



ISSN 1692-0945

Revista electrónica de Psicología Social
FUNLAM

LA IMAGEN CORPORAL: HACIA UNA CONSTRUCCIÓN SOCIAL PARA LA PSICOLOGÍA INDUSTRIAL ORGANIZACIONAL

Ilia C. Rosario NievesDoctora y Directora Escuela Graduada de Psicología de la
Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico

Resumen

El concepto de la imagen corporal ha sido poco estudiado en el campo de la Psicología Industrial/Organizacional. Dicho tema ha estado vinculado mayormente con aspectos psicopatológicos relacionados a trastornos alimentarios. La imagen corporal es un constructo psicológico complejo, que se refiere a cómo la autopercepción del cuerpo genera una representación mental que incluye emociones, pensamientos y conductas asociadas.

Introducción

La imagen corporal es la representación mental del cuerpo, que se va gestando durante la niñez y en la adolescencia, donde resulta trascendental para el desarrollo psicosocial de la persona. La imagen del cuerpo constituye una parte muy importante de la autoestima de muchas personas. En los últimos años la imagen corporal ha tomado un inmenso auge en las sociedades modernas, muchas de las cuales han creado toda una sub-cultura basada en la percepción y la importancia de la imagen ideal (Banfield y McCabe, 2002). En una sociedad que glorifica la belleza, la juventud y la salud no es extraño que aumente la preocupación por la apariencia física. Según Calaf, León, Hilerio y Rodríguez (2005), los medios de comunicación y la presión social son algunos de los muchos factores que han influenciado a las personas a seguir una imagen ideal que en muchas ocasiones es difícil de alcanzar.

Se conceptualiza a la imagen corporal como un constructo unidimensional. A través del tiempo, esto fue cambiando y hoy día muchos concuerdan en que se trata de un constructo multidimensional (Thompson, Heinberg, Altabe y Tantleff-Dunn, 1998). Según Brown, Cash y Milkulka (1990), la imagen corporal incluye múltiples dimensiones como la percepción, las actitudes, la cognición, el comportamiento, los afectos, el miedo a ser obeso, la evaluación, la preferencia por la delgadez y la restricción al comer. El culto que rinde al cuerpo nuestra sociedad es cada vez más importante; actualmente, hay toda una industria basada en la sobrevaloración de la delgadez. Alrededor de ésta, una gran publicidad presenta como ideal el ser delgado, asociando con “estar en forma” o “con mantenerse joven”. Banfield y McCabe (2002) definen la imagen corporal como una representación mental que tienen los individuos del tamaño y forma de su cuerpo, la cual está influenciada por una variedad de factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos. La imagen corporal incluye aspectos de percepción, cognitivos, afectivos y conductuales.

Perspectivas sociales

Se considera que la presión social a estar delgado, contribuye a altos niveles de insatisfacción corporal. Bonilla y Martínez (2001), realizaron un estudio que evidencia los efectos negativos que las representaciones que la cultura construye en torno al cuerpo ideal femenino tienen sobre la estima corporal. Los ideales de belleza constituyen patrones relacionados con la apariencia física que suponen una construcción social del concepto de imagen corporal. Son establecidos por las distintas sociedades constituyen un factor importante que establece ciertos patrones físicos y de imagen corporal. Suponen una alta presión sobre todos los miembros de la población. Quienes poseen las características del modelo de belleza tienen razones para valorarse positivamente, mientras que los que se apartan de él, suelen tener baja autoestima.

La presión de los estándares culturales lleva a las mujeres a una posición de inadecuación respecto a su cuerpo, que repercute en una percepción y vivencias negativas, focalizando su atención y preocupación en la opinión de los demás, convirtiéndose en juezas de sí mismas. Más aún,

demuestran que la norma es que las niñas pierdan el mayor peso posible para lograr un cuerpo y una imagen ideal, mientras que para los varones es aumentar su masa muscular para lograr el cuerpo ideal.

