



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO  
DE HIDALGO

---

---



INSTITUTO DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ÁREA ACADÉMICA DE PSICOLOGÍA

**IMAGEN CORPORAL DE LA MUJER Y SU IMPACTO EN  
LA MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN SEXUAL**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
**Licenciadas en Psicología**

**P R E S E N T A N**

**GODÍNEZ GALLARDO WENDOLYN IVONNE**

**MARTÍNEZ RAMÍREZ MARIEL ADRIANA**

DIRECTORA DE TESIS: DRA. MELISSA GARCÍA MERAZ

## *Agradecimientos*

Este trabajo de tesis es el resultado de mucho trabajo y dedicación, agradecemos a cada una de las personas que directa o indirectamente participaron opinando, corrigiendo, dando ánimo, acompañando en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad.

Por ello quisiéramos agradecer en primer lugar a nuestra directora, la Dra. Melissa García Meraz, por su paciencia, su apoyo, su valiosa guía y por compartir con nosotras su experiencia y conocimiento. Es la profunda admiración que sentimos hacia ella lo que nos impulsó a seguir con este proyecto.

A cada uno de nuestros sinodales agradecemos sus consejos.

Pero sin duda, esto no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional que nos otorgaron en nuestras familias en todo este proceso.

A todas y todos ustedes, nuestro mayor reconocimiento y gratitud

# Índice

<b>Índice de tablas y figuras</b> .....	<b>3</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>4</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>4</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>5</b>
<b>Capítulo I Ideales de belleza y teorías asociadas</b> .....	<b>8</b>
I. El concepto de belleza.....	9
II. Ideales de belleza .....	9
III. Transmisión de ideales de belleza en los medios de comunicación .....	11
IV. Teoría del cuerpo .....	16
V. Teoría del consumismo.....	19
VI. Teoría de la comparación social .....	20
VII. Teoría sociocultural .....	21
VIII. Teoría de la cosificación.....	21
IX. Análisis desde Michel Foucault.....	23
<b>Capítulo II Imagen corporal y Sexualidad</b> .....	<b>26</b>
I. Concepto Imagen Corporal.....	26
II. Insatisfacción corporal.....	30
III. Alteración de la imagen corporal .....	33
IV. Instrumentos de evaluación Imagen Corporal .....	34
V. Breve historia de la sexualidad .....	36
VI. Sexualidad de las mujeres .....	38
VII Estudios de sexualidad en México.....	39
VIII. Motivación sexual .....	41
IX. Motivación sexual y construcciones sexo-genéricas.....	45
X. Formas de evaluación y medición Motivación Sexual.....	49
XI. Satisfacción sexual.....	50
XII. Formas de evaluación y medición Satisfacción Sexual .....	53
<b>Capítulo III Método</b> .....	<b>56</b>

I. Justificación.....	56
II. Planteamiento del problema .....	58
III. Objetivos.....	58
IV. Hipótesis.....	59
V. Definición de variables .....	59
VI. Tipo de estudio.....	61
VII. Muestreo.....	61
VIII. Instrumentos o técnicas para la obtención de la información .....	64
IX. Procedimiento.....	66
<b>Capítulo IV Resultados .....</b>	<b>68</b>
<b>Capítulo V Discusión y conclusiones .....</b>	<b>84</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>89</b>
<b>Apéndices.....</b>	<b>101</b>

## Índice de tablas y figuras

Tabla 1. Cuadro de investigación.....	28
Tabla 2. Tipo de relación mantenida en el momento de la aplicación .....	62
Tabla 3. Orientación sexual de las participantes .....	63
Tabla 4. Resultados de las frecuencias insatisfacción/satisfacción imagen corporal.....	68
Tabla 5. Tabla de contingencia entre satisfacción imagen corporal y tipo de relación.....	74
Tabla 6. Resultados correlaciones factores de satisfacción sexual y factores motivación sexual.....	80
Tabla 7. Resultados correlaciones de mujeres satisfechas con su imagen corporal y factores de las dos escalas (motivación y satisfacción sexual) .....	81
Tabla 8. Resultados correlaciones de mujeres insatisfechas con su imagen corporal y factores de las dos escalas (motivación y satisfacción sexual) .....	82
Figura 1. Esquema de la estructura hipotética del concepto de imagen corporal .....	29
Figura 2. Dimensiones de la motivación sexual .....	44
Figura 3. Tipo de relación mantenida en el momento de la aplicación .....	62
Figura 4. Orientación sexual de las participantes .....	63
Figura 5. Frecuencia imagen corporal, figura parecida a la real .....	69
Figura 6. Frecuencia imagen corporal, figura deseada .....	70
Figura 7. Satisfacción/Insatisfacción con la imagen corporal .....	71
Figura 8. Media factores de la escala de Motivación sexual .....	72
Figura 9. Media factores de la escala de Satisfacción sexual .....	73
Figura 10. Satisfacción/Insatisfacción imagen corporal – no involucrada con nadie .....	75
Figura 11. Satisfacción/Insatisfacción imagen corporal – saliendo con una persona ocasional .....	76
Figura 12. Satisfacción/Insatisfacción imagen corporal – saliendo con varias parejas ocasionales .....	77
Figura 13. Satisfacción/Insatisfacción imagen corporal – noviazgo .....	78
Figura 14. Medias del factor expresión afectiva según satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal .....	83

## Resumen

En México, hay una falta de conocimiento entre la relación de satisfacción con la imagen corporal, y las variables sexuales. Con el fin de explorar la relación entre estos dos constructos un estudio correlacional fue diseñado. La Escala de motivación sexual, la Escala de satisfacción sexual y la Imagen corporal se aplicaron en campus de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo a 100 mujeres. El rango de edad fue de entre 17 y 24 años de edad. 43% de ellas estaban en un noviazgo, el 35% no tenía ninguna relación en el momento y el resto tenía una cita casual con una o más personas. Las aplicaciones se realizaron en una sola sesión de forma individual o en grupos de hasta cinco mujeres. Se aplicaron análisis descriptivos y correlacionales. Los resultados mostraron que el 55% de las mujeres indicaron una mayor insatisfacción con la imagen corporal negativa, es decir, que quieren un cuerpo más delgado. Las que querían un cuerpo más grueso fue del 13%, sólo el 32% dijeron que estaban satisfechos con la imagen corporal. Se encontró una correlación significativa entre la escala de satisfacción sexual, la imagen corporal y el tipo de relación. Las mujeres que reportaron citas casuales informaron una insatisfacción con la imagen corporal más alta (80%). No se encontraron correlaciones estadísticamente significativas entre imagen corporal, la motivación sexual y la satisfacción sexual. Sin embargo, se verificó la relación entre la motivación y la satisfacción sexual. Los resultados son discutidos en términos de la falta de validación y escalas apropiadas para la población mexicana y el efecto de la cultura sobre la satisfacción con la imagen corporal.

**Palabras clave:** Motivación Sexual, Satisfacción sexual, mujeres, Imagen corporal, Insatisfacción

## Abstract

In Mexico, there is a lack of knowledge between the relationship of body image satisfaction, and sexual variables. In order to explore the relationship Between These two constructs a correlational study was designed. The Sexual Motivation Scale, Sexual Satisfaction Scale and Body image were applied into Campuses of 100 women from the Autonomous University of Hidalgo State. The range of age was Between 17 and 24 years old. 43% of them were in a courtship, 35% HAD no relationship at the time and the rest had a casual dating with one or more persons. Applications were applied individually or in groups of up to five women. Descriptive and relational test were applied. The results showed that 55% of women Indicate a negative body image dissatisfaction, they want a slimmer body, while positive dissatisfaction. Those who wanted a thicker body was 13%, only 32% said they were satisfied with body image. A significant correlation between Sexual Satisfaction Scale, Body image and the type of relationship was found. Women dating causal reported the higher Body image dissatisfaction (80%). No statistically significant correlations between body image, sexual motivation and sexual satisfaction were found, however the relationship between motivation and sexual satisfaction was verified. The results are discuss in term of the lack of validate and appropriate scales from Mexican population and the effect of culture over body image satisfaction.

**Keywords:** Sexual Motivation, Sexual Satisfaction, Women, Body image dissatisfaction

## Introducción

En México, poco ha sido explorado el efecto de la insatisfacción corporal sobre la sexualidad. El vínculo parece innegable, sin embargo, también es cierto que se plantea la cuestión sobre qué consecuencias culturales podría tener la difusión de estereotipos respecto al aspecto físico y vida sexual de mujeres difundidos por medios de comunicación masiva, ¿existen actualmente estereotipos de la mujer que son valorados y perseguidos culturalmente?, ¿qué es lo que lleva a una persona a plantearse un juicio de sí misma ante la comparación con otras, reales o irreales?, ¿han hecho estos ideales transmitidos en medios de comunicación masivos y en comunicaciones cara a cara que las mujeres no se sientan satisfechas con su imagen corporal?

Estudios como el de Veldhuis, Konijn y Seidell (2014) señalan los efectos perjudiciales que tienen la representación e internalización de los ideales de belleza transmitidos en los medios de comunicación. A partir de ellos, existe una prevalencia de insatisfacción corporal, una constante comparación del cuerpo con los ideales presentados, vergüenza, baja autoestima, problemas de alimentación, entre otros. Además, destaca la importancia que tienen los comentarios entre pares, debido a que se convierten en un factor determinante para la modificación de la influencia ejercida por los medios.

Etcoff y Orbach (2006) señalan que las creencias sobre la belleza inician en las etapas tempranas de la vida. Más de la mitad de las mujeres, aproximadamente 54% alrededor del mundo, afirma que se percataron de la necesidad de ser físicamente atractivas cuando tenían entre seis y 17 años. Esta necesidad se debe a que desde la antigüedad a las mujeres se les adjudicó la belleza como característica, mientras que la fuerza era particular de los hombres. Pero la belleza era un concepto amplio que abarca tanto lo físico como lo moral, de aquí que a las mujeres también se les adjudiquen características como nobleza, fragilidad, sensibilidad y recato (Marce, 2008).

Por lo tanto, la insatisfacción corporal es más evidente en mujeres que se alejan considerablemente de la imagen ideal que en aquellas que se encuentran dentro de los parámetros aceptables (Javaid & Ahmad, 2014).

Actualmente, la imagen y el cuerpo se han convertido en un producto que condiciona las relaciones entre las personas y mueve muchos intereses económicos. En occidente, se ha generalizado el “culto al cuerpo”. En México, se realizan 9% de las cirugías estéticas a nivel mundial (Sur.es, 2016).

La insatisfacción corporal se ha relacionado con ejecución de dietas y la preocupación por la alimentación, lo cual, representa un factor de riesgo y mantenimiento de los trastornos alimentarios (Acosta & Gómez-Peresmitré, 2003). De acuerdo con estudios experimentales y correlacionales que realizaron Grabe, Ward y Hyde (2008), cuando se analiza la exposición a los cánones irreales de belleza en los medios, éstos se encuentran íntimamente ligados a la insatisfacción y la inconformidad con la propia figura. De hecho, esto es cierto sin diferenciar ente el medio, la edad o la evaluación que se realice. Sin embargo, según otros estudios, la insatisfacción con la imagen corporal es especialmente frecuente entre las mujeres jóvenes (Grabe, Ward & Hyde, 2008).

Dados estos antecedentes, existe interés en explorar la relación entre la percepción de la imagen corporal, la motivación y la satisfacción sexual, ello a través de la aplicación de escalas de motivación sexual, satisfacción/insatisfacción sexual e imagen corporal, en un grupo de mujeres jóvenes.

En el primer capítulo de esta tesis, titulado: “Ideales de belleza y teorías asociadas” se plantea la revisión de la literatura sobre el concepto de belleza, los ideales existentes y el esquema por el cual se transmiten dichos modelos presentes en nuestra sociedad. Asimismo, se abordan diversas teorías que nos brindan un acercamiento a las diversas formas de abordaje de dicha problemática.

El segundo capítulo comprende la revisión de la literatura respecto al constructo de imagen corporal, se revisan diferentes definiciones de éste brindadas por diversos autores, con énfasis en la insatisfacción corporal y la



manera en que esta insatisfacción afecta a las mujeres, principalmente. Se describen factores que contribuyen al mantenimiento y aparición de dicha insatisfacción con el cuerpo. Así mismo, se plantea la revisión de la literatura sobre diversos aspectos de la sexualidad, con un breve recorrido histórico de las concepciones y estudios existentes sobre el tema, además se enlistan algunas investigaciones realizadas en México. Por último se revisan los conceptos de motivación y satisfacción sexual, mediante las definiciones provistas por diversos teóricos.

El tercer capítulo consta de la explicación sobre la metodología utilizada en la presente investigación.

Por último, el cuarto capítulo expone los resultados, conclusiones y limitaciones de este estudio. Además de sugerencias para próximas investigaciones que tengan relación con la imagen corporal, la satisfacción y motivación sexual.

## Capítulo I

### Ideales de belleza y teorías asociadas

A lo largo de este capítulo se revisa la literatura existente respecto a los ideales de belleza y algunas de las teorías que explican cómo se transmiten, así como el impacto ocasionado en las personas. También se incluyen definiciones de belleza, la construcción y transmisión de los ideales de belleza, sus efectos y su relación con los cuerpos, desde diversas perspectivas. Además, se analiza la forma en que los ideales de belleza han violentado a las mujeres a lo largo de la historia, manteniéndola sometida a un sistema de consumo, de manera que ella pasa de ser persona a producto de consumo obligado a cumplir con las exigencias impuestas por la sociedad en cuanto a los aspectos físico y moral-religioso.

No basta con tener en casa a una mujer bonita, también es necesario que sea ama de casa, recatada y generosa. Investigaciones, como la realizada por Johansson (1998), dejan claro que muchas sociedades se han adentrado en la lógica de la cultura del consumo global, donde existe necesidad de consumir para ser hermosa.

Como todo producto, el ideal de belleza de las mujeres es transmitido y reforzado por los medios de comunicación, se ha creado un modelo ideal de belleza cuya principal característica es la delgadez. Tan es así, que se afirma que los hombres son reales, mientras que las mujeres son construidas a través de la terapia de la belleza y la construcción de lo femenino (Sharma & Black, 2001).

## **I. El concepto de belleza**

A través del arte y de los instrumentos de uso cotidiano que han llegado a nuestros días desde la prehistoria, podemos distinguir que desde entonces ya existía preocupación por la belleza. Comprender la naturaleza de la estética significa relacionarla con la esencia y la percepción que los seres humanos han tenido de la belleza y la fealdad como categorías que se relacionan (Peguero & Núñez 2009).

La belleza se puede entender como una percepción subjetiva influenciada por numerosos factores de la sociedad e interpersonales; los seres humanos captan y comprenden estas propiedades (aquello que es bello) de acuerdo con su idiosincrasia, personalidad, edad, cultura, religión, raza, filosofía de la época e, incluso, la motivación de los medios de comunicación globalizados que tratan de imponer patrones estéticos (Juri, 1986 como se citó en Peguero & Núñez, 2009).

Para Marce (2008), la belleza es un constructo cultural que puede ser apreciado desde diferentes puntos de vista debido a la diversidad existente.

## **II. Ideales de belleza**

El modelo de ideal de belleza de la sociedad es un problema que se ha establecido desde tiempo atrás. Un claro ejemplo se observa en el Renacimiento, época donde surge un interés particular por lo bello. