo el cuerpo ha adquirido distintos significados y construcciones, por ejemplo: en la Edad Media se lo relacionaba con Dios, la idea de que el ser humano se originó de la naturaleza se descarta; se enfatiza la concepción del cuerpo como creación de lo divino (Bosh Magdalena, 2004).

Abordando filosóficamente este concepto, Platón antiguo filósofo griego estableció muchas perspectivas acerca del cuerpo y el alma; su pensamiento se originó por el cambio reiterado que ocurre en la naturaleza, “nada sensible permanece, sino que todo cambia, “¡Hasta el pequeño átomo sufre alteraciones en su composición!.” En respuesta a esta concepción Platón declara que las cosas poseen por ellas mismas cierto ser permanente, que no es relativo ni depende de nosotros, este ser permanente no

puede ser percibido por los sentidos, es aquello que se mantiene siempre igual, es lo que permite que un objeto siga siendo lo que ha sido, en otras palabras la esencia (Bosh Magdalena, 2004). Para Platón el cuerpo representaba la cárcel del alma, la cual no le permitía al hombre ser completamente “puro” debido a las tendencias que nacen del cuerpo, las que le llevaban a ensuciarse, dificultando así el desarrollo de la espiritualidad del alma (Bosh, 2004). Esta unión de cuerpo y alma produce que la segunda esté sumida en corrupción, y que el cuerpo represente un obstáculo debido a la necesidad que tenemos de alimentarlo, por el cuidado que requiere, por las enfermedades, deseos, temores, limitándonos para alcanzar la verdad (Bosh, 2004).

Posteriormente esta concepción es transformada por Aristóteles, quien concibe al ser humano mediante su teoría de la sustancia; es decir, que no pueden existir formas separadas, estando el hombre compuesto por el cuerpo que es la materia y la forma que es el alma. Coincide con Platón al decir que el hombre está compuesto por alma y cuerpo; pero se separa de la teoría de las ideas al no concebir este pensamiento como accidental, sino como sustancial. Con esto se entiende que el hombre está ligado al cuerpo después de su muerte al no ser posible que la sustancia y la materia actúen por separado (Aguado, 2004).

En el Renacimiento, donde aparentemente se deja de lado las concepciones divinas o trascendentales, Marsilio Ficino extrae de El Banquete una conclusión singular: “Hay una perfección interior y otra exterior. A la interior la llamamos: bondad, a la exterior: belleza”, esta reflexión describe por un lado la diferencia entre dos tipos de perfección, una interna y otra externa, siendo la interna del alma y la externa del cuerpo.

Por otra parte, en el Renacimiento ya no se desacredita la validez del cuerpo; más bien se lo incorpora a la perfección de un sujeto (De Amore, Comentario a El Banquete de Platón).

“El cuerpo en el período del Renacimiento sufre cambios, dando paso a lo que actualmente conocemos como “cuerpo moderno”; estos cambios en la concepción del cuerpo producen implicaciones en la ciencia, la arquitectura y la artesanía, sin embargo, este pensamiento conservaba fundamentación religiosa ya que lo corporal era entendido como perfecto por ser creación divina, pero se diferenciaba del cuerpo del mundo medieval en que el ser humano podía alcanzarlo”. (Negishi Analía, 2009).

El Renacimiento fue un movimiento cultural de los siglos XV y XVI iniciado en Italia y propagado por toda Europa, el cual dió nombre a un período de la civilización occidental, caracterizado por la vuelta a la antigüedad clásica como reacción contra la mentalidad teológica medieval (Negishi, 2009).

En cuanto a las características generales de dicho período, podemos citar la desvinculación del arte del monopolio cultural de la iglesia. Por otra parte, el arte se inspira en el legado artístico grecorromano de “renacer” y las obras toman como referencia al ser humano. El cánón de belleza se ajusta a la imagen humana (Negishi Analía, 2009).

La individualización que se ejerce en el Renacimiento, se presentó en el arte, por lo que apareció la firma en las pinturas. Respecto a esto Hauser afirma: “Lo que es fundamentalmente nuevo en la concepción artística del

Renacimiento es el descubrimiento de la idea del genio, es decir, de que la obra de arte es la creación de la personalidad autónoma, y que esta personalidad está por encima de la tradición, las doctrinas y las reglas, e incluso de la obra misma”, Esta visión aislada del entorno, permite que el individuo elabore una imagen reconocible de sí mismo (Hauser, 1988).

Mientras que, la anatomía con fines educativos se desarrolla en esta época, permitiendo a la ciencia dar un paso para obtener información del cuerpo a nivel de una realidad autónoma. Una de las personas que realizó importantes descubrimientos en este campo fue Vesalio mediante su escrito “Fábrica del cuerpo humano, en donde ilustra la idea del cuerpo como un órgano atomizado.

Al principio, estas prácticas eran prohibidas por la Iglesia y la sociedad, pero el auge científico basado en la razón y observación, permitió que estos experimentos continuaran, lo que llevó a los médicos a determinar cuales debían ser las proporciones indicadas para ser estéticamente bellos o proporcionados, postulando así la idea de un cuerpo exquisito (Hauser, 1988). Con el propósito de presentarse como un individuo, el cuerpo simboliza una frontera de distinción entre un hombre y otro, al mismo tiempo que genera un olvido por la visión teológica que en la Edad Media dominaba a la Iglesia (Negishi, 2009).

Posteriormente, la posmodernidad, se caracteriza por una concepción del mundo basada en la razón. El conocimiento del hombre ya no se relaciona con lo divino, sino con la observación, este pensamiento genera un cambio en el papel del individuo, ya que al surgir el conocimiento científico el ser humano pudo comprender los procesos naturales que lo rodean, permitiendo que se involucre en ellos.

En la actualidad, el ser humano toma una postura diferente, levantando una base de ajuste dirigida a los referentes de perfección, ideas que se relacionan con aspectos económicos, políticos y sociales (Negishi, 2009). Sin embargo, esta oscilación de ideas no representaron una regla mecánica a lo largo de la historia, ya que en una misma época, pueden existir y encontrarse varios puntos de vista que construyen una visión dramática de la propia percepción corporal (Bernard, 1985).

Es claro que el movimiento cultural contemporáneo, y los avances en la medicina, ponen énfasis en el modelo de cuerpo “sano”, en la simetría, la salud e higiene, junto a estas estrategias estéticas, también se encuentran modelos publicitarios que crean estereotipos referente a aspectos culturales (Carillo, 2011).

“El cuerpo es cuidado y entretenido como una máquina para conservar su vitalidad. El amplio tiempo libre del que disponen las personas amplifica tanto sus ocupaciones egocéntricas en cuanto a su cuerpo como sus preocupaciones relativas a su equilibrio mental. Hay que practicar deportes según la marca, la moda del momento: golf, tenis, jogging, stretching, spinning, pilates, etc., ya que el entretenimiento del cuerpo tiene sus códigos valorizados socialmente” (Lutz y Bruno, 2006).

La construcción de la belleza está impuesta por la sociedad en la que habitamos, y cambia según la cultura y el tiempo. Las cirugías plásticas, las dietas, el deporte, todas son prácticas que nos conducen a vernos más jóvenes, delgados, mejor proporcionados, y describen conductas sociales en donde los valores y las relaciones sociales están determinadas por el aspecto físico (Carillo, 2011).

En estos días llegamos a una construcción del cuerpo que tiene una relación simbólica con la sociedad en la cual se encuentra. El problema que presenta esta imagen corporal exaltada es que no todos pueden cumplir con las exigencias establecidas, provocando en hombres y mujeres un sentimiento de insatisfacción con su imagen (Ayora y Steffan, 2007).

“El cuerpo expone una paradoja fundamental: por una parte, el metabolismo, los genes, la psicología (determinada por los genes), es decir, su materialidad última determina el destino de su forma. Por otra parte, la voluntad, el poder de decisión, el autocontrol y el dinamismo de la actividad física y el propósito moral pueden transformarlo, si el individuo así lo decide” (Ayora y Steffan, 2007).

