

AUTOCONCEPTO EN LAS VOCES DE JÓVENES OBESAS Y OBESOS

Leticia Cuevas Guajardo¹

Dulce María Guillén Cadena²

Rosa Casco Munive³

Mario Martínez Farelas⁴

Resumen

Actualmente la prevalencia de la obesidad en jóvenes se ha incrementado, esto se explica por una alimentación pobre (agravada en nuestro país por la crisis económica), la vida sedentaria, pero también, por la presencia de relaciones conflictivas entre los padres e hijos. Desde los estudios de género la construcción social de ser mujer va de la mano de la construcción social de ser hombre. Éste no por ser quien ostenta el poder en nuestra sociedad está exento de sufrimiento y malestares que surgen a partir de los estereotipos de género. Un sujeto integra consignas de la estructura social en la que interactúa, esas instancias son: la familia, la escuela, la religión, los medios masivos de comunicación etc. La estructura de poder que emerge de los estereotipos de género provoca eventos violentos simbólicos de capacidad destructiva para las personas. Dentro de las consecuencias de la obesidad encontramos la baja autoestima, un cambio en la autoimagen e introversión, a menudo seguida de rechazo social. Es por eso que en esta investigación se abordó el problema del autoconcepto y autoestima que causa a las y los jóvenes universitarios la obesidad que tienen. El objetivo fue el de apreciar cómo afecta a su autoconcepto y a su autoestima la obesidad que presentan las y los jóvenes universitarios de la muestra. Es una investigación cualitativa que empleó como método de aproximación a la realidad a los Estudios de Género, como técnica de recolección de datos a la entrevista abierta, a una muestra de 5 mujeres y 5 hombres obesos de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala de la UNAM. Se distinguieron 4 categorías que fueron: autoconcepto positivo en mujeres; autoconcepto positivo en hombres; autoconcepto negativo en mujeres y autoconcepto negativo en hombres. Las mujeres **no** se quieren parecer a nadie, mientras que uno de los hombres **sí** quiere parecerse a alguien a quien considera con más popularidad que él. Uno pensaría que por ser los hombres en nuestra sociedad los seres dominantes, sus autoconceptos serían más positivos que los de las mujeres, sin embargo, en esta investigación no fue así, ya que fueron discursos semejantes.

Palabras clave

Obesidad, autoconcepto, autoestima, Estudios de Género.

Abstract

At the moment the prevalence of the obesity in young people has been increased, this is explained by a poor feeding (agravated in our country by the economic crisis), the sedentary life, but also, by the presence of conflicting relations between the parents and children. From the sort studies the social construction of being woman goes of the hand of the social construction of being man. This one not for being that shows the power in our society is free of suffering and malaises that arise from the stereotypes of sort. An integra subject slogans of the social structure in which it interacts, those instances are: the family, the school, the religion, the massive means of communication etc. The power structure that emerges from the stereotypes of sort causes symbolic violent events of destructive capacity for the people. Within the consequences of the obesity we found the low self-esteem, a change in autoimagen and introversión, often followed of

social rejection. It is why in this investigation one approached the university problem of autoconcepto and self-esteem that it causes to and young people the obesity whom they have. Objective was the one of to appreciate how he affects to his autoconcepto and to its self-esteem the obesity that the university young people of the sample present/display and. It is a qualitative investigation that it used like method of approach to the reality to the Studies of Sort, like technique of data collection to the opened interview, to a sample of 5 women and 5 obese men of the Facultad de Estudios Superiores Iztacala UNAM. 4 were distinguished categories that were: autoconcepto positive in women; autoconcepto positive in men; autoconcepto negative in women and autoconcepto negative in men. The women **no** they are wanted to seem to anybody, whereas one of the men **yes** it wants to look oneself like somebody to that considers with more popularity than he. One would think that for being the men in our society the dominant beings, their autoconceptos would be more positive than those of the women, nevertheless, in this investigation were not thus, since they were similar speeches.

