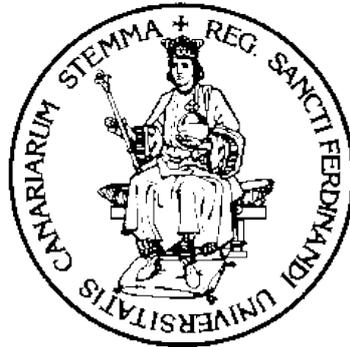


Estudio sobre influencia de los medios de comunicación en la autopercepción corporal y en la aparición de los TCA

Trabajo de Fin de Grado

Alumna: Joana Díaz Hernández

Tutora: Amanda Negrín Plata



Universidad de La Laguna

Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación.

Fecha de Entrega: 13 de julio

Fecha de Convocatoria: Julio 2016

Autora:

Joana Díaz Hernández

Tutora:

D. Amanda Negrín Plata

Profesora del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social. Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación de la Universidad de La Laguna.

Institución:

Universidad de La Laguna.

Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación.

Departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social.

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN | 1 |
| INTRODUCCIÓN..... | 3 |
| 1.ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO | 4 |
| 2. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA | 16 |
| 2.1 OBJETIVOS..... | 16 |
| 2.2. HIPÓTESIS..... | 16 |
| 2.3 METODOLOGÍA | 16 |
| 2.3.1 PARTICIPANTES | 16 |
| 2.3.2 INSTRUMENTO..... | 16 |
| 2.3.3 PROCEDIMIENTO..... | 17 |
| 3. RESULTADOS | 18 |
| 3.1 CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS..... | 18 |
| 3.2 DATOS DE LAS PREGUNTAS DEL ESTUDIO | 20 |
| 3.2.1 BLOQUE I | 20 |
| 3.2.2 BLOQUE II..... | 25 |
| 2.2.3 BLOQUE III..... | 27 |
| 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN | 29 |
| 5. CONCLUSIÓN | 31 |
| 6. PROPUESTAS..... | 33 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 35 |
| ANEXOS | 40 |

RESUMEN

El presente trabajo pretende ofrecer una visión integral de cómo influyen los medios de comunicación sobre la autopercepción corporal y la autoestima. Es relevante, conocer los factores de riesgo para padecer los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA).

Para la elaboración de la investigación se ha utilizado un instrumento que mide la influencia de los medios de comunicación, la insatisfacción y preocupación corporal y las influencias de las relaciones sociales, que ha sido un cuestionario de carácter cuantitativo, realizado a 100 personas de edades comprendidas entre los 15 y los 45 años, tanto a hombres como mujeres residentes en la isla de Tenerife.

A través del análisis de los resultados, se ha podido comprobar que la anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa son trastornos que están muy presentes en la sociedad occidental, elevándose el número de casos en los últimos años. Los resultados del estudio reflejan que los medios de comunicación afectan de forma negativa sobre la autopercepción corporal y autoestima, teniendo una mayor repercusión en las mujeres del estudio. Además, la presión social cobra mucha importancia siendo una de las causas de la aparición de factores de riesgo para padecer TCA.

Palabras clave:

Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA); medios de comunicación; autopercepción corporal; autoestima y factores de riesgo.

Abstrac

This paper shows a comprehensive view of how the media influence on body self-perception and self-esteem. It is relevant to know the risk factors for developing the eating disorder (ED).

In order to do this research it has been done an instrument that measures the influence of the media, dissatisfaction and body concerns and influences of social relations, it has been a quantitative questionnaire, carried 100 people aged between 15 and 45 year, both men and women living on the island of Tenerife.

Through analysis of the results, it has been found that nervosa anorexia and nervosa bulimia are disorders that are very present in western society, bringing the number of

cases in recent years. The study results show that the media negatively affect on body self-perception and self-esteem, having a greater impact on women in the study. Besides social pressure becomes very important as one of the causes of the occurrence of risk factors for developing an eating disorder.

Key words

Eating Disorder (ED); media; body self-perception; self-esteem and risk factors.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo corresponde al Trabajo de Fin de Grado, desarrollado en 4º de Grado en Trabajo Social en La Universidad de La Laguna en el período 2015/2016. La finalidad es analizar el impacto de los medios de comunicación en la aparición de conductas de riesgo de los Trastornos de Conducta Alimentaria, (TCA). Es relevante, conocer la influencia de los medios de comunicación en la autoestima, ya que se considera un factor muy importante en la aparición de los TCA.

El trabajo está dividido en epígrafes, donde se albergan las claves para el desarrollo del estudio, desde los aspectos teóricos hasta los resultados y conclusiones del mismo.

En primer lugar, el marco teórico analiza la información sobre los TCA, valorando la legislación e investigaciones de diferentes fuentes. También se desarrollan los argumentos que apoyan la elección del tema. En el segundo apartado se formula el objetivo general y los específicos que se pretenden alcanzar con la realización de la investigación. En el mismo epígrafe, se detallan las hipótesis y el método, este último indica el tipo de metodología, población, y las técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos.

En otro epígrafe se presenta el análisis y la discusión de los resultados, estos se presentan en forma de tabla y de forma diferenciada, para dar respuesta a los objetivos planteados anteriormente. Otro punto es la conclusión, aquí se comparan las hipótesis planteadas con los datos obtenidos en el estudio, presentándose las conclusiones más relevantes. Para concluir el documento se proporcionan una serie de propuestas.

Los motivos que me han llevado a la realización de este proyecto de investigación, son dos fundamentalmente, en primer lugar, es el gran interés personal por esta temática. Y en segundo lugar, los TCA no poseen la importancia que requieren, tanto la anorexia nerviosa como la bulimia nerviosa son trastornos muy frecuentes en la actualidad, ya que afecta a miles de personas en todo el mundo, elevándose los casos en los últimos años. La causa puede ser debido a la gran influencia de los medios de comunicación sobre la población, ya que estos son el principal vehículo de transmisión del ideal de belleza. Por lo tanto, con este estudio se pretende visibilizar las conductas de riesgos que pueden llegar a producir los TCA.

1. ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO

Los TCA, son “trastornos de la conducta que se tienen en relación con la alimentación y que se conocen también como desórdenes o trastornos del comer, de la ingesta, alimenticios, de la conducta alimentaria, etc.” (Zagalaz, Romero y Contreras, 2002, p.2). Los tipos más comunes de trastorno de alimentación son la anorexia nerviosa y bulimia nerviosa.

La anorexia nerviosa según Toro y Vilardell, (1989, citado en Zagalaz, Romero y Contreras, 2002) es “una negación a comer con el único objetivo de no engordar. Por tanto, se trata de un trastorno socio-psico-biológico de creciente trascendencia sanitaria”. (p. 13).

Acorde a García (1993), la anorexia nerviosa es el miedo a subir de peso, obsesión por la delgadez y modificación del dominio de la ingesta, todo esto asociado a una alteración de la mente afectando a la esfera familiar y social. “La incidencia de anorexia nerviosa ha aumentado en los últimos 50 años, particularmente en mujeres entre 10 y 24 años de edad”. (Cruzat, Ramírez, Melipillán y Marzolo, 2008). Estas cifras se han elevado debido a la cultura de la delgadez, es decir la presión social para seguir el estereotipo de belleza ideal, promovida principalmente por los diferentes medios de comunicación.

La bulimia nerviosa se “caracteriza por episodios cíclicos y periódicos de voracidad seguidos por comportamientos compensatorios incorrectos como el vómito autoinducido, el abuso de laxantes, el ayuno drástico y los ejercicios excesivos”. (González, 2014, p.207). La persona que sufre bulimia nerviosa es consciente que su dieta no es la apropiada, por lo que se aumenta la culpa y la depresión consigo mismo.

Así pues, la anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa tienen como objetivo principal, adelgazar y controlar el peso. Las principales diferencias entre ambos trastornos es que las personas afectadas por la anorexia nerviosa, tiene una percepción distorsionada de su cuerpo, posee un alto dominio del peso, incluso intenta bajar de peso dejando de comer. Mientras que las personas que padecen bulimia nerviosa, sufren cambios de peso muy rápidos y tienen deseos de comer alimentos con alto valor calórico en grandes cantidades.

Hoy en día, una de las principales preocupaciones de nuestra sociedad es el culto al cuerpo, el afán por la figura y el peso. Los TCA han alcanzado proporciones alarmantes entre la población de los países desarrollados, se calcula que en España hay más de 500.000 personas que los padecen, siendo el 95% mujeres. (Castillo, León Espinosa, López, Medina, Burgos, De Cruz, 2005). Según Hoeken, Seidell y Hoek, (2003, citado en Cruzat et al., 2008), la tasa de las personas afectadas por anorexia nerviosa es de 0.3%, mientras que para las personas que sufren bulimia nerviosa es de un 1%. Muestra de esta alarma social son los estudios donde muestran las tasas de mortalidad de este trastorno, según Castillo et al., (2005) supone un 10% de los/as pacientes con anorexia nerviosa. Del mismo modo, un estudio sobre la prevención de anorexia y bulimia en internet, realizado por Protégeles en el año 2005, una organización sin ánimo de lucro de protección de la infancia, se observó que la mortalidad de la anorexia nerviosa es de un 5,9% de las cuales un 27% se debe a suicidio.

Asimismo, Paniagua y García, (2003) estudiaron conductas anoréxicas entre los/as adolescentes en la Comunidad Autónoma de Cantabria. Entre los resultados se encuentra que la mayoría de las mujeres desearía bajar de peso para tener un cuerpo perfecto y la mitad de las mujeres afirman que han realizado dietas adelgazantes. El 22,9% de los/as adolescentes apunta que su aspecto físico no es el que desearían, por lo que un 6% en el último año han desarrollado un régimen alimentario para bajar de peso.

Tanto la anorexia nerviosa como la bulimia nerviosa son trastornos que se remontan a la época de la antigua Roma, en la relación de la conducta alimentaria con la ingesta y posterior el vómito autoinducido. La primera reseña de lo que se conoce hoy en día como la anorexia nerviosa se le asigna al médico Richard Morton en 1689. En el siglo XVIII, James (1743) explicó un cuadro clínico que denominó true boulimus y que se determinaba por un gran malestar por la comida y episodios de ingesta incontrolada en un reducido periodo de tiempo, con sucesivos períodos de ayuno. Mostraba una segunda variante, caninus appetitus, en la que el atracón iba seguido de vómitos. (Rava y Silber, 2004).

En la España moderna, muchas mujeres “ayunaban por obligación familiar, por conveniencia de hallar cobijo en un convento o por el anhelo verdadero de alcanzar un ideal de vida religiosa”. (Pérez, 2000).

En 1895, Breuer y Freud realizaron estudios sobre la histeria, que se trata de una enfermedad nerviosa y crónica, considerando que era un trastorno psíquico, que requería una causa determinada, la sexual. Freud, estimó conveniente tratar la anorexia en sus historiales clínicos dedicados a casos de histeria, pero orientada hacia un ámbito externo a la clínica y al tratamiento psicoanalítico. (Pereña, 2007).

La evolución de la reforma psiquiatra en España se llevó a cabo durante la nueva democracia, estaba inspirada en los principios de la atención comunitaria. Los derechos de las personas con trastorno mental se fueron protegiendo poco a poco con la promulgación de la Constitución Española de 1978, donde se restablece el concepto de ciudadanía. También con la Ley General de Sanidad (Ley 14/86) se protege a la ciudadanía en el ámbito de la salud reconociendo también la atención sanitaria a todos/as los/as españoles/as y a la población extranjera que tengan establecida su residencia en el territorio nacional. Se dio lugar a la equiparación de los/as enfermos/as mentales con las demás personas que requerían de atención sociosanitaria. En el artículo 20 de dicha ley, se expone que los problemas de salud mental se efectuarán en el ámbito comunitario, impulsando los recursos asistenciales a nivel ambulatorio y los sistemas de hospitalización parcial y atención a domicilio. (Confederación Salud Mental España, 2015). En la actualidad aún no se encuentran resueltas algunas realidades como la salud mental, expuesta en la Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública.

A pesar de la gran evolución que han llevado a cabo los TCA, hoy en día aún existen muchas discusiones sobre los orígenes de estos trastornos, con respecto al peso que tienen los factores biológicos frente a los factores socioculturales. Incluso algunos/as autores/as discuten la propia denominación de los TCA para englobar un conjunto heterogéneo de enfermedades relacionadas con los hábitos alimenticios.

Existen algunas señales de alerta sobre los cambios que se producen en una persona con anorexia nerviosa y bulimia nerviosa. Por un lado, en la anorexia nerviosa se empieza a notar la pérdida de peso, ya sea de forma brusca o progresiva y una elevada preocupación por pesarse continuamente. Las personas con anorexia nerviosa evitan asistir a cualquier cita social que conlleve comer, aunque estén en un peso muy bajo. Suelen tener una respuesta muy agresiva ante cualquier comentario que hagan los demás sobre su manera de comer, la cual es muy particular. Además, en algunos casos se aumenta el consumo de tabaco, bebidas light, caramelos sin azúcar y otros productos

para controlar el hambre. Por último, existe un gran interés por los temas de cocina y nutrición.

Por otro lado, las señales de alerta en personas con bulimia nerviosa son diversas, una de ellas es ir con mucha frecuencia al baño, sobre todo después de las comidas. También se produce una alteración del peso produciéndose en muchos casos fatigas y mareos, además de un aumento del consumo de agua, laxantes, pastillas adelgazantes, etc. También aumenta el aislamiento, aprovechando los momentos de soledad para fomentar las conductas patológicas. En algunos casos personas con bulimia nerviosa presentan otras alteraciones impulsivas como conductas autolesivas y abuso de sustancias. (López, García, Migallón, Pérez, Ruiz y Vázquez, 1999).

Ahora bien, las principales similitudes de la anorexia nerviosa y bulimia nerviosa en cuanto a señales de alerta se refieren, para empezar, es el aislamiento social, además de las conductas autolesivas, depresión y obsesiones. En cuanto a las principales diferencias de las señales de alerta en estos trastornos, encontramos que en la anorexia nerviosa existe una preocupación por controlar el hambre, mientras que en la bulimia nerviosa existe una necesidad de comer grandes cantidades de comida para luego compensar esa acción. Cabe destacar que en la bulimia nerviosa las personas mantienen su peso dentro de sus parámetros normales, sin embargo, en la anorexia hay una pérdida de peso más considerable.

Behar, Arriagada y Casanova, (2005) realizaron un estudio comparativo sobre los TCA y los trastornos afectivos. Entre los resultados se encuentra que las personas con TCA tienen mayor probabilidad de tener trastornos afectivos que el resto de población, con una tasa más elevada de depresión en la anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa.

En cuanto a los factores de predisposición de la anorexia y la bulimia nerviosa podemos destacar, el sexo femenino, la genética, obesidad premórbida, enfermedad crónica infantil, historia de depresión o trastorno obsesivo infantil, familia muy sensible a las apariencias, perfeccionismo, aceptación de normas sociales y aparente autonomía, (Morandé, 1999). Esta última quiere decir que existe una relación entre el estado de ánimo con obtener el cuerpo que se han propuesto.

En la misma línea, Toro y Vilardell (1987, citado en Garrote, 2009) apuntan que los factores de predisposición de la anorexia y bulimia nerviosa son muy similares a los de Morandé (1999), apuntan los factores genéticos, el sexo femenino, la obesidad y los trastornos afectivos. Además, propuso nuevos factores como pueden ser el nivel social medio/alto, la inestabilidad y los valores estéticos dominantes. Según García, Migallón, Pérez, Ruiz y Vázquez, (1999), la familia es un factor de predisposición importante, ya que ciertas familias no potencian la individualidad y el aprendizaje de límites a sus hijos/as. También existen familias que no prestan la suficiente importancia a las necesidades emocionales o físicas de los hijos/as. Otras familias son muy protectoras, mientras que hay familias que optan por evitar el conflicto. Morandé (1999) resalta las dificultades en el proceso de autonomía y la excesiva importancia de la imagen corporal en la familia.

Entre los factores desencadenantes de la anorexia y bulimia nerviosa, se encuentra la presión por adelgazar, comentarios dentro del núcleo de la familia, acerca del cuerpo y sobre todo la relación de la pérdida de peso con cualidades positivas. También como factor desencadenante se haya la excesiva información preventiva, tanto en lo que se refiere a TCA como a información sobre alimentación sana. (García et al, 1999). Para Morandé, (1999) estos factores son cambio de colegios, angustia afectiva, ruptura de pareja, conflictos entre amigos o amigas y agresión física o sexual. Toro y Vilardell (1987) citado por Garrote (2009), coinciden con Morandé (1999), sobre algunos factores desencadenantes de la anorexia y la bulimia nerviosa. Dichos factores son la subida de peso, trastorno adelgazante y el aumento del ejercicio físico.

Por último, los factores mantenedores de la anorexia y la bulimia nerviosa son diversos, para García et al, (1999), el factor que más favorece el mantenimiento del TCA es llevar a cabo unas pautas alimentarias inadecuadas. Dichas pautas producen una serie de cambios que afectan a un nivel físico y mental. Debido a ello, muchas personas con TCA no reconocen lo que está ocurriendo, se preocupan cada vez más por la comida y sus capacidades cognitivas van disminuyendo. Morandé, (1999) y Toro y Vilardell (1987, citado en Garrote, 2009) coinciden en que algunos de los factores mantenedores de la anorexia y la bulimia nerviosa son los cambios físicos, las relaciones familiares, el aislamiento social y el ejercicio físico excesivo. Además, Morandé, (1999) añade el

ayuno o régimen alimenticio, vómito autoinducido, ausencia del hambre, negación de fatiga y enfermedad y el apoyo social para adelgazar.

Otro punto son los factores de riesgo de los TCA, actualmente un 11% de los/as adolescentes y los/as jóvenes tienen síntomas de riesgo de padecer TCA. (IMA, 2013). Gandarillas-Grande y Febrel (2000, citado Peláez, Labrador y Raich 2014) realizaron una investigación sobre la identificación de personas en riesgo de padecer un TCA, sobre adolescentes en la Comunidad de Madrid. Los resultados indicaron que un 15,3% de las mujeres y un 2,2% de los hombres constituyen población de riesgo de padecer TCA.

La insatisfacción corporal es un factor de riesgo muy importante en el desarrollo de los TCA. (Paniagua y García, 2003). Ramos, Pérez, Liberal y Latorre (2003), realizaron un estudio sobre la importancia de determinados aspectos cognitivos y socio familiares vinculados a la insatisfacción con la imagen corporal que tienen los/as adolescentes. Se realizó sobre una muestra de 4.657 adolescentes entre 12 y 18 años (2.406 chicas y 2.251 chicos). Como resultado se encontró que el 79% de los/as encuestados/as siente presión familiar, el 47% desearían pesar menos, el 16% piensa que con una talla menos de la que tienen estarían mejor. También el 37% estiman que los/as jóvenes de su entorno pesan menos que ellos/as y por último un 53% estaría dispuesto/a a bajar de peso para mejorar su imagen corporal, siendo un 63% las mujeres y un 44% los hombres. Otros factores de riesgo de los TCA, son aquellos causados por los mensajes de los medios de comunicación, promoviendo un ideal estético de delgadez, la negativa satisfacción corporal de las personas y a la vez a su autoestima. Esta última se considera “como un factor previo, predisponente, y como síntoma posterior de este tipo de trastornos”. (Baile y Ruiz, 2009, p.2). En otras palabras, las personas con baja autoestima tienen mayores probabilidades de desarrollar los TCA.

Los TCA tiene un origen multicausal, es decir, están influenciados por diversos factores, personales, genéticos, socioculturales, psicológicos y cognitivos. (IMA, 2013). Dentro de los componentes de los factores socioculturales se encuentran los medios de comunicación, estos ejercen una gran influencia sobre los TCA. Los medios de comunicación son instrumentos utilizados para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. El propósito de los medios de

comunicación es informar, formar y entretener, existiendo diferentes tipos, para distintas finalidades. (Domínguez, 2012).

No se puede confirmar una relación entre la representación del cuerpo y la delgadez de los medios de comunicación y los TCA, pero es evidente que los medios de comunicación poseen mucha fuerza en la actualidad siendo unos de los principales vehículos de transmisión de los ideales de belleza inalcanzables. Los medios de comunicación bombardean a la población a través de mensajes directos o indirectos, donde se resalta el cuerpo esbelto y delgado para triunfar tanto a nivel emocional como laboral e incluso personal.

Actualmente en España existen un amplio abanico de páginas webs, blogs, foros y publicidad que fomentan la anorexia nerviosa y la bulimia nerviosa y que además son legales, ya que no existe una normativa específica que las prohíba. El cierre o la censura de estos medios podría ser una herramienta para luchar contra los TCA.

Sin embargo, el artículo 8, de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico, prevé la adopción de las medidas necesarias para interrumpir la prestación de un servicio en Internet cuando se atente contra la salud pública o la juventud y la infancia. Siguiendo con dicha ley, el artículo 12 sobre las obligaciones de información sobre seguridad, refleja que los proveedores informarán sobre las herramientas existentes para el filtrado y restricción del acceso a determinados contenidos y servicios en Internet no deseados o que puedan resultar nocivos para la juventud y la infancia.

Entorno al ideal de belleza occidental, se ha constituido un mercado impulsado por los intereses económicos, comerciales, publicitarios y mediáticos. (Ventura, 2000). En otras palabras, los medios de comunicación han creado y difundido un estereotipo de belleza muy difícil de alcanzar, generando múltiples consecuencias para la población. Existe un gran interés económico en mantener este canon de belleza, puesto que genera grandes cantidades de dinero, ya sea a través de la venta de productos de belleza, ropa, alimentos, cirugías estéticas, etc.

Existen diversos estudios sobre la influencia de los medios de comunicación en la percepción de la imagen corporal. Hamilton y Waller realizaron un estudio experimental mostrando imágenes neutras e imágenes de modelos de revistas de moda a un grupo de

mujeres con anorexia y bulimia nerviosa y a un grupo control, encontrando como resultado que las pacientes con TCA presentaban un incremento del 25% en la distorsión de su imagen corporal, tras la visión de las fotografías de modelos con respecto a la visión de fotografías neutras. (Guerro-Prado, Barjau y Chinchilla, 2001).

Otro estudio realizado por Field acerca de la influencia de las amistades y los medios de comunicación con los TCA, sobre una muestra de 6.982 niñas de 9 a 14 años, encuentra que un 69% de ellas admitía que las imágenes de las revistas de modelos habían influido en su percepción corporal, a raíz de la visualización de dichas fotografías un 47% aseguró querer perder peso, por lo que existe una relación entre la frecuencia en la lectura de revistas y la prevalencia en la ejecución de régimen alimenticio. El estudio de Levine, acerca las actitudes y comportamientos socioculturales en el instituto, realizado sobre 385 mujeres adolescentes, mostró que el 70% de ellas confirma que las revistas exponen los ideales de belleza, el 22% tenía gran interés por imitar la imagen corporal que representaban estas revistas, mientras que un 3% no tenían contacto con este tipo de medio de comunicación. (Guerro y Barjau, 2002).

Dentro de los medios de comunicación, se encuentra internet, una red relevante en el mantenimiento de los TCA. Esta red utiliza una difusión masiva, donde un mensaje es enviado al mismo tiempo a diferentes receptores. Se ha convertido en una herramienta muy importante de la educación, además de tener un gran papel en el mundo empresarial y publicitario. (Domínguez, 2012).

Actualmente hay muchas personas, en concreto adolescentes, que utilizan la red de internet y por consiguiente las redes sociales. Según un estudio sobre “la Juventud y las Redes Sociales en Internet” realizado para la Fundación Pfizer en 2009, en las diferentes Comunidades Autónomas del territorio español, con una muestra de 1.000 entrevistas destinadas a jóvenes (chicos y chicas) de 11 a 20 años, determina que el 98,1% utiliza las redes sociales frente al 1,9% que no. La proporción es ligeramente superior entre las chicas que entre los chicos un 99% frente a un 97,1%. Además, 7 de cada 10 personas accede a la red diariamente, y cerca de 9 de cada 10 lo hace al menos dos o tres veces a la semana. Solamente un 5,4% asiente conectarse con limitada frecuencia, menos de dos o tres veces al mes. (Fundación Pfizer, 2009).

Internet pone a disposición una gran cantidad de información a sus usuarios/as, por lo que permite el acceso a múltiples datos, en este caso acerca de los TCA. En los años 90 desde EE.UU. hasta Inglaterra se extendió un movimiento llamado pro-anorexia y pro-bulimia. Estas páginas de internet consideran a los trastornos de la alimentación como un estilo de vida, ofreciendo apoyos y asesoramiento para lograrlo. Se consideran peligrosas, ya que dificulta el tratamiento de esta enfermedad, influyendo en la aparición, desarrollo y mantenimiento de la misma. En los años 2006 y 2011 crecieron estas páginas web en un 470%, en el cual existe un porcentaje muy elevado de usuarios/as menores de edad, elevándose la cifra a un 75%. (Blanco, Carrera, Bermúdez, y Seijas, 2012).

Blanco, Carrera, Bermúdez y Seijas, (2012), realizaron un estudio, sobre la influencia de las páginas pro-anorexia y pro-bulimia a un grupo de 14 mujeres con TCA, pertenecientes a la Unidad de TCA, con edades comprendidas entre los 13 y los 41 años. Entre los resultados, encontramos que un 33,3% visitaban varias veces al día estas páginas web, a causa del malestar consigo mismas. También un 33,3% de las pacientes se pesaban y medían después de consultar dichas páginas. Mientras, un 33,3% percibía cambios negativos en su autoestima después de visitar estas páginas. El 75% opinaban que estas páginas deberían cerrarse, ya que les causaban daño o reconociendo que su salud empeoraba, pero que en ellas se sentían comprendidas. (Según Blanco, Carrera, Bermúdez, y Seijas, 2012). Estas cifras son un claro ejemplo de cómo afectan esas páginas webs a las personas que las visitan.

Hoy en día hay pocos instrumentos para determinar los TCA, la autopercepción corporal y la autoestima. En los años 90 comenzaron a realizarse instrumentos para calcular el impacto psicosocial de la imagen corporal sobre los TCA. Uno de esos instrumentos fue el Body Shape Questionnaire (BSQ), diseñado por Cooper, Taylor y Fairburn en 1987. Mediante este instrumento, Baile, Grima y Garrido, (2002), elaboraron un estudio sobre la insatisfacción corporal en adolescentes, desarrollado sobre una muestra de 294 adolescentes de 12 a 19 años. Los resultados que obtuvieron es que los/as adolescentes de 12 y 13 años manifestaron niveles muy bajos de insatisfacción corporal sin diferencias respecto al sexo. Cabe destacar el sentimiento de insatisfacción corporal se acentúa en las adolescentes a lo largo de los años, mientras

que en los adolescentes no se producen grandes variaciones. (Vázquez, Álvarez, Mancilla, 2000)

Otro tipo de instrumento es el Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos (CIMEC), diseñado para medir la influencia de los agentes y situaciones que transmiten el modelo estético actual, en el estudio sobre la insatisfacción corporal e influencia de los modelos estéticos llevado a cabo por Vázquez, López, Álvarez, Mancilla, y Oliva (2006), realizado a 45 niños y 42 adolescentes, todos ellos del sexo masculino, donde se puede observar la gran influencia de la publicidad en la interiorización de los modelos estéticos corporales por parte del total de los jóvenes, produciendo conductas negativas como el control de la ingesta de calorías para adelgazar.

Con respecto a los recursos en Canarias para dar respuesta a los TCA, hay que saber de entrada que los TCA se consideran un problema de salud mental, por lo que se tratan a un nivel preventivo y asistencial. Su tratamiento requiere un grupo multidisciplinar de profesionales sanitarios del Servicio Canario de la Salud, administrado por el Servicio de Salud Mental de la Dirección General de Programas Asistenciales, dependiente de la Consejería de Sanidad del Gobierno de Canarias. Se actúa en los distintos niveles de actuación, equipos de Atención Primaria, unidades de Salud Mental, unidades de internamiento en los hospitales generales y hospital de día. Es necesario un programa terapéutico protocolizado y específico, personal especializado en el diagnóstico, evaluación y tratamiento de los TCA, y un espacio específico para tratar estas enfermedades. (González, et al., 2009).

En relación con los recursos, se encuentran las asociaciones contra la anorexia y la bulimia nerviosa. Estas tienen información más precisa y personalizada de los distintos recursos. En Tenerife se encuentra la Asociación A.L.A.B.E.N.T.E. es la Asociación para la Liberación de la Anorexia y Bulimia en Tenerife. Esta asociación nace para proporcionar información y asesoramiento a los familiares y allegados de las personas que padecen estos trastornos alimentarios. A partir del año 2001, A.L.A.B.E.N.T.E., empieza a funcionar como Centro de Día, la finalidad es que las personas con TCA tuvieran un centro de tratamiento especializado en la recuperación de los hábitos alimentarios.

En Gran Canaria se encuentra la Asociación Gull-Lasège, para el estudio y tratamiento de la anorexia y bulimia en canarias, el objetivo de esta asociación ha sido: apoyar a los familiares, ayudar a los/as afectados/as e informar a la sociedad (actuaciones de prevención, formación y sensibilización) sobre todo lo referente a estos trastornos.

El papel del trabajador y trabajadora social en los TCA debe ser multidisciplinar es decir acciones coordinadas entre psicólogos/as, médicos/as, pacientes, familia y los/as demás profesionales que correspondan en cada caso. Es importante saber que intervienen tanto a nivel individual, grupal, familiar, como comunitario. Desde el nivel individual/familiar el papel del trabajador y trabajadora social en la mayoría de los casos se realiza en los sistemas sanitarios. Las funciones en este nivel son diversas, por ejemplo, detectar primero a la persona con el trastorno, realizar un tratamiento nutricional, ofrecer una educación nutricional. También hay que apoyar a las personas que sufren este tipo de trastornos a aceptar su cuerpo, desarrollar habilidades sociales y comunicativas, adquisición de empoderamiento y refuerzo de la autoestima. Es muy importante el papel que desempeñan las familias durante el tratamiento de los TCA, por lo que es vital, apoyar y comprender a las familias, para que participen en el proceso de cambio. Además de informar del acceso a los recursos comunitarios e institucionales.

A nivel grupal, se realiza una intervención a través de los Grupos de Autoayuda. Son grupos compuestos por personas que poseen unos problemas en común. En estos grupos las personas comparten experiencias que han vivido y las usan para aprender y poder sobrellevar mejor sus situaciones, ofreciéndose ayuda mutua. Estos grupos pueden ser guiados por un trabajador o trabajadora social, ofreciendo ayuda, comunicación y consejos.

A nivel preventivo, el objetivo es “limitar la incidencia de la enfermedad, en este caso los TCA, mediante el control de las causas y la exposición a factores de riesgo”. (Arrufat, et al., 2009, p.55). Por lo tanto, los trabajadores y trabajadoras sociales entre sus competencias recogen una serie de actuaciones psicoeducacionales, técnicas de disonancia, e intervenciones centradas en suprimir los factores de riesgo de los TCA y en reforzar a las personas. (Arrufat, et al., 2009). Desde la educación deben realizar charlas, actividades de concienciación de los TCA, defendiendo estilos de vida saludable, tratando las habilidades sociales y la autoestima. También se pretende ayudar

a padres y madres a identificar los TCA en sus hijos/as, así podrán acudir un/a profesional, para poder eliminar este problema, debido a la gravedad de este trastorno.

A nivel sensibilizador, se trabaja a través de asociaciones y voluntariados para cambiar los hábitos sobre la alimentación y las prácticas de vida saludable. Por tanto, se realiza desde un nivel social. También a través de los medios de comunicación, se pueden realizar campañas para transmitir que la extrema delgadez no es un modelo ideal de belleza, realizando acciones que fomenten la concienciación a toda la sociedad y, en especial, a los más vulnerables sobre este tipo de trastornos.

2. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 OBJETIVO GENERAL:

- Conocer y analizar el impacto de los medios de comunicación en la aparición de conductas de riesgo de los Trastornos de Conducta Alimentaria. (Anorexia y Bulimia).

2.1.2 OBJETIVO ESPECÍFICO:

- Identificar el impacto de los medios de comunicación sobre la autoestima y la percepción de la imagen corporal en la población estudiada.
- Investigar los factores de riesgo para sufrir estos trastornos en la población estudiada.

2.2. HIPÓTESIS

Para cumplir los objetivos marcados, se tratará de llegar a unas conclusiones que validen las siguientes hipótesis:

- **HIPÓTESIS 1:** Los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación influyen negativamente en la autopercepción corporal.
- **HIPÓTESIS 2:** La autoestima se ve afectada negativamente por los medios de comunicación según el sexo, siendo más notables en las mujeres.
- **HIPÓTESIS 3:** Las personas frecuentemente se comparan con modelos de belleza de la televisión, redes sociales o revistas.

2.3 METODOLOGÍA

En el siguiente apartado se detalla el tipo de metodología e investigación, las técnicas e instrumentos utilizados y los participantes con el que se recogieron los datos de la misma.

2.3.1 PARTICIPANTES:

Los/as participantes de esta investigación han sido mujeres y hombres de 15 a 45 años que habitan en la isla de Tenerife. Participaron un total de 100 personas. La muestra es probabilística y los encuestados y encuestadas son elegidos al azar.

2.3.2 INSTRUMENTO:

Para medir los objetivos del estudio se elaboró un cuestionario a partir de adaptaciones de dos cuestionarios, puesto que ninguno de ellos comprende en sí

mismo todas las variables del estudio. Los ítems del instrumento elaborado fueron elegidos en función de la relevancia y representatividad del tema. La forma de medición de los mismos en todo el cuestionario es a través de una escala de likert de 5 puntos, siendo:

1= nunca; 2 = raramente; 3 = alguna vez; 4 = casi siempre; 5 = siempre.

El cuestionario está dividido en tres bloques, que corresponden a adaptaciones de escalas validadas. El primer bloque describe el impacto de los medios de comunicación sobre la autopercepción corporal. El segundo bloque identifica la insatisfacción y preocupación corporal. Y por último el tercer bloque está referido a las influencias de las relaciones sociales.

Los instrumentos de referencias para los tres bloques han sido, por un lado, el Body Shape Questionnaire (BSQ), diseñado por Cooper, Taylor y Fairburn en 1987, sin embargo, en este caso, se trata de un estudio llevado a cabo por Baile y Ruiz, (2002). Por otro lado, se encuentra el Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos (CIMEC), diseñado para intentar medir la influencia de los agentes y situaciones que transmiten el modelo estético actual. Dicho instrumento fue utilizado por Vázquez, Álvarez y Mancilla, (2000).

2.3.3 PROCEDIMIENTO:

El primer paso fue elaborar el cuestionario, una vez terminado, se procedió a la entrega de estos. Todos/as los/as participantes respondieron de forma voluntaria y anónima al cuestionario cuantitativo. Parte del estudio se realizó mediante la colaboración de otras personas y se llevó a cabo a pie de calle. Una vez contestados los 100 cuestionarios, las respuestas fueron procesadas a través del programa estadístico Excel. El análisis de los datos se realizó a través del mismo programa.

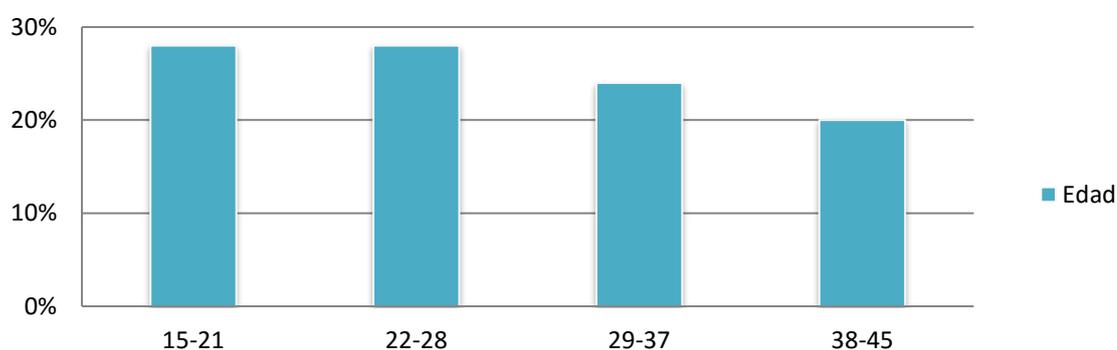
3. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados extraídos de los cuestionarios, representados a través de una serie de gráficas.

3.1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS.

Dentro de este apartado, analizaremos las características sociodemográficas de los/as encuestados/as para esta investigación. Se tratarán aspectos como la edad, el sexo, lugar de nacimiento y estudios adquiridos.

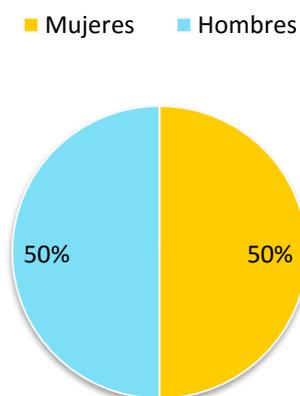
Gráfica 1: Características de las personas encuestadas según la edad.



Fuente: Elaboración propia.

En este primer gráfico queda representada la edad de la muestra. Se han dividido en cuatro rangos de edad, 15-21, 22-28, 29-37 y 38-45. La media (\bar{X}) de edad de la población estudiada es de 28,13.