La imagen corporal es la manera como nos vemos y nos imaginamos a nosotros mismos, pero este proceso está en constante cambio, ya que esta percepción varía según su entorno.

Las relaciones fundamentales formadoras del sujeto como la familia, o la crianza, determinan el significado del cuerpo que se le da a un sujeto (Aguado, 2004).

El desarrollo de un individuo dentro de una cultura particular se ve “sujeto” al “modelaje” propio de los estilos y formas de relación que el grupo reproduce, así como al sentido global que le asigna a dichas relaciones (Aguado, 2004).

La visión de nosotros mismos se edifica a partir de un proceso en el que se plasman en el cuerpo experiencias, que generan la sensación, la percepción, su afectividad y su proceso cognitivo; es decir, su corporalidad.

En esta concepción los procesos culturales son siempre inclusivos de los procesos físico-orgánico-biológicos y psicológicos (Aguado, 2004). En cada cultura existen determinadas prácticas destinadas a moldear sujetos para que sean parte de un grupo.

Este proceso se inicia en la infancia, etapa en la que los niños están sujetos a la maleabilidad de sus padres, o de las personas a su cargo.

Las situaciones a las que el niño o niña se ven expuestos en esta edad, representan las actitudes, gestos, contactos y distancia con otras personas. La repetición permite al sujeto identificar señales que se traducen como símbolos (Aguado, 2004).

Es evidente que el marketing se ha posesionado en la mente de los consumidores estableciendo parámetros de belleza a seguir.

La aparición de prejuicios como consecuencia de un proceso de aprendizaje social, se da bajo la influencia de determinadas atribuciones sociales a las que los niños y niñas son sometidos durante los primeros años de vida (Allport, 1954).

Solbes Canales (2010) citando a Abound habla sobre los modelos de estados en el desarrollo del prejuicio en la niñez, los cuales abarcan la primera infancia hasta los 5 años, dominado por procesos perceptivos y afectivos, mediante los que, el niño o la niña marcan diferencias entre su cuerpo y el de otras personas, en este estado, los niños trabajan bajo la percepción, basándose solo en características físicas (Solbes, 2010).

Entre la edad de 5 y 7 años, el pensamiento de los infantes se hace más sofisticado, es cuando se inicia el período de las operaciones concretas. En esta etapa el niño prefiere rodearse de gente a quienes los considera como “iguales”(Solbes, 2010).

La siguiente etapa comienza cuando los niños adquieren el pensamiento operacional, en esta fase se dan cuenta que aunque las personas no tengan sus mismas características físicas, tienen valores positivos.

A la edad de 7-8 años, los niños y niñas ya tienen la capacidad de crear juicios sobre los otros en base a características personales, aparecen los “contra sesgos”, que implican la atribución de rasgos negativos al endogrupo y/o positivos al exogrupo (Solbes, 2010).

Conforme el niño crece, categoriza al resto de personas, por aspectos tales como la etnia, o la complejión física. La percepción que tiene se genera por la importancia que la sociedad atribuye a estos grupos, o características (Brown, 1995).

Cuando los niños están expuestos a: los medios de comunicación, juguetes, películas infantiles, son más vulnerables a la producción de estereotipos de belleza, que habitualmente se representan por una figura delgada, que simboliza éxito, salud y bienestar en todas sus formas. Es por esto que las personas que no cumplen con los estándares impuestos, son objeto de burla, y estigmatización (Castillo, 2006).

El concepto de delgadez es irreal, un estudio realizado por la Organización Mundial de la Salud, indica que en el 2010, alrededor de 40 millones de niños menores de cinco años tenían sobrepeso (ONU, 2012).

De manera similar con esta tendencia, en Ecuador el 8% de los niños tiene obesidad. Las estadísticas en una cultura que promueve una apariencia delgada resultan contradictorias; sin embargo, es importante recalcar que aunque existe un ideal de belleza y bienestar, la comida rápida y la falta de actividad física son características comunes en niños y adolescentes (ONU, 2012).

De la misma manera, existen numerosos trabajos que analizan la presencia de estereotipos negativos hacia las personas con sobrepeso y obesidad. Los adultos que sufren de estos problemas, enfrentan estigmatización y marginación social, lo que se ve reflejado en desventajas al momento de buscar empleo, y tener menos posibilidades de ser contratado (Brownell, Puhl, Schwartz, y Rudd, 2005).

En Chile, Collipal y Silva (2006) encontraron que para los adolescentes de 14 y 16 años la obesidad es sinónimo de fealdad y baja autoestima. En el caso de los niños de 4 a 6 años, al mostrarles figuras de niños con distintos rangos de peso (bajo peso, peso promedio, y sobrepeso), confrieron adjetivos negativos (desagradable, tonto, feo) a aquella figura que representaba al sobrepeso (Holub, 2008).

Los prejuicios entorno a la imagen corporal en la concepción de perfección tiene efectos y consecuencias en el desarrollo psicológico y emocional de los niños y niñas.

Kostanski y Gullone (2007) demostraron que existe una estrecha relación entre el bullying y el sobrepeso. El abuso que sufren los niños por parte de sus compañeros en la primaria, incrementó la insatisfacción con la imagen corporal propia, resultando en un mayor índice de trastornos alimenticios, debido a la exclusión y a la crítica.

A los factores ya expuestos, se suma la influencia de otros medios que juzgan la imagen corporal, tales como, la televisión, el cine, los videos y el internet. Los juguetes para Turkel (1998) están pensados como objetos transicionales que tienen el propósito de ayudar a los niños a alcanzar cierta independencia, y enseñarles acerca de los roles sociales. No obstante, la mayoría ellos, crean una imagen distorsionada de la belleza y de los roles de género. Por ejemplo, la muñeca Barbie muestra imágenes concebidas como ideales, reflejadas en las carreras que una mujer debería elegir.

En un experimento, Brownell y Napolitano (1994) tomaron las medidas de una mujer con un IMC (índice de masa corporal) normal, que tenía veintidos años de edad, 5 pies 2 pulgadas de alto y pesaba 125 libras. Los investigadores encontraron que, si una mujer adulta sana quisiera alcanzar proporciones similares a las de la Barbie debería tener veinticuatro pulgadas más de altura, disminuir seis pulgadas en la cintura, y ganar cinco pulgadas en el pecho, lo cual no es humanamente posible. No conseguir dimensiones físicas similares a las de Barbie, u otros juguetes existentes en el mercado, para algunas niñas y adolescentes significa un problema, más aún cuando esta imagen es la representación de belleza a la que han sido expuestas desde pequeñas.

En el experimento realizado por Dittmar, Ive, y Halliwell (2006) se demostró que existe una conexión entre la exposición a la muñeca Barbie, y los sentimientos de insatisfacción corporal en niñas de 5 y 8 años. Lamentablemente a medida que los niños crecen, se interiorizan estos pensamientos y se refuerzan los mensajes negativos que promueven estos juguetes.

Modelos de diferencia de género

Según Helgeson (2009), las conductas estereotipadas se desarrollan mediante comportamientos aprendidos, y son reforzadas por conductas naturales. En el caso de los niños y niñas aprenden los comportamientos que los padres u otras personas interpretan como normales.

Un estudio realizado por la Unicef (2009) titulado “Violencia de género en la Educación básica en México”, analiza las consecuencias que genera la agresión y la diferenciación entre niños y niñas en el ámbito escolar, dando como resultado en muchos casos deserción escolar, la agresión física y problemas de aprendizaje. En este estudio también se exponen ejemplos de la educación recibida dentro del hogar, en cosas tan sencillas como la frecuencia con la que los niños salen a jugar fuera de casa a diferencia de las niñas, que deben permanecer protegidas por ser más susceptibles a que les pase algo malo (UNICEF, 2009).