Keywords

Obesity, autoconcepto, self-esteem, Studies of Sort

Introducción

En los últimos años la prevalencia de la obesidad en jóvenes se ha incrementado, esto se explica por una alimentación pobre (agravada en nuestro país por la crisis económica), la vida sedentaria, pero también, por la presencia de relaciones conflictivas entre los padres e hijos. Un ejemplo que ilustra esto, se da cuando una madre trata a su hijo o hija como tonto o tonta y se lo repite con frecuencia; termina por convencerlo o convencerla limitando las potencialidades del niño o la niña (Rodríguez y cols., 2009, p. 8).

Desde los estudios de género la construcción social de ser mujer va de la mano de la construcción social de ser hombre. Éste no por ser quien domina y ostenta el poder en nuestra sociedad está exento de sufrimiento y los malestares que surgen a partir de los estereotipos de género. Para Bustos (1994, citada por Álvarez-Gayou, 2003, p. 52) un sujeto integra consignas de la estructura social en la que interactúa, esas instancias son: la familia, la escuela, la religión, los medios masivos de comunicación, entre otras. Así se construyen estereotipos de lo que debe ser masculino o femenino. La estructura de poder que emerge de los estereotipos de género provoca eventos violentos simbólicos de capacidad destructiva para las personas.

Cuando se habla de género se refiere uno a las características que la sociedad atribuye a las personas como femeninas o masculinas, suele basarse en estereotipos, son construcciones socioculturales. El rol de género se refiere a las conductas que socialmente se espera que cumplamos al interrelacionarnos. De acuerdo a este planteamiento, el rol femenino tiene conductas positivas como: la belleza, la maternidad, la fidelidad, la sumisión, el recato, la pureza, la humildad, la abnegación, el sacrificio, la paciencia, la castidad, la caridad, la modestia, la obediencia y la decencia. Pero también en cuanto a lo femenino hay conductas negativas como: la fealdad, la esterilidad, la infidelidad, la desobediencia y la imprudencia. En el caso del rol masculino esperado por la sociedad tenemos que: es fuerte y por tanto se le impone al débil, para Simone de Beauvoir (1949) la humanidad le concede superioridad al sexo que mata, y no al que da la vida. Desde hace tiempo, el hombre ha empuñado las riendas de la casa. El género masculino debe ser fuerte, agresivo, no debe llorar, debe ser campeón, audaz e inteligente. Según Graciela Hierro (1990) por muchos siglos se habló de la superioridad intelectual de los hombres sobre las mujeres, a partir de que

Aristóteles explicitó el hecho de que la posibilidad intelectual femenina solamente alcanza la de un adolescente hombre (Beauvoir, S., 1949, p. 111); (Hierro, 1990, p. 43).

También Bourdieu (2000, p. 117) hace énfasis en que las funciones de mando casi siempre están encomendadas a los hombres, esto lo menciona en su libro “La dominación masculina”, por lo que las mujeres quedan en desventaja.

Por su parte, Lagarde (1994; citada por Verde y cols., 2006, p. 209) comenta que “Las energías vitales de cada mujer deben destinarse a satisfacer las necesidades vitales y los deseos de otros, su trabajo, su pensamiento y su afectividad cumplen esa disposición”.

En la actualidad hay muchas corrientes ideológicas que intentan promover la igualdad en las relaciones humanas, esto se refiere a mantener un equilibrio para que se de una situación positiva para todas las partes. Actuar de acuerdo con nuestros intereses significa tomar nuestras propias decisiones en todos los aspectos de la vida; poder entablar una conversación, confiar en nuestro juicio, fijarnos metas y lograrlas, pedir ayuda cuando necesitemos y participar en la sociedad. Defender nuestras opiniones incluye técnicas para responder a la crítica, al rechazo o al enojo, expresar y defender nuestros puntos de vista, aprender a decir no cuando la situación así lo requiera (Alberti y Emmons, 2005, p. 23).