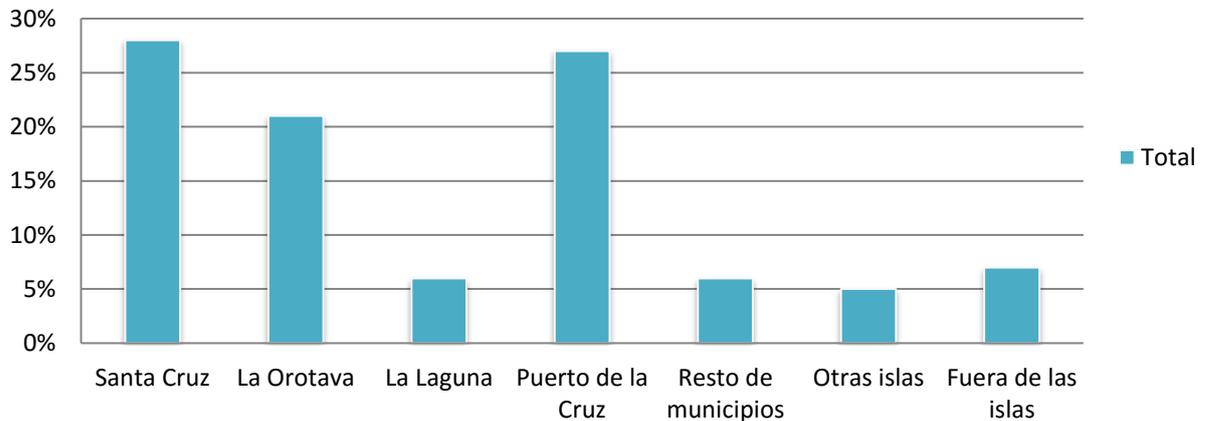
Gráfica 2: Características de las personas encuestadas según su sexo.



Fuente: Elaboración propia.

Estamos ante una gráfica sectores, que representa el sexo de las personas encuestadas. La encuesta se ha realizado a un total de 100 personas, siendo 50 hombres y 50 mujeres.

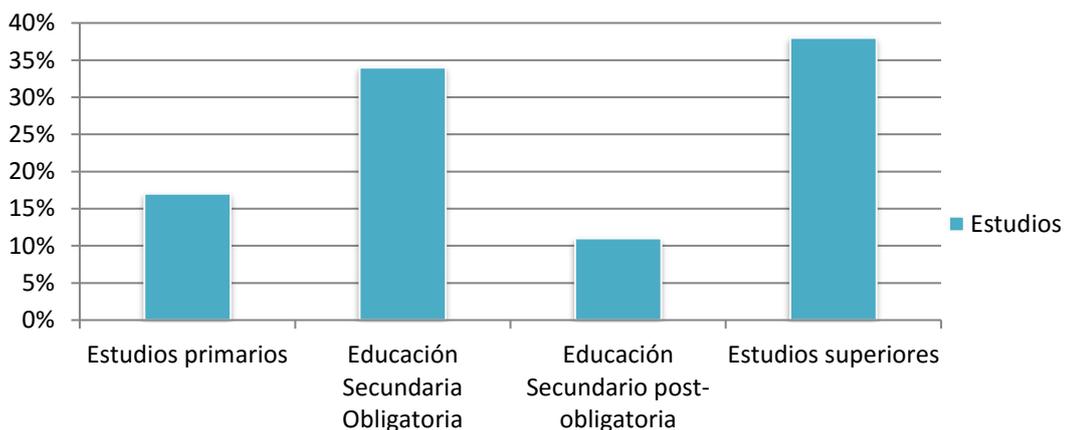
Gráfica 3: Características de las personas encuestadas según su lugar de nacimiento.



Fuente: Elaboración propia.

En este gráfico se presentan los porcentajes del lugar de nacimiento de las personas encuestadas. Como se puede observar la gran mayoría se concentra en el municipio de Santa Cruz de Tenerife (28%), en el Puerto de la Cruz (27%) y en la Orotava (21%).

Gráfica 4: Características de las personas encuestadas según el nivel educativo.



Fuente: Elaboración propia.

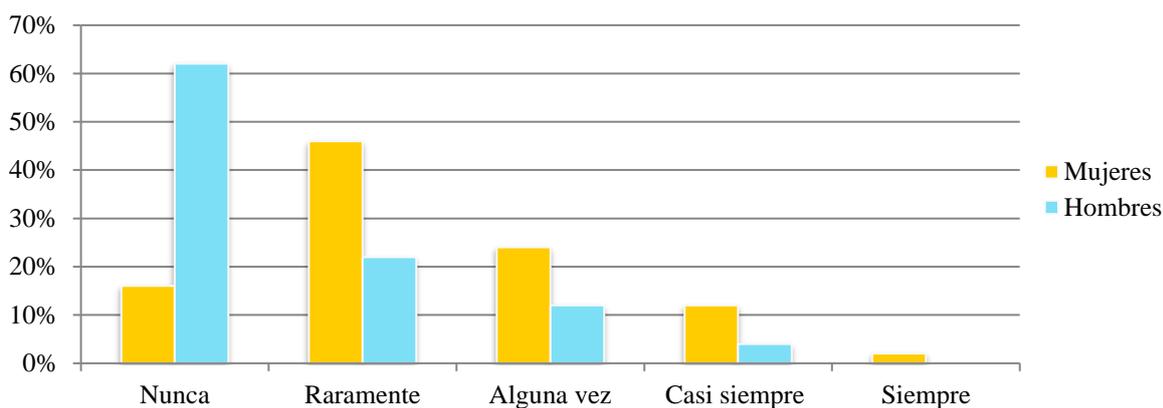
En este gráfico encontramos el nivel educativo de las personas encuestadas. Podemos observar que hay un alto índice de personas con el graduado escolar y con estudios superiores.

3.2 DATOS DE LAS PREGUNTAS DEL ESTUDIO

A continuación, se presentan una serie de gráficos que corresponden a las preguntas más importantes para el desarrollo del estudio.

3.2.1 BLOQUE I: INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PERCEPCIÓN CORPORAL.

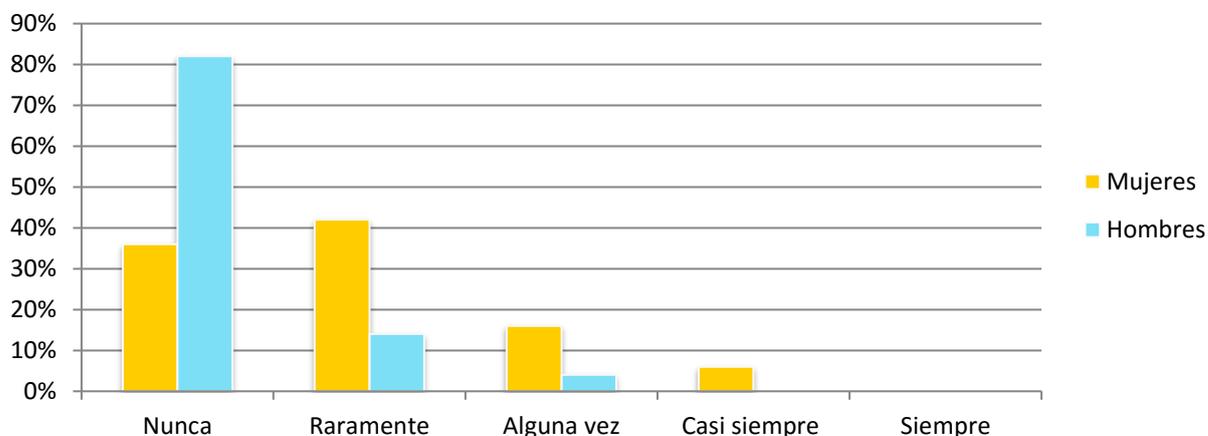
Gráfica 5: Respuestas de los/as encuestados/as sobre de la atracción de las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.



Fuente: Elaboración propia.

En este gráfico corresponde al ítem n°3, se puede observar cómo un 16% de las mujeres afirman que nunca han sentido atracción por conversaciones acerca del peso, calorías, la silueta, etc. Frente a un 62% de los hombres. En cuanto al resto de casillas, es decir “raramente”, “alguna vez”, “casi siempre” y “siempre” los hombres tienen cifras más bajas que las mujeres. La moda (M) para las respuestas de las mujeres es 2, que corresponde con “raramente” con una cifra del 46%, mientras en los hombres es 1, es decir, nunca, cuya cifra asciende al 62%.

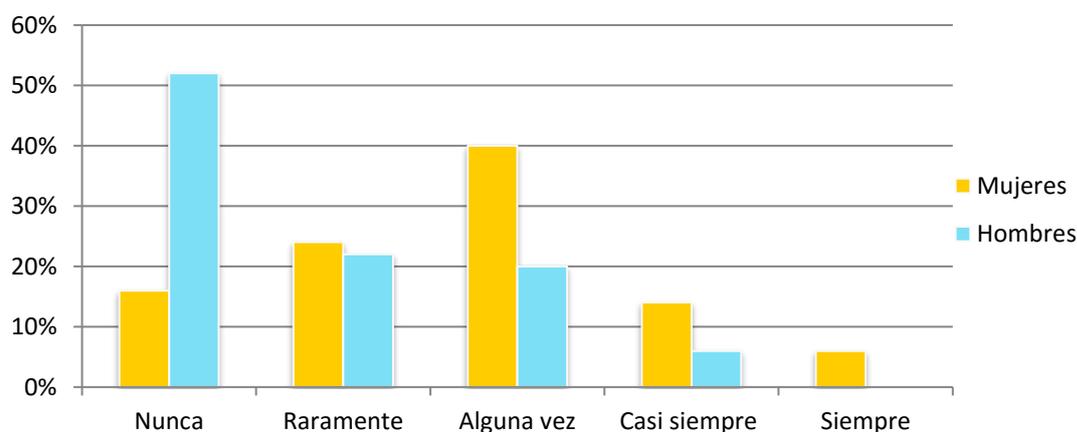
Gráfica 6: Respuestas de los/as encuestados/as sobre la manifestación de la ansiedad debido a percibir anuncios que invitan a adelgazar.



Fuente: Elaboración propia.

Este gráfico corresponde con el ítem nº5. Se puede observar que más de la mitad de los hombres no les causa ansiedad percibir anuncios que invitan a adelgazar, sin embargo, el porcentaje para las mujeres se reduce a un 36%. La media (\bar{X}) de las respuestas de las mujeres es de 1,92, mientras que la cifra para los hombres se reduce a un 1,22. Se puede deducir que las mujeres sienten más ansiedad que los hombres tras ver un anuncio que invitan a adelgazar.

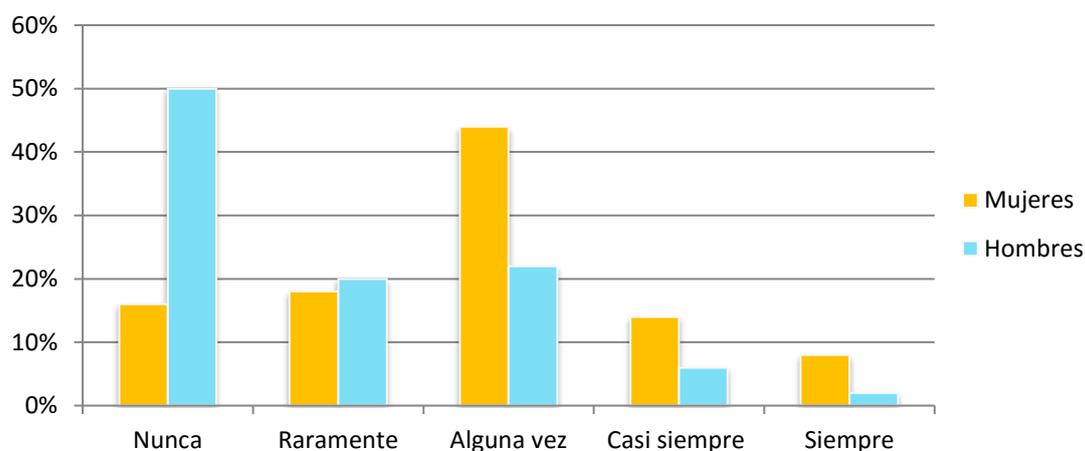
Gráfica 7: Respuestas de los/as encuestados/as sobre la comparación desfavorable de su imagen corporal al fijarse en la figura de modelos y actores o actrices de la televisión, redes sociales o revistas.



Fuente: Elaboración propia.

Esta gráfica corresponde con el ítem n°10, se puede apreciar que un alto porcentaje de hombres (80%) y mujeres (70%) afirman que “nunca” se han comparado desfavorablemente con modelos, actores y actrices. Sin embargo, un 20% de las mujeres “raramente” lo ha hecho, frente a un 16% de los hombres. No son porcentajes muy altos, pero son porcentajes que debemos tener en cuenta.

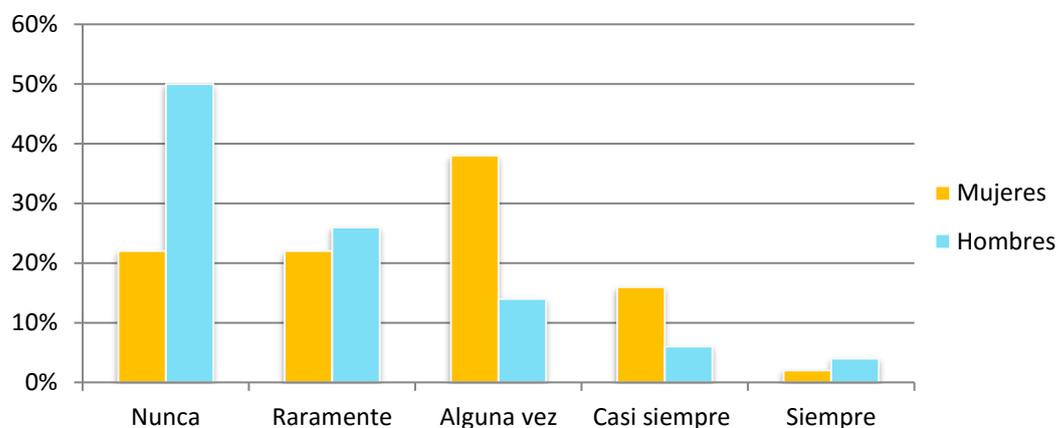
Gráfica 8: Respuestas de los/as encuestados/as sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autopercepción corporal.



Fuente: Elaboración propia.

Esta gráfica corresponde al ítem n° 11. Un 50% de los hombres aseguran que “nunca” han estado influenciados en su autopercepción corporal por los medios de comunicación, frente a un casi imperceptible porcentaje de mujeres (16%). La cifra de la respuesta “siempre” es muy baja, con un 8% las mujeres y un 2% de los hombres, pero tenemos que tenerla en cuenta, ya que esta cifra es representativa porque la muestra es sobre cien personas.

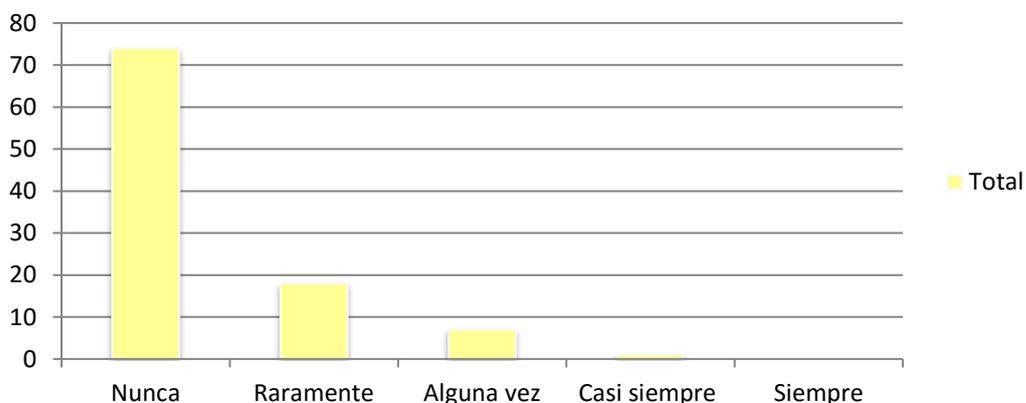
Gráfica 9: Respuestas de los/as encuestados/as sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en su autoestima.



Fuente: Elaboración propia.

Esta gráfica representa el ítem nº 12. Podemos observar que un 22% de las encuestadas afirman que “nunca” ha sentido que los medios de comunicación influyan en su autoestima, frente a un 50% de los hombres. Es interesante ver como en las encuestadas la moda (M) es la casilla de “alguna vez” y en los encuestados es “nunca”, se puede deducir que a las mujeres de la muestra los medios de comunicación les influyen en mayor medida de forma negativa su autoestima que en los hombres.

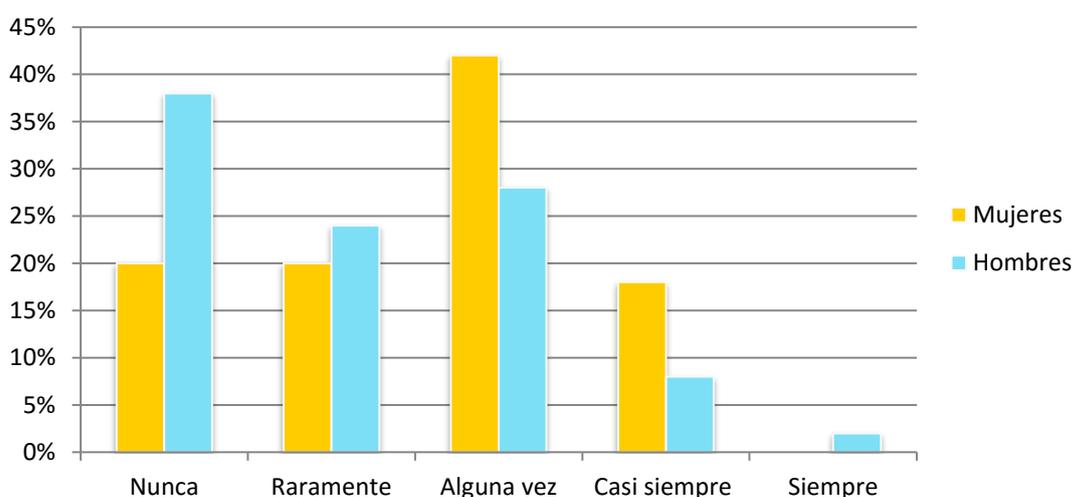
Gráfica 10: Respuestas de la muestra total acerca de la opinión sobre si la programación televisiva informa sobre los medios de prevención de la anorexia y bulimia.



Fuente: Elaboración propia.

Este gráfico representa el ítem nº13, como se puede observar las personas encuestadas creen que la programación televisiva no le da la suficiente importancia a la prevención de la anorexia y la bulimia, respondiendo con un 74% de las personas la casilla de “nunca”, un 18% para la opción de “raramente”, un 7% para “alguna vez” y tan sólo un 1% para casi siempre. Hay que tener en cuenta estos resultados, debido a que la mayoría de las personas piensan que no se hace nada para prevenir este tipo de trastornos que sufren millones de personas en el mundo.

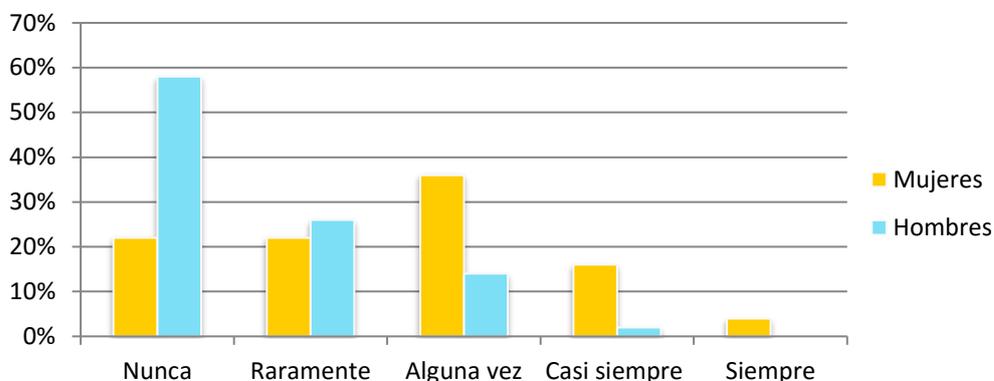
Gráfica 11: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de la atención prestada sobre imagen corporal de los actores o actrices en las películas.



Fuente: Elaboración propia.

Esta gráfica representa el ítem nº 14. La gráfica muestra como un 42% de las mujeres afirma que alguna ha prestado atención al físico de los actores o actrices cuando ve una película, mientras que los hombres la cifra disminuye a un 28%. En cuanto a la moda (M) de esta pregunta en las encuestadas es la casilla “alguna vez” y en el caso de los hombres es “nunca”. Se puede deducir que las encuestadas son más propensas a prestar atención a la imagen corporal de los actores o actrices mientras ven una película que los encuestados.

Gráfica 12: Respuestas de los/as encuestados/as acerca del sentimiento de envidia hacia los/as modelos que aparecen en los desfiles de moda o en los anuncios de prendas de vestir.

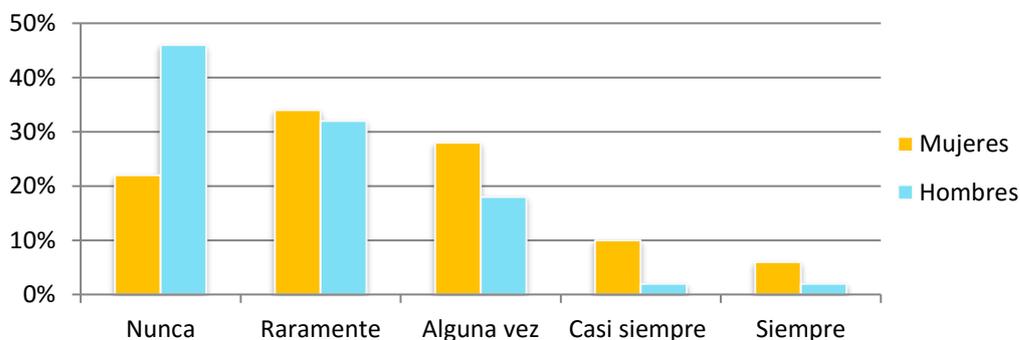


Fuente: Elaboración propia.

Esta gráfica representa el ítem nº15. Podemos observar cómo un 22% de las encuestadas “nunca” han sentido envidia hacia los/as modelos que aparecen en los desfiles de moda en los anuncios de prendas de vestir, frente a unas cifras más elevadas por parte de los hombres, 58%. Es muy curioso ver cómo un 16% de las encuestadas “casi siempre” sienten envidia por las modelos, mientras que en los hombres la cifra se reduce a un 2%. En cuanto a la moda (M), para las mujeres de la muestra es la casilla “alguna vez”, sin embargo para los hombres la casilla que más se repite es “nunca”.

3.2.2 BLOQUE II: INSATISFACCIÓN Y PREOCUPACIÓN CORPORAL

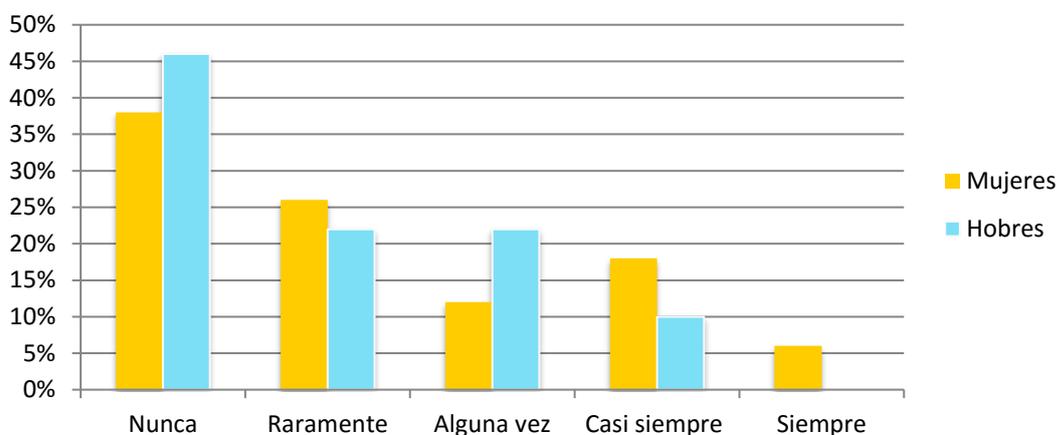
Gráfica 13: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de si la preocupación por la figura corporal ha generado el pensamiento de realizar una dieta.



Fuente: Elaboración propia.

Este gráfico corresponde con el ítem n° 16. Se puede observar que casi la mitad de los hombres nunca han sentido preocupación por la figura corporal (46%), sin embargo, el porcentaje para las mujeres se reduce a un 22%. Es interesante ver como la moda (M) de las encuestadas es la respuesta “raramente” mientras que la de los encuestados es “nunca”, por lo tanto, se puede deducir que las mujeres sienten más preocupación por la figura corporal generando un pensamiento de realizar una dieta.

Gráfica 14: Respuesta de los/as encuestados/as acerca de que si la preocupación de la figura les ha hecho pensar que deberían de hacer ejercicio.

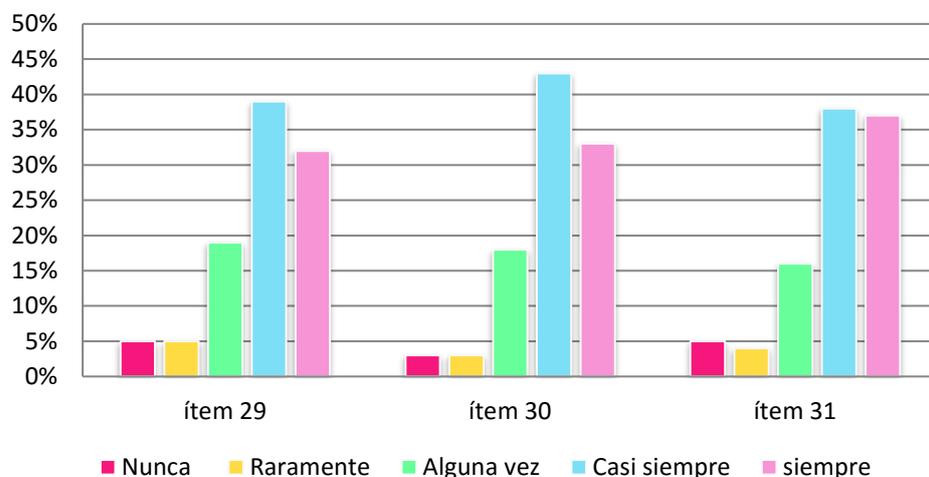


Fuente: Elaboración propia.

Estamos ante un gráfico que representa el ítem n°25. En primer lugar, se puede apreciar cómo un 46% de los encuestados nunca han pensado en hacer ejercicio físico a causa de la preocupación por su figura corporal frente a un 38% de las encuestadas. Por el contrario, un 6% de las mujeres afirma que “siempre” han pensado en hacer ejercicio físico por la preocupación de su imagen corporal, frente a un 0% de los hombres. También un 22% de los hombres encuestados afirma que “alguna vez” han pensado en hacer ejercicio físico a causa de la preocupación por su figura corporal, mientras que las mujeres disminuyen la cifra a un 12%. Aunque estas cifras dan la vuelta en la casilla de “casi siempre”, con un 18% para las mujeres y un 10% para los hombres.

2.2.3 BLOQUE III: INFLUENCIAS DE LAS RELACIONES SOCIALES.

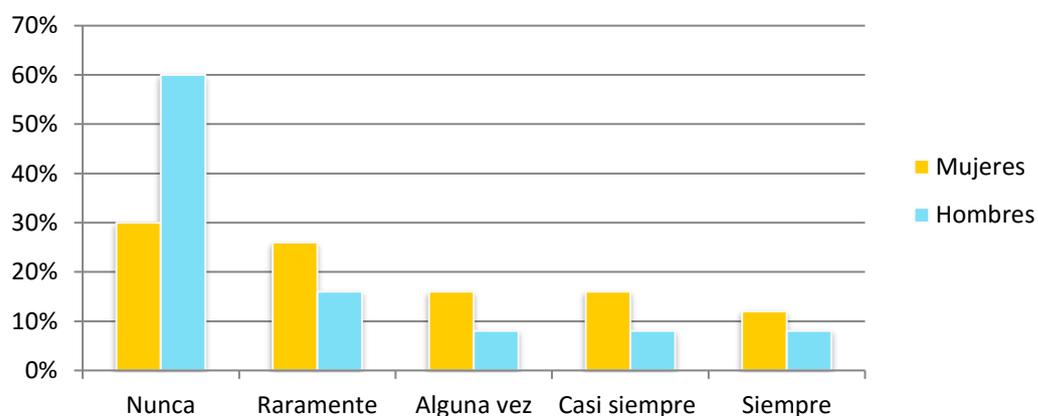
Gráfica 16: Respuestas a los ítems 29, 30 y 31.



Fuente: Elaboración propia

Estamos ante una gráfica compuesta por 3 ítem, trata sobre si los/encuestados/as tienen amigos/as preocupado/a por su peso, que practique algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar y que lleven a cabo alguna dieta adelgazante. Es interesante comentar que los porcentajes para la casilla de “nunca” o “raramente” son muy bajos, alrededor de un 5% para todas las preguntas, por lo tanto, los/as encuestados/as sí tienen amigos/as preocupados por su imagen corporal.

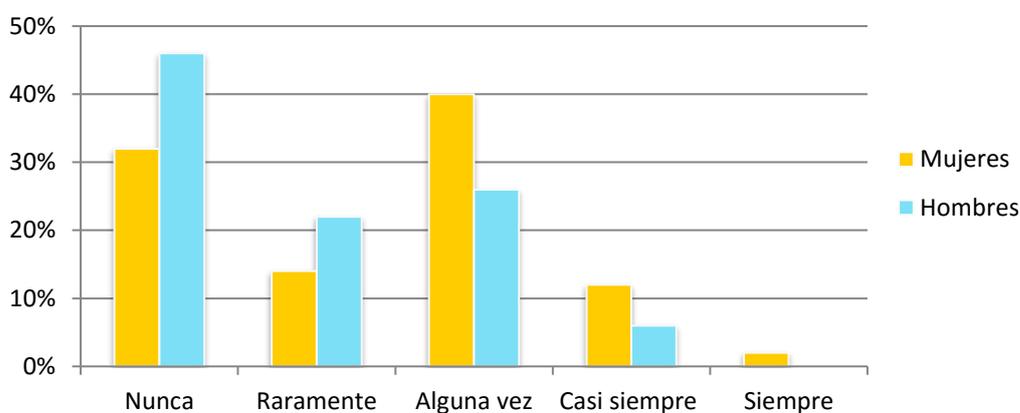
Gráfica 17: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de si estar con chicos/as delgados les ha provocado fijarse en su cuerpo.



Fuente: Elaboración propia

En este gráfico corresponde con el ítem n° 33. Un 60% de los hombres nunca se han fijado más en su figura por estar con personas delgadas, mientras que la cifra en las mujeres se reduce a la mitad, es decir un 30%. Estas cifras son muy diferentes, se puede ver en la media (\bar{x}) en los hombres es de un 1,88, mientras que en las mujeres es de un 2,54, por lo que se puede deducir que las mujeres que realizaron las encuestas se fijan más en su cuerpo cuando están con personas delgadas.

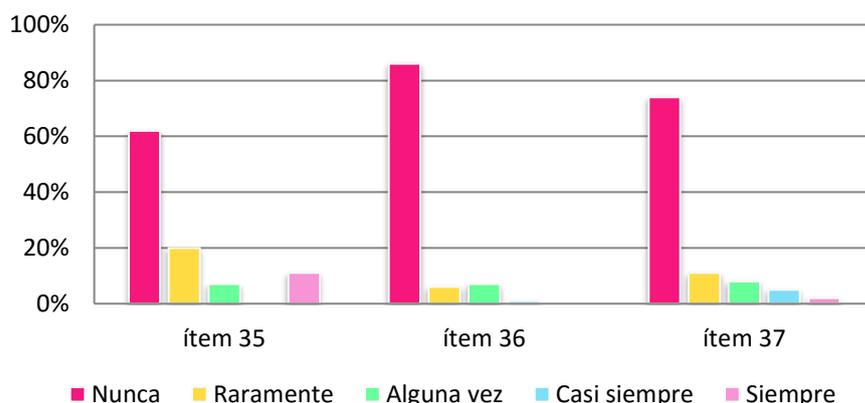
Gráfica 18: Respuestas de la muestra total acerca de si han reducido la cantidad de comida para bajar de peso.



Fuente: Elaboración propia.

Estamos ante una gráfica que representa el ítem n°34. Un dato curioso de esta gráfica es que la moda (M) de las respuestas de las encuestadas es 3, que corresponde a “alguna vez” mientras que en los encuestados la moda (M) es 1, es decir “nunca”, de esta última opción los hombres contestaron un 46%, frente a un 32% de las mujeres.

Gráfica 19: Respuestas de los/as encuestados/as acerca el ítem 35, 36 y 37.



Fuente: Elaboración propia.

Estas preguntas tratan sobre el conocimiento de los blogs para bajar de peso, la frecuencia con la que los visitan en busca de consejo y si conocen a alguien acuda a ellos. Como se puede observar en esta gráfica casi todas las personas del estudio no conocen estos blogs, en concreto un 62%, tampoco lo visitan un 86%, y un 74% no conoce a alguien que los visite. Es interesante ver cómo un 14% de los/as encuestados/as si acuden a estos blogs en mayor o menor medida.

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Como ya se explicó, el objetivo principal de esta investigación es conocer y analizar el impacto de los medios de comunicación en la aparición de conductas de riesgo de los TCA.

Los resultados se dividen en tres bloques. El primero de ellos corresponde con el impacto de los medios de comunicación en la autopercepción corporal. Un estudio realizado por Field acerca de la influencia de los medios de comunicación en los TCA, encuentra que un 69% de las encuestadas admitían que las imágenes de las revistas de modelos habían influido en su percepción corporal, mientras que en el presente estudio un 44% de las mujeres aseguraba que alguna vez han sentido la influencia de los medios de comunicación sobre su percepción corporal. El estudio sobre las actitudes y comportamientos desarrollado por Levine, muestra que el 70% de los/las encuestados/as consideran que las revistas establecen las pautas de los ideales de belleza y 22% mostraba un gran interés en conseguir la imagen corporal expuesta en las

revistas. (Guerro-Prado, Barjau y Chinchilla, 2002) En el presente estudio, se preguntó si las personas encuestadas se comparan de forma desfavorable con modelos, actores o actrices de la televisión, redes sociales y revistas, un 16% de las mujeres asegura que nunca se ha comparado, mientras que el 84% restante afirma que se ha comparado en menor o mayor frecuencia. Se puede observar que los resultados de los estudios de Field y Levine son muy similares a los datos obtenidos en el presente estudio.

El segundo bloque corresponde a la insatisfacción y la preocupación por la figura. Al analizar los valores encontrados se puede observar en el estudio llevado a cabo por Paniagua y García (2003) sobre las conductas anoréxicas entre los/as adolescentes en la Comunidad Autónoma de Cantabria, que las personas con una mayor prevalencia a sufrir TCA son las mujeres, por lo tanto, al igual que en el presente estudio, existe una coincidencia con la prevalencia del sexo. El estudio de Paniagua y García, muestra como el 63% de las mujeres desearía bajar de peso y la mitad de ellas afirman que han realizado dietas adelgazantes, en el presente estudio un 78% las mujeres afirman haber realizado dietas adelgazantes a causa de la preocupación que les causa su imagen corporal. A través del presente estudio se puede confirmar los resultados obtenidos por Paniagua y García (2003) en su estudio sobre las conductas anoréxicas entre los/as adolescentes, llegando a obtener cifras superiores a las obtenidas por estos autores.

Podemos observar como al igual que en el estudio de Paniagua y García (2003), la insatisfacción corporal es un factor de riesgo determinante en el desarrollo de los TCA. Uno de los hallazgos más interesantes que se puede extraer del presente trabajo es que los medios de comunicación afectan de forma negativa sobre la autoestima, lo cual influye en el desarrollo de los TCA, considerándose “como un factor previo, predisponente, y como síntoma posterior de este tipo de trastornos”. (Baile y Ruiz, 2009). Otro factor de riesgo es la autopercepción corporal negativa, ya que las personas son más vulnerables de padecer TCA, si no tienen una visión real de su figura. Por último, la presión social también es un factor de riesgo respecto a la percepción de la figura corporal.

Se pueden observar coincidencias con el estudio sobre la insatisfacción corporal en adolescentes, realizado por Baile, Grima y Garrido (2002), estos autores utilizaron el BSQ, obtuvieron que, a partir de los 16 años, existe una mayor insatisfacción con su imagen corporal entre las mujeres, hecho que sea podido confirmar a través de los datos

recogidos en esta investigación, donde las mujeres presentan una mayor preocupación por su imagen corporal.

Sin embargo, los hallazgos del presente estudio no coinciden con las conclusiones obtenidas en el estudio de Vázquez, López, Álvarez, Mancilla, y Oliva (2006), sobre la insatisfacción corporal e influencia de los modelos estéticos medidos por el CIMEC, estos autores observaron que el total de los jóvenes habían interiorizado los modelos estéticos corporales, llegando a realizar un control de la ingesta de calorías para adelgazar. En el presente estudio, un 54% de los hombres han reducido la ingesta de comida para bajar de peso, cifras mucho más bajas que las del estudio de Vázquez, López, Álvarez, Mancilla, y Oliva (2006).

En este último bloque se analiza la influencia de las relaciones sociales, donde adquieren gran importancia los blogs para bajar de peso, estas páginas suponen un grave peligro, ya que dificultan el tratamiento de los TCA. Blanco, Carrera, Bermúdez, y Seijas, (2012) realizaron un estudio, sobre la influencia de estos blogs a un grupo de 14 mujeres con TCA. Entre los resultados, encontraron que un 33,3% visitaban varias veces al día estas páginas web, a causa del malestar consigo mismas. También un 33,3% de las pacientes se pesaban y medían después de consultar dichas páginas, lo que les ayudaba en el mantenimiento de las limitaciones dietética. El 33,3% restante, percibía cambios negativos en su autoestima después de visitar estas páginas. (Según Blanco, Carrera, Bermúdez, y Seijas, 2012). Los resultados del actual estudio muestran que un 14% de los/las encuestados/as afirma acceder a los blogs en busca de consejos para reducir su peso.