Por otro lado, en el espacio escolar los niños y niñas pueden desarrollar su creatividad y reproducir lo que han aprendido desde el hogar, siendo la escuela un contenedor de relaciones.

En un estudio realizado por Unicef (2009), se menciona a las agresiones verbales causadas por rechazo. Un ejemplo proporcionado en este trabajo dice que los niños y niñas de sexto de primaria dijeron que uno de los motivos para burlarse de un compañero es que éste no cumpla con características de las concepciones masculinas (22%). Mientras que en el caso de las niñas, si estas no cumplen con los estándares femeninos, se les llama machonas (UNICEF, 2009).

Modelos socioculturales y el Bullying

Desde esta perspectiva el bullying estaría asociado a la discriminación por factores tales como: poder, estatus, raza o aspecto físico. Los investigadores muestran que las relaciones de abuso se dan principalmente en espacios escolares. Sin embargo, las nuevas tecnologías han creado espacios virtuales de acoso.

Respecto al género, existe amplia documentación de que los hombres manejan formas de abuso físico, mientras que las mujeres despliegan formas de violencia relacional (Crick y Grotpeter, 1995).

En síntesis, el bullying es una forma determinada de acoso escolar que responde a diversos factores y características.

La escuela debe ser un espacio en el que se desarrollen relaciones de igualdad, fortaleciendo los lazos intelectuales y afectivos. Esta etapa, es fundamental para un desarrollo físico, emocional y social saludable. Los profesores y profesoras tienen un impacto importante en la identidad de los menores, pues si bien el hogar representa un espacio fundamental de socialización, la escuela contribuye con el desarrollo de los pequeños.

Metodología

El primer método de investigación se desarrolla en el ámbito de los estereotipos de belleza, de género y atractivo físico. La metodología utilizada fue un enfoque cualitativo etnográfico. Este me permitió profundizar en el campo de los estándares socialmente aceptados y comprender la relación que existe entre el entorno y la percepción de belleza que cada uno tiene de sí mismo.

Para el segundo método de investigación utilicé la entrevista. Mediante este proceso de comunicación pude obtener información valiosa acerca de la generación de estereotipos en niños y niñas en edad escolar.

Al usar este método hice preguntas con esquema fijo, sin embargo, la conversación arrojó respuestas en las que se alteró el orden y características de las preguntas. Por lo que la información obtenida fue espontánea y la entrevistada se expresó sin limitaciones.

Investigación Cualitativa

Vivimos en un mundo lleno de estereotipos, un mundo en el que no se respetan las diferencias individuales. Es por esto que al realizar esta etnografía, me centré en la imagen del cuerpo y su relación con el vestir. Me rodeé de diferentes ambientes y rompí con mi propio esquema de belleza. Me presenté con una imagen “desarreglada”, en donde la interacción social jugaba un papel primordial, por lo que tomé como referente de esta experiencia a mi familia, desconocidos y amigos.

Al exponer mi cuerpo, y presentarlo como sujeto, me desarraigué de las concepciones de belleza que desde pequeña se me han inculcado, el primer sentimiento que se manifestó en mí fue el miedo, miedo a la respuesta

de la gente ante mi cambio de apariencia, principalmente el de mi mamá quien siempre me expuso que la imagen corporal iba acompañada de un proceso de embellecimiento.

Después de dejar de lado los sentimientos que me limitaban avanzar, me mostré ante mi familia con este aspecto “desalineado”, En el caso de este grupo, surgieron elementos discriminatorios, en los cuales se relacionaba mi apariencia a descuido o enfermedad, generando en mi cierta disconformidad con mi apariencia, esto creó una barrera en que me llevó a esconderme por vergüenza e insatisfacción.

Posteriormente, me mostré ante personas que no me conocían, y pude observar que la apariencia física determina como la sociedad interactúa con una persona. Puesto que en experiencias previas al estar bien arreglada, los hombres se mostraban mucho más atentos y amables.

Al exponerme frente a mis amigos, su actitud fue de aprobación y sorpresa, esto me ayudó a dejar de lado la vergüenza y afrontar las críticas y comentarios de una manera positiva, ellos se mostraron mucho más cómodos con mi nuevo “look”, creando en mi cierto alivio y comodidad, por lo que en este momento su aceptación me permitió sentirme cómoda con mi apariencia.

Mostrar mi cuerpo ante diversas situaciones y personas, me permitió comprobar que la percepción de mi imagen corporal está relacionada con lo que otros piensan, no se limita a mis propias concepciones de bonito o feo, sino que está ligada a la interacción con la sociedad, y son sus juicios los que me hacen sentir cierta aprobación de mi ser.

Una persona puede sentirse bien, y no exigirse en demasía en su forma de presentarse, pero si desea ser “aceptado” por un grupo necesariamente adoptará las formas grupales.

Desarrollo de entrevista

Como vimos anteriormente dentro del marco teórico, la construcción del sujeto, de los estereotipos, de la masculinidad, la feminidad y del cuerpo son procesos complejos. La manera de pensar y sentir responden a modelos de aprendizaje y a estructuras asignadas por los padres, o por quienes se responsabilizan de la educación de los menores.

Para esta investigación se tomó como referente a la Señora Pilar Arévalo, Directora de la Escuela Alfredo Pérez Guerrero, en Ibarra. El objetivo fue obtener información sobre conceptos de belleza y género. Adicionalmente, se buscaba conocer la percepción que los niños y niñas tienen de su propio cuerpo, y el de los demás. En la observación determiné que las actividades físico-deportivas continúan siendo específicas de cada género, se tiene una percepción de que los niños realizan mayor cantidad de ejercicio, incluso el contenido de la clase no es el mismo para hombres y mujeres.

Por otra parte, el acercamiento que tuve fue una experiencia interesante, no sólo porque pude comprender como se crean los estereotipos en la escuela, sino también, porque pude conocer la posible influencia que tuvo esta etapa en la percepción de mi propio cuerpo.

Como resultado, la evidencia obtenida mediante la observación pudo demostrar que la belleza se construye en base a la percepción que se tiene de la masculinidad

y feminidad. La fortaleza corporal, es una cualidad resalta propiamente en los niños, mientras que a las niñas se las asocia con lindas, limpias y educadas.

El primer tema que abordé fue determinar la edad en la que los niños y niñas preguntan a sus profesores sobre conceptos de belleza. Seguido de esto se hizo un planteamiento de cómo se habla a los niños de estos conceptos, y de que manera se les explica la diferencia entre los mismos. Después, se buscó saber, que hacen los profesores para evitar que se creen estereotipos en relación a la imagen corporal. Por otra parte, para conocer más a fondo como se desarrollan las actividades físicas en la escuela, fue necesario preguntar acerca de una clase en particular, la clase de educación física, en donde pude apreciar los valores que se infunden con el deporte, y la percepción que las autoridades tienen frente a los estereotipos.

Según la Directora, los niños más pequeños no relacionan las cosas poniéndoles adjetivos, ellos definen cada sustantivo en base a cosas tangibles. Son los niños de tercer grado quienes se refieren a las personas por como lucen, y es en esta etapa en donde el aspecto físico se vuelve muy importante. En referencia a los conceptos impartidos en la escuela sobre belleza, realmente no hizo una mayor profundización en la manera en la que se impartían los mismos. Para Pilar los niños no necesitan tener estas asociaciones desde tan pequeños y si se las imparte, debe ser desde la casa de una manera sabia y cautelosa.

Cuando los niños están en primer grado no se les explica lo que significa “feo”, desde el segundo grado comienzan a relacionar este concepto con ser limpios, educados, amistosos, las flores, el cielo. Los niños más grandes empiezan a relacionar esta noción con la apariencia física de las personas, por lo que tienen referentes sólidos, a diferencia de los más pequeños, quienes tienen varios referentes para un solo concepto(Pilar, 2013).