Expresar nuestros sentimientos con honestidad y con comodidad significa tener habilidad para mostrar desacuerdo, enojo, afecto, amistad, admitir que sentimos temor o ansiedad, conformidad o apoyo sin sentir culpa o ansiedad. Ejercer nuestros derechos individuales se refiere a la competencia que tenemos como ciudadanos, consumidores, agrupaciones, de expresar nuestra opinión, defender nuestros derechos o los de otros, cuando éstos sean infringidos.

No transgredir los derechos de los otros, es lograr lo antes dicho sin pasar por encima de los demás, sin criticarlos o herir sus sentimientos, sin usar un lenguaje abusivo, sin intimidar ni manipular.

Al relacionarse el sujeto con el mundo aprende a sentir, el hecho de sentir no es algo adquirido sino innato, pero cada sentimiento está relacionado con el aprendizaje. En los contactos interpersonales los sentimientos orientativos son muy importantes porque cuanto más evoluciona la individualidad, más variados son los sentimientos orientativos.

Recordemos que los individuos tienen derecho al desarrollo de sus capacidades y de adquirir conocimientos; afectivos, relacionales, cognitivos, morales y sociales, para sentirse seguros y satisfechos. Lo que repercutirá en una formación que les brinde esa seguridad y satisfacción que se requiere para ser sujetos útiles a la sociedad de la que forman parte.

En este punto cobra relevancia la autoestima, la que influye en la autorregulación de la conducta, mediando en la toma de decisiones, influyendo en la elección de objetivos y en el establecimiento de planes de actuación (Markus y Kunda, 1986; citados por Sánchez, 2004, p. 49).

La autoestima es una actitud básica de gran trascendencia para la estructuración de la propia identidad y para la autorrealización de la personalidad. La autoestima se sustenta en el concepto de nuestra valía personal y de nuestra capacidad. La autoestima es la suma de la autoconfianza, del sentimiento de la propia competencia y del respeto y consideración que nos tenemos a nosotros mismos o nosotras mismas (Sánchez, 2004, p. 48).

La autoestima hace referencia a una actitud hacia uno mismo o una misma, generada en la interacción con los otros, que comprende la percepción, estima, y concepto que cada uno tiene de sí mismo o misma, e implica un adecuado desarrollo del proceso de identidad, del conocimiento y valoración de sí mismo o misma, del sentido de seguridad y de pertenencia, del dominio de ciertas habilidades de comunicación social y familiar y del sentimiento de ser útil y valioso para los otros (Martínez, 2003; citado por Sánchez, 2004, p. 49).

Por desgracia, existen muchas personas que pasan la mayor parte de su vida con una

autoestima baja. Tener baja autoestima es sentirse incapaz de afrontar los desafíos de la existencia. Esto es de tal gravedad que exige estar permanentemente a la defensiva contra todo y contra todos. Pronto aparecen los sentimientos negativos, las ideas obsesivas, con ideas erróneas, en consecuencia, el crecimiento personal queda bloqueado por estos mecanismos autodestructivos (Sánchez, 2004, p. 49).

Como defensa se ocultan tras un muro de desconfianza y se hunden en la soledad y el aislamiento. Así, se vuelven apáticas e indiferentes. El temor les limita y les ciega, les impide que se arriesguen en la búsqueda de nuevas soluciones para sus problemas.

Cuando la persona de autoestima baja sufre derrotas se siente desesperada. No es de sorprender que en ocasiones recurra a drogas, al suicidio o al asesinato. Los sentimientos de inseguridad e inferioridad que tienen las personas con autoestima baja, las llevan a sentir envidia y celos de lo que otros poseen, lo que difícilmente aceptan, manifestándolo con actitudes de tristeza, depresión, renuncia y aparente abnegación; o bien, con actitudes de ansiedad, miedo, agresividad y rencor, sembrando así el sufrimiento, separando individuos, dividiendo parejas, familias, grupos sociales y aún naciones (Rodríguez y cols., 2002, p. 25).