5. CONCLUSIÓN

Para concluir la investigación deberemos tener en cuenta si las hipótesis planteadas se pueden confirmar a través del análisis de los datos obtenidos.

HIPÓTESIS 1: Los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación influyen negativamente en la autopercepción corporal.

A través del análisis de los datos recogidos en los cuestionarios, se ha podido corroborar esta hipótesis, ya que el 67% de la muestra asegura que los medios de comunicación afectan negativamente a su autopercepción corporal en diferentes grados. Además, se ha podido observar que la influencia de los medios de comunicación es mayor en las

mujeres que en los hombres, ya que un 84% de las mujeres afirma que les afecta de forma negativa frente a un 50% de los hombres.

HIPÓTESIS 2: La autoestima se ve afectada negativamente por los medios de comunicación según el sexo, siendo más notables en las mujeres.

Como se ha dicho en anteriores ocasiones, las personas que tienen una autoestima baja, tiene mayores probabilidades de desarrollar los TCA. (Baile y Ruiz, 2009). También estos trastornos afectan a más mujeres que a hombres, se calcula que en España hay más de 500.000 personas que los padecen, siendo el 95% mujeres. (Castillo, León Espinosa, López, Medina, Burgos, De Cruz, 2005).

A través de los resultados obtenidos, se puede observar que los medios de comunicación afectan negativamente a la autoestima de las mujeres (78%) en una mayor medida que a la de los hombres (50%).

HIPÓTESIS 3: Las personas frecuentemente se comparan con modelos de belleza de la televisión, redes sociales o revistas.

Hemos podido comprobar a través de la investigación, que las personas encuestadas se comparan con modelos de belleza de la televisión, redes sociales o revistas. Según los resultados un 66% se ha comparado con los modelos de belleza.

Se puede observar cómo un 52% hombres aseguran no compararse con los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación, mientras que en las mujeres sólo un 16% de las mismas responde que nunca se compara con dichos modelos de belleza. Por lo que existe un mayor porcentaje entre las mujeres (84%) que se comparan con modelos de belleza que de hombres (48%), pudiendo confirmar que el sexo es un factor que influye en este aspecto.

Los factores de riesgo para sufrir TCA que se han encontrado a lo largo del estudio, son la baja autoestima, el sexo, la influencia de las relaciones sociales y la percepción corporal negativa, ya que las personas son más vulnerables de padecer TCA, si no tienen una visión real de su figura. Además, de la presión social y del modelo de belleza actual, que resalta la excesiva delgadez, en ambos factores los medios de comunicación tienen un peso muy importante, ya que son los que difunden los cánones de belleza actuales. Otro factor de riesgo es la existencia de los blogs para bajar de peso que difunden la anorexia y la bulimia, estos tienen una gran relevancia en la aparición y

mantenimiento de los TCA, siendo necesario trasladar esta información a la población para evitar que estos trastornos afecten a más personas.

Los medios de comunicación son muy importantes en la difusión del modelo de belleza actual, provocando la aparición de los TCA. Destacar que la mayoría de las mujeres encuestadas se comparan de forma desfavorable con modelos o actrices que aparecen en los medios de comunicación. Además, llevan a cabo formas inapropiadas de bajar de peso como reducir la ingesta de comida diaria. Esto es debido a la cultura actual, que hace que muchas personas busquen mantenerse lo más delgado posible.

Es importante saber que este estudio ha demostrado, que los/las encuestados/as, opinan que los medios de comunicación no informan sobre el peligro de los TCA, fortaleciendo la invisibilización de estos trastornos.

En definitiva, tanto la influencia de los medios de comunicación en la percepción corporal, la insatisfacción y preocupación corporal y las influencias de las relaciones sociales afecta más a las mujeres que a los hombres. Destacar que no es de sorprender que, ante el continuo bombardeo por parte de los medios de comunicación hacia la población sobre el ideal de belleza y los cambios de valores de la sociedad actual, la incidencia de los TCA incrementa de forma alarmante en las próximas décadas.

6. PROPUESTAS

En primer lugar, se propone que los medios de comunicación muestren todo tipo de aspectos físicos, es decir modelos corporales realistas. Esto puede causar una mejora en la salud de muchas personas, ya que la población atribuye mucha importancia al físico y como consecuencia llevan a cabo dietas poco saludables. Estas dietas promueven el consumo de productos de adelgazamiento milagrosos, alimentos bajos en calorías y la eliminación de determinados alimentos de la dieta. Por lo tanto, hay que promover hábitos de vida saludables, garantizando la prevención de conductas de riesgo, sobre todo en la población infantil.

Poner en marcha un sistema de protección para la población femenina, ya que según este estudio es la más propensa a sufrir TCA, como consecuencia de la insatisfacción que sienten con su imagen corporal.

Un aspecto muy importante es el refuerzo de la autoestima. Los/as profesionales (trabajador/a social, médico/a, psicólogo/a, etc.) deben centrarse en identificar y potenciar las capacidades de las personas.

Desde el servicio sanitario hay que mostrar una mayor sensibilidad y dar más importancia a los TCA como enfermedad, esto se puede lograr poniendo a disposición de la población información relacionada con estos trastornos.

En cuanto al papel del Trabajo Social en la lucha contra estos trastornos, es importante la labor realizada por los/las profesionales, sin embargo, a pesar de la importancia que tienen en el proceso de atención de las personas afectadas con TCA, existen pocos estudios elaborados por trabajadores/as sociales al respecto. Por lo tanto, una propuesta sería que se llevarán a cabo más investigaciones acerca de los TCA, para que quede constancia de los métodos y procedimiento utilizados por estos/as profesionales.

En cuanto al tema de los blogs, hay que llevar a cabo ciertas medidas de protección que impidan o limiten su acceso, ya que en este estudio un 14% de las personas encuestadas acceden a estos ellos, produciendo consecuencias negativas para su salud.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arcelus, J., Mitchell AJ., Wales J., y Nielsen S. (2011) Mortality Rates in Patients With Anorexia Nervosa and Other Eating: A Meta-analysis of 36 Studies Disorders. *Arch Gen Psychiatry* 68(7), 724-731. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de 2016 de: <http://archpsyc.jamanetwork.com/article.aspx?articleid=1107207&resultclick=24>

Arrufat, F.J., Badia, G., Benítez, D., Cuesta., L., Duño, L., Estrada, M.D., Fernández, F., Franch, J. (2009). Guía de Práctica Clínica sobre Trastornos de la Conducta Alimentaria. Barcelona: Agència d'Avaluació de Tecnologia i Recerca Mèdiques de Catalunya.

Baile, J.I., Garrido, E y Grima, F. (2002) Insatisfacción corporal en adolescentes medida con el Body Shape Questionnaire (BSQ): efecto del anonimato, el sexo y la edad. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud*, 2, (3), 439-450. Recuperado el 3 de marzo de 2016 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33720304>

Baile, J.I., y Ruiz, Y. (2009). EL EFECTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA AUTOESTIMA DE CHICAS ADOLESCENTES, UN ESTUDIO EN EL CONTEXTO DE LOS TRASTORNOS ALIMENTARIOS. *Revista de Humanidades Cuadernos del Marqués de San Adrián*, 1-6. Recuperado el 7 de abril de 2016 de: http://www.unedtudela.es/archivos_publicos/qweb_paginas/239/revista6-articulo1.pdf

Behar, R., Arriagada, M.I., y Casanova, D. (2005). Eating and affective disorders: A comparative study. *Revista médica de Chile*, 133 (12), 1407-1414. Recuperado en 23 de abril de 2016, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872005001200001&lng=es&tlng=en.10.4067/S0034-98872005001200001

Blanco, E., Carrera, M., Bermúdez, C., y Seijas, R. (2012). INFLUENCIA DE LAS PÁGINAS PRO-ANOREXIA Y PRO-BULIMIA EN UN GRUPO DE PACIENTES CON TRASTORNOS DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA. *Trastornos de la Conducta Alimentaria* 16, 1775-1793. Recuperado el 23 de marzo de 2016 de: http://www.tcasevilla.com/archivos/pro_ana_pro_mia.pdf

BOE, (2002). Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Recuperado el 23 de marzo de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>

BOE, (1986). Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad. Recuperado el 23 de marzo de https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1986-10499

BOE, (2011). Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública. Recuperado el 23 de marzo de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2011/BOE-A-2011-15623-consolidado.pdf>

Castillo, M.D., León, M.T., López, A., Medina, J.M., Burgos, F., De Cruz, A. (2005). Trastornos de conducta alimentaria. *Revisión mg*. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de http://www.mgyf.org/medicinageneral/revista_71/pdf/25_30.pdf

Crichton, P. (1994). Were the Roman emperors Claudius and Vitellius bulimic? *International Journal of Eating Disorders*, 19 (2), 203-207. Recuperado de: [http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/\(SICI\)1098-108X\(199603\)19:2%3C203::AID-EAT11%3E3.0.CO;2-V/epdf?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1&purchase_referrer=www.readcube.com](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/(SICI)1098-108X(199603)19:2%3C203::AID-EAT11%3E3.0.CO;2-V/epdf?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1&purchase_referrer=www.readcube.com)

Cruzat, C., Ramírez, P., Melipillán, R., y Marzolo, P. (2008) Trastornos Alimentarios y Funcionamiento Familiar Percibido en una Muestra de Estudiantes Secundarias de la Comuna de Concepción, Chile. *PSYKHE* 17, (1), 81-90. Recuperado el 9 de marzo de 2016 de: <http://www.scielo.cl/pdf/psykhe/v17n1/art08.pdf>

Domínguez, E. (2012) Medios de comunicación masiva. México: Red Tercer Milenio.

Fundación Pfizer. (2009). La juventud y las redes sociales en internet. Informe de resultados de encuestas. Recuperado el 20 de marzo de 2016 de: https://www.fundacionpfizer.org/sites/default/files/pdf/INFORME_FINAL_Encuesta_Juventud_y_Red_Sociales.pdf

Garcés. E.M. (2010). El Trabajo Social en salud mental. *Cuadernos de Trabajo Social*, 23, 333-352. Recuperado el 2 de marzo de 2016 de: <http://revistas.ucm.es/index.php/cuts/article/view/8335>.

García, F. (1993). Las adoradoras de la delgadez. Anorexia nerviosa. Madrid, Ediciones Díaz de Santos, S.A.

González, E., Merino, B., López, C., García, A., Migallón, P., y Pérez AM (1999) Nutrición Saludable y Prevención de los Trastornos Alimentarios. Madrid: Secretaría

General Técnica. Centro de Publicaciones. Ministerio de Educación y Cultura. Recuperado el 14 de marzo de 2016 de:

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/14077_19.pdf

González, A., González, A., Beneyto, C., González, C., Salesansky, A., Gamero, L., et al. (2009) Protocolo de actuación en los trastornos de la conducta alimentaria. Según niveles de intervención en la Comunidad Autónoma Canaria. Editorial Gráficas Sabater. Gobierno de Canarias.

https://imagenysalud14.files.wordpress.com/2014/09/canarias-protocolo_tca.pdf

Guerro-Prado, D., Barjau, J.M., y Chinchilla, A. (2001) Epidemiología de los trastornos de la conducta alimentaria e influencia mediática: una revisión de la literatura. *Actas Españolas de Psiquiatría*, 29, (6), 403-410. Recuperado el 15 de marzo de 2016 de: <http://vidaoptima.com/uploads/biblioteca/20.%20Trastornos%20de%20la%20Conducta%20Alimentaria/transtornos-conducta-alimentaria.pdf>

IMA (2013). Detección y prevención en el aula de trastornos de la conducta alimentaria. Recuperado el 13 de marzo de 2016 de <http://www.acab.org/fitxer/692/Detecci%C3%B3n%20y%20prevenci%C3%B3n%20au%20la.pdf>

Morandé, G. (1999) Conductas de riesgo en adolescentes, Trastornos por hacer dietas. Anorexia y bulimia nerviosa. *PSYKHE*, 8, (2), 31-42. Recuperado el 21 de marzo de 2016 de: <http://www.psykhe.cl/index.php/psykhe/article/viewFile/139/137>

Nebel, M. A. (1995). Prevention of disordered eating among college women: A clinical intervention. *The University of Arizona*. Recuperado el 6 de marzo de 2016 de: file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/azu_td_9531106_sip1_m.pdf

Paniagua, H., y García, S. (2003) SIGNOS DE ALERTA DE TRASTORNOS ALIMENTARIOS, DE DEPRESIÓN, DEL APRENDIZAJE Y CONDUCTAS VIOLENTAS ENTRE ADOLESCENTES DE CANTABRIA. *Revista Española Salud Pública*, 77, (3), 411-422. Recuperado el 23 de marzo de 2016 de: <http://scielo.isciii.es/pdf/resp/v77n3/original8.pdf>

Peláez, M.A., Labrador, F.J., Raich, R.M. (2004). Epidemiología de los trastornos de la conducta alimentaria en España: revisión y estado de la cuestión. *Cuadernos de medicina psicosomática y psiquiatría de enlace*, 71-72. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Maria_Angeles_Pelaez-Fernandez2/publication/39238019_Epidemiologia_de_los_trastornos_de_la_conducta_alimentaria_en_Espaa_revisin_y_estado_de_la_cuestin/links/00b49525ffae7367f3000000.pdf

Pereña, F. (2007). Cuerpo y subjetividad: acerca de la anorexia. *Revista Española de Salud Pública*, 81(5), 529-542. Recuperado de <http://scielo.isciii.es/pdf/resp/v81n5/colaboracion8.pdf>

Pérez, M. A. (2000). Mujeres en ayunas: El sistema alimentario en los convenios femeninos de la España Moderna. *Contrastes*, (11), 33-80. Recuperado de: <http://revistas.um.es/contrastes/article/view/84601/81501>

PROTÉGELES. (2005). LA PREVENCIÓN DE LA ANOREXIA Y LA BULIMIA EN INTERNET: Primera Atención Personalizada. Recuperado el 15 de abril de 2016 de: http://www.bienestaryproteccioninfantil.es/imagenes/tablaContenidos03SubSec/estudio_anorexia.pdf

Rava, M. F., & Silber, T. J. (2004). Bulimia nerviosa (Parte 1): Historia. Definición, epidemiología, cuadro clínico y complicaciones. *Archivos argentinos de pediatría*, 102(5), 353-363. Recuperado el 6 de marzo de 2016 de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0325-00752004000500007#n3

Toro, J. (1999). El cuerpo como delito. Anorexia, bulimia, cultura y sociedad. Barcelona, Ariel.

Vázquez, R., Álvarez, G., y Mancilla, J.M. (2000) Consistencia interna y estructura factorial del Cuestionario de Influencia de los Modelos Estéticos Corporales (CIMEC), en población mexicana. *Salud Mental*, diciembre, 18-24. Recuperado el 4 de Marzo de 2016 de: <http://www.redalyc.org/pdf/582/58262303.pdf>

Vázquez, R., López, X., Álvarez, G.L., Mancilla, J.M., y; Oliva, A. (2006) Insatisfacción corporal e influencia de los modelos estéticos en niños y jóvenes varones

mexicanos. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 11, (1), 2006, 185-197. Recuperado el 4 de marzo de 2016 de: https://www.researchgate.net/profile/Georgina_Alvarez-Rayon/publication/26483539_Insatisfaccin_corporal_e_influencia_de_los_modelos_esticos_en_nios_y_jvenes_varones_mexicanos/links/54b91da80cf28faced626ed1.pdf

Ventura, L. (2000). La tiranía de la belleza. Las mujeres ante los modelos estéticos. Colección Modelos de Mujer, Plaza & Janés, Barcelona.

Zagalaz, M.L., Romero, S., y Contreras, O.R. (2002). LA ANOREXIA NERVIOSA COMO DISTORSIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL. PROGRAMA DE PREVENCIÓN DESDE LA EDUCACIÓN FÍSICA ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE JAÉN. *Revista Iberoamericana de Educación*. Recuperado el 19 de marzo de 2016 de: [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/343Zagalaz%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/343Zagalaz%20(5).pdf)

ANEXOS

Cuestionario sobre las influencias en la imagen corporal

Edad:

Sexo:

Lugar de nacimiento:

Nivel educativo:

➤ Marque con una “X” en la opción que considere.

| PREGUNTAS | | Nunca | Raramente | Alguna vez | Casi siempre | Siempre |
|-----------|--|-------|-----------|------------|--------------|---------|
| P.1 | ¿Llaman tu atención los anuncios de televisión que promocionan productos adelgazantes? | | | | | |
| P.2 | ¿Hablas con tus amigos/as acerca de productos o actividades adelgazantes? | | | | | |
| P.3 | ¿Te atraen las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.? | | | | | |
| P.4 | ¿Te interesan los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de la obesidad? | | | | | |
| P.5 | ¿Los anuncios que invitan a adelgazar te causan ansiedad? | | | | | |
| P.6 | ¿Sientes deseos de seguir una dieta adelgazante cuando ves u oyes un anuncio dedicado a esos productos? | | | | | |
| P.7 | ¿Llaman tu atención los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas, tv, o redes sociales? | | | | | |
| P.8 | ¿Te interesan los libros, artículos de revistas, anuncios, etc., que hablan de calorías? | | | | | |
| P.9 | ¿Recuerdas frases, imágenes o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes? | | | | | |
| P.10 | Al fijarte en la figura de modelos y actores o actrices de la televisión, redes sociales o revistas ¿la has comparado con la tuya desfavorablemente? | | | | | |
| P.11 | ¿Crees que los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) influyen negativamente en tu autopercepción corporal? | | | | | |
| P.12 | ¿Crees que los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) influyen negativamente en tu autoestima? | | | | | |
| P.13 | ¿Crees que la programación televisiva informa sobre los medios de prevención de la anorexia y bulimia? | | | | | |
| P.14 | Cuando estás viendo una película, ¿miras a las actrices o actores fijándote especialmente en si son gordos/as o delgados/as? | | | | | |
| P.15 | ¿Envidias la delgadez de los/as modelos que aparecen en los desfiles de modas o en los anuncios de prendas de vestir? | | | | | |
| P.16 | ¿Te has preocupado tanto por tu figura que has pensado que tendrías que ponerte a dieta? | | | | | |

| | | | | | | |
|------|---|--|--|--|--|--|
| P.17 | ¿Has tenido miedo a engordar? | | | | | |
| P.18 | Sentirte lleno/a (después de una gran comida), ¿Te ha hecho sentir gordo/a? | | | | | |
| P.19 | ¿Te has sentido tan mal con tu figura que has llegado a llorar? | | | | | |
| P.20 | Estar desnudo/a (por ejemplo, cuando te duchas) ¿te ha hecho sentir gordo/a? | | | | | |
| P.21 | ¿Has evitado llevar ropa que marque tu figura? | | | | | |
| P.22 | ¿Comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías, ¿te ha hecho sentir gordo/a? | | | | | |
| P.23 | ¿Has evitado ir a actos sociales (por ejemplo, una fiesta) porque te has sentido mal con tu cuerpo? | | | | | |
| P.24 | ¿Has evitado situaciones en las que la gente pudiese ver tu cuerpo (por ejemplo, en vestuarios comunes de piscinas o duchas)? | | | | | |
| P.25 | La preocupación por tu figura, ¿te ha hecho pensar que deberías hacer ejercicio? | | | | | |
| P.26 | ¿Envidias la fuerza de voluntad de las personas capaces de seguir una dieta o régimen adelgazante? | | | | | |
| P.27 | ¿Te angustia la llegada del verano por tener que ir más ligero/a de ropa o tener que usar traje de baño? | | | | | |
| P.28 | ¿Te angustia que te digan que estás “llenito/a”, “gordito/a”, o cosas parecidas, aunque sea un comentario positivo? | | | | | |
| P.29 | ¿Tienes algún amigo o amiga angustiado/a o muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo? | | | | | |
| P.30 | ¿Tienes algún amigo o amiga que practique algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar? | | | | | |
| P.31 | ¿Tienes algún amigo o amiga que haya seguido alguna dieta adelgazante? | | | | | |
| P.32 | ¿Tienes algún amigo o amiga muy preocupada/o por su peso o por la forma de su cuerpo? | | | | | |
| P.33 | Estar con chicos/as delgados/as, ¿te ha hecho fijarte en tu cuerpo? | | | | | |
| P.34 | ¿Has reducido la cantidad de comida para bajar de peso? | | | | | |
| P.35 | ¿Conoces los blogs para bajar de peso? | | | | | |
| P.36 | ¿Has entrado en estos blogs en busca de consejos para bajar de peso? | | | | | |
| P.37 | ¿Conoces a alguien que acuda a estos blogs con frecuencia? | | | | | |

1) DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Tabla N°1: Características de las personas encuestadas según la edad.

| Intervalo | fi | % |
|--------------|------------|-------------|
| 15-21 | 28 | 28% |
| 22-28 | 28 | 28% |
| 29-37 | 24 | 24% |
| 38-45 | 20 | 20% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|--------------|
| media | 28,13 |
| mediana | 27 |
| moda | 15 |

Gráfica N°1: Características de las personas encuestadas según la edad.

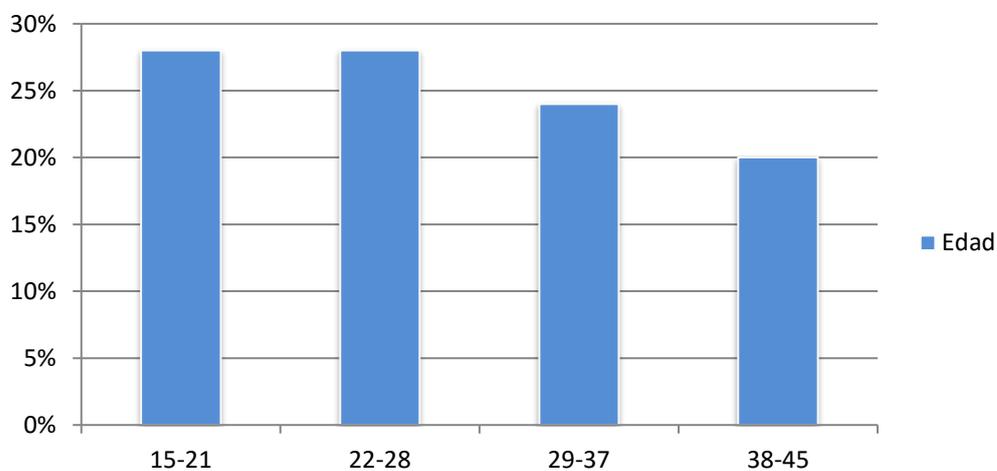


Tabla N°2: Muestra escogida según su lugar de nacimiento.

| Lugar de nacimiento | fi | % |
|---------------------|------------|-------------|
| Santa Cruz | 28 | 28% |
| La Orotava | 21 | 21% |
| La Laguna | 6 | 6% |
| Puerto de la Cruz | 27 | 27% |
| Resto de municipios | 6 | 6% |
| Otras islas | 5 | 5% |
| Fuera de las islas | 7 | 7% |
| Total | 100 | 100% |

Gráfico N°2: Características de las personas encuestadas según su lugar de nacimiento.

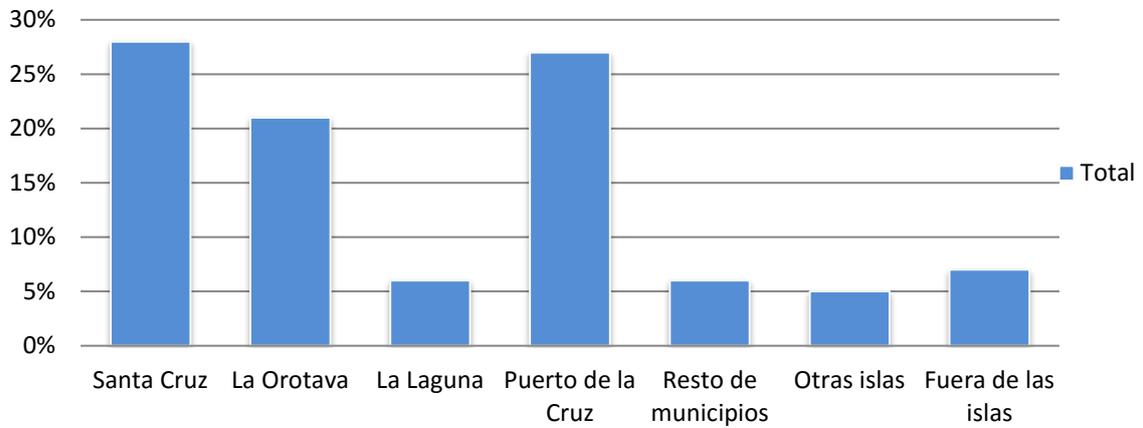


Tabla N°3: Muestra escogida según el sexo.

| Sexo | fi | % |
|--------------|------------|-------------|
| Mujeres | 50 | 50% |
| Hombres | 50 | 50% |
| Total | 100 | 100% |

Gráfico N°3: Características de las personas encuestadas según su sexo.

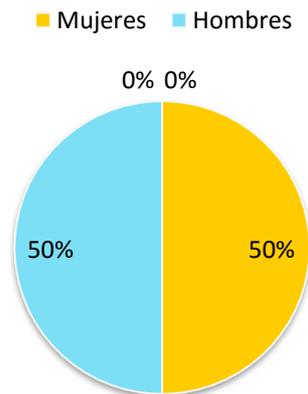
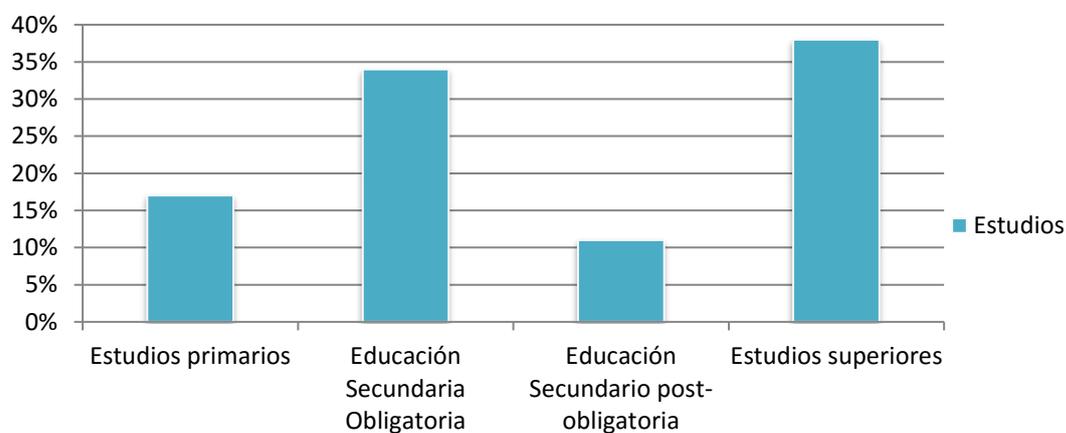


Tabla N°4: Muestra escogida según el nivel educativo.

| | fi | % |
|-------------------------|-----------|----------|
| Sin estudios | 7 | 7% |
| Primarios | 10 | 10% |
| Graduado escolar | 34 | 34% |
| Estudios medios | 15 | 15% |
| Bachillerato | 11 | 11% |
| Universidad | 23 | 23% |
| Total | 100 | 100% |

Gráfico N°4: Características de las personas encuestadas según el nivel educativo.



2. DATOS DE LAS PREGUNTAS DEL ESTUDIO

Pregunta N°1: ¿Llaman tu atención los anuncios de televisión que promocionan productos adelgazantes?

Tabla N°5: Respuestas de la muestra total acerca de la atención que les causan los anuncios de televisión que promocionan productos adelgazantes.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 42 | 42% |
| Raramente | 34 | 34% |
| Alguna vez | 20 | 20% |
| Casi siempre | 3 | 3% |
| Siempre | 1 | 1% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|------|
| media | 1,87 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°6: Respuestas de las mujeres acerca de la atención que les causan los anuncios de televisión que promocionan productos adelgazantes.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 12 | 24% |
| Raramente | 22 | 44% |
| Alguna vez | 12 | 24% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

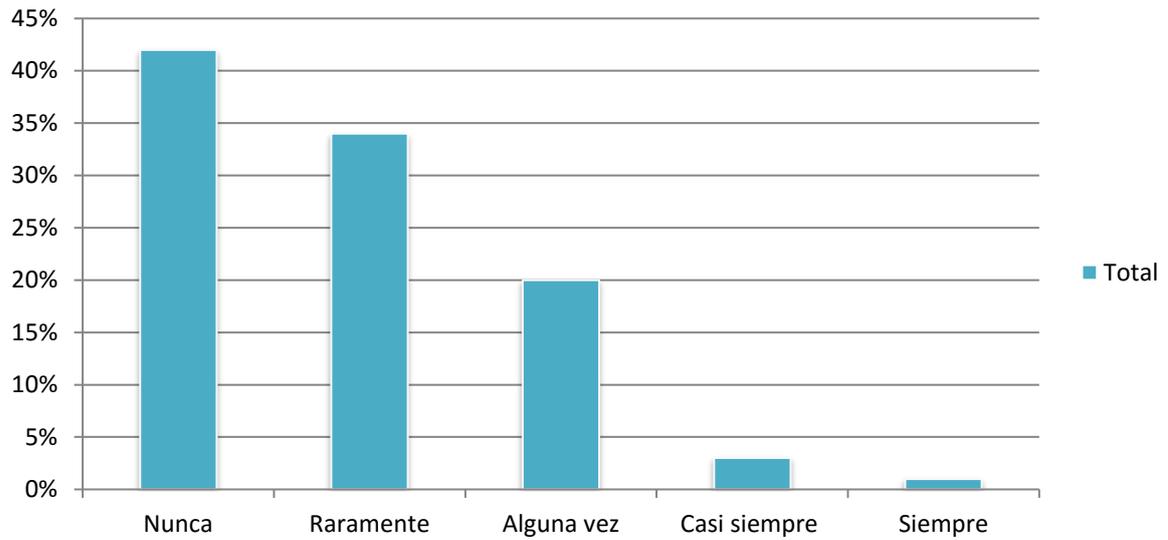
| | |
|----------------|------|
| Media | 2,18 |
| Moda | 2 |
| mediana | 2 |

Tabla N°7: Respuestas de los hombres acerca de la atención que les causan los anuncios de televisión que promocionan productos adelgazantes.

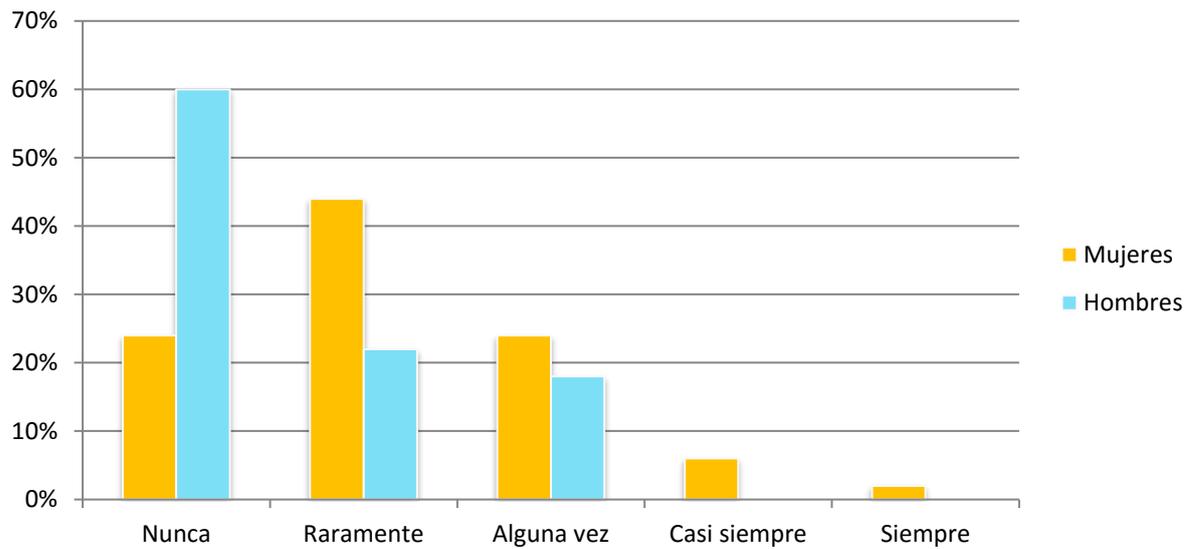
| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 30 | 60% |
| Raramente | 11 | 22% |
| Alguna vez | 9 | 18% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|------|
| Media | 1,58 |
| Moda | 1 |
| Mediana | 1 |

Gráfica N°5: Respuestas de la muestra total acerca de la atención que les causan los anuncios de televisión que promocionan productos adelgazantes.



Gráfica N°6: Respuestas de la muestra de mujeres y hombres acerca de la atención que les causan los anuncios de televisión que promocionan productos adelgazantes.



Pregunta N°2: ¿Hablas con tus amigos/as acerca de productos o actividades adelgazantes?

Tabla N°8: Respuestas de la muestra total acerca de las conversaciones con los/as amigos/as sobre productos o actividades adelgazantes.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 44 | 44% |
| Raramente | 29 | 29% |
| Alguna vez | 20 | 20% |
| Casi siempre | 7 | 7% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|------------|
| media | 1,9 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°9: Respuestas de las mujeres acerca de las conversaciones con los amigos/as sobre productos o actividades adelgazantes.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 12 | 24% |
| Raramente | 19 | 38% |
| Alguna vez | 15 | 30% |
| Casi siempre | 4 | 8% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

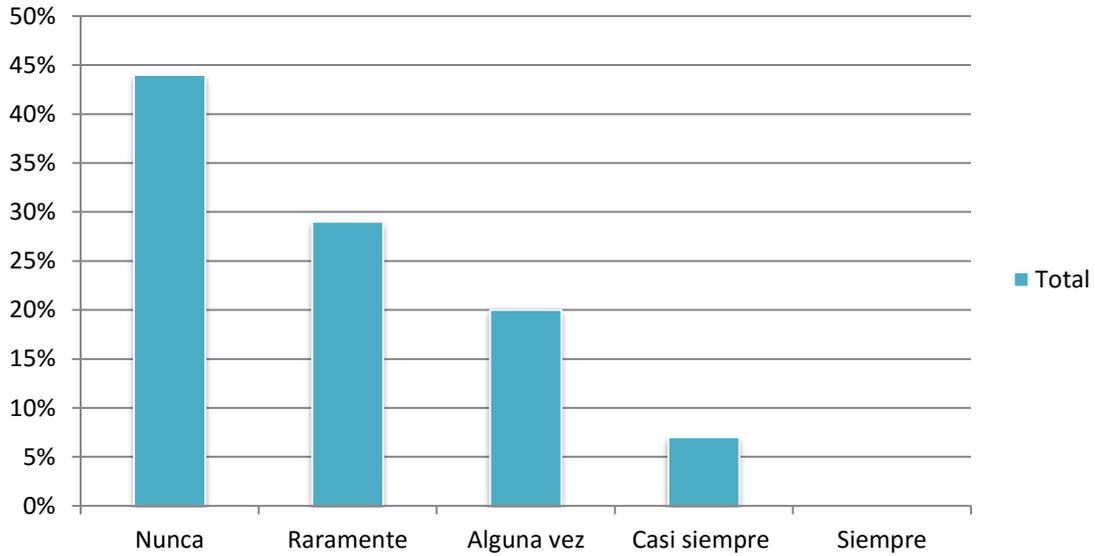
| | |
|----------------|-------------|
| media | 2,22 |
| moda | 2 |
| mediana | 2 |

Tabla N°10: Respuestas de los hombres acerca de las conversaciones con los amigos/as sobre productos o actividades adelgazantes.

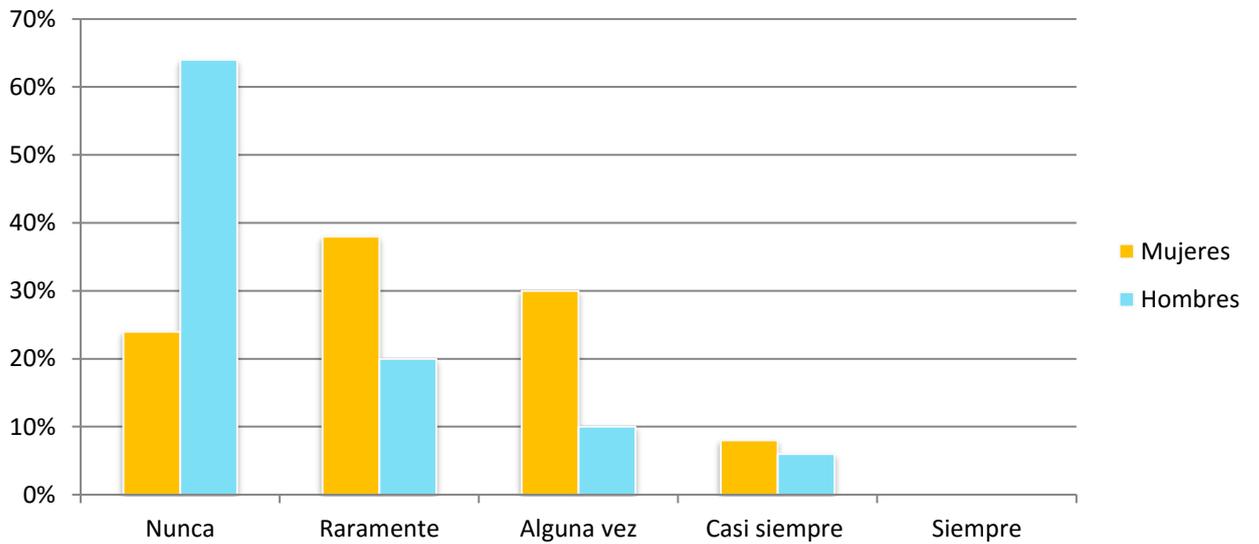
| | fi | hi |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 32 | 64% |
| Raramente | 10 | 20% |
| Alguna vez | 5 | 10% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,58 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N°7: Respuestas de la muestra total acerca de las conversaciones con los/as amigos/as sobre productos o actividades adelgazantes.



