

Universidad Regional del Sureste



Repercusión de los medios de comunicación en la alimentación de los adolescentes del 'COBAO Plantel 44' de la Ciudad de Oaxaca durante el periodo febrero-mayo 2019

Luisa Dinorath López Martínez; Enrique Salvador Neri Caballero

Escuela de Nutrición, URSE
email: enrique.neri@profesores.urse.edu.mx

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde hace varios años atrás, los estándares de belleza han sido impuestos y fortalecidos de manera interrumpida por los medios de comunicación. Es decir, han creado entre la sociedad la idea de que un cuerpo perfecto es sinónimo de “belleza” lo que conlleva a que se forme el pensamiento que para poder estar acorde a los estándares de

imagen corporal que se establecieron desde hace tiempo hay que tener ese perfil físico en todo momento. Generando así, muchos problemas en cuanto a la alimentación, sobre todo en la etapa de la adolescencia. Por esta razón el presente trabajo se llevará a cabo para lograr identificar las principales causas que incitan a los adolescentes a modificar su alimentación, así como también, de

qué manera y como los medios de comunicación influyen en ellos para crear estereotipos de imagen corporal por medio de la difusión de información. Con base a lo anteriormente descrito se formuló la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo han impactado negativamente los ideales de belleza e imagen corporal propuestas por los medios de comunicación en la salud de los adolescentes?

OBJETIVOS

General

Conocer la influencia del estereotipo de belleza mediante entrevistas y encuestas para saber el efecto de los medios de comunicación en la alimentación de los adolescentes de una preparatoria.

Específicos

1. Identificar cuáles son las causas que incitan a los adolescentes a cambiar su alimentación para estar acorde al estereotipo de belleza e imagen corporal que proponen los medios de comunicación.
2. Conocer si los medios de comunicación influyen en los adolescentes por medio del diseño de instrumentos de evaluación como entrevistas y encuestas.

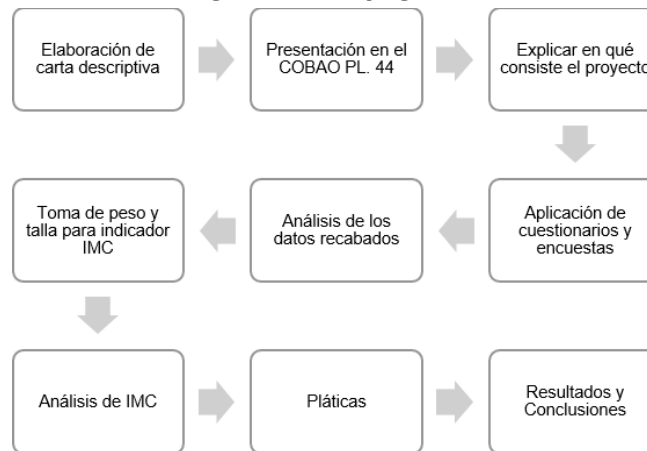
METODOLOGÍA

Tipo de estudio: Descriptivo.

Diseño de investigación: Cualitativo, transversal, observacional. **Muestra:** Adolescentes de 15 a 18 años.

Universo geográfico: COBAO Plantel 44. San Antonio de la Cal.

Figura 1. Flujograma



CONCLUSIONES

RESULTADOS

Causas principales que un adolescente quiera cambiar su estilo de vida, especialmente su imagen corporal. Se hizo una lista de los que más se repetían y las causas quedan plasmadas en la siguiente tabla:

CAUSAS	%
Publicidad irreal	34.2 %
Baja autoestima	20 %
Bullying	17.1 %
Familia y amigos	17.1 %
Fanatismo	11.4 %

Tabla No. 1
Fuente: Autoría propia

- Los dos factores principales que influyen a la hora de elegir sus alimentos son la publicidad irreal con un 34.2% y la baja autoestima corresponde a un 20% de la población muestra. El 60% de la muestra, de acuerdo con las herramientas aplicadas, les atribuyen a los medios de comunicación un alto nivel de influencia en la imagen corporal.
- Desde el punto de vista nutricional debe considerarse una mayor difusión de la buena y correcta alimentación, así como también orientación desde edad temprana, no

omitiendo claro una mayor regulación en la publicidad. Es un tema complicado de regular ya que en muchas ocasiones la opinión y el poder de ciertos personajes es más fuerte e importante que la salud de la población. Otro de los puntos a recalcar es la orientación que

hay en casa, así como también en la escuela, donde se debería implementar más apoyo con personal de salud dedicado y especializado en el área de nutrición esto para hacer un mejor país y así reducir los índices de mortalidad.

REFERENCIAS

1. Ayensa, J. I. (2012). *¿Qué es la imagen corporal?* Navarra, España: Centro Asociado UNED Tudela.
2. Bonavitta, P. (2011). *De estereotipos, violencia y sexismo: la construcción de las mujeres en los medios*. Medellín: Universidad de Medellín.
3. Claudia, I. (2015). *El impacto de los medios de comunicación masivo*. cdmx: universidad de palermo.
4. Frigliozzi, P. (2008). *La influencia de los medios de comunicación en el comportamiento*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.
5. Lora, M. G. (2007). *Estereotipos de genero en publicidad*. Sevilla, España.: Creatividad y sociedad.
6. Miguelsanz, J. M. (2010). *Alimentación en el adolescente*. Valladolid, España: Asociación Española de Pediatría.
7. Ocampo, D. U. (2016). *Estereotipos de belleza física en medios de comunicación*. Colombia.: Universidad cooperativa de Colombia.
8. Ochoa, Y. C. (2010). *Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia*. Madrid: Icono 14.
9. Torres, L. L. (2016). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
10. Vaquero-Cristóbal, R. (2013). *Imagen corporal; revisión bibliográfica*. Murcia, España: Nutrición Hospitalaria.