Es importante reconocer que por años se ha mercadeado la imagen organizacional con unos prototipos individualizados específicos. Un ejemplo, en comerciales, programas televisivos y demás medios de comunicación presentan ciertas profesiones estereotipadas con lo es el de un ejecutivo de apariencia física atlética o de una secretaria esbelta con atributos de belleza. Esto representa una asociación entre la percepción de sí mismo del empleado, la visualización de la imagen corporativa y su integración con la misma. El individuo siente que, el cómo percibimos y experimentamos nuestros cuerpos se relaciona significativamente a cómo nos percibimos a nosotros mismos. Lo cual, implica que sus destrezas y energías podrán convertirle en un ente valioso para la organización o industria a la cual rinde servicio (Gracia, Fernández y Juan, 1999).

Calidad de Vida Laboral

La calidad de vida laboral como perspectiva holística responde a una experiencia subjetiva de percepciones y experiencias laborales que surgen del mismo contexto organizacional. Se transmiten valores, creencias, actitudes y significados con el propósito de mejorar el ambiente laboral. Es el factor de la productividad el que lleva a las empresas a mejorar la calidad de vida laboral por medio de aspectos motivacionales que permitan un igual trato a sus empleados. Si el ambiente laboral produce insatisfacción este puede hacer la diferencia a nivel organizacional. Mc Donald (2001) sostiene que uno de los aspectos más significativos de la calidad de vida laboral es el establecimiento de la asociación entre el compromiso organizacional, las intenciones de dejar el empleo y el verdadero abandono del trabajo.

Existen influencias sociales que matizan la auto percepción del cuerpo. La imagen corporal es un constructo psicológico complejo, que se refiere a cómo la autopercepción del cuerpo genera una representación mental que incluye emociones, pensamientos y conductas asociadas. Otro elemento relacionado con la auto percepción es la autoestima, que se refiere a la medida

en que nos aceptamos y valoramos a nosotros mismos. La multidimensionalidad del constructo de imagen corporal perpetúa un enfoque más allá de la insatisfacción con el cuerpo y a su vez está asociada con el autoestima. La autoestima posibilita nuestra manera de actuar, la estima corporal es un constructo que varía durante la vida en función de las experiencias personales e influencias sociales y culturales.

Según Loli y Cuba (2007), la autoestima está relacionada con los factores del compromiso organizacional, especialmente compromiso con el trabajo. Es decir, el compromiso organizacional está asociado con la calidad de vida laboral. Existe una presión interna para alinear la autoimagen con la acción social y una presión externa donde el individuo ajusta su imagen hacia la percepción de los demás de cómo desean ser percibidos.

Método

Nuestro diseño metodológico correlacional se basó en los siguientes aspectos: Se les administró la versión en español del *Body Esteem Scale for Adolescents and Adults (BESAA)* por Mendelson (2001) y la *Escala para Medir la Calidad de Vida Laboral* por Barrios (2007) a 100 mujeres en Puerto Rico. La *Escala de Estima Corporal para Adolescentes y Adultos* consiste de auto-evaluaciones de nuestro cuerpo o apariencia para administrarse a jóvenes desde los doce años hasta adultos. Las puntuaciones altas reflejan alta estima corporal incluyendo tres subescalas: apariencia, peso y atribución. La *Escala para Medir la Calidad de Vida Laboral* se basa en las dimensiones: facilidades físicas, ambiente ecológico, compensación, jornada laboral, relevancia social, relaciones interpersonales y relaciones laborales.

Resultados

Se seleccionó una muestra por disponibilidad de 100 féminas de diferentes organizaciones de la isla. Entre las características principales de la muestra se destacaron las siguientes:

- La mayoría de las mujeres son solteras cuyas edades fluctuaron entre los 21 y 50 años.
- No están conformes con su peso.

- El 80% de las participantes indicaron que se someterían a una cirugía estética para mejorar su imagen corporal. Las tres cirugías estéticas que de tener la oportunidad la mayoría de las participantes se sometería lo fueron el Aumento de busto con el 56%, la Lipoescultura con el 26% y la Blefaroplastia (cirugía de los párpados) con el 18%.