Gráfica N°7: Respuestas de las mujeres y hombres acerca de las conversaciones con los/as amigos/as sobre productos o actividades adelgazantes.



Pregunta N°3: ¿Te atraen las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.?

Tabla N°11: Respuestas de la muestra total sobre la atracción de las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 38 | 38% |
| Raramente | 34 | 34% |
| Alguna vez | 18 | 18% |
| Casi siempre | 9 | 9% |
| Siempre | 1 | 1% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,58 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°12: Respuestas de las mujeres acerca de la atracción de las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 8 | 16% |
| Raramente | 23 | 46% |
| Alguna vez | 12 | 24% |
| Casi siempre | 6 | 12% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

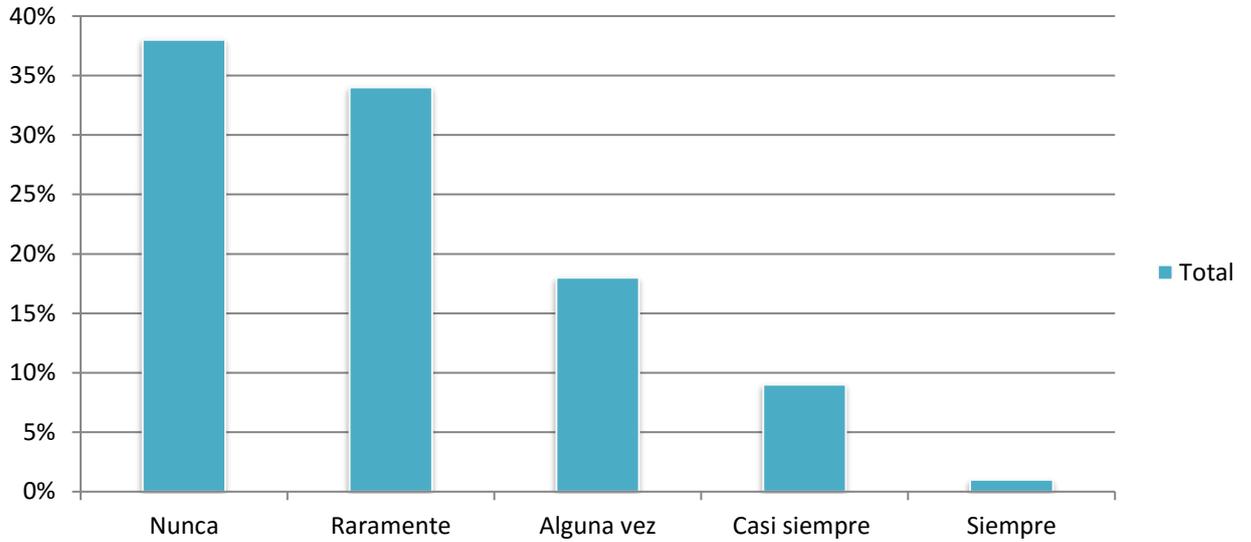
| | |
|----------------|-------------|
| media | 2,38 |
| moda | 2 |
| mediana | 2 |

Tabla N°13: Respuestas de los hombres acerca de la atracción de las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.

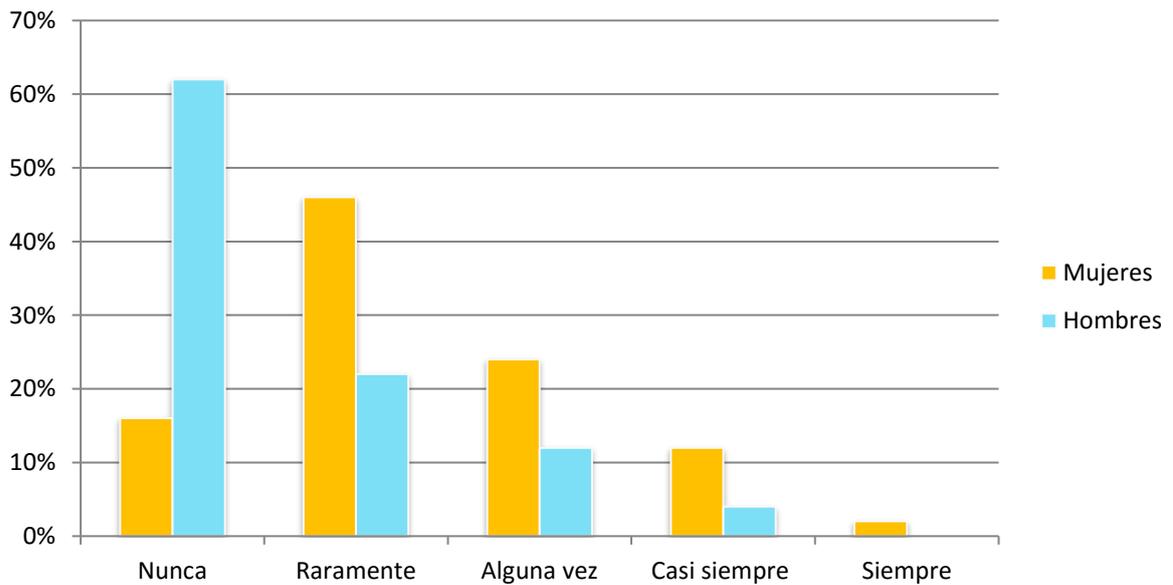
| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 31 | 62% |
| Raramente | 11 | 22% |
| Alguna vez | 6 | 12% |
| Casi siempre | 2 | 4% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,58 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N°8: Respuestas de la muestra total sobre de la atracción de las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.



Gráfica N°9: Respuestas de los/as encuestados/as sobre de la atracción de las conversaciones o comentarios acerca del peso, las calorías, la silueta, etc.



Pregunta N°4: ¿Te interesen los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de obesidad?

Tabla N°14: Respuesta de la muestra total acerca del interés en los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de obesidad.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 43 | 43% |
| Raramente | 30 | 30% |
| Alguna vez | 19 | 19% |
| Casi siempre | 7 | 7% |
| Siempre | 1 | 1% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,93 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°15: Respuesta de las mujeres acerca del interés en los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de obesidad.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 8 | 16% |
| Raramente | 23 | 46% |
| Alguna vez | 15 | 30% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

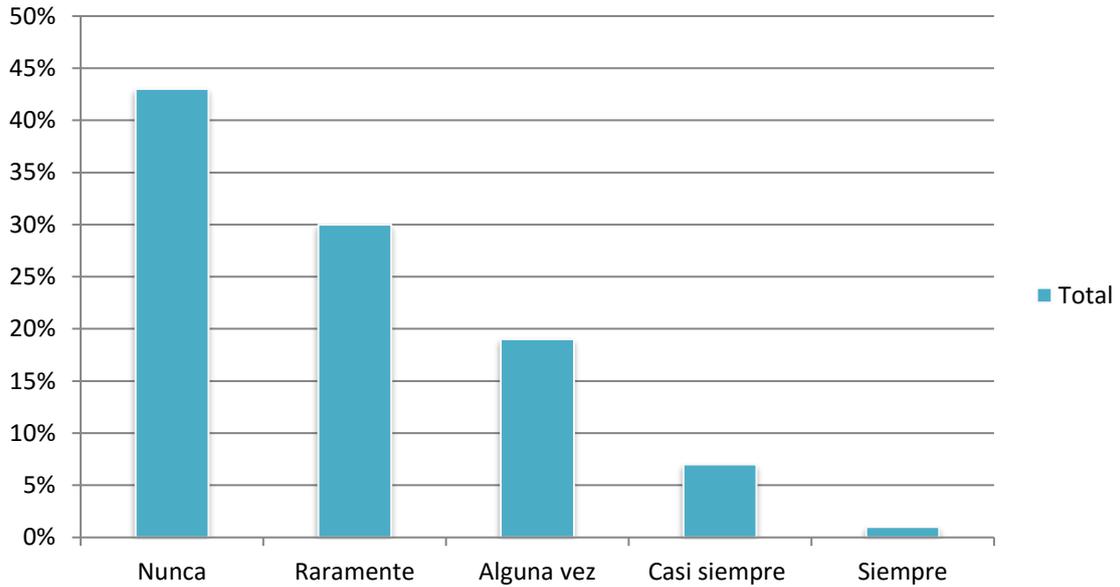
| | |
|----------------|-------------|
| media | 2,32 |
| moda | 2 |
| mediana | 2 |

Tabla N°16: Respuesta de los hombres acerca del interés en los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de obesidad.

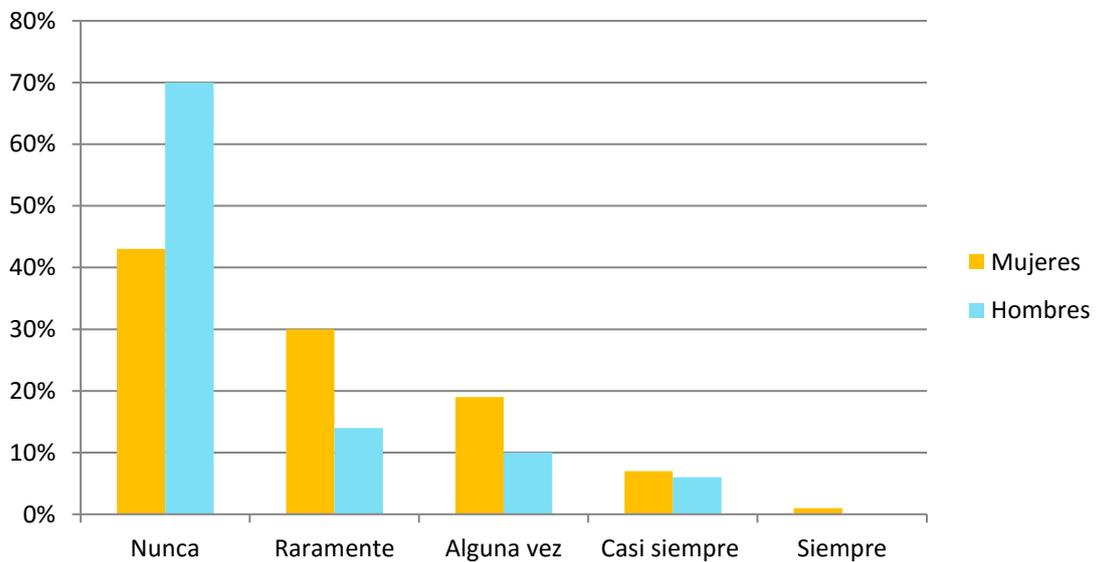
| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 35 | 70% |
| Raramente | 7 | 14% |
| Alguna vez | 5 | 10% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,52 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N° 10: Respuesta de la muestra total acerca del interés en los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de obesidad.



Gráfica N° 11: Respuesta de las mujeres y hombres acerca del interés en los artículos y reportajes relacionados con el peso, el adelgazamiento o el control de obesidad.



Pregunta N°5: ¿Los anuncios que invitan a adelgazar te causan ansiedad?

Tabla N°17: Respuestas de la muestra total sobre la manifestación de la ansiedad debido a percibir anuncios que invitan a adelgazar.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 59 | 59% |
| Raramente | 28 | 28% |
| Alguna vez | 9 | 9% |
| Casi siempre | 4 | 4% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|------|
| media | 1,58 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°18: Respuestas de las mujeres sobre la manifestación de la ansiedad debido a percibir anuncios que invitan a adelgazar.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 18 | 36% |
| Raramente | 21 | 42% |
| Alguna vez | 8 | 16% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

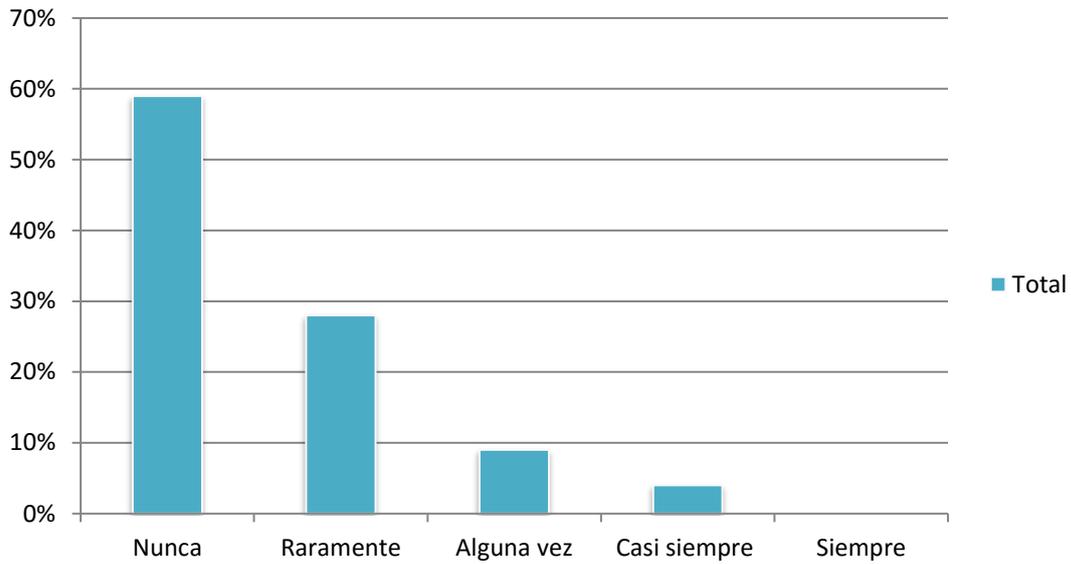
| | |
|----------------|------|
| Media | 1,92 |
| Moda | 2 |
| Mediana | 2 |

Tabla N°19: Respuestas de los hombres sobre la manifestación de la ansiedad debido a percibir anuncios que invitan a adelgazar.

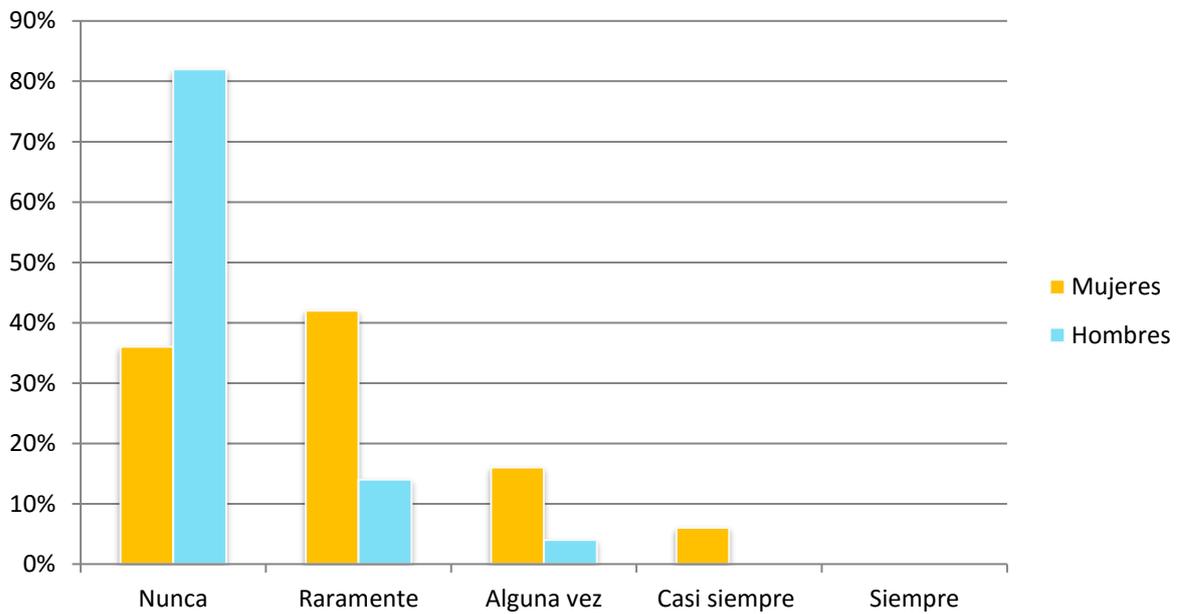
| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 41 | 82% |
| Raramente | 7 | 14% |
| Alguna vez | 2 | 4% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|------|
| media | 1,22 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N°11: Respuestas de la muestra total sobre la manifestación de la ansiedad debido a percibir los anuncios que invitan a adelgazar.



Gráfica N°12: Respuestas de los encuestados/as sobre la manifestación de la ansiedad debido a percibir anuncios que invitan a adelgazar.



Pregunta N°6: ¿Sientas deseos de seguir una dieta adelgazante cuando ves u oyes un anuncio dedicado a esos productos?

Tabla N°20: Respuestas de la muestra total acerca del deseo de seguir una dieta adelgazante cuando ve u oye un anuncio dedicado a esos productos.

| | fi | % | | |
|--------------|-----|------|---------|------|
| Nunca | 54 | 54% | media | 1,76 |
| Raramente | 22 | 22% | moda | 1 |
| Alguna vez | 19 | 19% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 4 | 4% | | |
| Siempre | 1 | 1% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

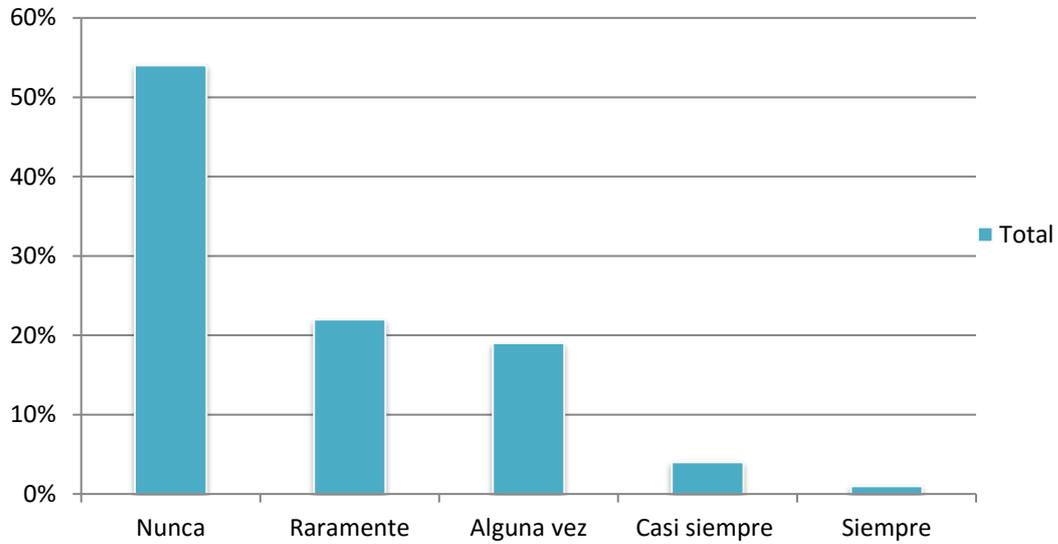
Tabla N°21: Respuestas de las mujeres acerca del deseo de seguir una dieta adelgazante cuando ve u oye un anuncio dedicado a esos productos.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 17 | 34% | media | 2,16 |
| Raramente | 13 | 26% | moda | 1 |
| Alguna vez | 16 | 32% | mediana | 2 |
| Casi siempre | 3 | 6% | | |
| Siempre | 1 | 2% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

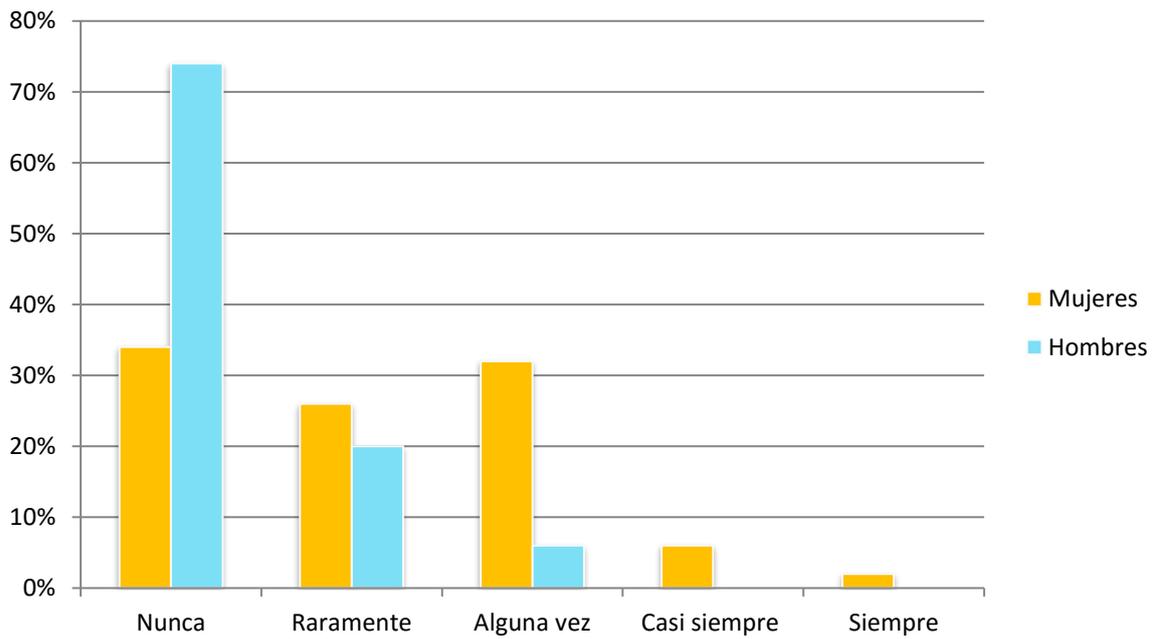
Tabla N°22: Respuestas de los hombres acerca del deseo de seguir una dieta adelgazante cuando ve u oye un anuncio dedicado a esos productos.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 37 | 74% | media | 1,32 |
| Raramente | 10 | 20% | moda | 1 |
| Alguna vez | 3 | 6% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 0 | 0% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráfica N° 13: Respuestas de la muestra total acerca del deseo de seguir una dieta adelgazante cuando ve u oye un anuncio dedicado a esos productos.



Gráfica N° 14: Respuestas de las mujeres y los hombres acerca del deseo de seguir una dieta adelgazante cuando ve u oye un anuncio dedicado a esos productos.



Pregunta N°7: ¿Llaman tu atención los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas, tv o redes sociales?

Tabla N° 23: Respuesta de la muestra total sobre la atención que les producen los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas, tv o redes sociales.

| | Fi | % | | |
|--------------|-----|------|---------|------|
| Nunca | 48 | 48% | media | 1,76 |
| Raramente | 32 | 32% | moda | 1 |
| Alguna vez | 15 | 15% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 5 | 5% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

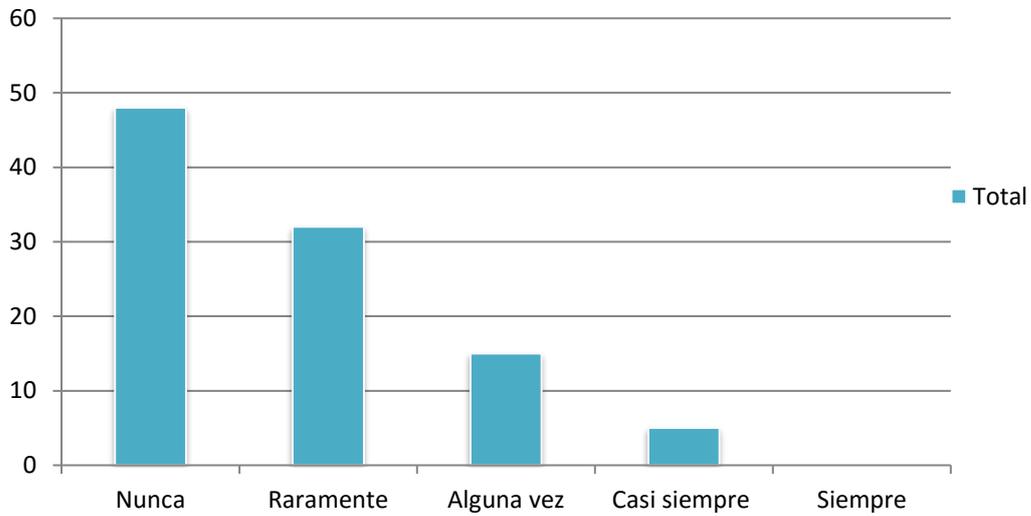
Tabla N° 24: Respuesta de las mujeres sobre la atención que les producen los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas, tv o redes sociales.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 12 | 24% | media | 2,18 |
| Raramente | 21 | 42% | moda | 2 |
| Alguna vez | 13 | 26% | mediana | 2 |
| Casi siempre | 4 | 8% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

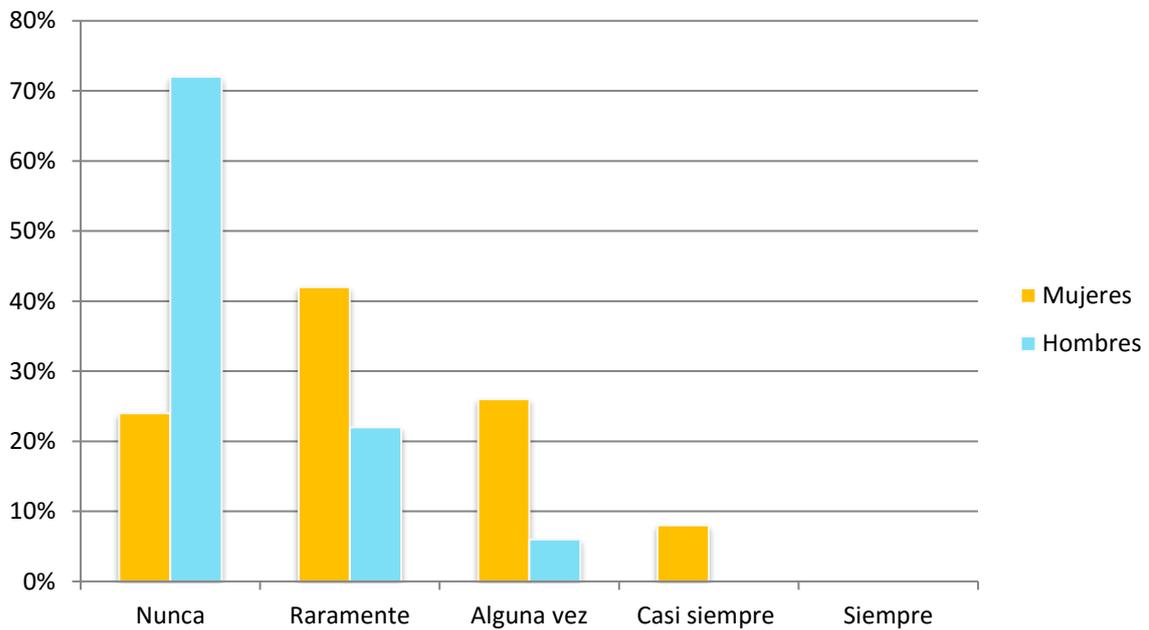
Tabla N° 25: Respuesta de los hombres sobre la atención que les producen los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas, tv o redes sociales.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 36 | 72% | media | 1,34 |
| Raramente | 11 | 22% | moda | 1 |
| Alguna vez | 3 | 6% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 0 | 0% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráficas N°15: Respuesta de la muestra total sobre la atención que les producen los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas, tv o redes sociales.



Gráfica N°16: Respuesta de las mujeres y hombres sobre la atención que les producen los anuncios de productos adelgazantes que aparecen en las revistas, tv o redes sociales.



Pregunta N°8: ¿Te interesan los libros, artículos de revista, anuncios, etc., que hablan de calorías?

Tabla N°26: Respuesta de la muestra total sobre el interés de los libros, artículos de revistas, etc., que hablan de calorías.

| | fi | % | | |
|--------------|-----|------|---------|------|
| Nunca | 57 | 57% | media | 1,68 |
| Raramente | 25 | 25% | moda | 1 |
| Alguna vez | 13 | 13% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 3 | 3% | | |
| Siempre | 2 | 2% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

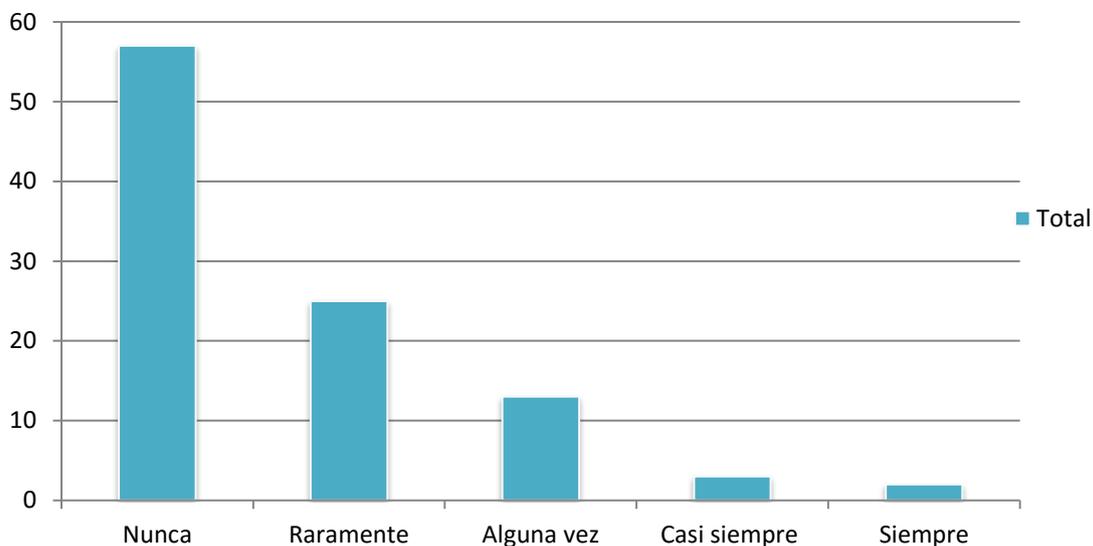
Tabla N°27: Respuesta de las mujeres sobre el interés de los libros, artículos de revistas, etc., que hablan de calorías.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 21 | 42% | media | 1,88 |
| Raramente | 17 | 34% | moda | 1 |
| Alguna vez | 10 | 20% | mediana | 2 |
| Casi siempre | 1 | 2% | | |
| Siempre | 1 | 2% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

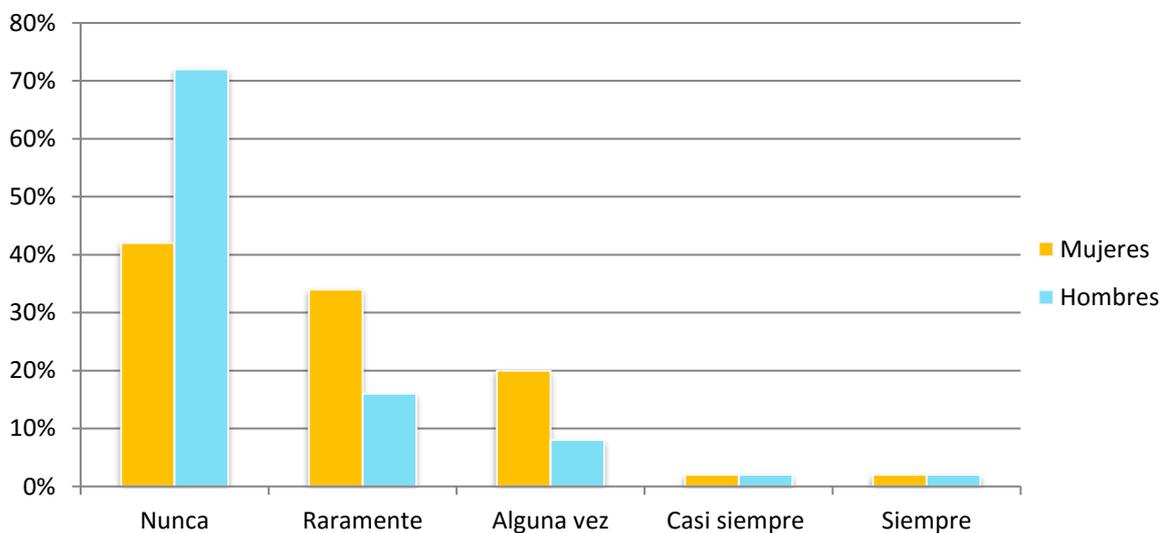
Tabla N°28: Respuesta de los hombres sobre el interés de los libros, artículos de revistas, etc., que hablan de calorías.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 36 | 72% | media | 1,46 |
| Raramente | 8 | 16% | moda | 1 |
| Alguna vez | 4 | 8% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 1 | 2% | | |
| Siempre | 1 | 2% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráfica N° 17: Respuesta de la muestra total sobre el interés de los libros, artículos de revistas, etc., que hablan de calorías.



Gráfica N°18: Respuesta de las mujeres y los hombres sobre el interés de los libros, artículos de revistas, etc., que hablan de calorías.



Pregunta N°9: ¿Recuerdas frases, imágenes o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes?

Tabla N° 29: Respuesta de la muestra total sobre la memorización de frases, imágenes o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes.

| | fi | hi |
|---------------------|----------|-----------|
| Nunca | 76 | 76% |
| Raramente | 17 | 17% |
| Alguna vez | 6 | 6% |
| Casi siempre | 1 | 1% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,32 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°30: Respuesta de las mujeres sobre la memorización de frases, imágenes o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 35 | 70% |
| Raramente | 10 | 20% |
| Alguna vez | 4 | 8% |
| Casi siempre | 1 | 2% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

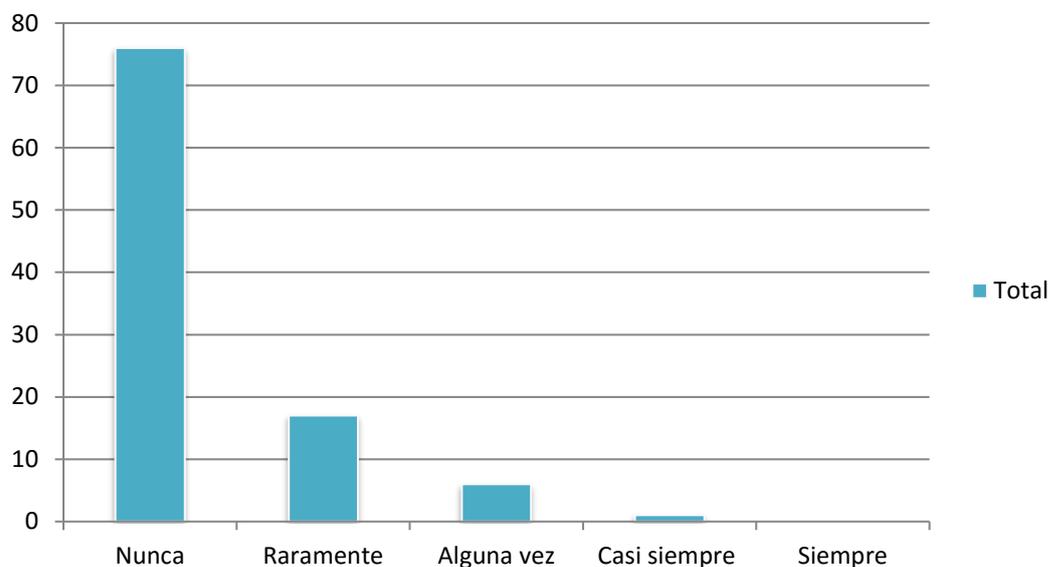
| | |
|---------|------|
| media | 1,42 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°31: Respuesta de los hombres sobre la memorización de frases, imágenes o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes.

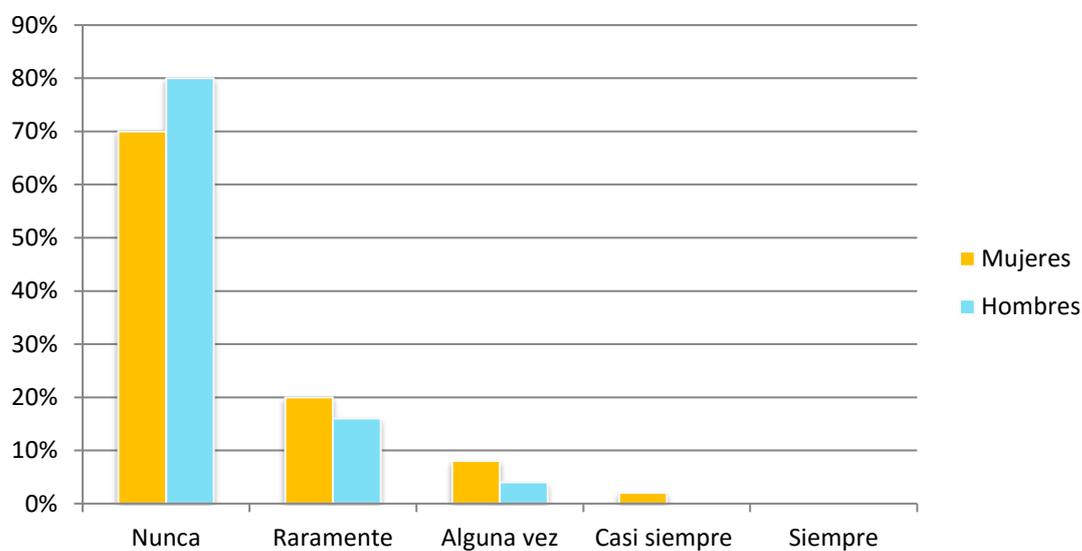
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 40 | 80% |
| Raramente | 8 | 16% |
| Alguna vez | 2 | 4% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,24 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N° 19: Respuesta de la muestra total sobre la memorización de frases, imágenes o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes.



Gráfica N°20: Respuesta de las mujeres y hombres sobre la memorización de frases, imágenes o melodías que acompañan a los anuncios de productos adelgazantes.