La autoaceptación parte del interés en identificarse con otros y otras, y sólo nos sentimos aceptadas y aceptados perteneciendo a algo que valoremos. Asimismo se requiere en la autoaceptación, el tener un comportamiento asertivo; para recuperar su autoestima, reduciendo su ansiedad, superando su depresión y aprendiendo a respetar a los demás, logrando las metas de sus vidas (Alberti y Emmons, 2005, p. 33).

Ahora bien, dentro de las consecuencias de la obesidad encontramos la baja autoestima, bajos resultados en la escuela, un cambio en la autoimagen e introversión, a menudo seguida de rechazo social. Es por eso que en esta investigación se abordó el problema del autoconcepto y autoestima que causa a las y los jóvenes universitarios la obesidad que tienen.

Objetivo

Apreciar cómo afecta a su autoconcepto y a su autoestima la obesidad que presentan las y los jóvenes universitarios de la muestra.

Metodología

La presente es una investigación cualitativa que empleó como método de aproximación a la realidad a los Estudios de Género, como técnica de recolección de datos a la entrevista abierta, a una muestra de 10 jóvenes obesos y obesas, 5 mujeres y 5 hombres de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala de la UNAM, obteniendo los hallazgos que están en el Cuadro 1. Las entrevistas se llevaron a cabo en mayo del 2011, obteniendo el consentimiento informado de los y las informantes y volviendo al campo en junio para establecer la validez y confiabilidad de la información obtenida.

Hallazgos

CUADRO 1. AUTOCONCEPTO DE UNIVERSITARIAS Y UNIVERSITARIOS OBESOS

<i>¿QUÉ PIENSAS DE TI CUANDO TE VES FRENTE AL ESPEJO?</i>		
AUTOCONCEPTO	POSITIVO	NEGATIVO
<i>UNIVERSITARIAS</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ quiero ser así, soy única ➤ estoy bien ➤ soy bonita ➤ me quiero así ➤ me lo dicen mis papás y mi familia ➤ me gusta ser como soy y no parecerme a nadie ➤ creo que tengo una linda cara 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ soy fea por mi rostro y mi cuerpo ➤ no me gusta mi peso ➤ me gustaría ser más bajita, me gustaría tener más busto
<i>UNIVERSITARIOS</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ me gusta como estoy, hay hombres con unas cosas y yo no me quisiera quitar nada ➤ me agrada verme al espejo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ me apeno, no lo uso, no me gusta andarme viendo ➤ quisiera parecerme a Luis, el es más guapo, flaco, blanco, le hablan

	<ul style="list-style-type: none">➤ me veo con cariño➤ me río solito pero no porque me burle➤ me gusta mi imagen➤ me veo medio guapo como que sí me gusta verme➤ me veo y digo soy un poco galán	<p>más. No me he visto en el espejo, no me agrada estarme viendo, no pongo atención a mi persona</p> <ul style="list-style-type: none">➤ pienso que todos tenemos de que avergonzarnos y pienso ¿cómo me vería delgado si pudiera cambiar de imagen?
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Entrevista aplicada a jóvenes obesos y obesas de la FESI UNAM, 2011.

Discusión

Se puede ver que tanto en mujeres como en hombres se presentaron autoconceptos negativos y positivos.

Categoría autoconcepto positivo en mujeres:

- “quiero ser así, soy única”
- “estoy bien”
- “soy bonita”
- “me quiero así”
- “me lo dicen mis papás y mi familia”
- “me gusta ser como soy y no parecerme a nadie”
- “creo que tengo una linda cara”

Las aportaciones de las informantes hablan de una autoestima alta ya que se aceptan como son y no entran en conflicto. En la introducción se menciona que la autoestima hace referencia a una actitud hacia una misma, generada en la interacción con los otros (en este caso los padres, que a una de ellas la retroalimentan positivamente). La percepción, estima, y concepto que cada una tiene de sí misma implica un adecuado desarrollo del proceso de identidad, del conocimiento y valoración de sí misma, le crea un sentido de seguridad así podrá dominar habilidades de comunicación social y familiar; y del sentimiento de ser útil y valiosa para los otros (Martínez, 2003; citado por Sánchez, 2004, p. 49).