Pilar dice que los profesores intentan desarrollar valores en sus alumnos, que vayan más allá del aspecto físico. Sin embargo, el medio en el que los niños y niñas se desenvuelven pueden influenciar de manera negativa en las enseñanzas que la escuela intenta promover.

Del mismo modo, para Pilar, la enseñanza de la educación física en los niños les permite fomentar la adquisición de capacidades y les da la posibilidad de reflexionar sobre el sentido de la actividad física, a la vez que crea actitudes y valores adecuados con referencia a su cuerpo. “Con esto a los niños se les infunde hábitos saludables, así como sentirse bien con su propio cuerpo, lo que les permite mejorar su autoestima.” (Pilar, 2013).

Asimismo, dice que la clase de educación física fomenta gran cantidad de valores, tales como, la honestidad, la autoestima, el autoconocimiento y el auto-respeto.

Ahora las canciones y los dibujos animados llevan a que los niños busquen ser aceptados socialmente, y las niñas están interesadas desde los once años en ser bellas y esto se mide en base a la atracción que despiertan en el sexo opuesto. Cuando aún están en la escuela

conservan sus rasgos infantiles, se sienten menos frente a otras niñas que están más desarrolladas.

En los hombrecitos el ser guapos se basa en la capacidad que tengan para acercarse al sexo opuesto, a ellos les parece importante ser deportistas y tener buen físico. No existe mucho que podamos hacer como maestros, el concepto de belleza se adopta desde el hogar y actualmente con las nuevas tecnologías nosotros quedamos en segundo plano (Pilar, 2013).

Finalmente, Pilar piensa que los chicos y las chicas se interesan por el deporte, pero sus gustos y motivos son distintos. Para Pilar las niñas sienten que es importante su imagen corporal por el componente estético, más que el deporte en sí, al contrario de los niños, quienes si disfrutan de la actividad física.



PROCESO DE DISEÑO

Solución de Diseño

El estudio de la imagen corporal nos permite identificar las particularidades y concepciones culturales de un pueblo. Este tema se vuelve complejo al hablar de un país como Ecuador, en donde existe pluriculturalidad. Sin embargo, más allá de crear estereotipos sobre la imagen corporal del ecuatoriano, con este proyecto me propongo romper con las concepciones sociales que marcan ideales de belleza dentro de un país.

Mi producto llamado Yanua, tiene como objetivo ser una guía para la reflexión y el debate, anulando la percepción de belleza preconcebida.

El público al que va dirigida esta solución de diseño es a los niños y niñas, dándoles la oportunidad de explorar su identidad, mostrándoles que todos somos bellos, independientemente de las concepciones que la sociedad nos planteé.

Como hemos visto, nuestra imagen corporal tiene particular influencia en la forma de simbolizar nuestro cuerpo. Los niños se ven especialmente atraídos por esta circunstancia, ya que es a partir de este período “cuando el pequeño se da cuenta de que la imagen que ofrece a los demás es su imagen del espejo, de que esa imagen no es él y de que los demás solo acceden a él a través de lo que ven de él, de pronto, da prioridad a las apariencias y desatiende las sensaciones internas” (Nasio, 2008).

El juego, principalmente en la etapa infantil, nos ayuda a interpretar la realidad. Nos permite entender las acciones de las personas adultas y situarnos en el mundo. Suponen modelos simbólicos que ayudan a la comparación personal y a la incorporación de pautas

morales y mejoran nuestro auto concepto. (Echeita, 1996).

Objeto

El objeto es una masa moldeable. Este elemento responde a la necesidad de dar valor a aspectos interiores. Además, permite a los niños y niñas definir su identidad por medio de la imaginación y la creatividad. La muñeca y muñeco masa, representan un papel en blanco donde el infante puede transmitir sus ideas, y sentimientos. El color amarillo y verde de las cajas, crean un sistema dinámico y atractivo para el público objetivo, ya que son colores que atraen la atención visual.

Objetivos de Diseño

El objetivo principal del producto es generar conciencia y brindar herramientas eficaces para que los niños y niñas perciban la belleza sin limitaciones.

ASPECTO FUNCIONAL

Los empaques contenedores de la masa y de los materiales, deben ser resistentes, de tal manera que sirvan para envolver y proteger al producto. Por otra parte, el empaque debe tener una función diferenciadora e informativa.

ASPECTO SIGNIFICATIVO

Debido a que el objetivo principal de esta investigación, es solucionar un problema ligado a la percepción del cuerpo en los niños y niñas, lo más importante es que el público objetivo pueda interactuar con cada elemento del producto, y que desarrollen valores tales como: la auto aceptación, el autoestima, el respeto por sí mismo y por los demás, conjuntamente con una percepción de belleza saludable.

ASPECTO ESTÉTICO

Dentro de lo estético, los empaques deben ser agradables a la vista y distintivos a los existentes en el mercado. La imagen proyectada por el empaque y cada elemento del producto, debe ser coherente con el concepto de belleza sin estereotipos que se desea transmitir, por lo que los personajes tendrán un lugar protagónico. Adicionalmente, la cromática debe sugerir alegría, diversión, para así apelar a las emociones de los compradores.

LOGOTIPO y MARCA

El primer paso para crear el objeto de diseño fue desarrollar una marca que rescate la idea de belleza sin proporciones, la cual transmita el concepto de un cuerpo sin estereotipos. Con esto cada niño y niña decidiría la forma de su objeto, y los colores que querría utilizar. De la misma manera el nombre de la marca debía mostrar la esencia del proyecto, por lo que se optó por el nombre de Yanua, éste término fue tomado de la cultura shuar, nombre que se deriva de dos palabras: YA que significa estrella y NUA, mujer (Jimpikit, 2005). Este nombre se utiliza cuando una niña nace en una noche estrellada, para que conserve dentro de sí la belleza del firmamento. Una vez definido el nombre, desarrollé los bocetos del logo.

golomina Yanua

YANUA YANUA

yanua

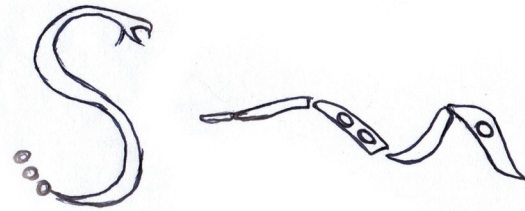
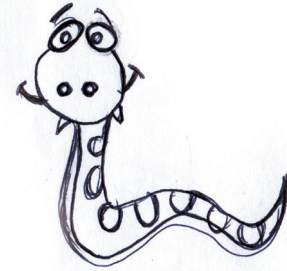
YANUA

YANUA

YANUA

YANUA

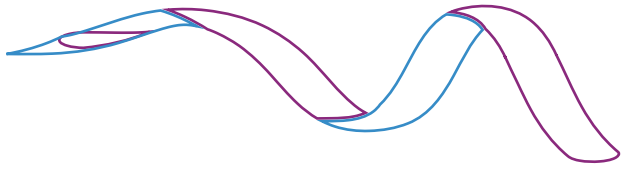
YANUA



SIGNIFICADO DE ISOTIPO

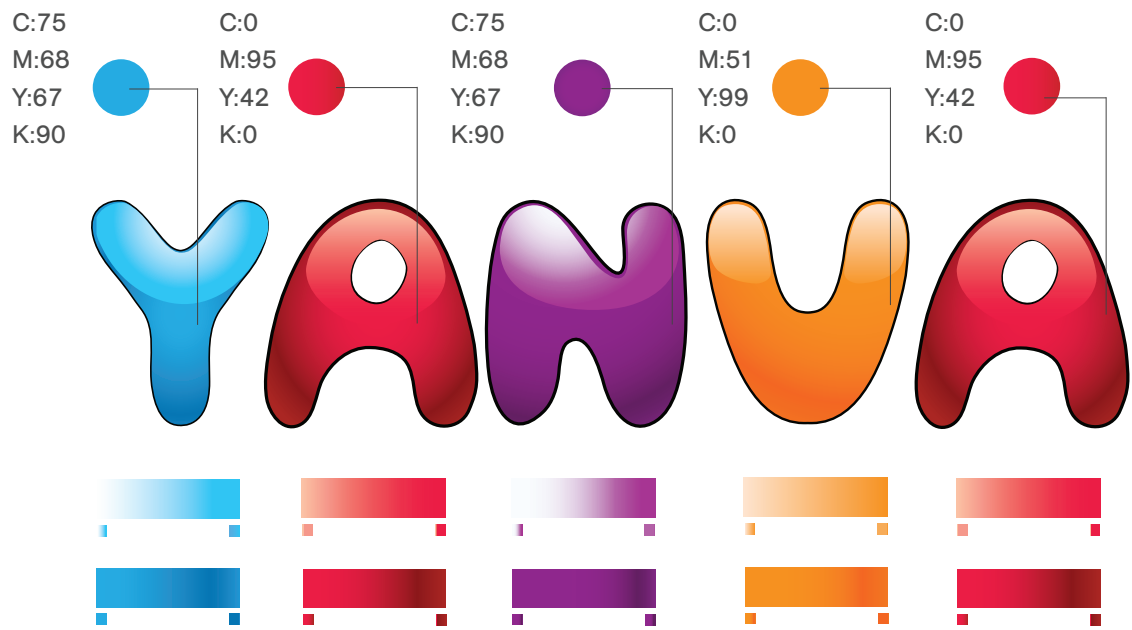
En la cultura shuar estos símbolos representan, reputación, y belleza física de hombres y mujeres.

Mitológicamente transmiten la enseñanza de no ser orgullosos, ni vanidosos.



YANVA





PALETA CROMÁTICA



APLICACIONES CROMÁTICAS



Cambios en la distribución de los elementos.



Cambios en los colores.



Distorsión en su proporción horizontal.



Distorsión en su proporción vertical.

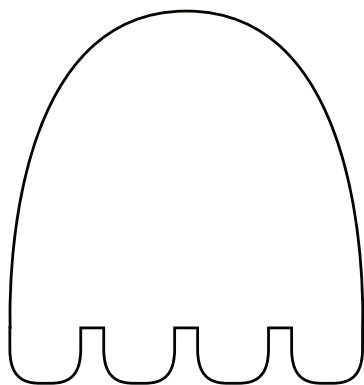


Cambios en la tipografía.



Eliminación de elementos del logotipo.

USOS NO CORRECTOS



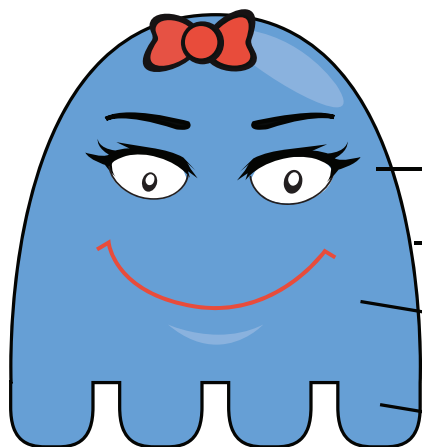
ojos expresivos

dinámicos

Forma abstracta

Línea gruesa

sin puntas



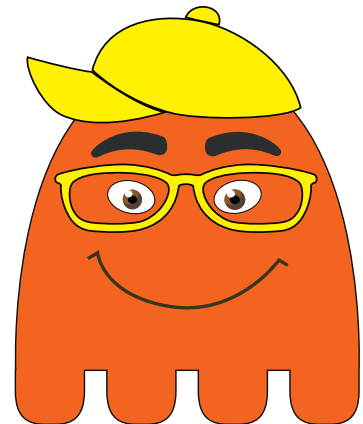
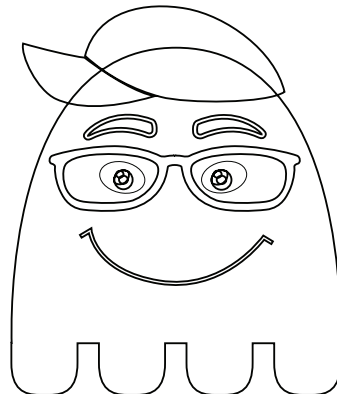
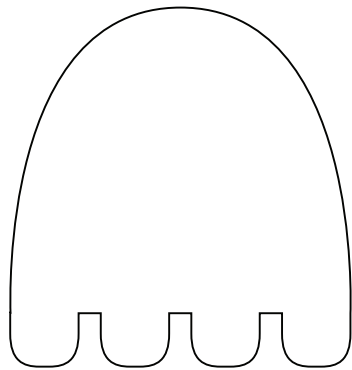
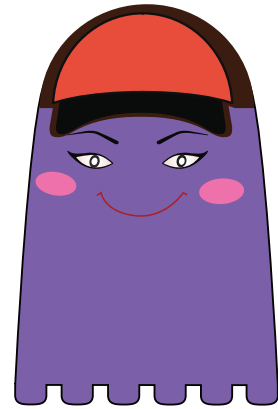
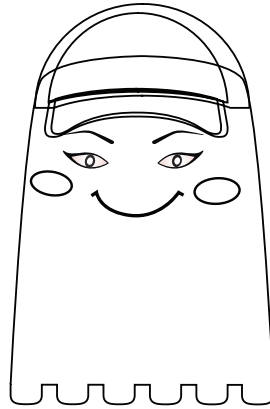
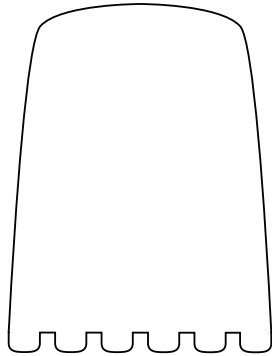
colores planos

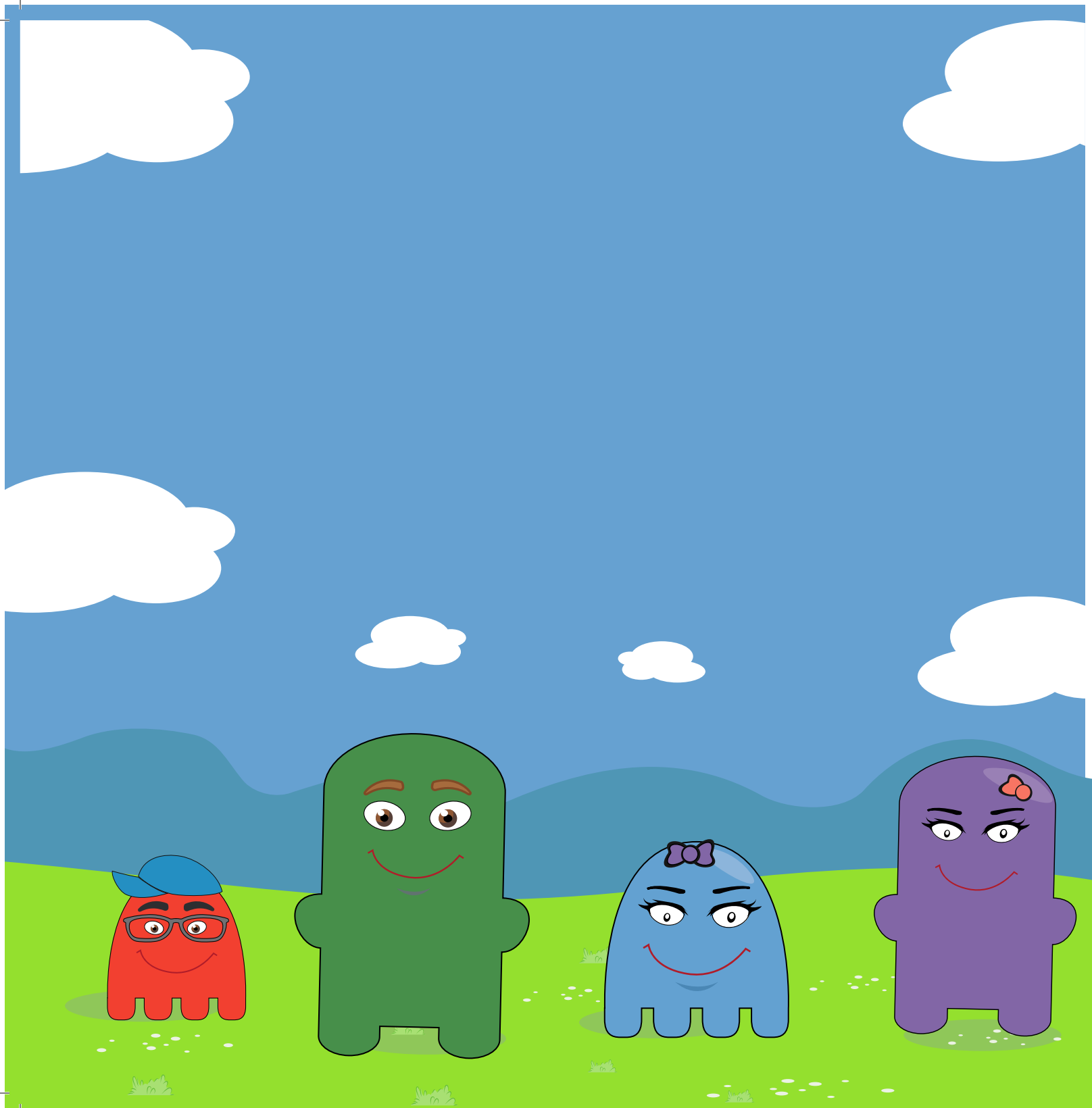
sin texturas

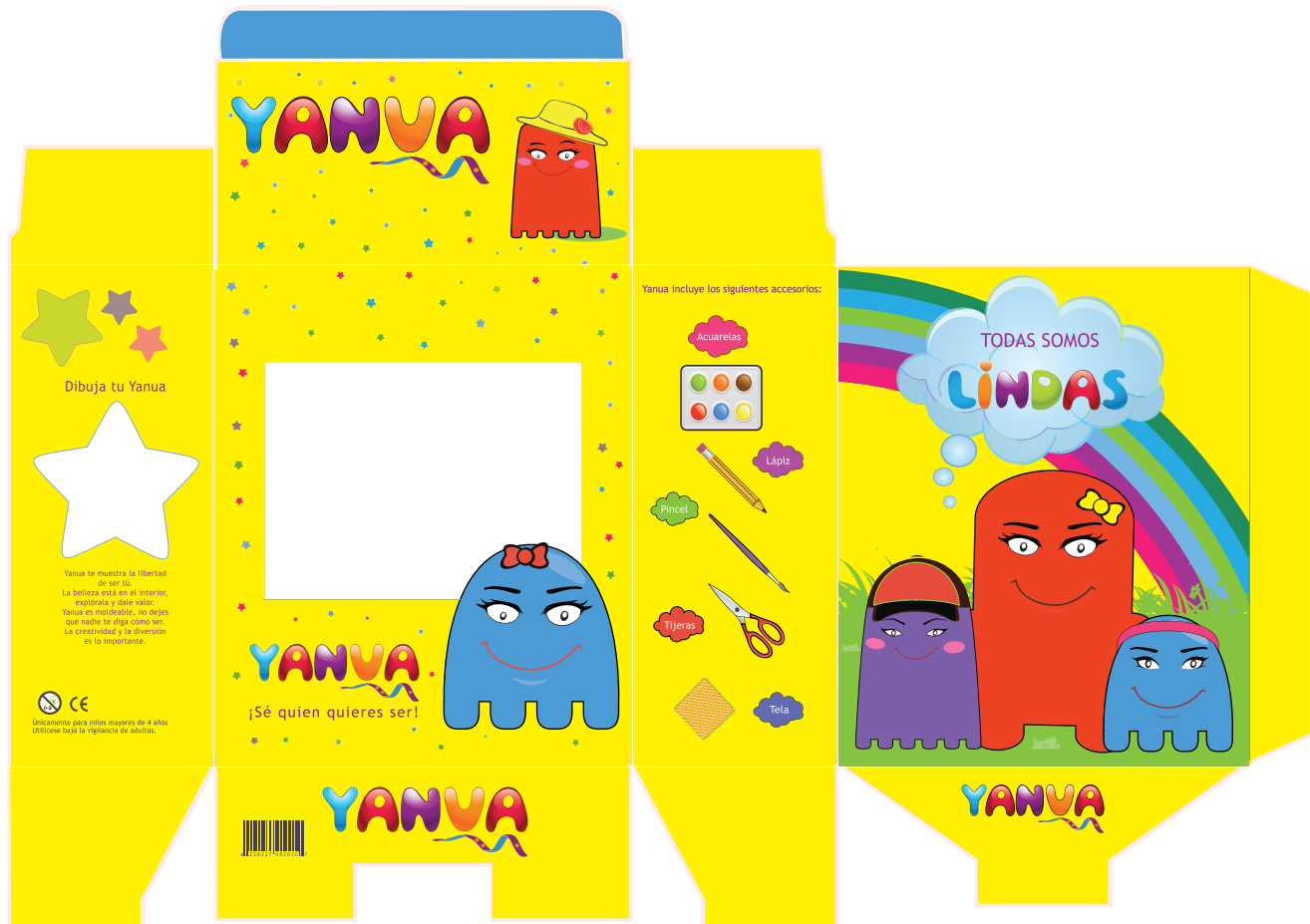
colores brillantes

contrastes

BOCETOS DE PERSONAJES

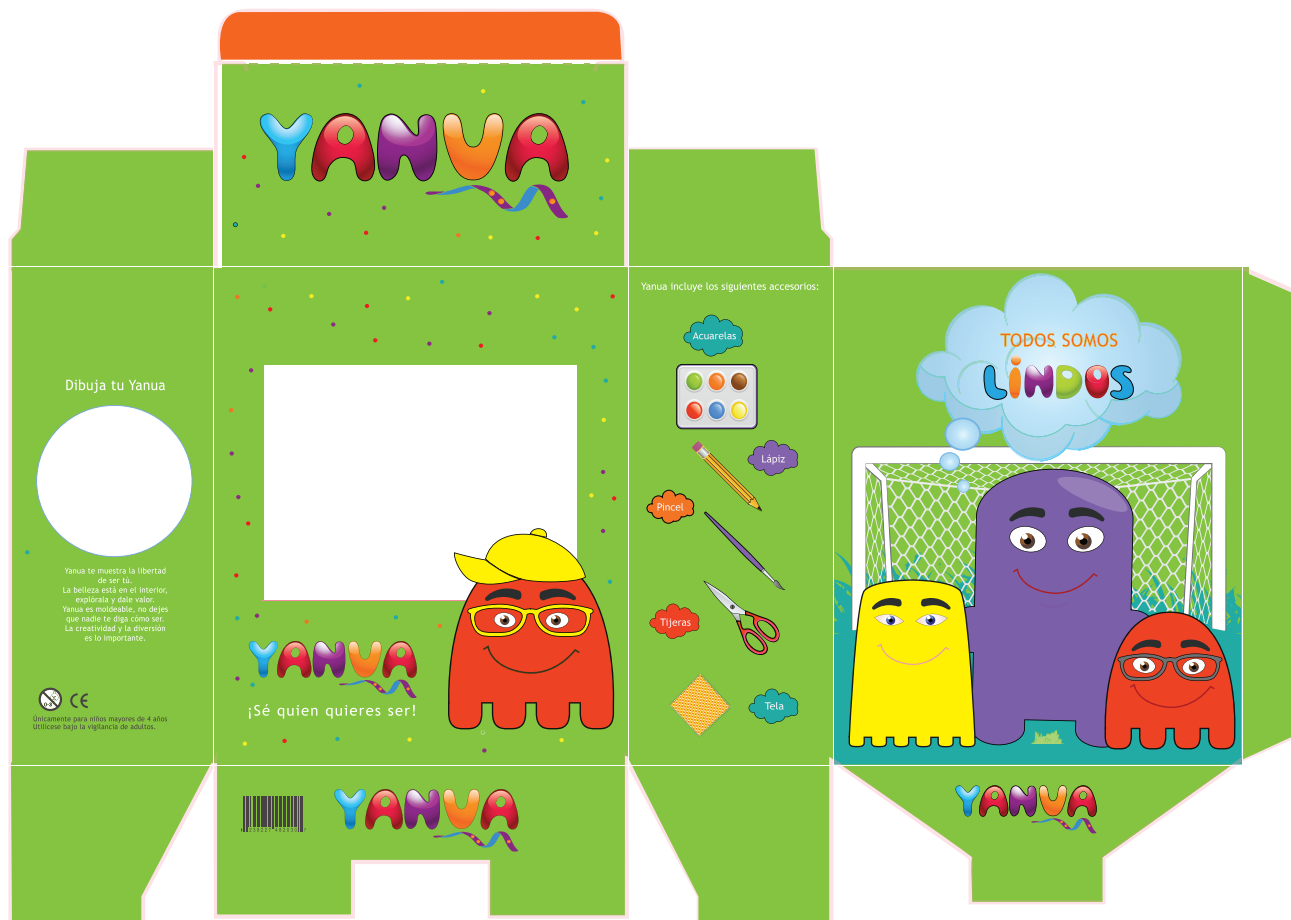


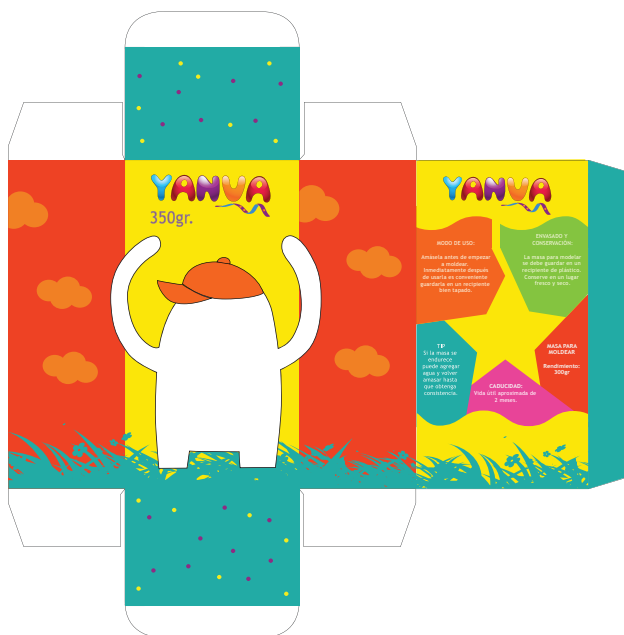




DESARROLLO DE EMPAQUES

Las cajas mantienen la idea de una belleza sin proporciones, en la cual se utilizan elementos infantiles para crear en el niño y niña una relación con la diversión. Los personajes empleados se diseñaron en base a la forma de la masa, intentando darles características básicas, sin ningún estereotipo de belleza que se imponga.





EMPAQUE CONTENEDOR DE MASA

¿Cuál es el origen del nombre Yanua ?

Yanua tiene su origen en la cultura Shuar, este nombre se usa en las niñas que nacen en noches estrelladas para que mantengan la hermosura del firmamento en su interior.

¿Por qué un juguete de masa?



Si hay algo que los niños disfrutan hacer es crear con sus manos, esta masa les permite divertirse, además estimula el tacto y desarrolla en ellos su destreza manual.

La imagen corporal y la autoestima están muy relacionadas; la imagen mental que uno tiene de su apariencia física, puede afectar a cómo se ve como persona.

La capacidad de jugar
es un don que nunca
deberíamos perder

¿Cómo nace Yanua?

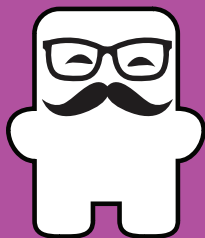
Yanua nace como respuesta a la necesidad creativa que existe en los niños por proyectar sus emociones y sentimientos, este objeto moldeable les da esta posibilidad mientras educa, integra y enseña el valor de la belleza interior.

¿Qué diferencia a Yanua de otros juguetes?

En la actualidad los niños están expuestos a estereotipos de belleza que distorsionan su percepción de imagen, este material les facilita explorar en base a su imaginación.

Adicionalmente la caja contiene un pequeño folleto dirigido a los padres, para que mediante éste conozcan como ayudar a sus hijos mediante el juego.

Las figuras en blanco están pensadas para que los niños puedan pintar el folleto, mientras que un adulto lee el contenido.

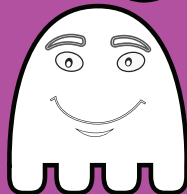
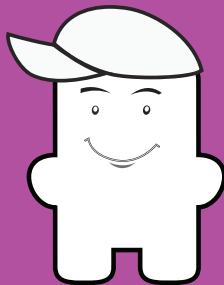


¿Qué podemos hacer los padres para fomentar la autoestima en el niño/a?

- ★ No pida perfección
- ★ Elogie a sus hijos
- ★ Fomente el respeto.
- ★ Escuche las inquietudes que tenga su hijo/a.

Todos debemos sentirnos orgullosos de como nos vemos.

La apariencia de una persona no determina su valor.



YANVA



Construye tu muñeca

masa sin color + acuarelas + pincel + tijeras + tela

1. saca la masa de la funda
2. moldea la masa
ponle las características que tu quieras
3. pinta

The diagram illustrates the three steps: 1. A white, uncolored dough shape. 2. The same shape with two white limbs and small hands. 3. The final doll with a face, eyes, and a smile, colored in white.



Construye tu muñeca

masa sin color + acuarelas + pincel + tijeras + tela

1. saca la masa de la funda
2. moldea la masa
ponle las características que tu quieras
3. pinta

The diagram illustrates the three steps: 1. A white, uncolored dough shape. 2. The same shape with two white limbs and small hands. 3. The final doll with a face, eyes, and a smile, colored in white.

KIT CONTENEDOR

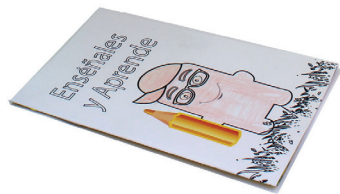


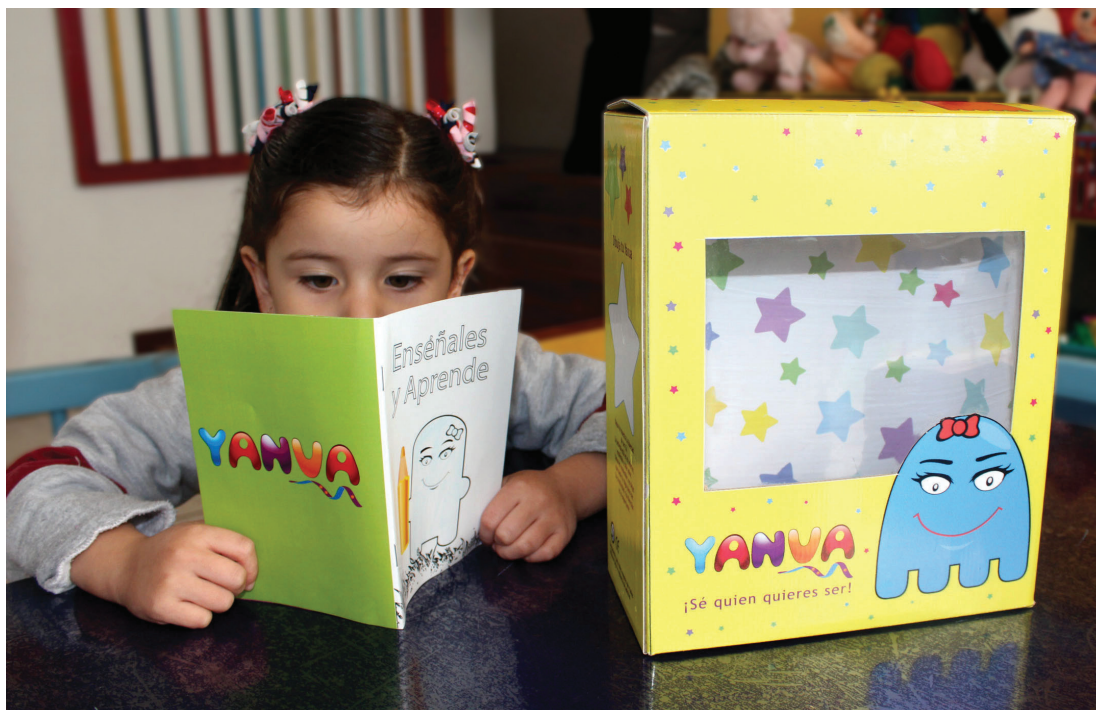
STICKERS



Producto Final







Proceso de Implementación

El proceso de implementación lo realicé con niños y niñas de 4 a 7 años. Para la ejecución fue importante la presencia del personal encargado de la guardería, de esta forma la interacción con el objeto se desarrollaría de manera natural y con supervisión de un adulto como indican las instrucciones.

Los niños se emocionaron al ver las cajas, les gustó los accesorios presentes en los elementos. En el caso de las niñas, se sintieron atraídas por el sombrero y los ojos de las ilustraciones, mientras que a los niños les llamó la atención el arco de fútbol que se encuentra en la parte posterior de la caja.











CONCLUSIÓN

En la actualidad el cuerpo está sujeto a cambios sociales. Los discursos relacionados a la salud y al bienestar físico vinculan al cuerpo y a la identidad, generando en muchas ocasiones inconformidad si no se cumple con las normas de belleza socialmente aceptadas.

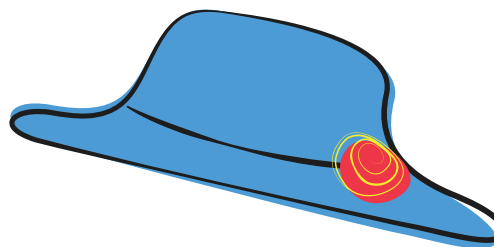
Por otra parte, la sociedad mediática construye un concepto del cuerpo imaginario en donde se proyecta una imagen perfecta e ilusoria, y se rinde culto a la apariencia física.

El juego es una de las actividades más importantes de la vida de los niños, les permite aprender acerca de sí mismos, incentivándolos a explorar y a descubrir el mundo. Yanua, la muñeca, ayuda a desarrollar aspectos relacionados con la belleza permitiéndoles tener un juguete que no les muestre estereotipos creados por una sociedad de consumo.

Todos los juguetes representan una influencia importante en el juego, pero la masa les da la oportunidad a los niños y niñas de controlar y moldear, fortaleciendo su identidad, sin construcciones sociales que manipulen su concepto de cuerpo, aceptando que sean autónomos y libres de expresarse a través de la muñeca.

Al realizar la implementación es interesante ver como los niños y niñas expresan su creatividad, la masa les proporciona la libertad de expresar sus sentimientos y las concepciones de su entorno.

En lo personal Yanua me ha permitido examinar y reconocer aspectos que van más allá del diseño, logrando un quiebre de mis propias imposiciones frente al cuerpo



Referencias y Fuentes

- Aafjes, M. (2008). Belleza Producida y Cuerpos Maleables. Un estudio sobre la belleza física y la práctica de cirugía estética en Buenos Aires. Tesis FLACSO Buenos Aires. http://flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/1159/1/Tesis_Marieke_Aafjes.pdf
- Avilés ,J. (2006). Diferencias de atribución causal en el bullying entre sus protagonistas. http://www.investigacion-psicopedagogica.org/revista/articulos/9/espanol/Art_9_127.pdf
- Aguado, J. (2004). Cuerpo Humano e Imagen Corporal: Notas para una Antropología de la Corporeidad. México, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Facultad de Medicina <http://books.google.es/books>
- Alejandra Aguirre.(2013, Abril). [Pilar Arévalo, Directora : Estereotipos de belleza en la escuela]. Material escrito
- Barrera O. (2011). El cuerpo en Marx, Bourdieu y Foucault. En: Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana. <http://www.uia.mx/iberoforum/>
- Bar-Tal,D.(2004). Formación y cambio de estereotipos étnicos y nacionales. un modelo integrado. <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N9-2.pdf>
- Bosch, M. (2004). Cuerpo e identidad En: Revista de Filosofía <http://institucional.us.es/revistas/themata/33/10%20bosch.pdf>
- Bernard, M. (1985). El cuerpo. España: Editorial Paidós.
- Butler, Judith (1997). Sujetos de sexo / género / deseo. En Feminaria, Año X, No 19, Junio, Buenos Aires.
- Brown, R. (1995). Prejudice: Its social psychology. Oxford: Blackwell. Trad. cast. de M. S. Andrés Gómez, Prejuicio: su psicología social. Madrid: Alianza, 1998.
- Butler, Judith .(2000). Variaciones sobre sexo y género, Beauvoir, Wittig y Foucault, en Martha Lamas (ed.) El género, la construcción cultural de la diferencia sexual, México, PUEG/UNAM, Porrúa.
- Burín, M .(1992). Género y Psicoanálisis: Subjetividades femeninas vulnerables, en: Psicoanálisis, estudios feministas y género. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Programa de Estudios de Género y Subjetividad
- Carillo, A .(2010). La imagen corporal femenina: una perspectiva sociológica. http://www.politicas.unam.mx/carreras/ces/ponencias/jornadas_estudiantes_2012_1/alma_carrillo_hernandez.pdf

Gervilla, E.(2000).Valores del cuerpo educando. antropología del cuerpo y educación En: Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado. http://ww.aufop.com/aufop/uploaded_files/revistas/12234935301.pdf

González, S.(2009).Los problemas de alimentación en la autoestima del niño preescolar del jardín de niños “sor juana inés de la cruz”

Ficino, M.(1986). reimpresión, (2001). De Amore Comentario a «El Banquete» de Platón. <http://es.scribd.com/doc/31208508/Marsilio-Ficino-DE-AMORE-Comentario-a-«El-Banquete»-de-Platón>

Lamas, Marta.(2000).Diferencias de sexo, género y diferencia sexual, en: Instituto Universitario Puebla. Archivo PDF.

Marrodán, Ma D. [et al.] 2008. Realidad, percepción y atractivo de la imagen corporal: condicionantes biológicos y socioculturales. Zainak. Cuadernos de Antropología- Etnografía. <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/30/30015028.pdf>

ONU. (2012). Obesidad y Sobrepeso. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>

Salaberria, K & Rodriguez, S. & Cruz, S. (2007). Percepción de la imagen corporal (pdf). <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/08/08171183.pdf>

Salvat, Manuel .(1975). La sociedad de consumo. Editorial Salvat, Barcelona.

Sossa, A.(2011).Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. Polis Revista Latinoamericana. <http://polis.revues.org/1417>

Unicef.(2009).Violencia de género en la educación básica en Mexico. http://www.unicef.org/mexico/spanish/Estudio_violencia_genero_educacion_basica_Part1.pdf

Urbón, E. (2005). En torno al vestido y al cuerpo: moda y aceptación social. Años noventa y años dos mil. Equipo Interdisciplinar de alimentación humana. <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/27/27269278.pdf>