Pregunta N°10: Al fijarte en la figura de modelos y actores o actrices de la televisión, redes sociales o revistas ¿la has comparado con la tuya desfavorablemente?

Tabla N° 32: Respuestas de la muestra total sobre la comparación desfavorable de su imagen corporal al fijarse en la figura de modelos y actores o actrices de la televisión, redes sociales o revistas

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 34 | 34% |
| Raramente | 22 | 22% |
| Alguna vez | 31 | 31% |
| Casi siempre | 10 | 10% |
| Siempre | 3 | 3% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,26 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°33: Respuestas de las mujeres sobre la comparación desfavorable de su imagen corporal al fijarse en la figura de modelos y actores o actrices de la televisión, redes sociales o revistas.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 8 | 16% |
| Raramente | 12 | 24% |
| Alguna vez | 20 | 40% |
| Casi siempre | 7 | 14% |
| Siempre | 3 | 6% |
| Total | 50 | 100% |

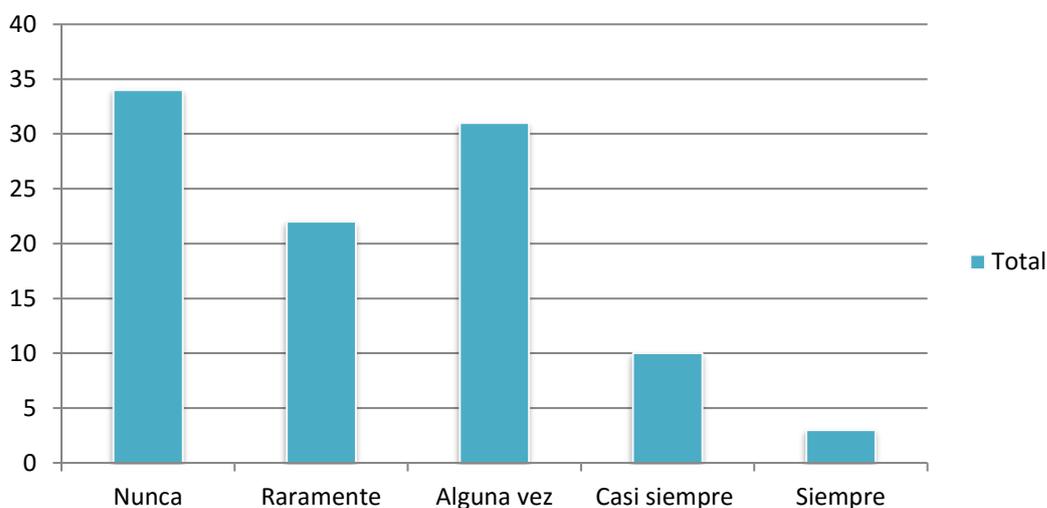
| | |
|---------|-----|
| media | 2,7 |
| moda | 3 |
| mediana | 3 |

Tabla N°34: Respuestas de los hombres sobre la comparación desfavorable de su imagen corporal al fijarse en la figura de modelos y actores o actrices de la televisión, redes sociales o revistas.

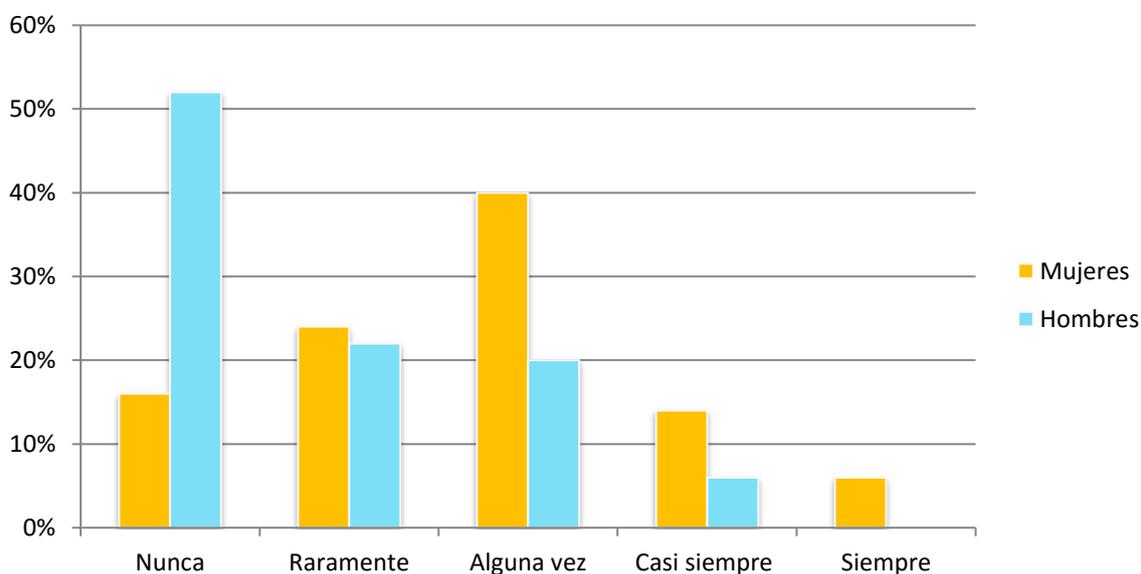
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 26 | 52% |
| Raramente | 11 | 22% |
| Alguna vez | 10 | 20% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|-----|
| media | 1,8 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráficas N°21: Respuestas de la muestra total sobre la comparación desfavorable de su imagen corporal al fijarse en la figura de modelos y actores o actrices de la televisión, redes sociales o revistas



Gráfica N° 22: Respuestas de los/as encuestados/as sobre la comparación desfavorable de su imagen corporal al fijarse en la figura de modelos y actores o actrices de la televisión, redes sociales o revistas



Pregunta N°11: ¿Crees que los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) influyen negativamente en tu autopercepción corporal?

Tabla N° 35: Respuestas de la muestra total sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autopercepción corporal.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 33 | 33% |
| Raramente | 18 | 18% |
| Alguna vez | 34 | 34% |
| Casi siempre | 10 | 10% |
| Siempre | 5 | 5% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,36 |
| moda | 3 |
| mediana | 2 |

Tabla N° 36: Respuestas de las mujeres sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autopercepción corporal.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 8 | 16% |
| Raramente | 9 | 18% |
| Alguna vez | 22 | 44% |
| Casi siempre | 7 | 14% |
| Siempre | 4 | 8% |
| Total | 50 | 100% |

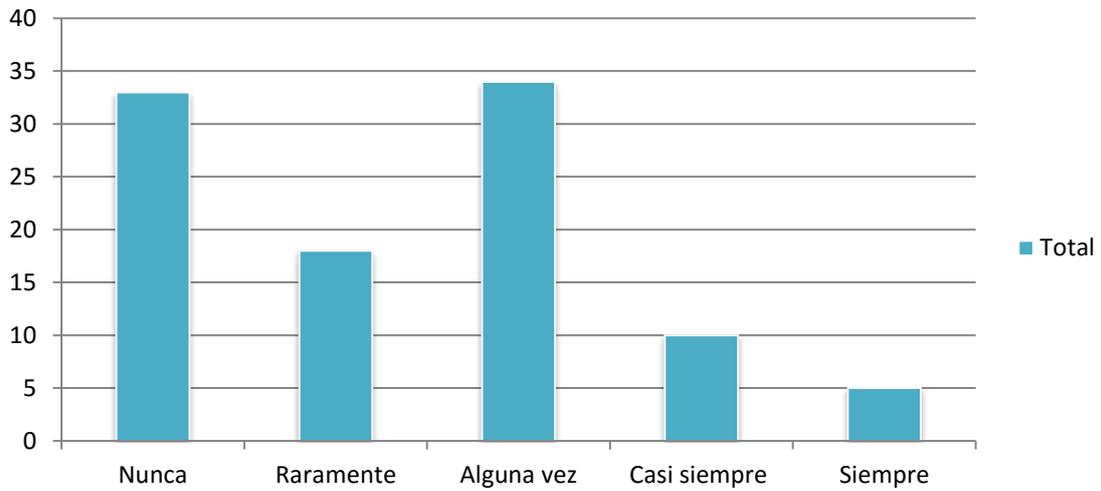
| | |
|---------|-----|
| media | 2,8 |
| moda | 3 |
| mediana | 3 |

Tabla N°37: Respuestas de los hombres sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autopercepción corporal

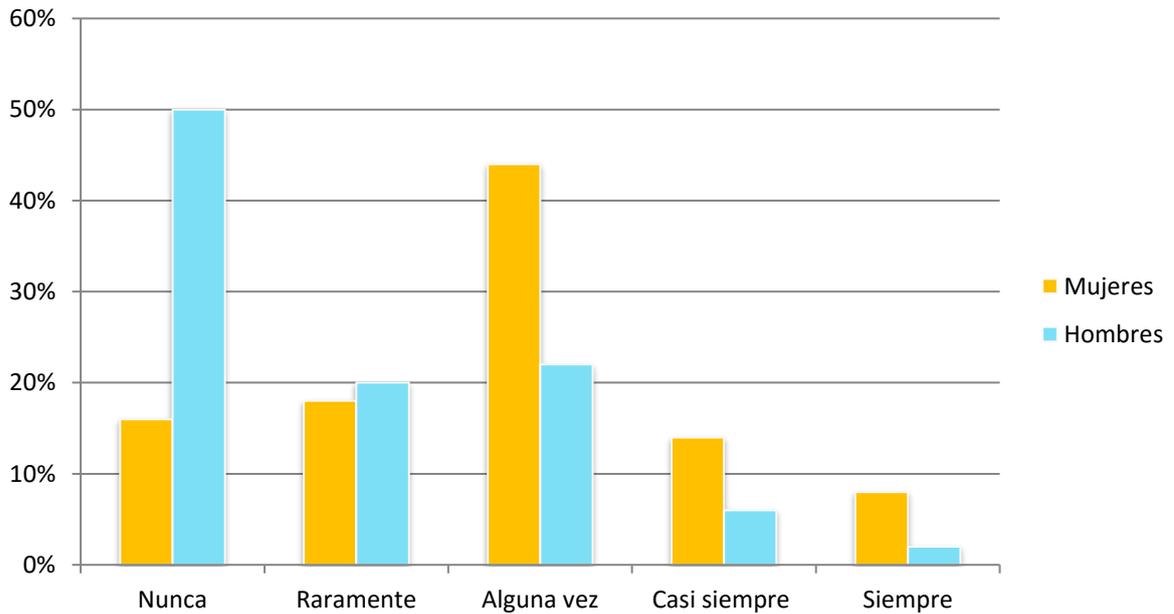
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 25 | 50% |
| Raramente | 10 | 20% |
| Alguna vez | 11 | 22% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|-----|
| media | 1,9 |
| moda | 1 |
| mediana | 1,5 |

Gráfica N°23: Respuestas de la muestra total sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autopercepción corporal.



Gráfica N°24: Respuestas de los/as encuestados/as sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autopercepción corporal.



Pregunta N° 12: ¿Crees que los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) influyen negativamente en tu autoestima?

Tabla N° 38: Respuestas de la muestra total sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autoestima.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 35 | 35% |
| Raramente | 24 | 24% |
| Alguna vez | 27 | 27% |
| Casi siempre | 11 | 11% |
| Siempre | 3 | 3% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,23 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N° 39: Respuestas de las mujeres sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autoestima.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 11 | 22% |
| Raramente | 11 | 22% |
| Alguna vez | 19 | 38% |
| Casi siempre | 8 | 16% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

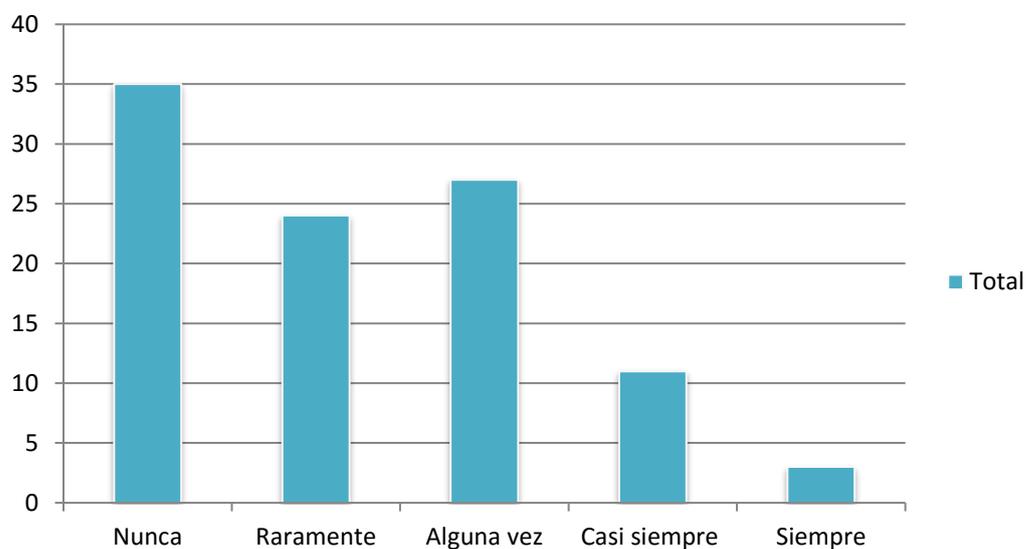
| | |
|---------|------|
| media | 2,54 |
| moda | 3 |
| mediana | 3 |

Tabla N°40: Respuestas de los hombres sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autoestima.

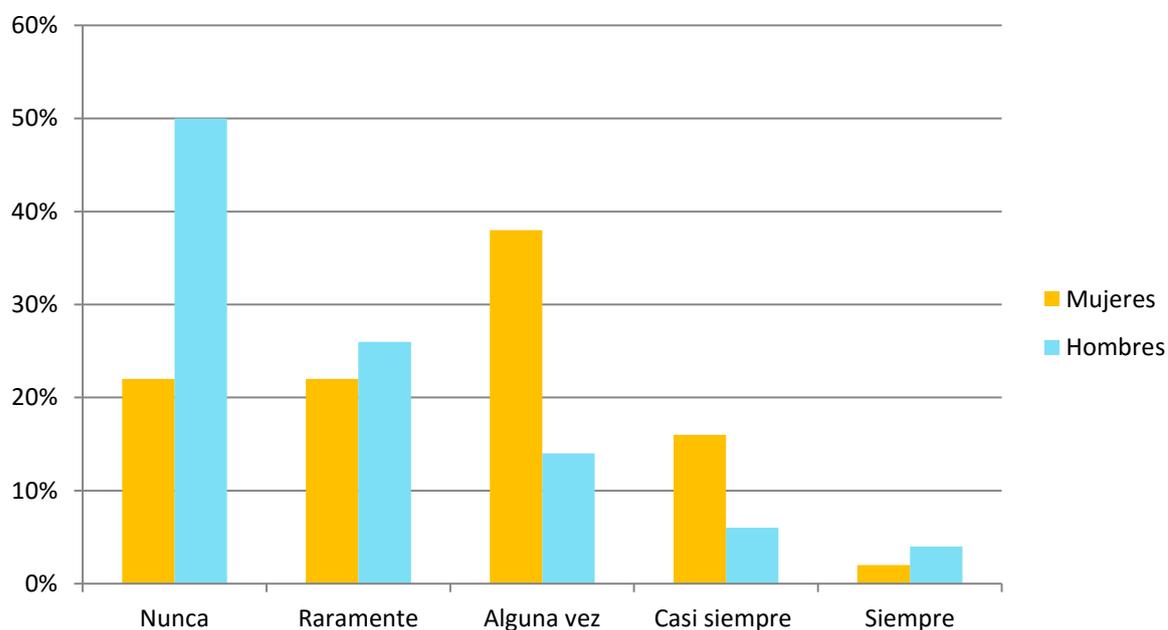
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 25 | 50% |
| Raramente | 13 | 26% |
| Alguna vez | 7 | 14% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 2 | 4% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,88 |
| moda | 1 |
| mediana | 1,5 |

Gráfica N° 25: Respuestas de la muestra total sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en la autoestima.



Gráfica N° 26: Respuestas de los/as encuestados/as sobre la opinión de la influencia negativa de los modelos de belleza que difunden los medios de comunicación (televisión, internet, revistas, etc.) en su autoestima.



Pregunta N°13: ¿Crees que la programación televisiva informa sobre los medios de prevención de la anorexia y bulimia?

Tabla N°41: Respuestas de la muestra total acerca de la opinión sobre si la programación televisiva informa sobre los medios de prevención de la anorexia y bulimia.

| | fi | % | | |
|---------------------|-----------|----------|----------------|-------------|
| Nunca | 74 | 74% | media | 1,35 |
| Raramente | 18 | 18% | moda | 1 |
| Alguna vez | 7 | 7% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 1 | 1% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

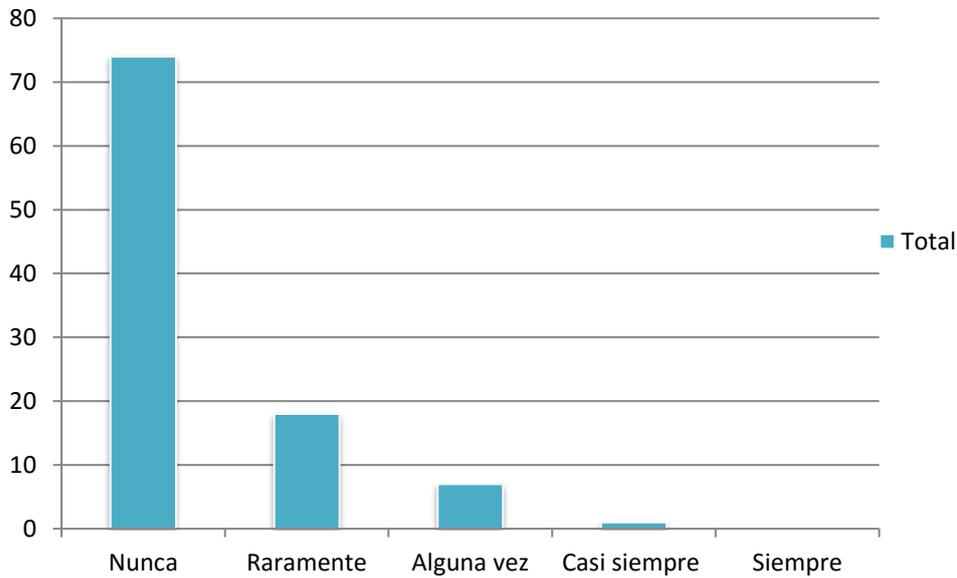
Tabla N°42: Respuestas de las mujeres acerca de la opinión sobre si la programación televisiva informa sobre los medios de prevención de la anorexia y bulimia.

| | fi | % | | |
|---------------------|-----------|----------|----------------|------------|
| Nunca | 32 | 64% | media | 1,5 |
| Raramente | 12 | 24% | moda | 1 |
| Alguna vez | 5 | 10% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 1 | 2% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

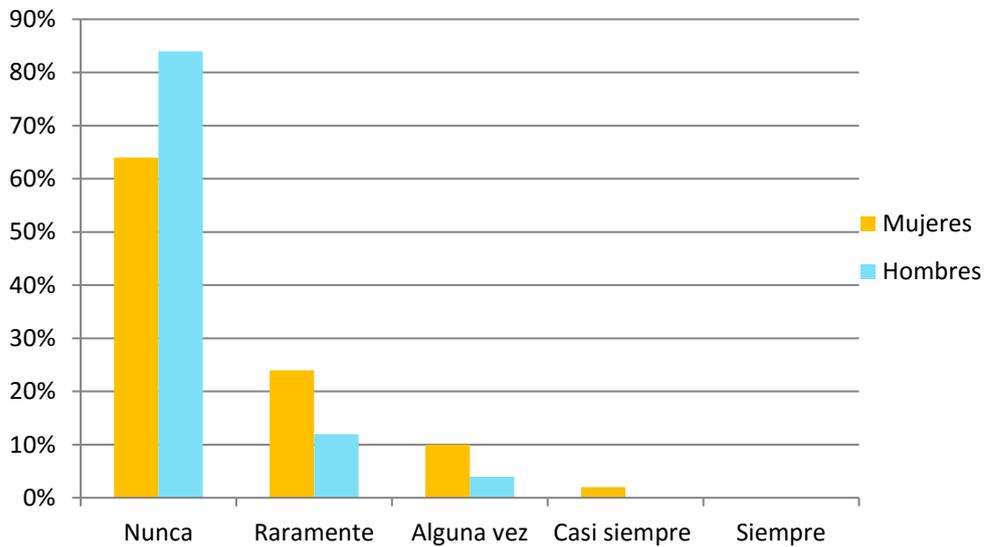
Tabla N°43: Respuestas de los hombres acerca de la opinión sobre si la programación televisiva informa sobre los medios de prevención de la anorexia y bulimia.

| | fi | % | | |
|---------------------|-----------|----------|----------------|------------|
| Nunca | 42 | 84% | media | 1,2 |
| Raramente | 6 | 12% | moda | 1 |
| Alguna vez | 2 | 4% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 0 | 0% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráfica N°27: Respuestas de la muestra total acerca de la opinión sobre si la programación televisiva informa sobre los medios de prevención de la anorexia y bulimia.



Gráfica N°28: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de la opinión sobre si la programación televisiva informa sobre los medios de prevención de la anorexia y bulimia.



Pregunta N° 14: Cuando estás viendo una película, ¿miras a las actrices o actores fijándote especialmente en si son gordos/as o delgados/as?

Tabla N°44: Respuestas de la muestra total acerca de la atención prestada sobre imagen corporal de los actores o actrices.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 28 | 28% |
| Raramente | 23 | 23% |
| Alguna vez | 35 | 35% |
| Casi siempre | 13 | 13% |
| Siempre | 1 | 1% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,36 |
| moda | 3 |
| mediana | 2 |

Tabla N° 45: Respuestas de las mujeres acerca de la atención prestada sobre imagen corporal de los actores o actrices.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 10 | 20% |
| Raramente | 10 | 20% |
| Alguna vez | 21 | 42% |
| Casi siempre | 9 | 18% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

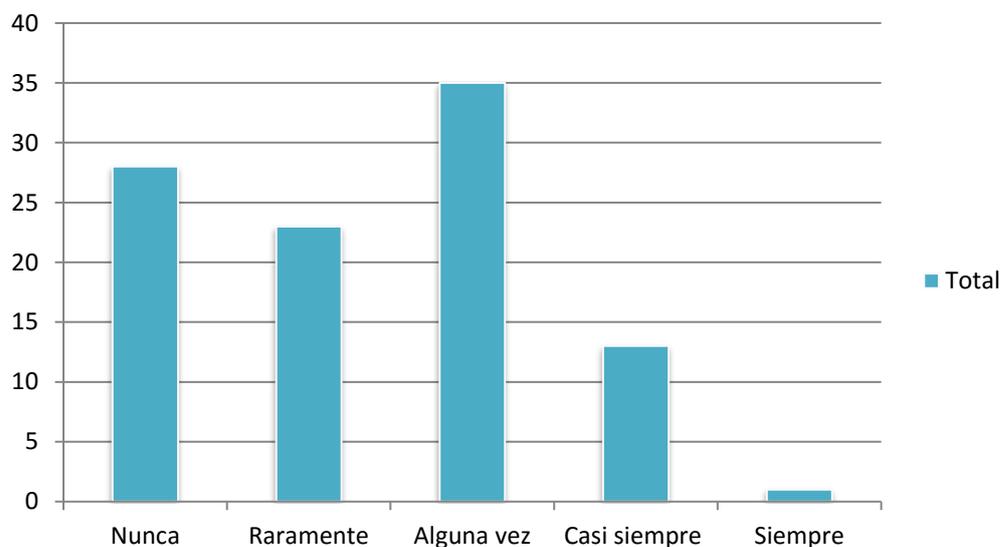
| | |
|---------|------|
| media | 2,58 |
| moda | 3 |
| mediana | 3 |

Tabla N°46: Respuestas de los hombres acerca de la atención prestada sobre imagen corporal de los actores o actrices.

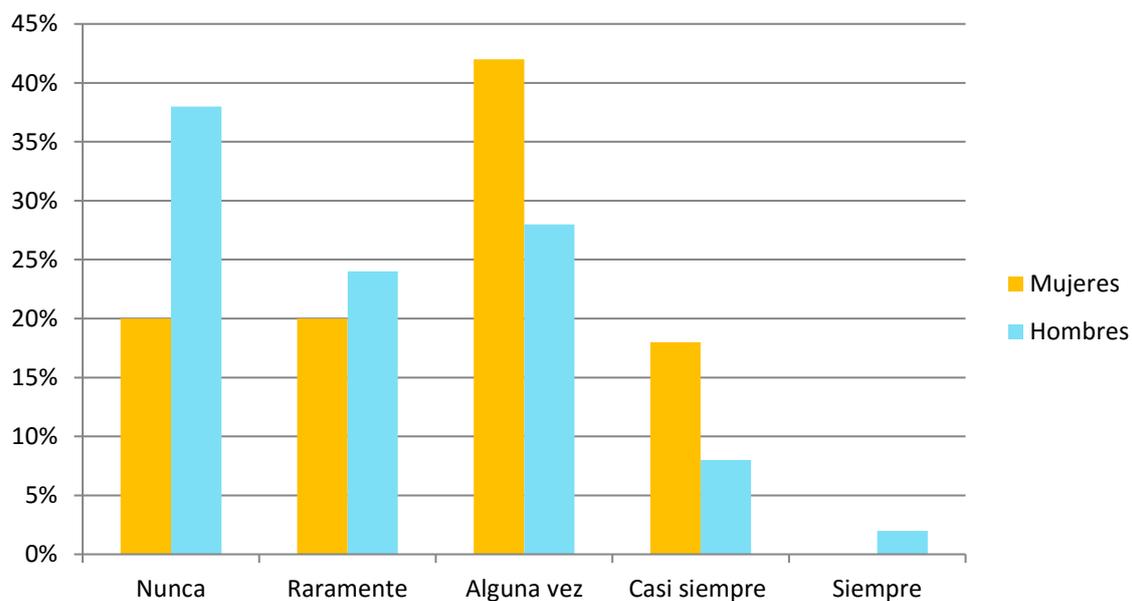
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 19 | 38% |
| Raramente | 12 | 24% |
| Alguna vez | 14 | 28% |
| Casi siempre | 4 | 8% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,12 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Gráfica N° 29: Respuestas de la muestra total acerca de la atención prestada sobre imagen corporal de los actores o actrices.



Gráfica N°30: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de la atención prestada sobre imagen corporal de los actores o actrices.



Pregunta N°15: ¿Envidias la delgadez de los/as modelos que aparecen en los desfiles de moda o en los anuncios de prendas de vestir?

Tabla N° 47: Respuestas de la muestra total acerca del sentimiento de envidia hacia los/as modelos que aparecen en los desfiles de moda o en los anuncios de prendas de vestir.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 39 | 39% |
| Raramente | 25 | 25% |
| Alguna vez | 25 | 25% |
| Casi siempre | 9 | 9% |
| Siempre | 2 | 2% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|-----|
| media | 2,1 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°48: Respuestas de las mujeres acerca del sentimiento de envidia hacia los/as modelos que aparecen en los desfiles de moda o en los anuncios de prendas de vestir.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 11 | 22% |
| Raramente | 11 | 22% |
| Alguna vez | 18 | 36% |
| Casi siempre | 8 | 16% |
| Siempre | 2 | 4% |
| Total | 50 | 100% |

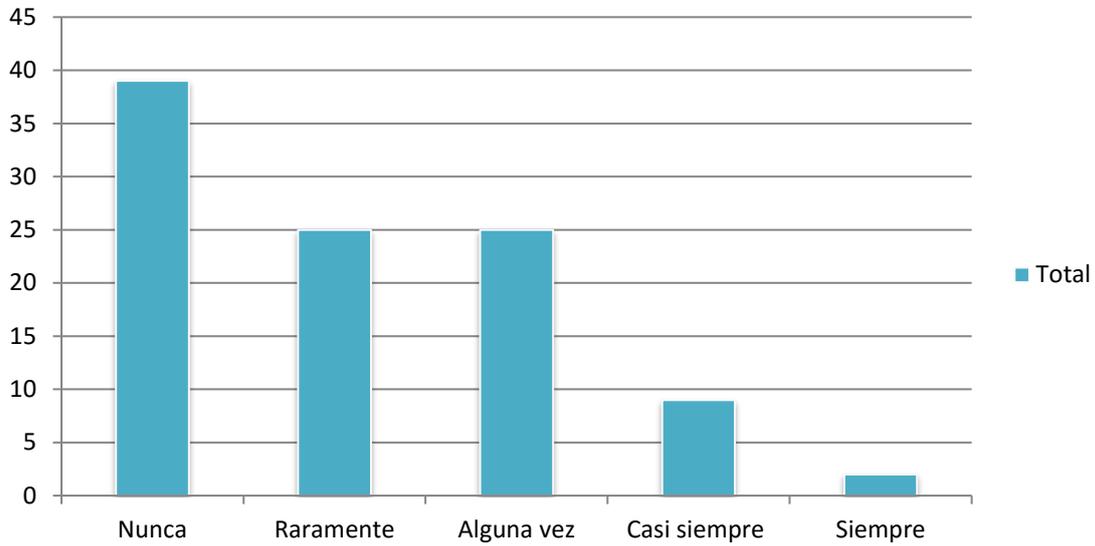
| | |
|---------|------|
| media | 2,58 |
| moda | 3 |
| mediana | 3 |

Tabla N°49: Respuestas de los hombres acerca del sentimiento de envidia hacia los/as modelos que aparecen en los desfiles de moda o en los anuncios de prendas de vestir.

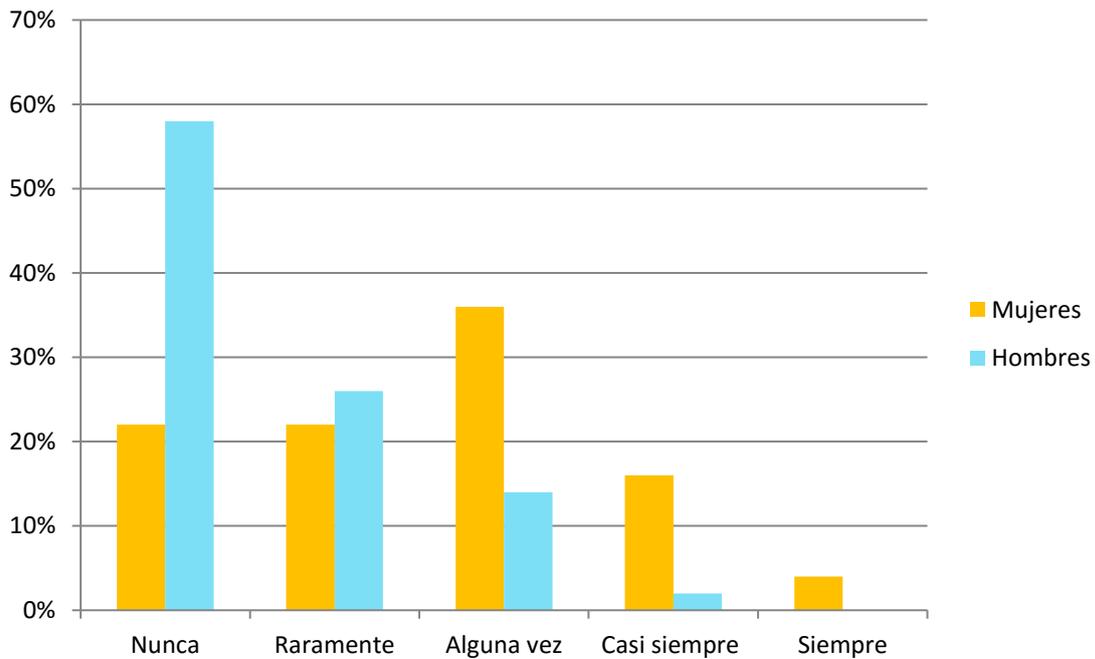
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 29 | 58% |
| Raramente | 13 | 26% |
| Alguna vez | 7 | 14% |
| Casi siempre | 1 | 2% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|-----|
| media | 1,6 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N° 31: Respuestas de la muestra total acerca del sentimiento de envidia hacia los/as modelos que aparecen en los desfiles de moda o en los anuncios de prendas de vestir.



Gráfica N° 32: Respuestas de los/as encuestados/as acerca del sentimiento de envidia hacia los/as modelos que aparecen en los desfiles de moda o en los anuncios de prendas de vestir.



Pregunta N°16: ¿Te has preocupado tanto por tu figura que has pensado que tendrías que ponerte a dieta?

Tabla N° 50: Respuestas de la muestra total acerca de si la preocupación por la figura corporal ha generado el pensamiento de realizar una dieta.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 33 | 33% |
| Raramente | 33 | 33% |
| Alguna vez | 23 | 23% |
| Casi siempre | 7 | 7% |
| Siempre | 4 | 4% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,16 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N° 51: Respuestas de las mujeres acerca de si la preocupación por la figura corporal ha generado el pensamiento de realizar una dieta.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 11 | 22% |
| Raramente | 17 | 34% |
| Alguna vez | 14 | 28% |
| Casi siempre | 5 | 10% |
| Siempre | 3 | 6% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,44 |
| moda | 2 |
| mediana | 2 |

Tabla N° 52: Respuestas de los hombres acerca de si la preocupación por la figura corporal ha generado el pensamiento de realizar una dieta.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 23 | 46% |
| Raramente | 16 | 32% |
| Alguna vez | 9 | 18% |
| Casi siempre | 1 | 2% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,82 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Gráfico N°33: Respuestas de la muestra total acerca de si la preocupación por la figura corporal ha generado el pensamiento de realizar una dieta.

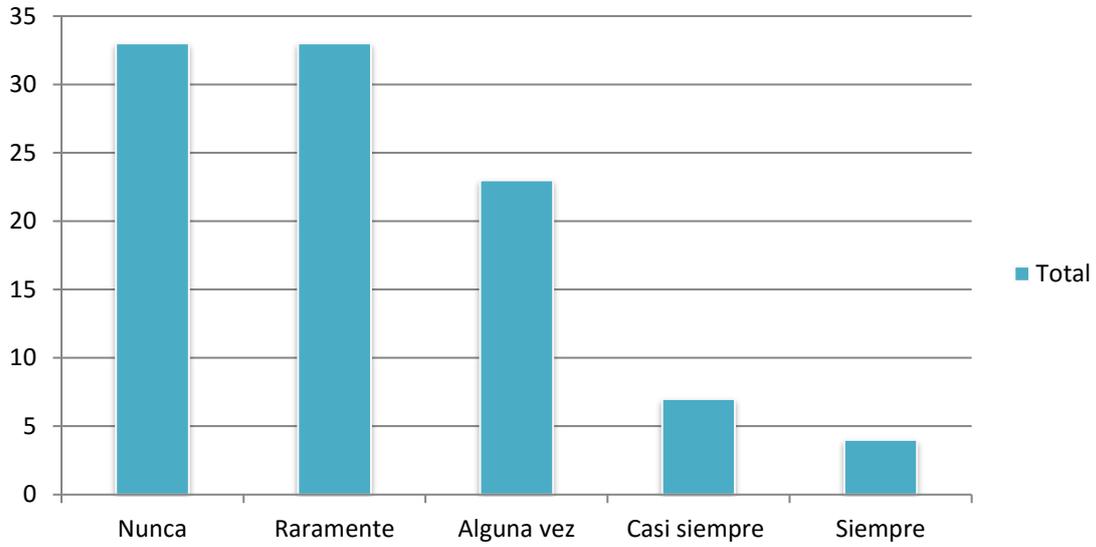
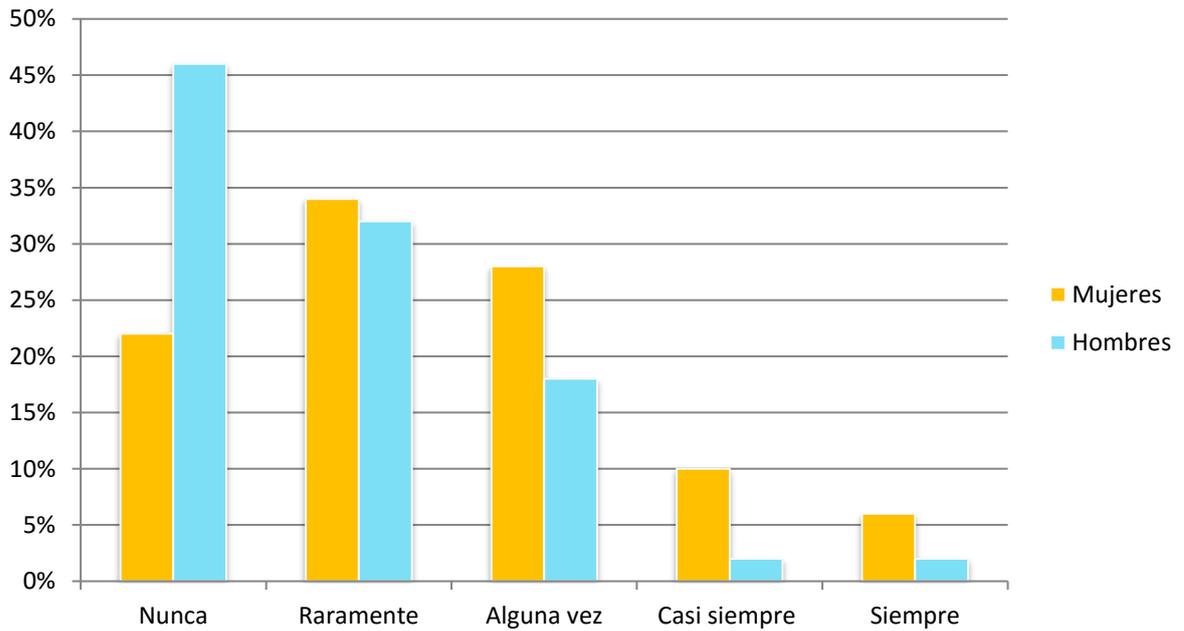


Gráfico N°34: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de si la preocupación por la figura corporal ha generado el pensamiento de realizar una dieta.



Pregunta N°17: ¿Has tenido miedo a engordar?

Tabla N° 53: Respuestas de la muestra total acerca del miedo a engordar.

| | fi | % | | |
|---------------------|-----------|----------|----------------|-------------|
| Nunca | 34 | 34% | media | 2,26 |
| Raramente | 25 | 25% | moda | 1 |
| Alguna vez | 25 | 25% | mediana | 2 |
| Casi siempre | 13 | 13% | | |
| Siempre | 3 | 3% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

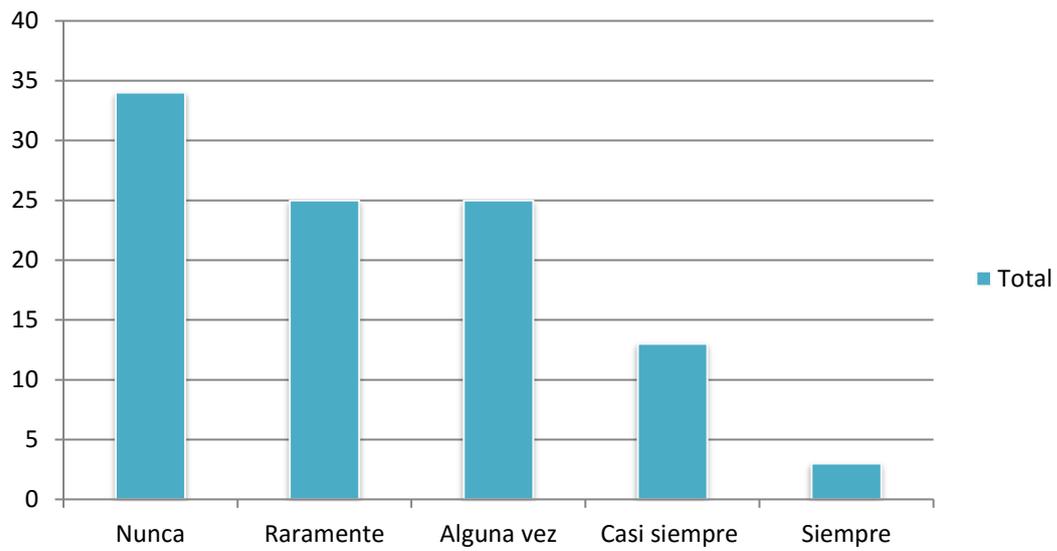
Tabla N° 54: Respuestas de las mujeres acerca del miedo a engordar.

| | fi | % | | |
|---------------------|-----------|----------|----------------|------------|
| Nunca | 10 | 20% | media | 2,5 |
| Raramente | 16 | 32% | moda | 2 |
| Alguna vez | 15 | 30% | mediana | 2 |
| Casi siempre | 7 | 14% | | |
| Siempre | 2 | 4% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

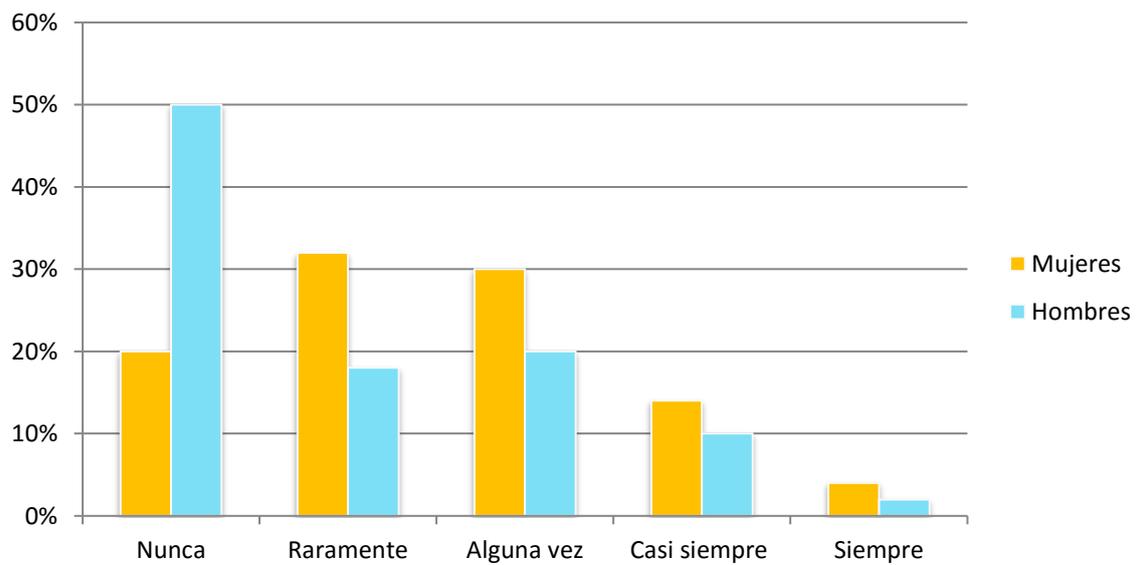
Tabla N° 55: Respuestas de los hombres acerca del miedo a engordar.

| | fi | % | | |
|---------------------|-----------|----------|----------------|-------------|
| Nunca | 25 | 50% | media | 1,96 |
| Raramente | 9 | 18% | moda | 1 |
| Alguna vez | 10 | 20% | mediana | 1,5 |
| Casi siempre | 5 | 10% | | |
| Siempre | 1 | 2% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráfica N° 35: Respuestas de la muestra total acerca del miedo a engordar.



Gráfica N°36: Respuestas de los/as encuestados/as acerca del miedo a engordar.



Pregunta N°18: Sentirte lleno/a (después de una gran comida), ¿Te ha hecho sentir gordo/a?

Tabla N°56: Respuestas de la muestra total acerca de si se sienten gordos/as después de una gran comida.

| | fi | % | | |
|--------------|-----|------|---------|------|
| Nunca | 63 | 63% | media | 1,64 |
| Raramente | 19 | 19% | moda | 1 |
| Alguna vez | 11 | 11% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 5 | 5% | | |
| Siempre | 2 | 2% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

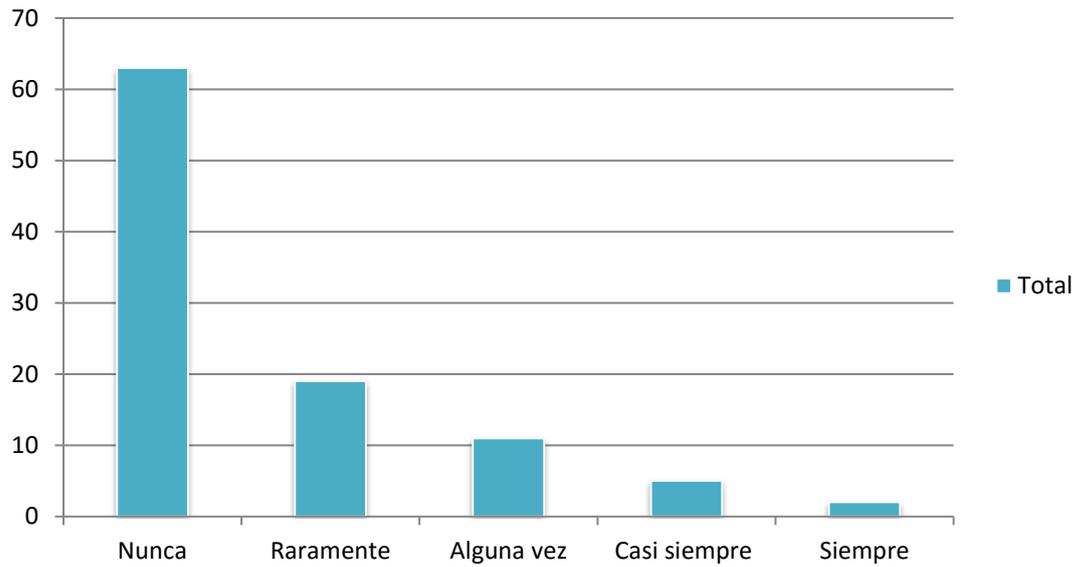
Tabla N°57: Respuestas de las mujeres acerca de si se sienten gordos/as después de una gran comida.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 26 | 52% | media | 1,84 |
| Raramente | 13 | 26% | moda | 1 |
| Alguna vez | 6 | 12% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 3 | 6% | | |
| Siempre | 2 | 4% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

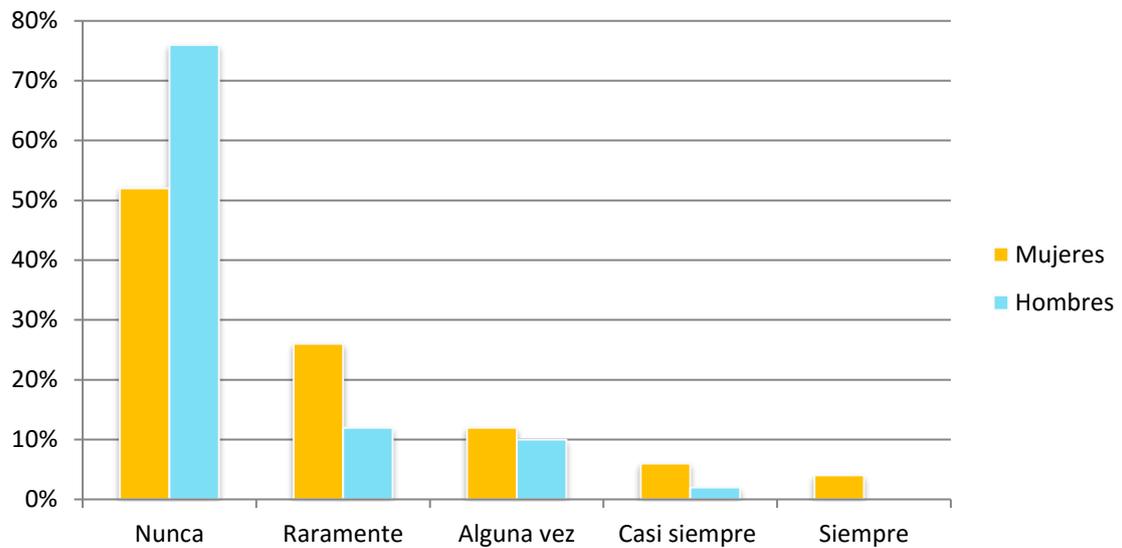
Tabla N°58: Respuestas de los hombres acerca de si se sienten gordos/as después de una gran comida.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 38 | 76% | media | 1,38 |
| Raramente | 6 | 12% | moda | 1 |
| Alguna vez | 5 | 10% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 1 | 2% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráfica N° 37: Respuestas de la muestra total acerca de si se sienten gordos/as después de una gran comida.



Gráfica N° 38: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de si se sienten gordos/as después de una gran comida.



Pregunta N°19: ¿Te has sentido tan mal con tu figura que has llegado a llorar?

Tabla N°59: Respuestas de la muestra total acerca de si ha llorado por sentirse mal con su figura.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 76 | 76% |
| Raramente | 13 | 13% |
| Alguna vez | 6 | 6% |
| Casi siempre | 4 | 4% |
| Siempre | 1 | 1% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,41 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°60: Respuestas de las mujeres acerca de si ha llorado por sentirse mal con su figura.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 31 | 62% |
| Raramente | 9 | 18% |
| Alguna vez | 6 | 12% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

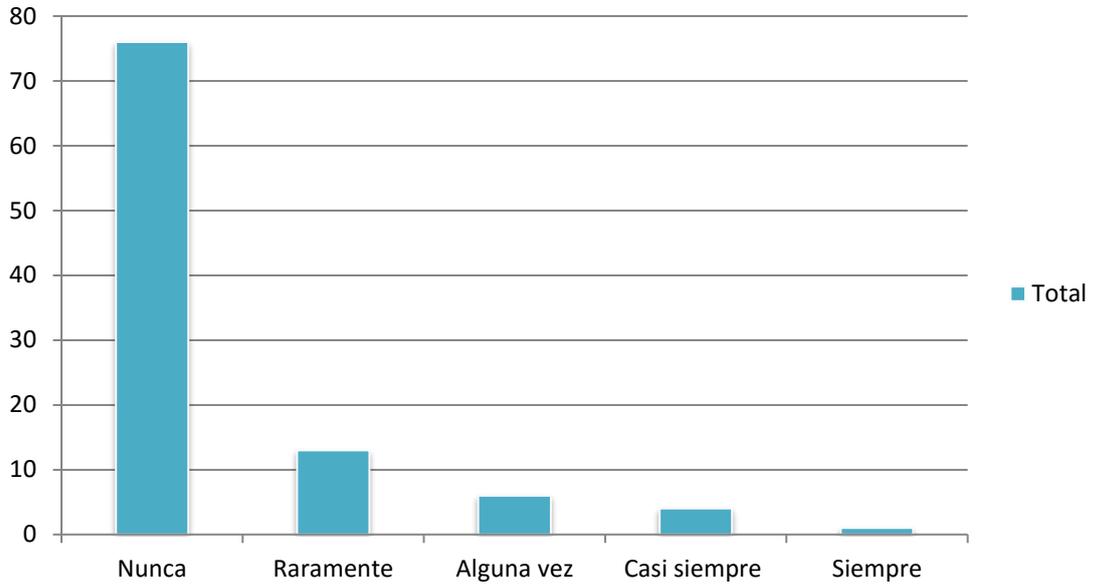
| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,68 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°61: Respuestas de los hombres acerca de si ha llorado por sentirse mal con su figura.

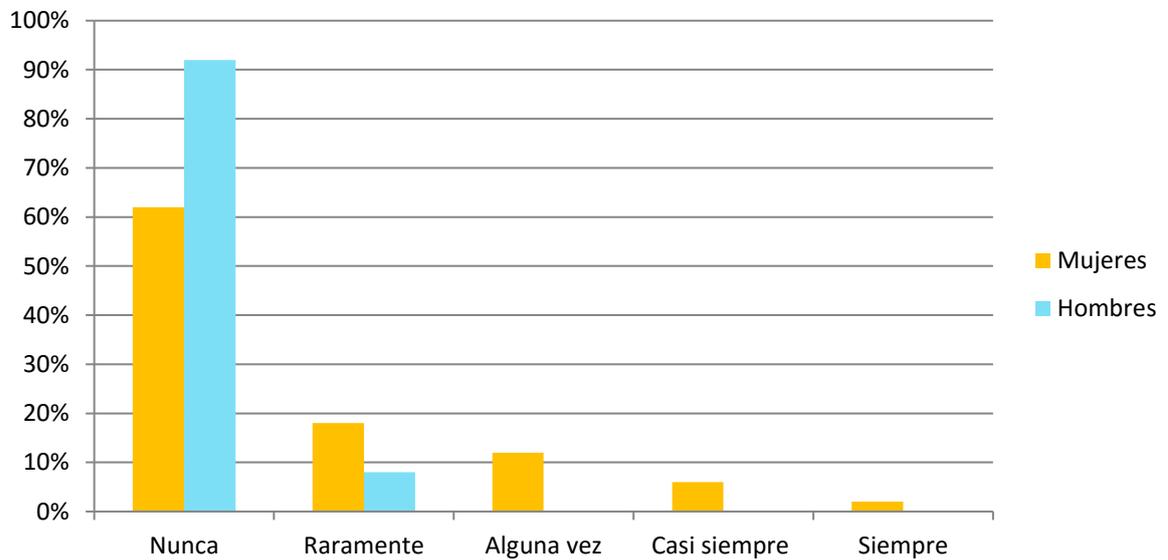
| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 46 | 92% |
| Raramente | 4 | 8% |
| Alguna vez | 0 | 0% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,08 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N° 39: Respuestas de la muestra total acerca de si ha llorado por sentirse mal con su figura.



Gráfica N°40: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de si ha llorado por sentirse mal con su figura.



Pregunta 20: Estar desnudo/a (por ejemplo, cuando te duchas) ¿Te ha hecho sentir gordo/a?

Tabla N°63: Respuesta de la muestra total acerca de si estar desnudo/a en algunas situaciones les hace sentirse gordo/a.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 70 | 70% |
| Raramente | 16 | 16% |
| Alguna vez | 5 | 5% |
| Casi siempre | 7 | 7% |
| Siempre | 2 | 2% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,55 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°64: Respuesta de las mujeres acerca de si estar desnudo/a en algunas situaciones les hace sentirse gordo/a.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 31 | 62% |
| Raramente | 10 | 20% |
| Alguna vez | 2 | 4% |
| Casi siempre | 5 | 10% |
| Siempre | 2 | 4% |
| Total | 50 | 100% |

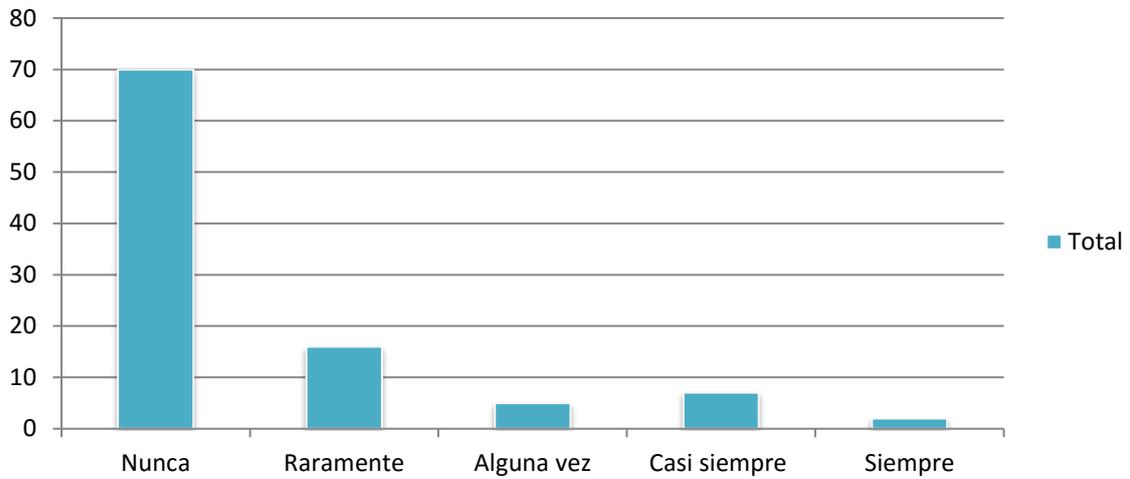
| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,74 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°65: Respuesta de los hombres acerca de si estar desnudo/a en algunas situaciones les hace sentirse gordo/a.

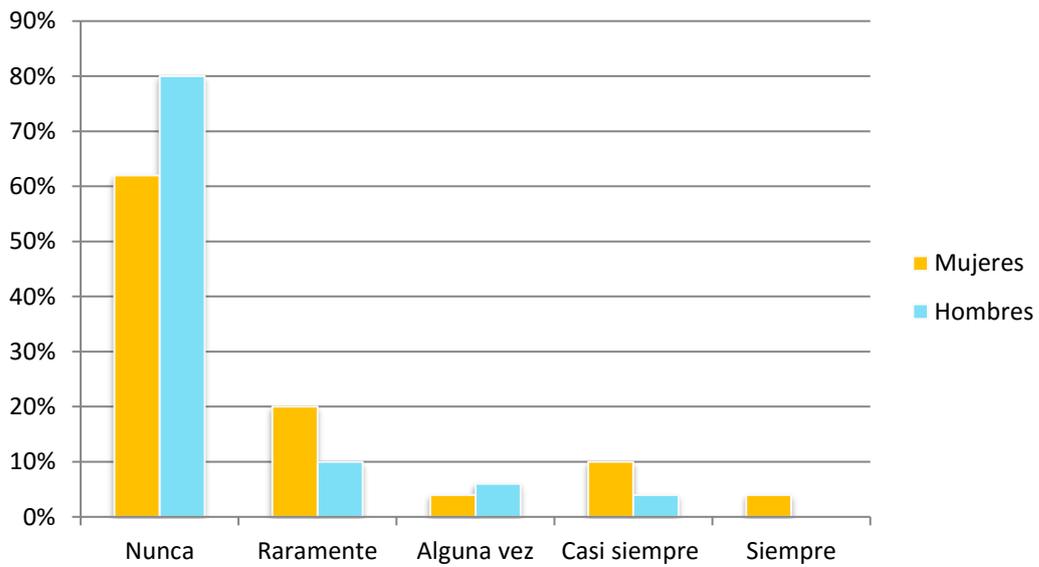
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 40 | 80% |
| Raramente | 5 | 10% |
| Alguna vez | 3 | 6% |
| Casi siempre | 2 | 4% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,34 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N° 41: Respuesta de la muestra total acerca de si estar desnudo/a en algunas situaciones les hace sentirse gordo/a.



Gráfica N° 42: Respuesta de los/as encuestados/as acerca de si estar desnudo/a en algunas situaciones les hace sentirse gordo/a.



Pregunta N° 21: ¿Has evitado llevar ropa que marque tu figura?

Tabla N°66: Respuesta de la muestra total acerca de si han evitado llevar ropa que marque la figura corporal.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 65 | 65% |
| Raramente | 16 | 16% |
| Alguna vez | 13 | 13% |
| Casi siempre | 4 | 4% |
| Siempre | 2 | 2% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,62 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°67: Respuesta de las mujeres acerca de si han evitado llevar ropa que marque la figura corporal.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 28 | 56% |
| Raramente | 9 | 18% |
| Alguna vez | 7 | 14% |
| Casi siempre | 4 | 8% |
| Siempre | 2 | 4% |
| Total | 50 | 100% |

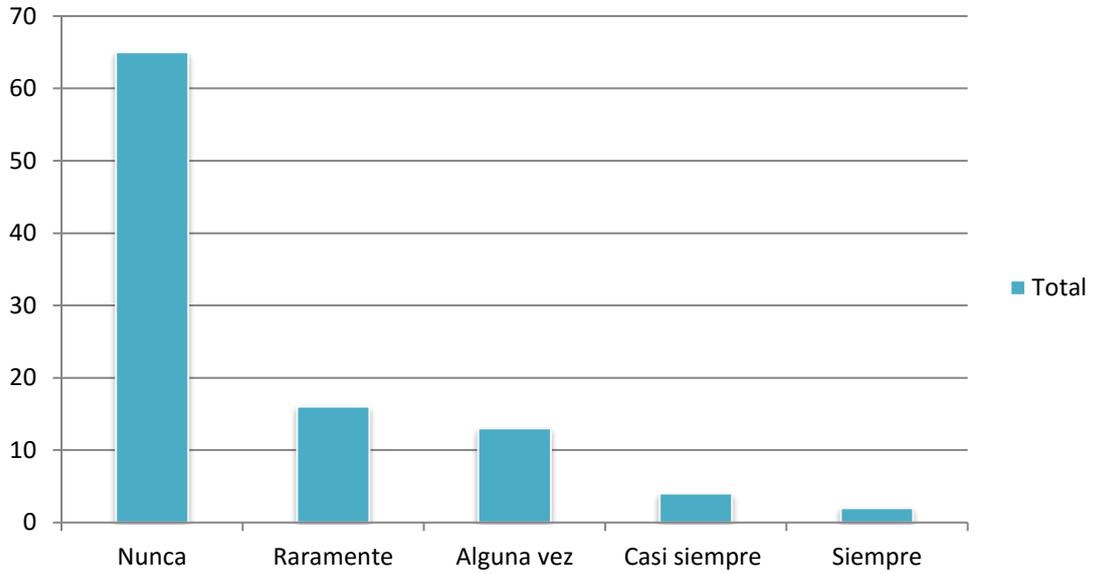
| | |
|---------|------|
| media | 1,86 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°68: Hombres

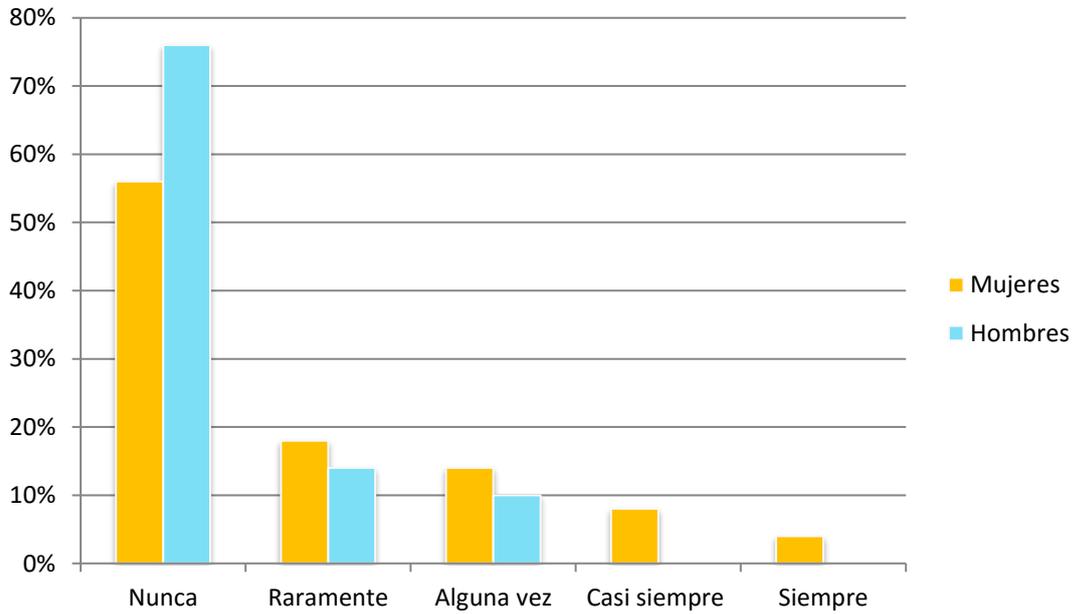
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 38 | 76% |
| Raramente | 7 | 14% |
| Alguna vez | 5 | 10% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,34 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N°43: Respuesta de la muestra total acerca de si han evitado llevar ropa que marque la figura corporal.



Gráfica N°44: Respuesta de las mujeres y los hombres acerca de si han evitado llevar ropa que marque la figura corporal.



Pregunta N°22: ¿Comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías ¿te ha hecho sentir gordo/a?

Tabla N°69: Respuesta de la muestra total acerca de si comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías les han hecho sentirse gordos/as.

| | fi | % | | |
|--------------|-----|------|---------|------|
| Nunca | 67 | 67% | media | 1,51 |
| Raramente | 19 | 19% | moda | 1 |
| Alguna vez | 10 | 10% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 4 | 4% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

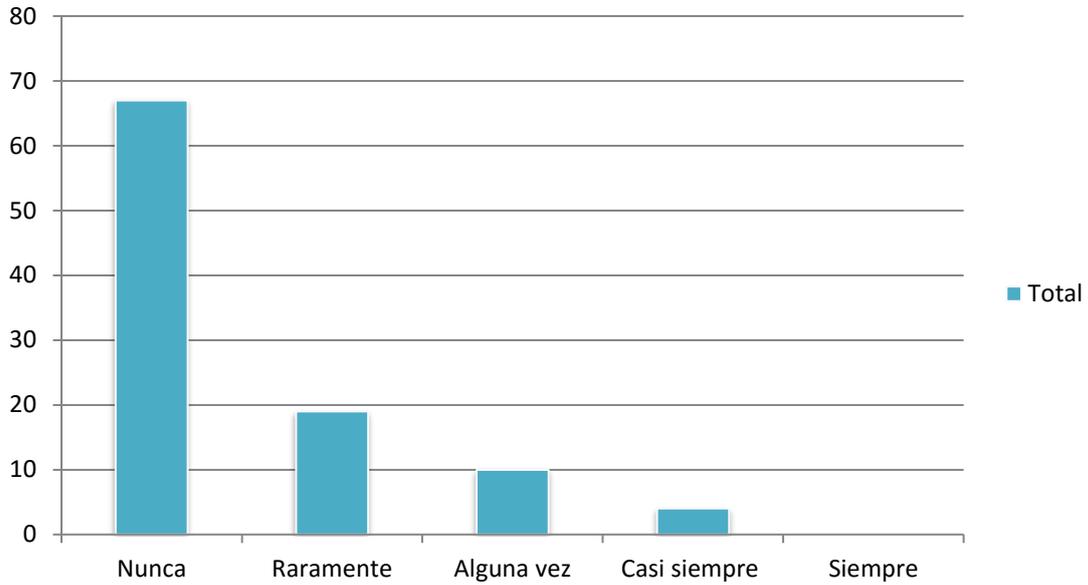
Tabla N°70: Respuesta de las mujeres acerca de si comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías les han hecho sentirse gordos/as.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 30 | 60% | media | 1,64 |
| Raramente | 11 | 22% | moda | 1 |
| Alguna vez | 6 | 12% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 3 | 6% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

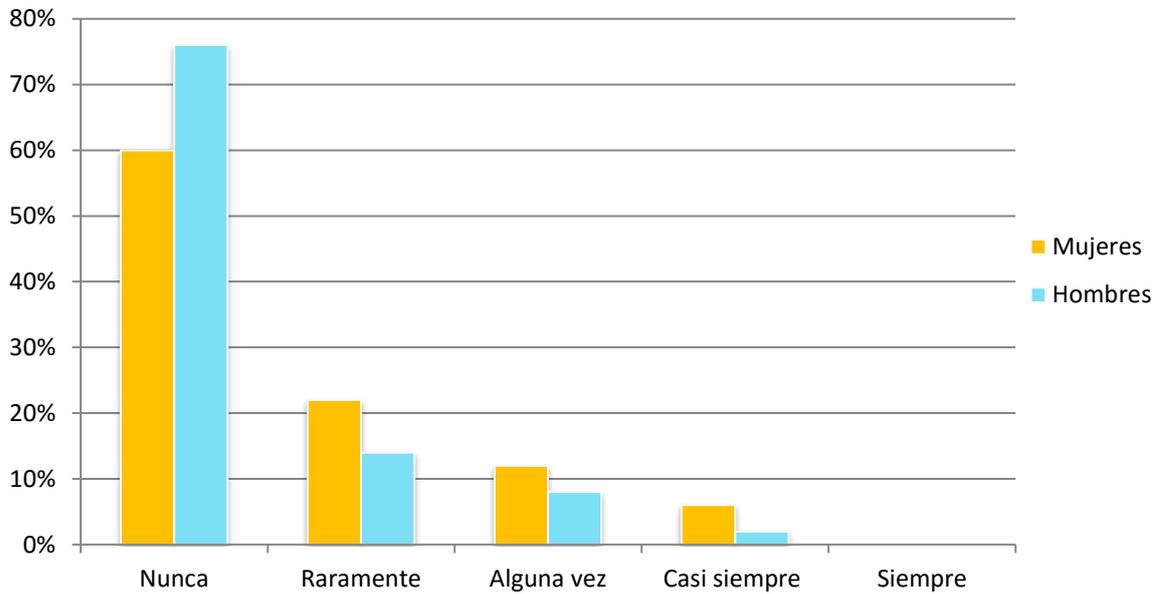
Tabla N°71: Respuesta de los hombres acerca de si comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías les han hecho sentirse gordos/as.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|------|
| Nunca | 38 | 76% | media | 1,36 |
| Raramente | 7 | 14% | moda | 1 |
| Alguna vez | 4 | 8% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 1 | 2% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráfica N°45: Respuesta de la muestra total acerca de si comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías les han hecho sentirse gordos/as



Gráfica N°46: Respuesta de los/as encuestados/as acerca de si comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías les han hecho sentirse gordos/as



Pregunta N°23: ¿Has evitado ir a actos sociales (por ejemplo, una fiesta) porque te has sentido mal con tu cuerpo?

Tabla N°72: Respuestas de la muestra total acerca de si has evitado ir a actos sociales debido al malestar con la figura corporal.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 74 | 74% |
| Raramente | 16 | 16% |
| Alguna vez | 4 | 4% |
| Casi siempre | 4 | 4% |
| Siempre | 2 | 2% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,44 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N° 73: Respuestas de las mujeres acerca de si has evitado ir a actos sociales debido al malestar con la figura corporal.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 36 | 72% |
| Raramente | 10 | 20% |
| Alguna vez | 2 | 4% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 2 | 4% |
| Total | 50 | 100% |

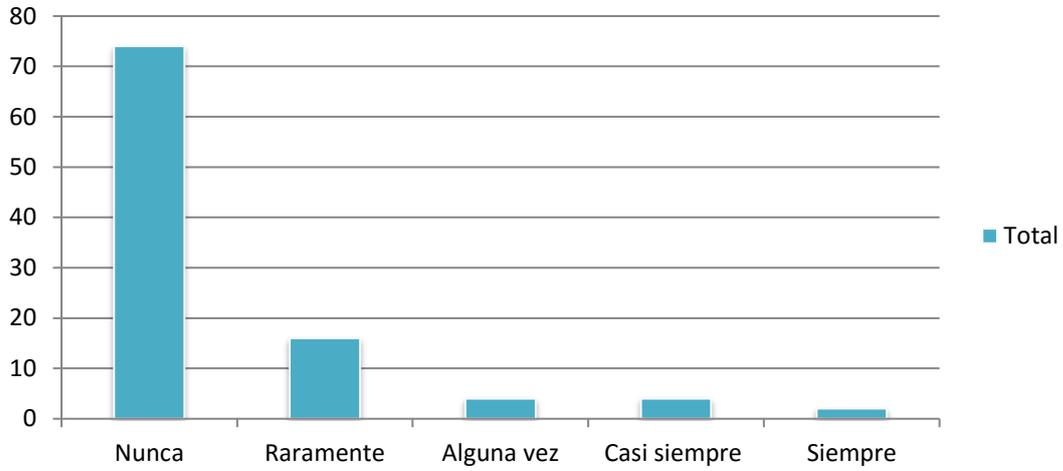
| | |
|---------|------|
| media | 1,44 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°74: Respuestas de los hombres acerca de si has evitado ir a actos sociales debido al malestar con la figura corporal.

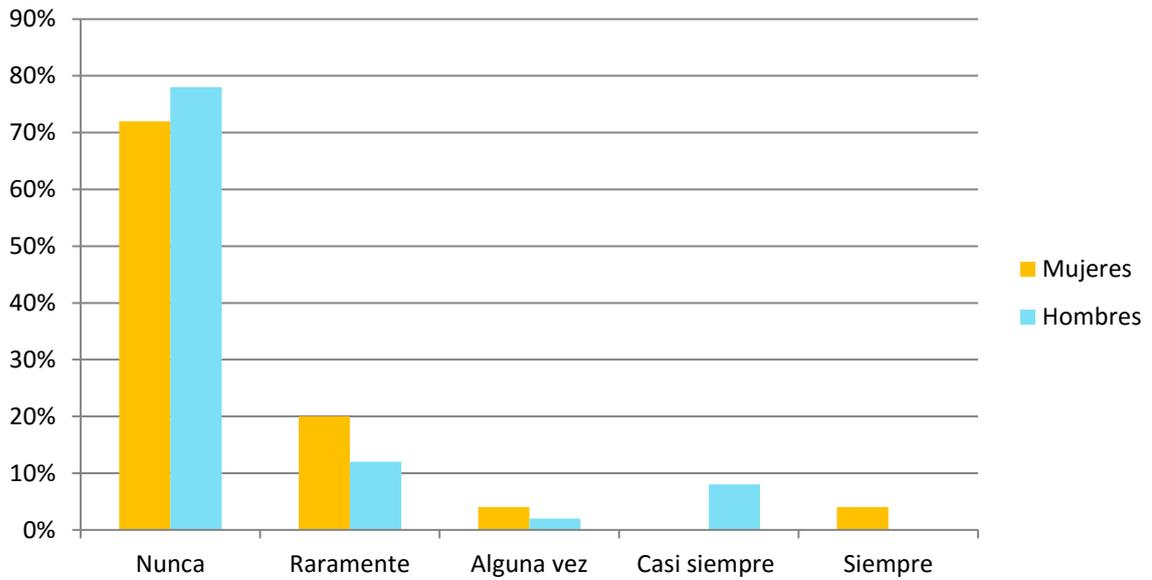
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 39 | 78% |
| Raramente | 6 | 12% |
| Alguna vez | 1 | 2% |
| Casi siempre | 4 | 8% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|-----|
| media | 1,4 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N° 47: Respuestas de la muestra total acerca de si has evitado ir a actos sociales debido al malestar con la figura corporal.



Gráfica N°48: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de si has evitado ir a actos sociales debido al malestar con la figura corporal.



Pregunta 24: ¿Has evitado situaciones en las que la gente pudiese ver tu cuerpo (por ejemplo, en vestuarios comunes de piscinas o duchas)?

Tabla N°75: Respuesta de la muestra total acerca de si han evitado situaciones en las que la gente pudiese ver su cuerpo (por ejemplo, en vestuarios comunes de piscinas o duchas)

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 69 | 69% |
| Raramente | 18 | 18% |
| Alguna vez | 10 | 10% |
| Casi siempre | 3 | 3% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,47 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°76: Respuesta de las mujeres acerca de si han evitado situaciones en las que la gente pudiese ver su cuerpo (por ejemplo, en vestuarios comunes de piscinas o duchas)

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 31 | 62% |
| Raramente | 10 | 20% |
| Alguna vez | 8 | 16% |
| Casi siempre | 1 | 2% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

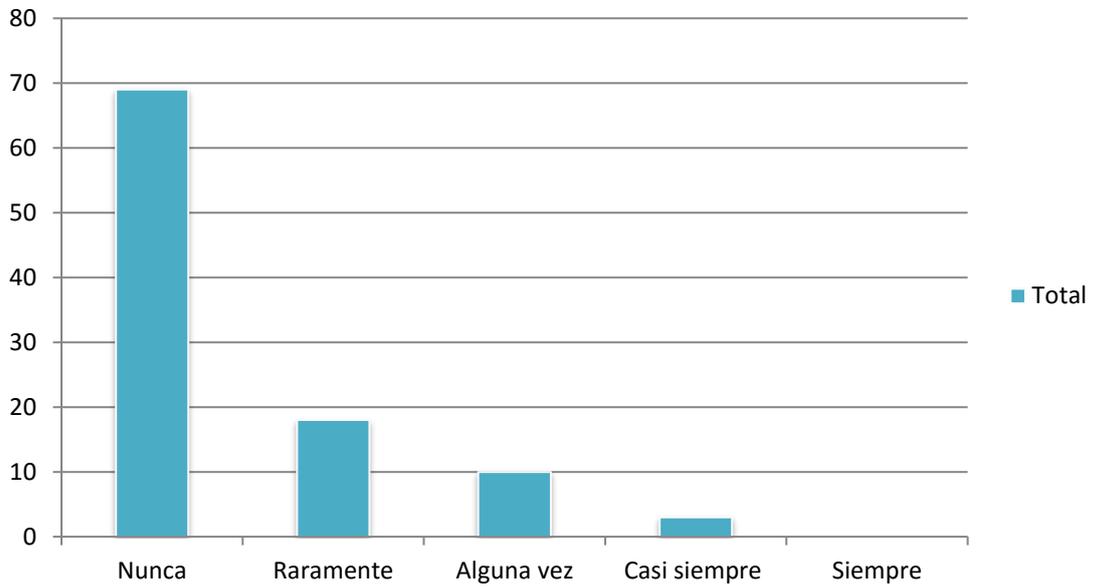
| | |
|---------|------|
| media | 1,58 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°77: Respuesta de los hombres acerca de si han evitado situaciones en las que la gente pudiese ver su cuerpo (por ejemplo, en vestuarios comunes de piscinas o duchas)

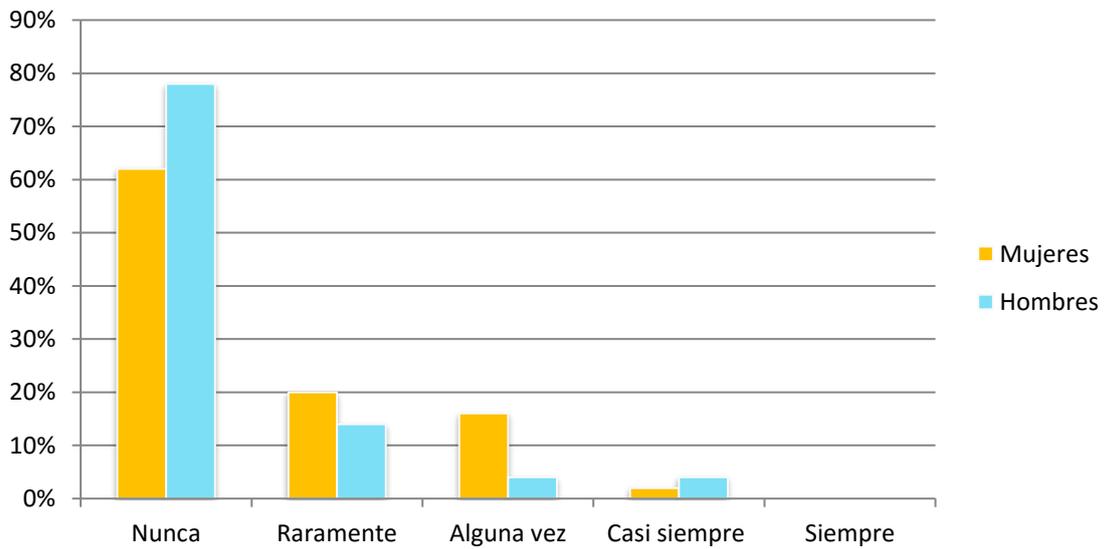
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 39 | 78% |
| Raramente | 7 | 14% |
| Alguna vez | 2 | 4% |
| Casi siempre | 2 | 4% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,34 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N° 49: Respuesta de la muestra total acerca de si han evitado situaciones en las que la gente pudiese ver su cuerpo (por ejemplo, en vestuarios comunes de piscinas o duchas)



Gráfica N°50: Respuesta de los/as encuestados/as acerca de si han evitado situaciones en las que la gente pudiese ver su cuerpo (por ejemplo, en vestuarios comunes de piscinas o duchas)



Pregunta N° 25: La preocupación por tu figura, ¿te ha hecho pensar que deberías de hacer ejercicio?

Tabla 78: Respuesta de la muestra total acerca de que si la preocupación de la figura les ha hecho pensar que deberían de hacer ejercicio.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 41 | 41% |
| Raramente | 24 | 24% |
| Alguna vez | 18 | 18% |
| Casi siempre | 14 | 14% |
| Siempre | 3 | 3% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 2,14 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla 79: Respuesta de las mujeres acerca de que si la preocupación de la figura les ha hecho pensar que deberían de hacer ejercicio.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 19 | 38% |
| Raramente | 13 | 26% |
| Alguna vez | 6 | 12% |
| Casi siempre | 9 | 18% |
| Siempre | 3 | 6% |
| Total | 50 | 100% |

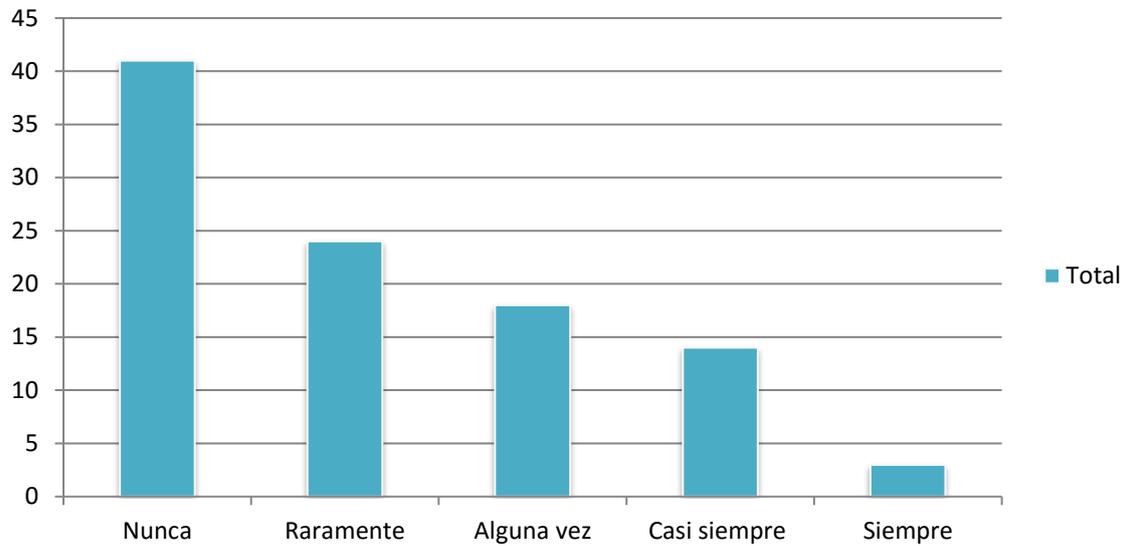
| | |
|----------------|-------------|
| media | 2,28 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla 80: Respuesta de los hombres acerca de que si la preocupación de la figura les ha hecho pensar que deberían de hacer ejercicio.

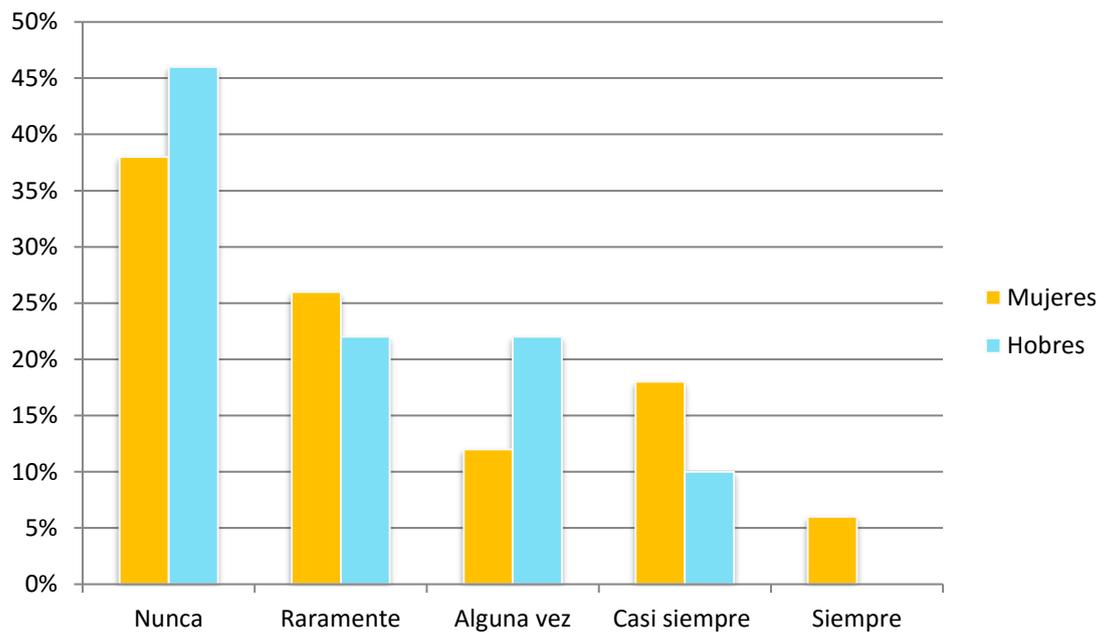
| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 23 | 46% |
| Raramente | 11 | 22% |
| Alguna vez | 11 | 22% |
| Casi siempre | 5 | 10% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,96 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Gráfica N°51: Respuesta de la muestra total acerca de que si la preocupación de la figura les ha hecho pensar que deberían de hacer ejercicio.



Gráfica N°52: Respuesta de los/as encuestados/as acerca de que si la preocupación de la figura les ha hecho pensar que deberían de hacer ejercicio.



Pregunta N°26: ¿Envidias la fuerza de voluntad de las personas capaces de seguir una dieta o régimen adelgazante?

Tabla N°81: Respuesta de la muestra total acerca del sentimiento del sentimiento de envidia por la fuerza de voluntad de otras personas a la hora de realizar una dieta adelgazante.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 57 | 57% |
| Raramente | 15 | 15% |
| Alguna vez | 13 | 13% |
| Casi siempre | 10 | 10% |
| Siempre | 5 | 5% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,91 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°82: Respuesta de las mujeres acerca del sentimiento de envidia por la fuerza de voluntad de otras personas a la hora de realizar una dieta adelgazante.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 23 | 46% |
| Raramente | 10 | 20% |
| Alguna vez | 5 | 10% |
| Casi siempre | 7 | 14% |
| Siempre | 5 | 10% |
| Total | 50 | 100% |

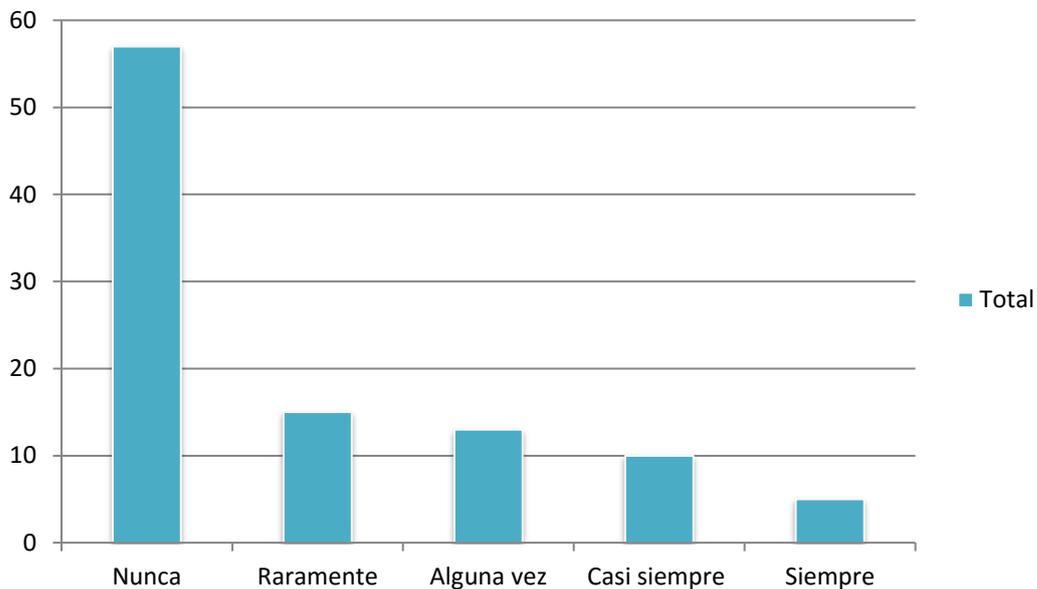
| | |
|----------------|-------------|
| media | 2,22 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°83: Respuesta de los hombres acerca del sentimiento de envidia por la fuerza de voluntad de otras personas a la hora de realizar una dieta adelgazante.

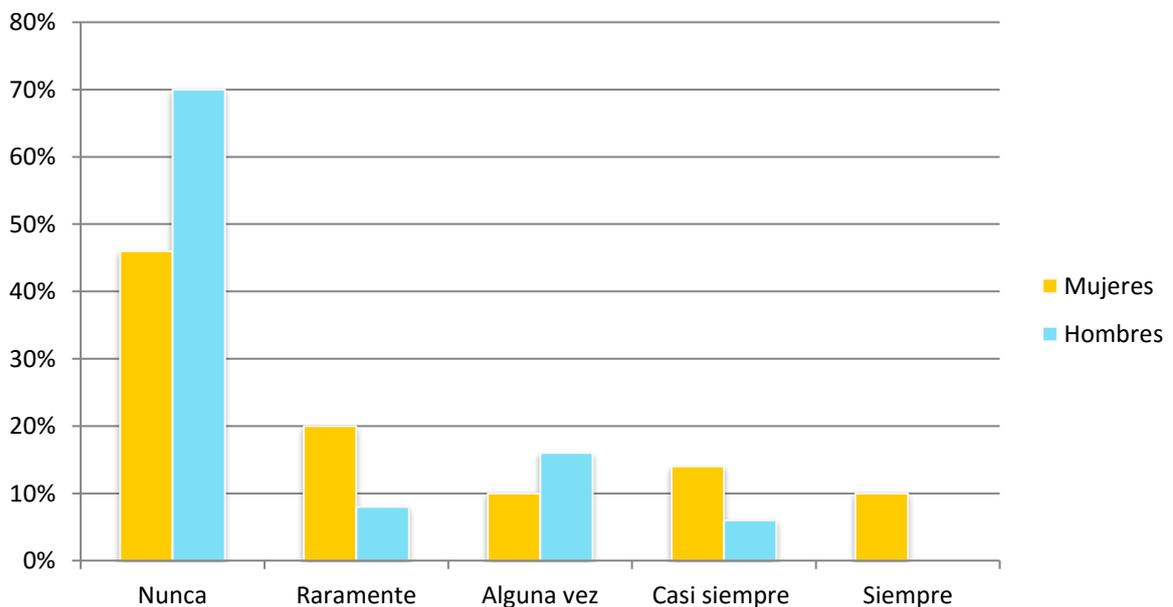
| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 35 | 70% |
| Raramente | 4 | 8% |
| Alguna vez | 8 | 16% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,58 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N° 53: Respuesta de la muestra total acerca del sentimiento de envidia por la fuerza de voluntad de otras personas a la hora de realizar una dieta adelgazante.



Gráfica N° 54: Respuesta de los/as encuestados/as acerca del sentimiento de envidia por la fuerza de voluntad de otras personas a la hora de realizar una dieta adelgazante.



Pregunta N°27: ¿Te angustia la llegada del verano por tener que ir más ligero/a de ropa o tener que usar traje de baño?

Tabla N°84: Respuestas de la muestra total acerca del sentimiento de angustia a la hora de ponerse traje de baño o ropa más ligera.

| | fi | % | | |
|--------------|-----|------|---------|------|
| Nunca | 58 | 58% | media | 1,76 |
| Raramente | 20 | 20% | moda | 1 |
| Alguna vez | 14 | 14% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 4 | 4% | | |
| Siempre | 4 | 4% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

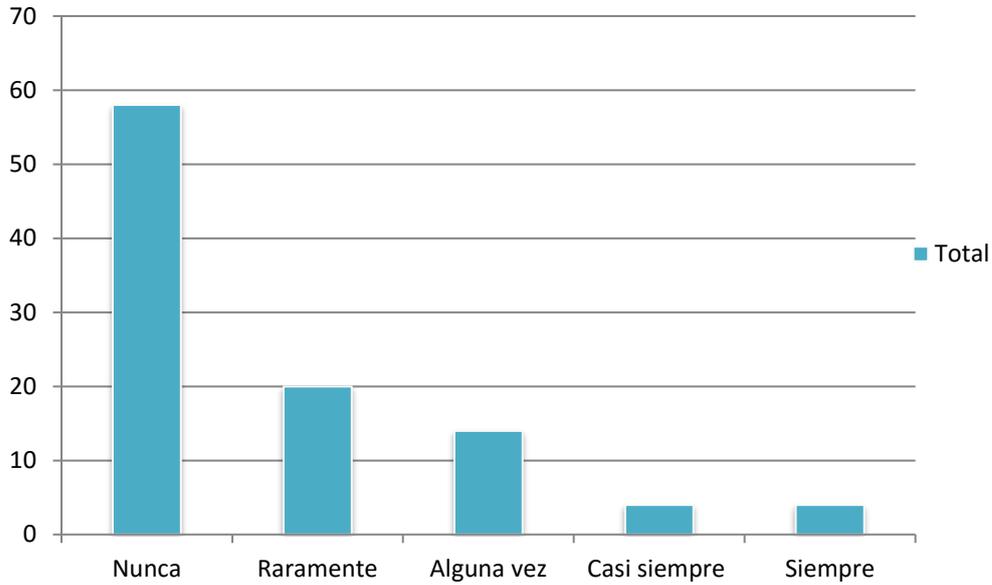
Tabla N°85: Respuestas de las mujeres acerca del sentimiento de angustia a la hora de ponerse traje de baño o ropa más ligera.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|-----|
| Nunca | 25 | 50% | media | 2 |
| Raramente | 10 | 20% | moda | 1 |
| Alguna vez | 9 | 18% | mediana | 1,5 |
| Casi siempre | 2 | 4% | | |
| Siempre | 4 | 8% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

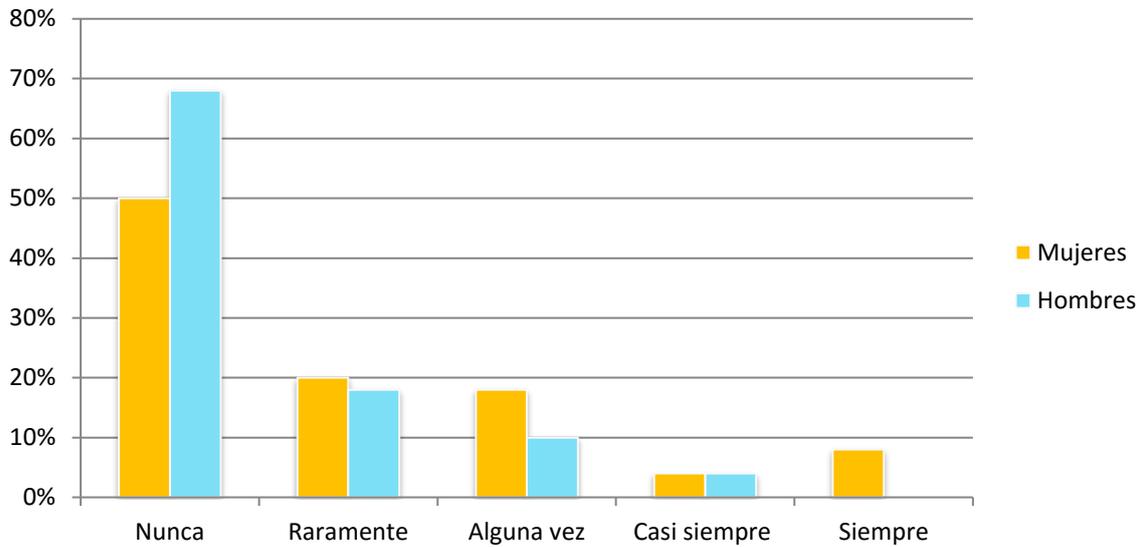
Tabla N°86: Respuestas de los hombres acerca del sentimiento de angustia a la hora de ponerse traje de baño o ropa más ligera.

| | fi | % | | |
|--------------|----|------|---------|-----|
| Nunca | 34 | 68% | media | 1,5 |
| Raramente | 9 | 18% | moda | 1 |
| Alguna vez | 5 | 10% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 2 | 4% | | |
| Siempre | 0 | 0% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráfica N°55: Respuestas de la muestra total acerca del sentimiento de angustia a la hora de ponerse traje de baño o ropa más ligera.



Gráfica N°56: Respuestas de los/a encuestados/as acerca del sentimiento de angustia a la hora de ponerse traje de baño o ropa más ligera.



Pregunta N°28: ¿Te angustia que te digan que estás “llenito/a”, “gordito/a”, o cosas parecidas, aunque sea un comentario positivo?

Tabla N°87: Respuestas de la muestra total acerca del sentimiento de angustia a causa de comentarios desfavorables hacia su cuerpo.

| | fi | % | | |
|---------------------|-----|------|----------------|-------------|
| Nunca | 56 | 56% | media | 1,88 |
| Raramente | 19 | 19% | moda | 1 |
| Alguna vez | 12 | 12% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 7 | 7% | | |
| Siempre | 6 | 6% | | |
| Total | 100 | 100% | | |

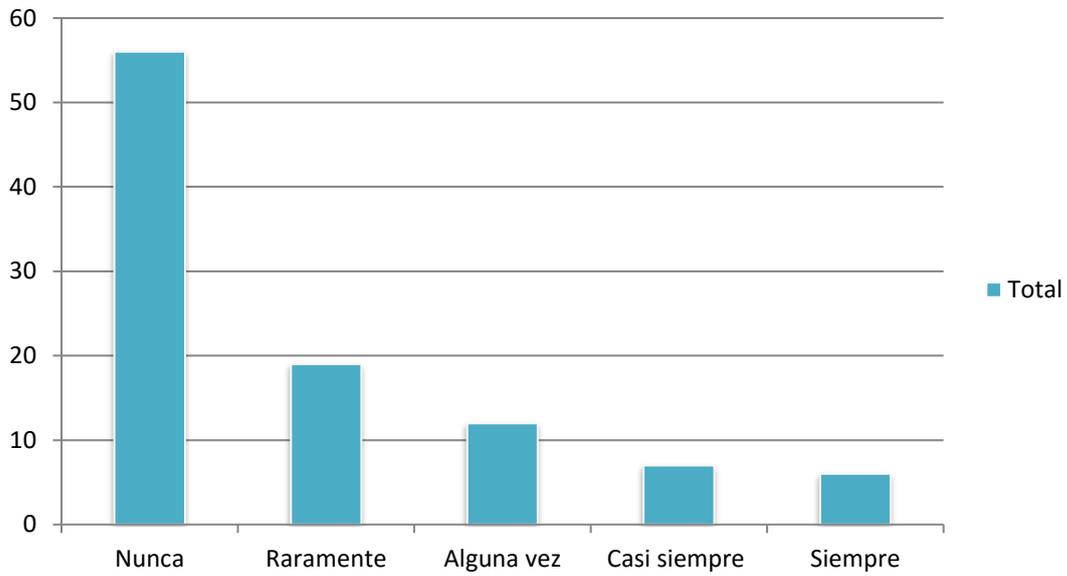
Tabla N°88: Respuestas de las mujeres acerca del sentimiento de angustia a causa de comentarios desfavorables hacia su cuerpo.

| | fi | % | | |
|---------------------|----|------|----------------|-------------|
| Nunca | 22 | 44% | media | 2,14 |
| Raramente | 11 | 22% | moda | 1 |
| Alguna vez | 9 | 18% | mediana | 2 |
| Casi siempre | 4 | 8% | | |
| Siempre | 4 | 8% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

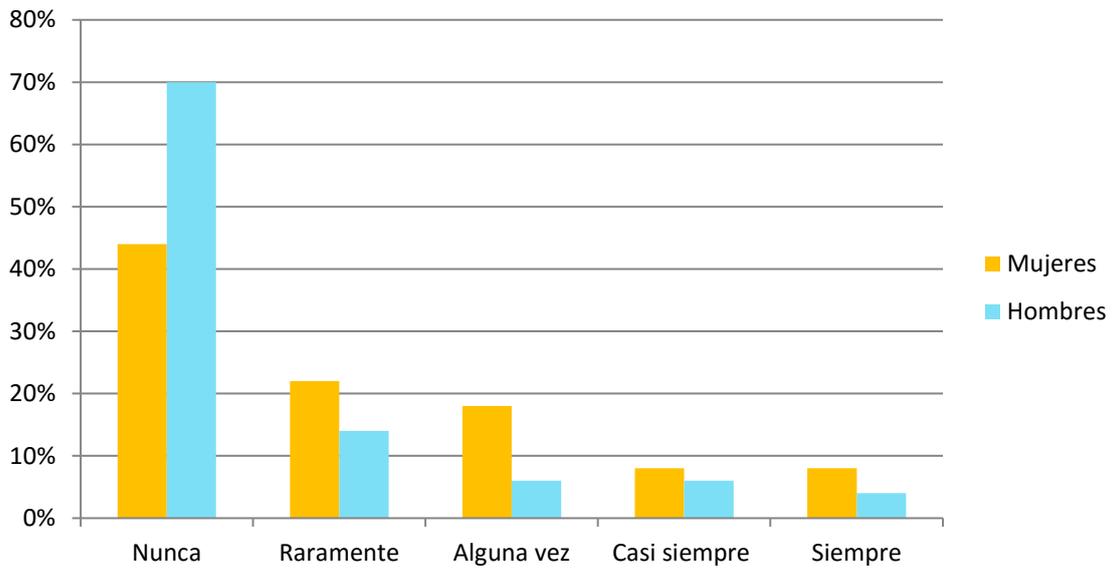
Tabla N°89: Respuestas de los hombres acerca del sentimiento de angustia a causa de comentarios desfavorables hacia su cuerpo.

| | fi | % | | |
|---------------------|----|------|----------------|------------|
| Nunca | 35 | 70% | media | 1,6 |
| Raramente | 7 | 14% | moda | 1 |
| Alguna vez | 3 | 6% | mediana | 1 |
| Casi siempre | 3 | 6% | | |
| Siempre | 2 | 4% | | |
| Total | 50 | 100% | | |

Gráfica N°57: Respuestas de la muestra total acerca del sentimiento de angustia a causa de comentarios desfavorables hacia su cuerpo.



Gráfica N°58: Respuestas de las mujeres y los hombres acerca del sentimiento de angustia a causa de comentarios desfavorables hacia su cuerpo.



Pregunta N°29: ¿Tienes algún amigo o amiga angustiado/a o muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo?

Tabla N°90: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga angustiado/a o muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 5 | 5% |
| Raramente | 5 | 5% |
| Alguna vez | 19 | 19% |
| Casi siempre | 39 | 39% |
| Siempre | 32 | 32% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 3,88 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

Tabla N°91: Respuestas de las mujeres sobre si tiene algún amigo o amiga angustiado/a o muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 1 | 2% |
| Raramente | 1 | 2% |
| Alguna vez | 10 | 20% |
| Casi siempre | 19 | 38% |
| Siempre | 19 | 38% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 4,08 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

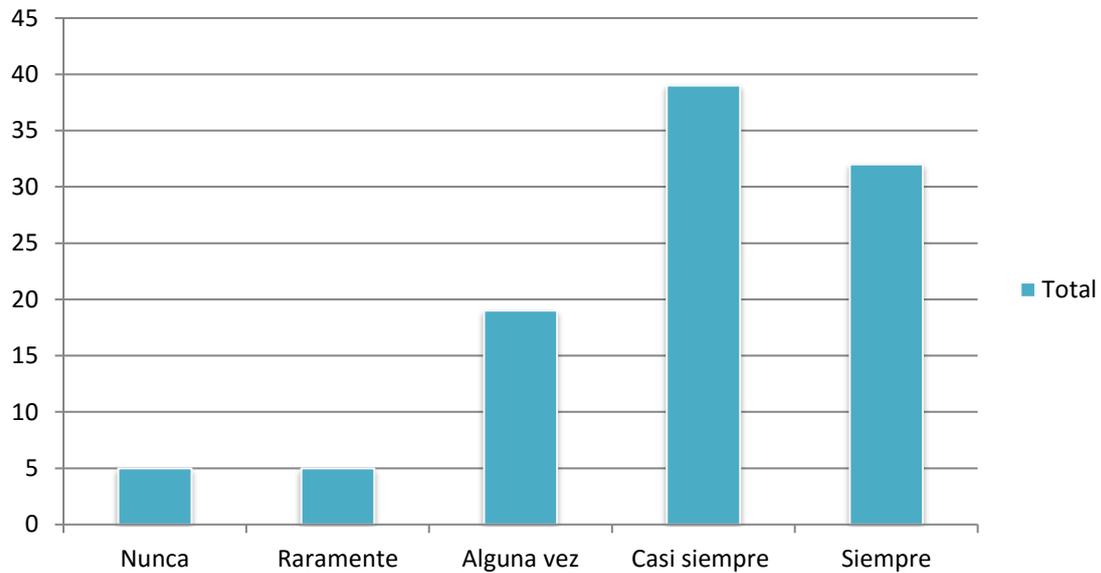
Tabla N°92: Respuestas de los hombres sobre si tiene algún amigo o amiga angustiado/a o muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 4 | 8% |
| Raramente | 3 | 6% |
| Alguna vez | 9 | 18% |
| Casi siempre | 20 | 40% |
| Siempre | 14 | 28% |
| Total | 50 | 100% |

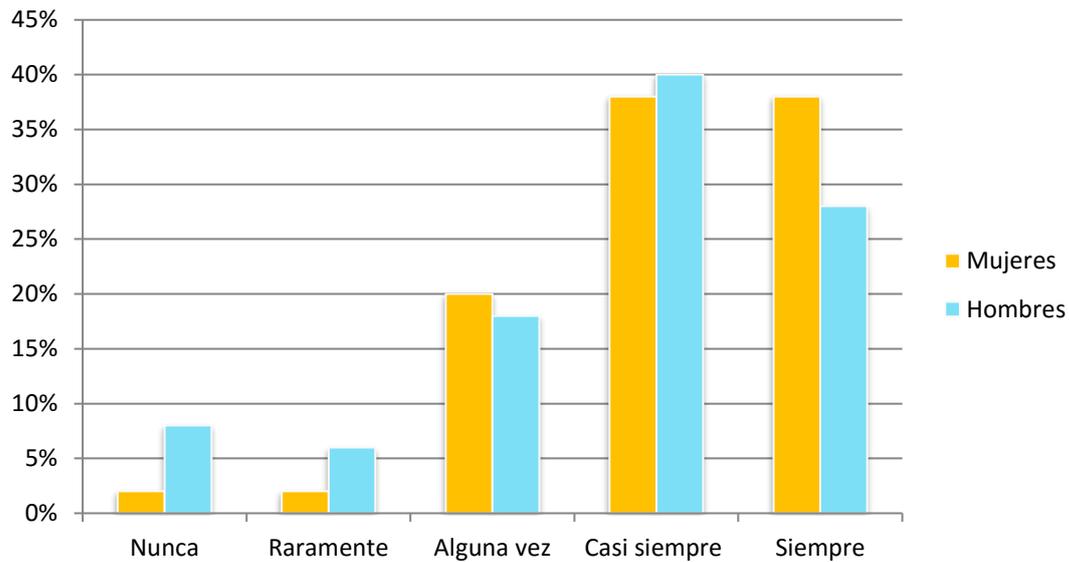
| | |
|----------------|-------------|
| media | 3,74 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

-

Gráfica N°59: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga angustiada/a o muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.



Gráfica N°60: Respuestas de las mujeres y hombres sobre si tiene algún amigo o amiga angustiada/a o muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.



Pregunta N°30: ¿Tienes algún amigo o amiga que practique algún tipo de ejercicio físico con la intención de adelgazar?

Tabla N°93: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga que practique ejercicio físico con la intención de adelgazar.

| | fi | % |
|---------------------|-----|------|
| Nunca | 3 | 3% |
| Raramente | 3 | 3% |
| Alguna vez | 18 | 18% |
| Casi siempre | 43 | 43% |
| Siempre | 33 | 33% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|----------|
| media | 4 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

Tabla N°94: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga que practique ejercicio físico con la intención de adelgazar.

| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 1 | 2% |
| Raramente | 2 | 4% |
| Alguna vez | 7 | 14% |
| Casi siempre | 19 | 38% |
| Siempre | 21 | 42% |
| Total | 50 | 100% |

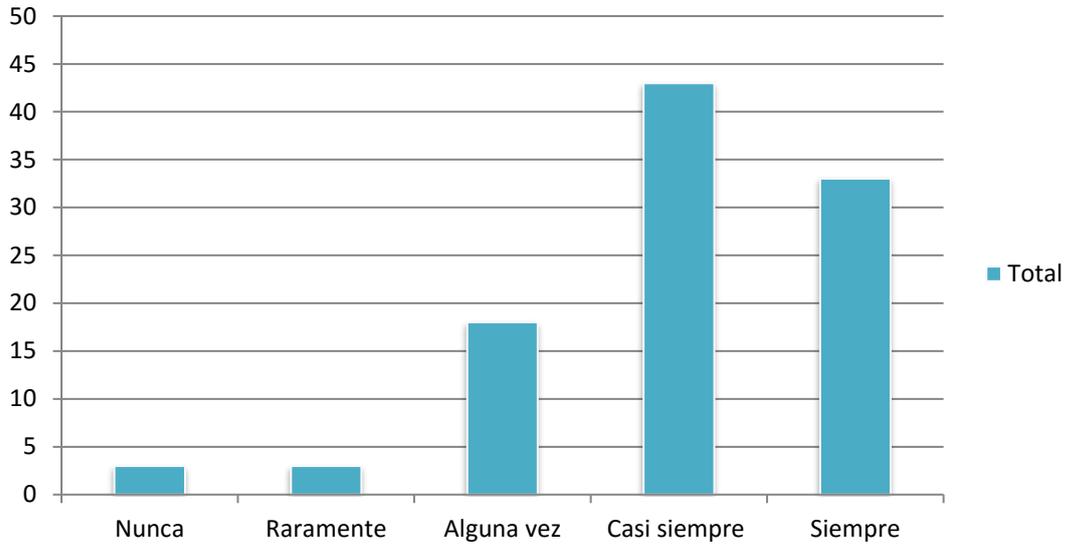
| | |
|----------------|-------------|
| media | 4,14 |
| moda | 5 |
| mediana | 4 |

Tabla N°95: Respuestas de los hombres si tiene algún amigo o amiga que practique ejercicio físico con la intención de adelgazar.

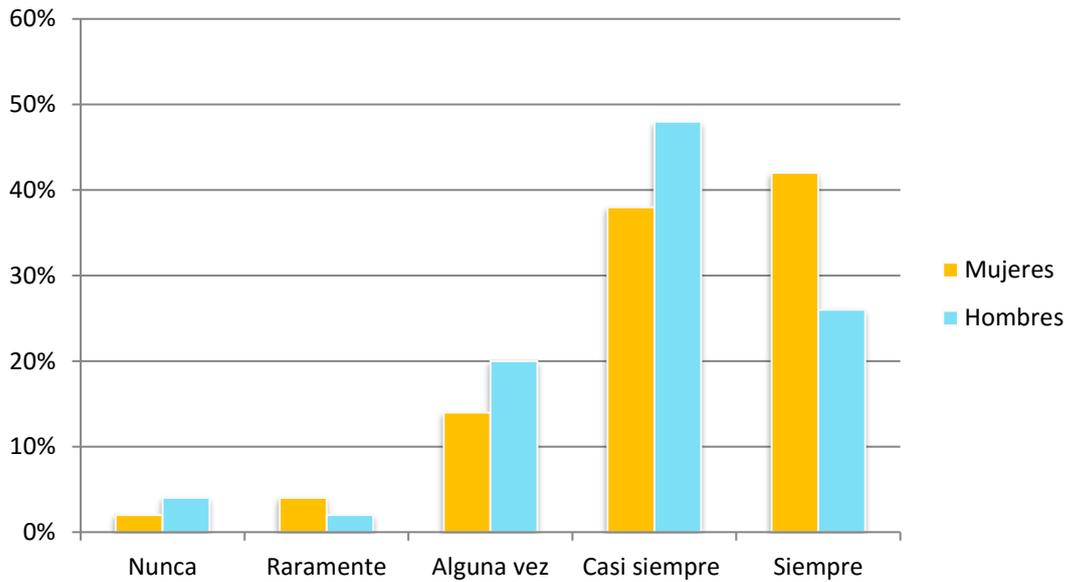
| | fi | % |
|---------------------|----|------|
| Nunca | 2 | 4% |
| Raramente | 1 | 2% |
| Alguna vez | 10 | 20% |
| Casi siempre | 24 | 48% |
| Siempre | 13 | 26% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|------------|
| media | 3,9 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

Gráfica N°61: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga que practique ejercicio físico con la intención de adelgazar.



Gráfica N°62: Respuestas de las mujeres y los hombres sobre si tiene algún amigo o amiga que practique ejercicio físico con la intención de adelgazar.



Pregunta N° 31: ¿Tienes algún amigo o amiga que haya seguido alguna dieta adelgazante?

Tabla N°96: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga que hay seguido alguna dieta adelgazante.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 5 | 5% |
| Raramente | 4 | 4% |
| Alguna vez | 16 | 16% |
| Casi siempre | 38 | 38% |
| Siempre | 37 | 37% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 3,98 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

Tabla N°97: Respuestas de las mujeres sobre si tiene algún amigo o amiga que hay seguido alguna dieta adelgazante.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 1 | 2% |
| Raramente | 3 | 6% |
| Alguna vez | 8 | 16% |
| Casi siempre | 17 | 34% |
| Siempre | 21 | 42% |
| Total | 50 | 100% |

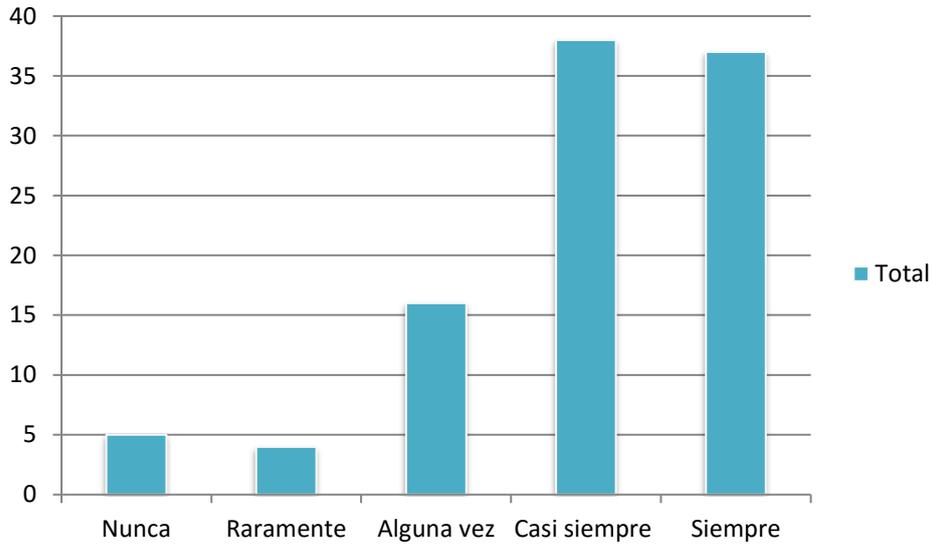
| | |
|---------|------|
| media | 4,08 |
| moda | 5 |
| mediana | 4 |

Tabla N°98: Respuestas de los hombres sobre si tiene algún amigo o amiga que hay seguido alguna dieta adelgazante.

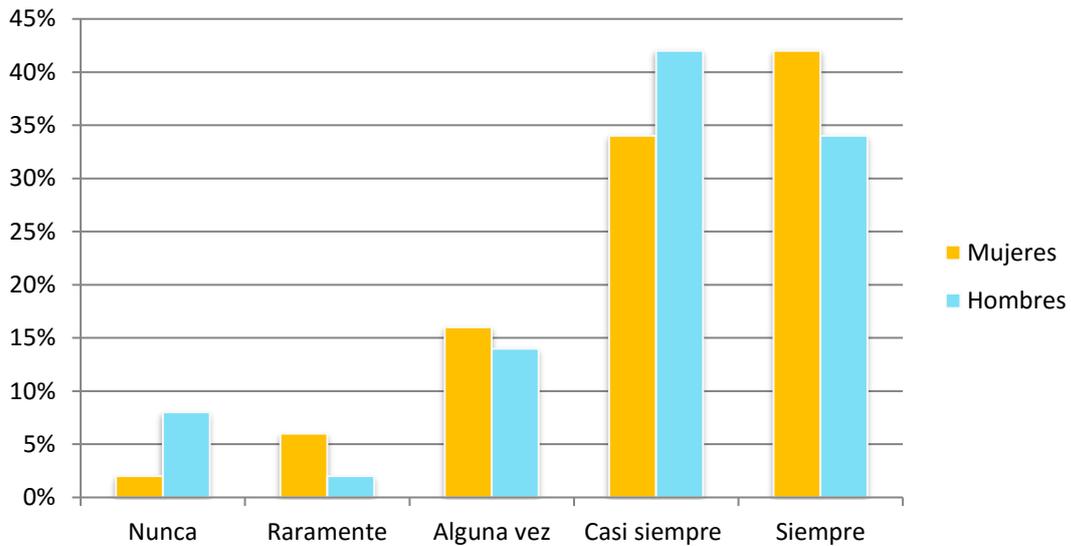
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 4 | 8% |
| Raramente | 1 | 2% |
| Alguna vez | 7 | 14% |
| Casi siempre | 21 | 42% |
| Siempre | 17 | 34% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 3,92 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

Gráfica N°63: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga que hay seguido alguna dieta adelgazante.



Gráfica N°64: Respuestas de las mujeres y los hombres sobre si tiene algún amigo o amiga que hay seguido alguna dieta adelgazante.



Pregunta N°32: ¿Tienes algún amigo o amiga muy preocupada/o por su peso o por la forma de su cuerpo?

Tabla N°99: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga que este muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 3 | 3% |
| Raramente | 6 | 6% |
| Alguna vez | 16 | 16% |
| Casi siempre | 38 | 38% |
| Siempre | 37 | 37% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|---|
| media | 4 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

Tabla N°100: Respuestas de las mujeres sobre si tiene algún amigo o amiga que este muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 0 | 0% |
| Raramente | 4 | 8% |
| Alguna vez | 7 | 14% |
| Casi siempre | 17 | 34% |
| Siempre | 22 | 44% |
| Total | 50 | 100% |

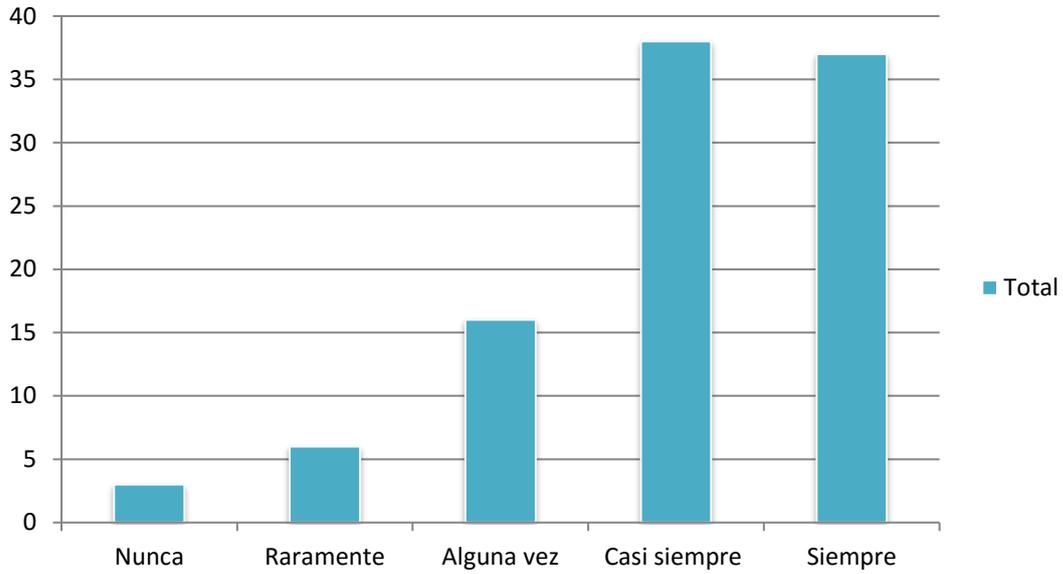
| | |
|---------|------|
| media | 4,14 |
| moda | 5 |
| mediana | 4 |

Tabla N° 101: Respuestas de los hombres sobre si tiene algún amigo o amiga que este muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.

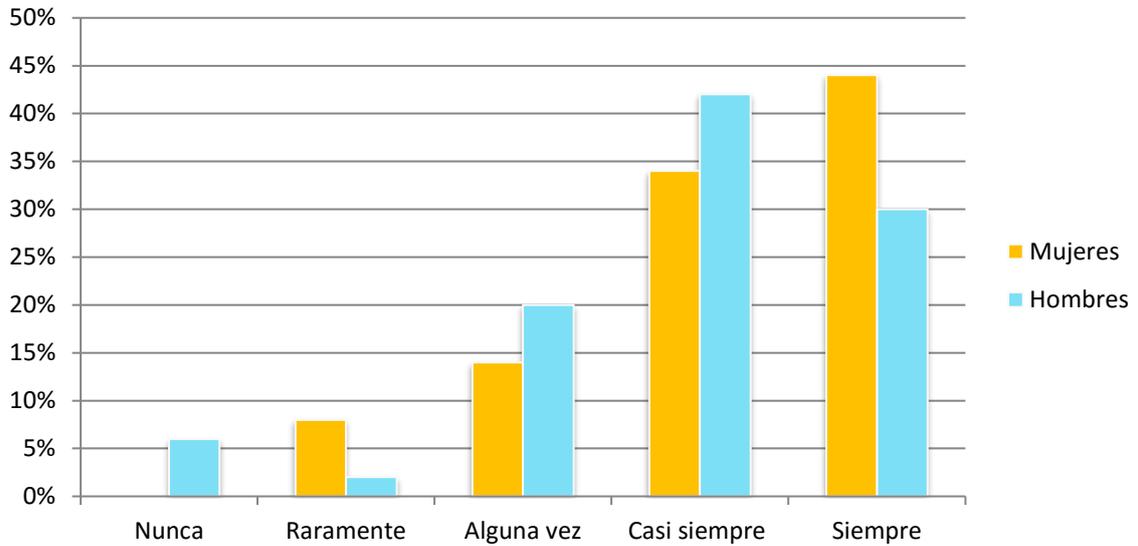
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 3 | 6% |
| Raramente | 1 | 2% |
| Alguna vez | 10 | 20% |
| Casi siempre | 21 | 42% |
| Siempre | 15 | 30% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 3,88 |
| moda | 4 |
| mediana | 4 |

Gráfica N°65: Respuestas de la muestra total sobre si tiene algún amigo o amiga que este muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.



Gráfica N°66: Respuestas de las mujeres y los hombres sobre si tiene algún amigo o amiga que este muy preocupado/a por su peso o por la forma de su cuerpo.



Pregunta N°33: Estar con chicos/a delgados/as, ¿te ha hecho fijarte en tu cuerpo?

Tabla N° 102: Respuestas de la muestra total sobre si estar con chicos/as delgados les ha provocado fijarse en su cuerpo.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 45 | 45% |
| Raramente | 22 | 22% |
| Alguna vez | 12 | 12% |
| Casi siempre | 12 | 12% |
| Siempre | 9 | 9% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,18 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°103: Respuestas de las mujeres sobre si estar con chicos/as delgados les ha provocado fijarse en su cuerpo.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 15 | 30% |
| Raramente | 13 | 26% |
| Alguna vez | 8 | 16% |
| Casi siempre | 8 | 16% |
| Siempre | 6 | 12% |
| Total | 50 | 100% |

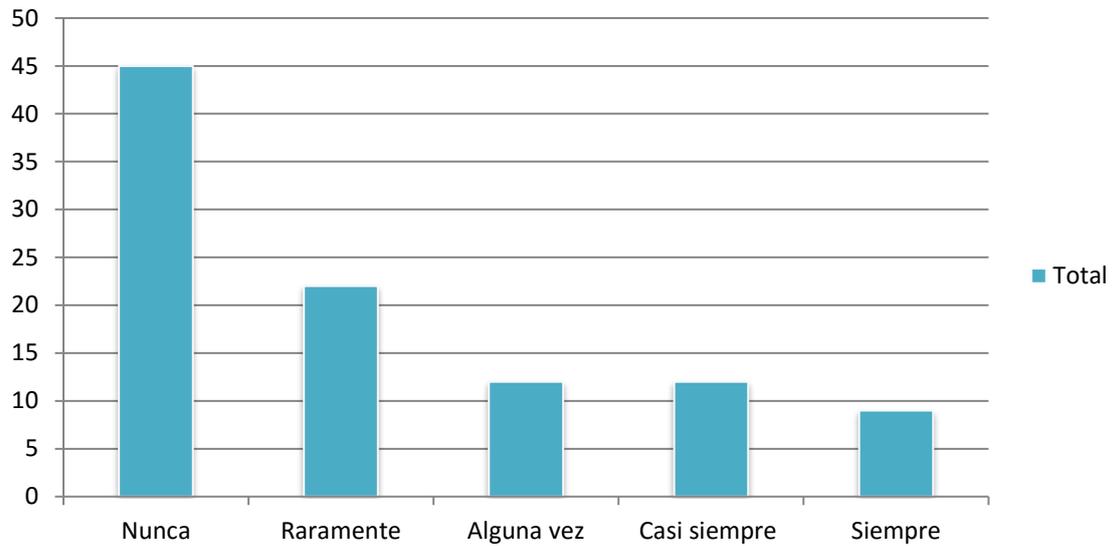
| | |
|---------|------|
| media | 2,54 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°104: Respuestas de los hombres sobre si estar con chicos/as delgados les ha provocado fijarse en su cuerpo.

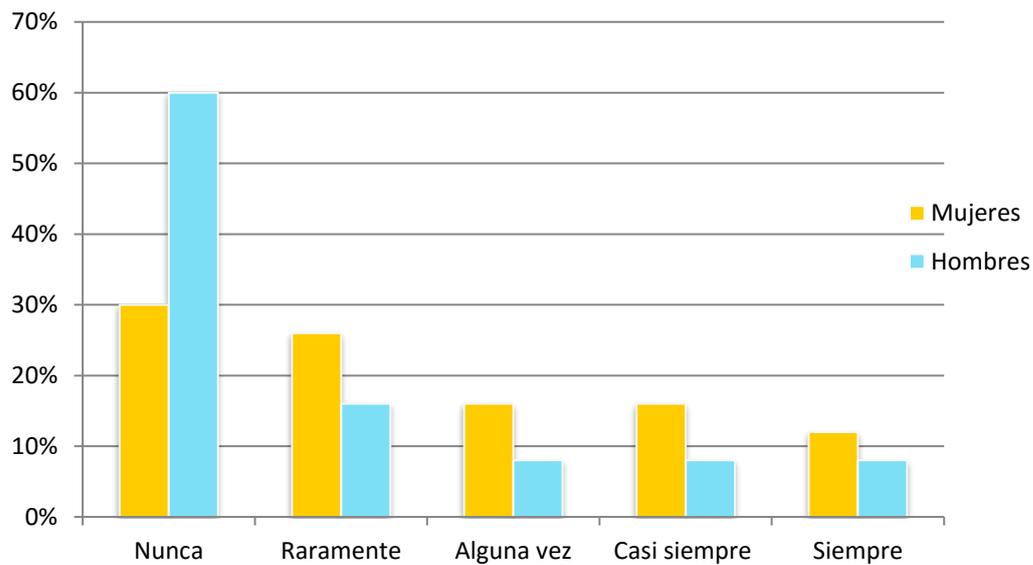
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 30 | 60% |
| Raramente | 8 | 16% |
| Alguna vez | 4 | 8% |
| Casi siempre | 4 | 8% |
| Siempre | 4 | 8% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,88 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N°67: Respuestas de la muestra total sobre si estar con chicos/as delgados les ha provocado fijarse en su cuerpo.



Gráfica N°68: Respuestas de las mujeres y los hombres sobre si estar con chicos/as delgados les ha provocado fijarse en su cuerpo.



Pregunta N° 34: ¿Has reducido la cantidad de comida para bajar de peso?

Tabla N°105: Respuestas de la muestra total acerca de si han reducido la cantidad de comida para bajar de peso.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 37 | 37% |
| Raramente | 20 | 20% |
| Alguna vez | 33 | 33% |
| Casi siempre | 9 | 9% |
| Siempre | 1 | 1% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 2,17 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Tabla N°106: Respuestas de las mujeres acerca de si han reducido la cantidad de comida para bajar de peso.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 16 | 32% |
| Raramente | 7 | 14% |
| Alguna vez | 20 | 40% |
| Casi siempre | 6 | 12% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

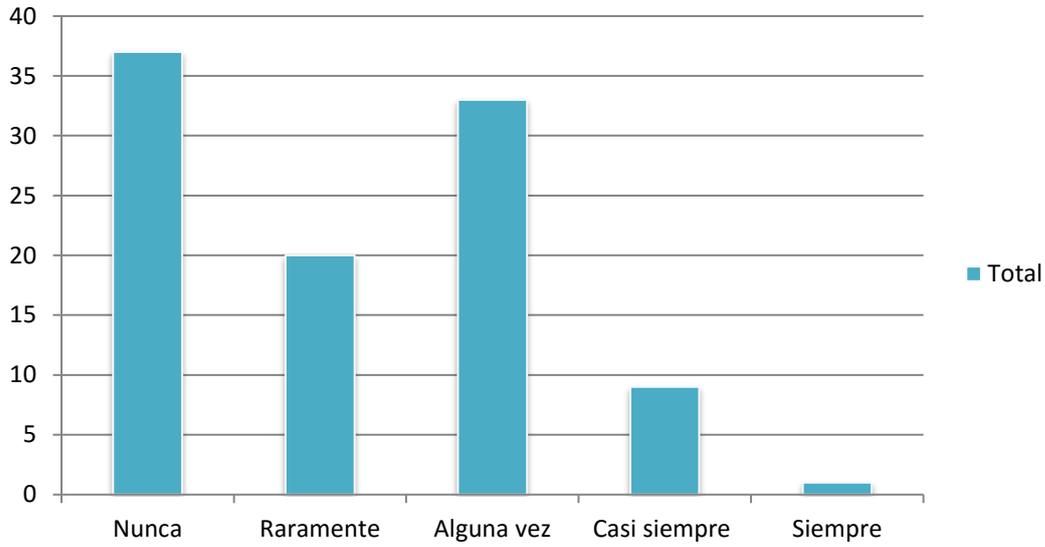
| | |
|---------|------|
| media | 2,38 |
| moda | 3 |
| mediana | 3 |

Tabla N°107: Respuestas de los hombres acerca de si han reducido la cantidad de comida para bajar de peso.

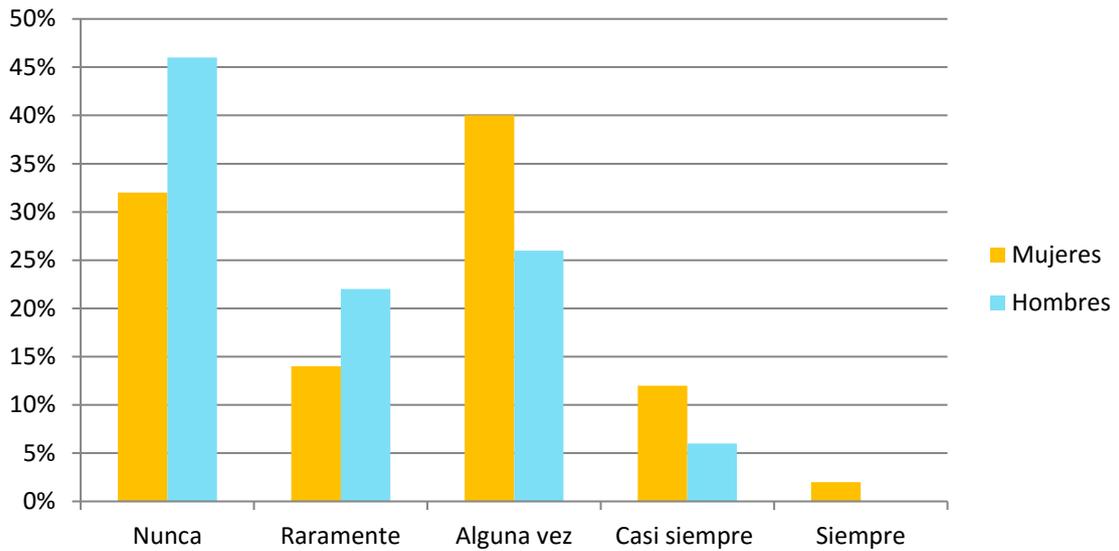
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 23 | 46% |
| Raramente | 11 | 22% |
| Alguna vez | 13 | 26% |
| Casi siempre | 3 | 6% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,92 |
| moda | 1 |
| mediana | 2 |

Gráfica N°69: Respuestas de la muestra total acerca de si han reducido la cantidad de comida para bajar de peso.



Gráfica N°70: Respuestas de las mujeres y los hombres acerca de si han reducido la cantidad de comida para bajar de peso.



Pregunta N°35: ¿Conoces los blogs para bajar de peso?

Tabla N°108: Respuesta de la muestra total acerca de la existencia de los blogs para bajar de peso.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 62 | 62% |
| Raramente | 20 | 20% |
| Alguna vez | 7 | 7% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 11 | 11% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| Media | 1,78 |
| Moda | 1 |
| Mediana | 1 |

Tabla N°109: Respuesta de las mujeres acerca de la existencia de los blogs para bajar de peso.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 29 | 58% |
| Raramente | 8 | 16% |
| Alguna vez | 6 | 12% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 7 | 14% |
| Total | 50 | 100% |

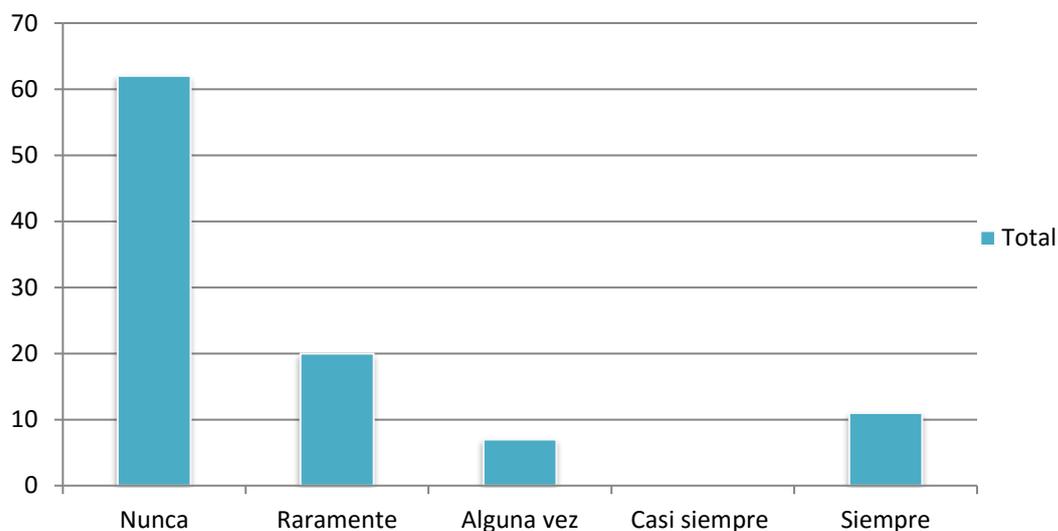
| | |
|----------------|-------------|
| Media | 1,96 |
| Moda | 1 |
| Mediana | 1 |

Tabla N°110: Respuesta de los hombres acerca de la existencia de los blogs para bajar de peso.

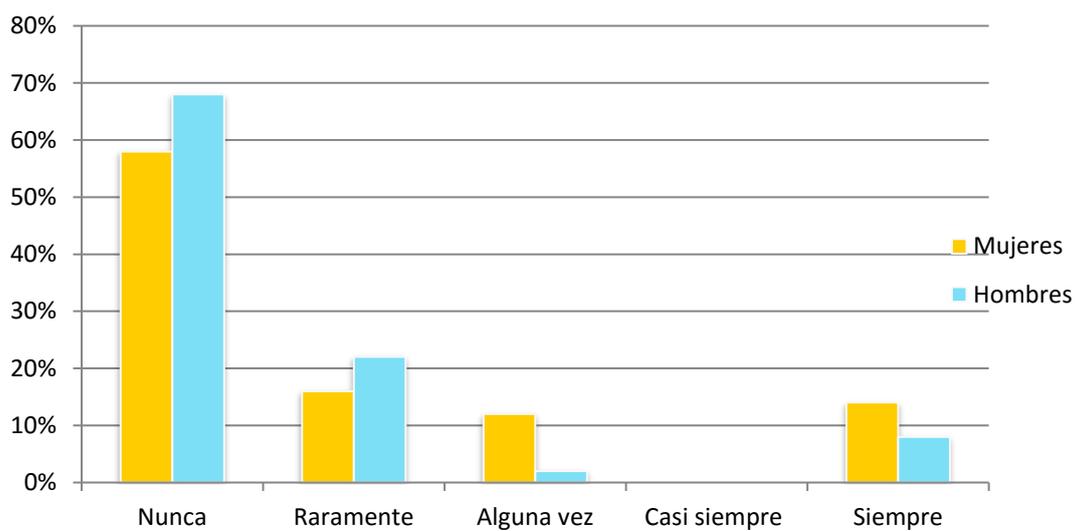
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 34 | 68% |
| Raramente | 11 | 22% |
| Alguna vez | 1 | 2% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 4 | 8% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| Media | 1,58 |
| Moda | 1 |
| Mediana | 1 |

Gráfica N°71: Respuesta de la muestra total acerca de la existencia de los blogs para bajar de peso.



Gráfica N 72: Respuesta de las mujeres y hombres acerca de la existencia de los blogs para bajar de peso.



Pregunta N°36: ¿Has entrado en estos blogs en busca de consejos para bajar de peso?

Tabla N°111: Respuesta de la muestra total acerca de si han entrado en los blogs para bajar de peso en busca de consejos.

| | fi | % |
|--------------|-----|------|
| Nunca | 86 | 86% |
| Raramente | 6 | 6% |
| Alguna vez | 7 | 7% |
| Casi siempre | 1 | 1% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|---------|------|
| media | 1,23 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°112: Respuesta de las mujeres acerca de si han entrado en los blogs para bajar de peso en busca de consejos.

| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 39 | 78% |
| Raramente | 5 | 10% |
| Alguna vez | 5 | 10% |
| Casi siempre | 1 | 2% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

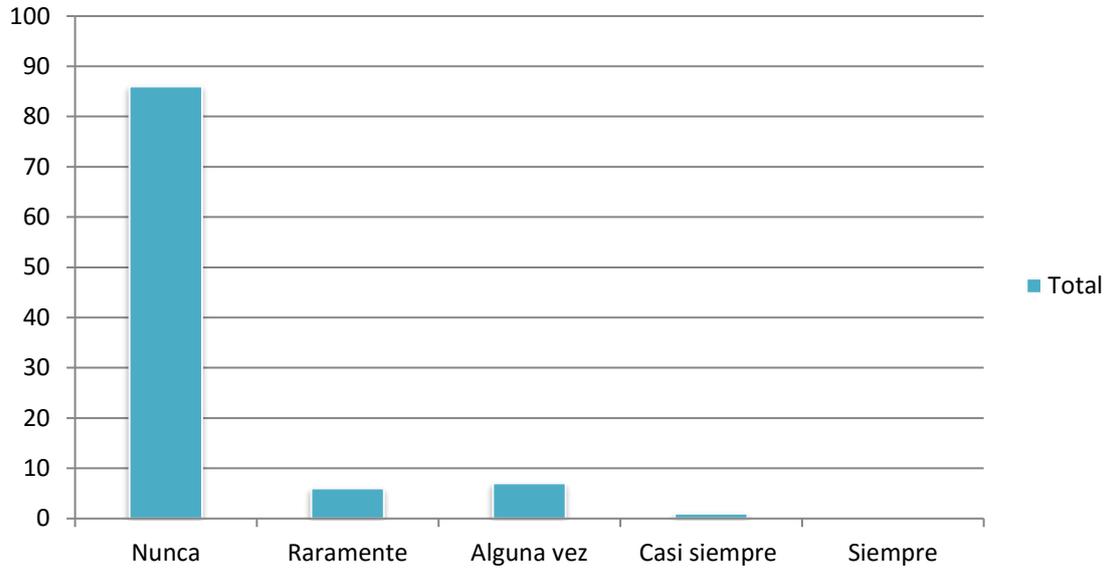
| | |
|---------|------|
| media | 1,36 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°113: Respuesta de los hombres acerca de si han entrado en los blogs para bajar de peso en busca de consejos.

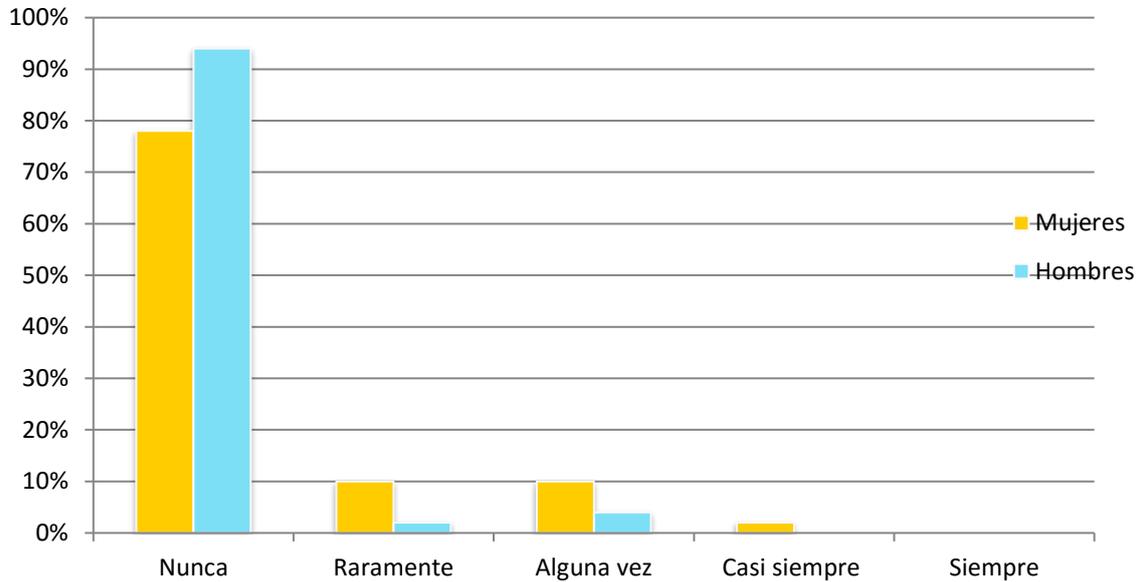
| | fi | % |
|--------------|----|------|
| Nunca | 47 | 94% |
| Raramente | 1 | 2% |
| Alguna vez | 2 | 4% |
| Casi siempre | 0 | 0% |
| Siempre | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|---------|-----|
| media | 1,1 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Gráfica N°73: Respuesta de la muestra total acerca de si han entrado en los blogs para bajar de peso en busca de consejos.



Gráfica N°74: Respuesta de las mujeres y los hombres acerca de si han entrado en los blogs para bajar de peso en busca de consejos.



Pregunta N°37: ¿Conoces a alguien que acuda a estos blogs con frecuencia?

Tabla N°114: Respuesta de la muestra total acerca de si conoce a alguien que acuda a estos blogs con frecuencia.

| | fi | % |
|---------------------|-----------|----------|
| Nunca | 74 | 74% |
| Raramente | 11 | 11% |
| Alguna vez | 8 | 8% |
| Casi siempre | 5 | 5% |
| Siempre | 2 | 2% |
| Total | 100 | 100% |

| | |
|----------------|------------|
| media | 1,5 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°115: Respuesta de las mujeres acerca de si conoce a alguien que acuda a estos blogs con frecuencia.

| | fi | % |
|---------------------|-----------|----------|
| Nunca | 32 | 64% |
| Raramente | 6 | 12% |
| Alguna vez | 7 | 14% |
| Casi siempre | 4 | 8% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

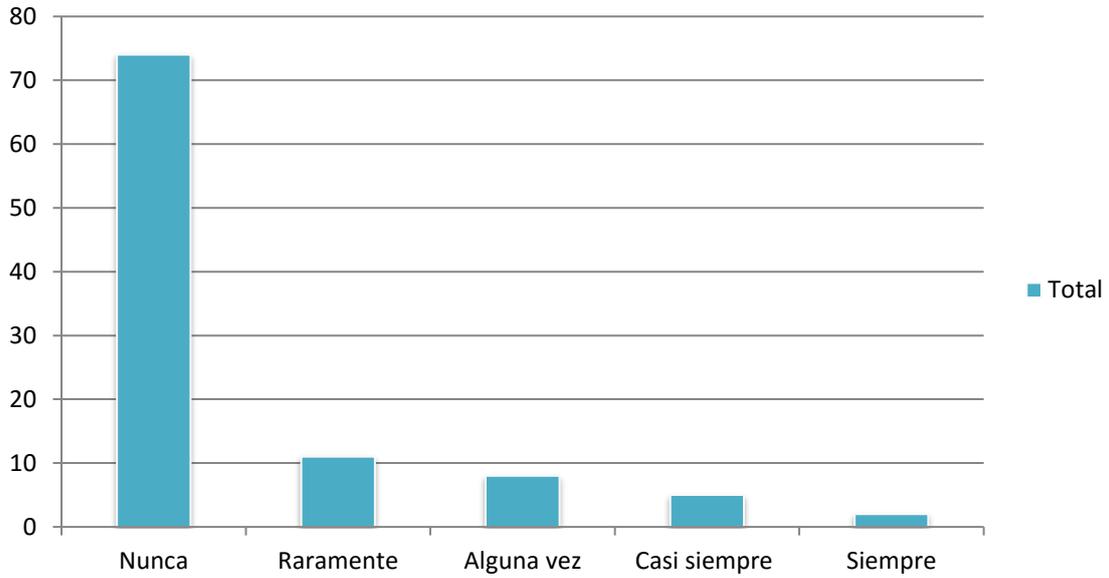
| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,72 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

Tabla N°116: Respuesta de los hombres acerca de si conoce a alguien que acuda a estos blogs con frecuencia.

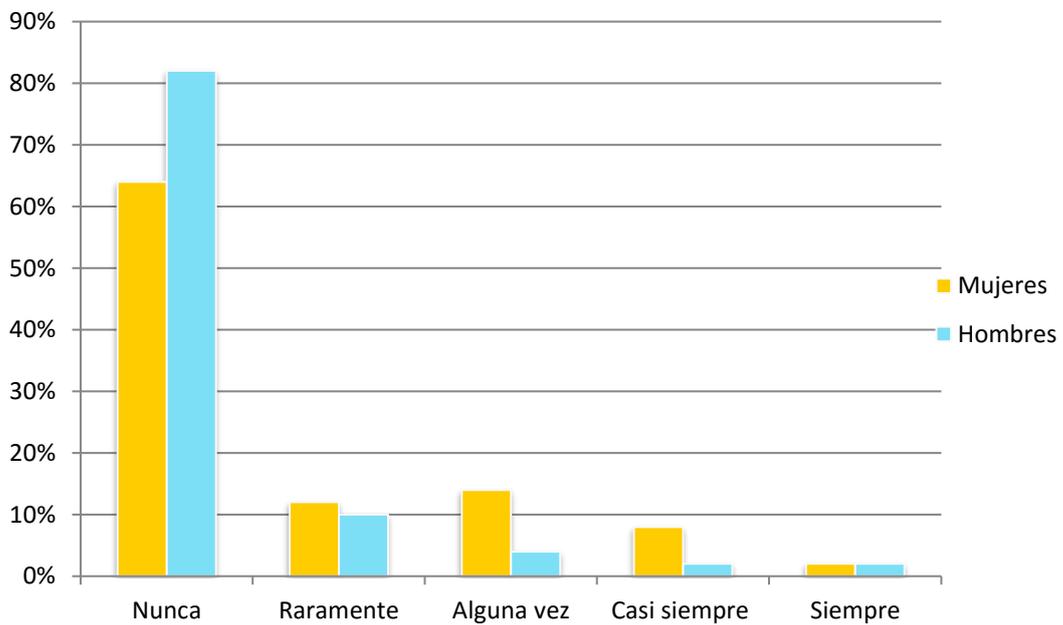
| | fi | % |
|---------------------|-----------|----------|
| Nunca | 41 | 82% |
| Raramente | 5 | 10% |
| Alguna vez | 2 | 4% |
| Casi siempre | 1 | 2% |
| Siempre | 1 | 2% |
| Total | 50 | 100% |

| | |
|----------------|-------------|
| media | 1,32 |
| moda | 1 |
| mediana | 1 |

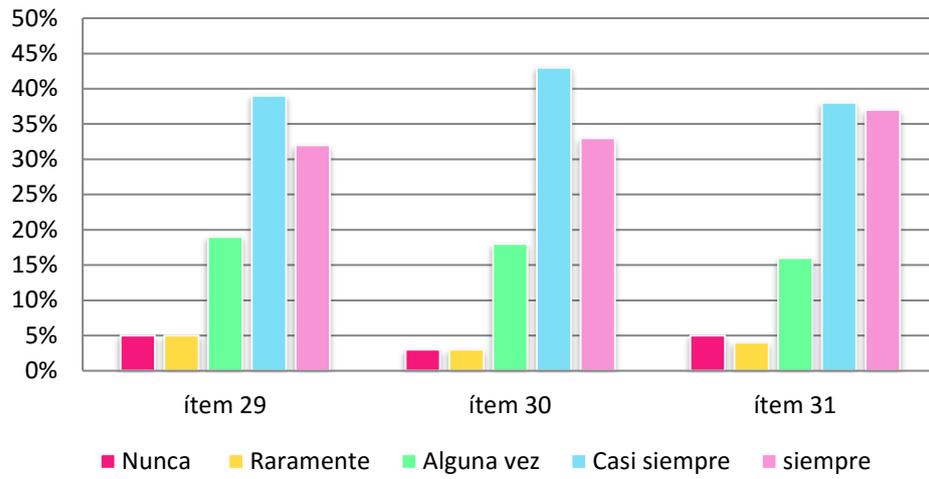
Gráfica N°75: Respuesta de la muestra total acerca de si conoce a alguien que acuda a estos blogs con frecuencia.



Gráfica N°76: Respuesta de las mujeres y los hombres acerca de si conoce a alguien que acuda a estos blogs con frecuencia.



Gráfica N°77: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de los ítem 29,30 y 31.



Gráfica N°78: Respuestas de los/as encuestados/as acerca de los ítem 35,36 y 37.