Categoría autoconcepto positivo en hombres:

- “me gusta como estoy, hay hombres con unas cosas y yo no me quisiera quitar nada”
- “me agrada verme al espejo”
- “me veo con cariño”
- “me río solito pero no porque me burle”
- “me gusta mi imagen”
- “me veo medio guapo como que sí me gusta verme”
- “me veo y digo soy un poco galán”

Las aportaciones de los informantes hablan de una autoestima alta ya que se aceptan como son y no entran en conflicto. En la introducción se menciona que la autoestima hace referencia a una actitud hacia uno mismo. La percepción, estima, y concepto que cada uno tiene de sí mismo implica un adecuado desarrollo del proceso de identidad, del conocimiento y valoración de sí mismo, le crea un sentido de seguridad, así podrá dominar habilidades de comunicación social y familiar; y del sentimiento de ser útil y valioso para los otros (Martínez, 2003; citado por Sánchez, 2004, p. 49). En la información dada por los hombres no citaron a los padres, como sí lo hizo una de las mujeres. Esto puede deberse a la autonomía que se le inculca a los hombres como se menciona en la introducción de este trabajo, autonomía que no es fomentada socialmente a las mujeres.

Categoría autoconcepto negativo en mujeres:

- “soy fea por mi rostro y mi cuerpo”
- “no me gusta mi peso”
- “me gustaría ser más bajita, me gustaría tener más busto”

Las informantes que respondieron así están predispuestas a conductas negativas con baja autoestima ya que citaron a la fealdad como un sentimiento que tienen hacia su propia persona, ésta es una característica que “socialmente” una mujer no debe tener, “la mujer debe ser bella” según la sociedad, de manera que estas jóvenes tendrán que trabajar mucho sobre su autoestima y autoconcepto para lograr el éxito personal, asimismo deberán apoyarlas quienes las rodean. Cabe hacer notar que sus aportaciones

fueron sobre su imagen corporal y en ningún momento citaron cualidades como la inteligencia u otras que pueden impregnar belleza a su personalidad.

Categoría autoconcepto negativo en hombres:

- “me apeno, no lo uso, no me gusta andarme viendo”
- “quisiera parecerme a Luis, el es más guapo, flaco, blanco, le hablan más. No me he visto en el espejo, no me agrada estarme viendo, no pongo atención a mi persona”
- “pienso que todos tenemos de que avergonzarnos y pienso ¿cómo me vería delgado si pudiera cambiar de imagen?”.

Desde los estudios de género en la construcción social de ser hombre se puede observar que éste no por ser quien domina y ostenta el poder en nuestra sociedad está exento de sufrimiento y los malestares que surgen a partir de los estereotipos de género, así se construye el estereotipo de lo que debe ser masculino y la estructura de poder que emerge de estos estereotipos provoca eventos violentos simbólicos de capacidad destructiva para las personas. Como se puede observar en los 3 casos de los jóvenes de la muestra, especialmente en el joven que dice “no pongo atención a mi persona”; o bien, aún más grave es el del joven que dice “pienso que todos tenemos de que avergonzarnos”. Para él al parecer es una vergüenza ser obeso, esto compromete una adecuada construcción de su autoestima, se requiere poner atención a este tipo de casos para evitar que se forme en ellos una baja autoestima con las consecuentes repercusiones a su personalidad.

Conclusiones

Se encontró que las mujeres **no** se quieren parecer a nadie, mientras que uno de los hombres **sí** quiere parecerse a alguien a quien considera con más popularidad que él. El manejo del autoconcepto influye poderosamente en la conducta de las personas por lo que no se debe uno identificar con un autoconcepto limitante ya que éste puede producir malestar, ansiedad, angustia, depresión y/o desesperación. El autoconcepto y la autoestima se forman de las opiniones de los demás sumadas a las de nosotras y nosotros mismos, uno pensaría que por ser los hombres en nuestra sociedad los seres dominantes, sus autoconceptos serían más positivos que los de las mujeres, sin embargo, en esta investigación no fue así, ya que fueron discursos semejantes. Es necesario rodear a las y los jóvenes de una atmósfera donde promovamos la confianza,

el afecto, el respeto y la autoaceptación; realizar actividades donde sea posible para ellas y ellos el éxito.

REFERENCIAS

- Alberti, R. E. & Emmons, M. L. (2005). *Viviendo con autoestima. Cómo fortalecer con asertividad lo mejor de tu persona*. México: Pax México.
- Álvarez – Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós Educador.
- Beauvoir, S. (1949). *Le deuxième sex*. 2º vol. Francia: Gallimard.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Hierro, G. (1990). *Ética y feminismo*. México: Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM.
- Verde F. E., Monroy R. A., Contreras G. M. E. & García S.O. (2006). Las Enfermeras: Su percepción de la Profesión. *Desarrollo Científico de Enfermería*, 14, 6, 207-210.
- Rodríguez, M., Pellicer, G. & Domínguez, M. (2009). *Autoestima: clave del éxito personal*. 2ª ed. México: El Manual Moderno.
- Sánchez, L. (2004). *Manual de tutorías para la Educación Superior*. México: UNAM Campus Iztacala.

¹ Profesora Titular “B” de la Carrera de Enfermería de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala de la Universidad Nacional Autónoma de México (FESI UNAM). País México. Correo electrónico: leticiaquevas1@hotmail.com Cirujana Dentista a nivel licenciatura, Maestra en Planeación Educativa y Doctora en Educación. Profesora de los módulos de Metodología de la Investigación e Investigación en Enfermería. Coautora de 7 libros, coautora de 15 artículos de publicación internacional y 21 artículos de publicación nacional. Coautora de 6 capítulos en diferentes libros. Consejera Técnica Suplente de la Carrera de Enfermería. Profesora en la Maestría de Enfermería. Ponente en diversos eventos nacionales e internacionales. Directora de tesis de licenciatura.

² Profesora Titular “A” de la Carrera de Enfermería de la FESI UNAM. País México. Enfermera a nivel licenciatura, Maestra en Modificación de la Conducta y Doctora en Educación. Profesora de los módulos de Metodología de la Investigación e Investigación en Enfermería. Autora y coautora de numerosos artículos de publicación nacional e internacional. Consejera Titular de la Carrera de Enfermería. Tutora y profesora de la Maestría en Enfermería. Directora de tesis de licenciatura y maestría, y ponente en diversos eventos nacionales e internacionales. Correo electrónico:

dulce1414@hotmail.com

³ Profesora Asociada “C” de la Carrera de Médico Cirujano de la FESI UNAM. País México. Médica Cirujana a nivel licenciatura, Maestra en Medicina Forense. Profesora del Módulo de Urogenital en la Carrera de Medicina de la FESI UNAM. Fundadora de la Clínica de Colposcopia de la FESI UNAM. Coautora de 6 artículos de publicación nacional y uno internacional. Tutora de becarios PAEA y 30 Jóvenes a la investigación. Exjefa del Módulo de Urogenital de la Carrera de Medicina de la FESI UNAM. Correo electrónico: xoricas@prodigy.net.mx

⁴ Profesor Asociado “B” de la Carrera de Cirujano Dentista. Cirujano Dentista a nivel licenciatura, con Especialidad en Ortodoncia. Responsable del Proyecto de Investigación “Prevalencia de obesidad y SAHOS en una población de influencia de la FES Iztacala”. Coautor de 5 publicaciones nacionales. Coordinador de cursos de capacitación y actualización para profesores y alumnos sobre prevención y diagnóstico de SAHOS. Tutor de 30 Jóvenes a la investigación. Correo electrónico: martinezfarelas@hotmail.com