Se aplicaron una serie de técnicas estadísticas en las que se destacan las siguientes: análisis de confiabilidad de la Escala de Estima Corporal ($\alpha = .89$) y la Escala que Mide para medir la Calidad de Vida Laboral ($\alpha = .96$). Los resultados demuestran una alta consistencia interna entre los reactivos siendo instrumentos de medición confiables.

Además, los resultados confirmaron que existe relación moderada y positiva entre la estima corporal y la calidad de vida laboral resaltando la importancia de ambos constructos para una mejor efectividad organizacional $r(100) = .360, p = .008$. Tanto la estima corporal como la calidad de vida laboral constituyen factores multidimensionales que se asocian destacando el elemento de satisfacción consigo mismas y su influencia en el ambiente de trabajo.

Conclusión

A modo de reflexión, a raíz de los resultados, cabe señalar las siguientes preguntas:

- ¿Si la alteración de la imagen corporal se manifiesta por la presencia de emociones o pensamientos negativos por preocupaciones acerca de la apariencia física?
- ¿Si existe una expresión relacionada para referirse a la alteración-trastorno-desviación de la imagen corporal, en consonancia con la multidimensionalidad del constructo de imagen corporal?
- ¿Si existe algún rasgo psicológico fundamentalmente único que lleve al deterioro social, laboral o de otras áreas importantes de la salud mental de las personas?
- Si existe preocupación por algún defecto imaginado del aspecto físico, cuando se presentan leves anomalías físicas, la inquietud de la persona es excesiva: ¿Afecta esto el desempeño laboral de la persona?

- ¿Influye la imagen corporal en el comportamiento organizacional de la persona en su ambiente laboral?

La apariencia física es una carta de presentación y de aceptación muy importantes; la mujer delgada es más fácilmente aceptada por la sociedad. La preocupación excesiva por el peso está asociada al anhelo de alcanzar el modelo social que se impone. La insatisfacción corporal constituye un elemento que influye en la calidad de vida laboral. Depende de los profesionales de la Psicología Industrial/Organizacional el promover el bienestar integral de la imagen corporal a favor de perspectivas saludables que se destaquen en el desempeño laboral.

Referencias

- Banfield S. y Mc Cabe M. (2002). An evaluation of the construct of body image. *Adolescence*, 37, 373-393.
- Bonilla, P. y Martínez, L. (2001). Adolescencia y género: Imagen corporal y trastornos de la alimentación. *Cuadernos Mujer Salud*, 6, 156-164.
- Brown, T, Cash, T. y Milkulka, P. (1990). Attitudinal body-image body assessment: Factor analysis of the Body-Self Relations Questionnaire. *Journal of Personality Assessment*, 55, 135-144.
- Calaf, M., León, M., Hilerio, C. y Rodríguez, J. (2005). Inventario de Imagen Corporal para Fémimas Adolescentes (IICFA). *Revista Interamericana de Psicología*, 39, 347-354.
- Gracia, M., Fernández, M. y Juan, J. (1999). Auto concepto físico, modelo estético e imagen corporal en una muestra de adolescentes. *Psiquis*, 20, 15-26.
- Loli, P. y Cuba, E. (2007). Autoestima y compromiso organizacional en trabajadores de una universidad pública de Provincias. *Revista Investigación Psicológica*, 10, 103-108.
- McDonald, A. (2001). *Quality of working life: User's guide*. Inglaterra; ASE Solutions: Nfer-Nelson Publishing Company Ltd.
- Mendelson, B., Mendelson, M., Andrews, J., Balfour, L. & Bucholz, A. (1997). Body - Esteem Scale for Adolescents and Adults. *Journal of Personality Assessment*, 76, 90-106.
- Thompson, J., Heinberg, L., Altabe, M. y Tantleff-Dunn, S. (1998). *Exacting beauty: Theory, assessment and treatment of body image disturbance*. Washington D.C. American Psychological Association.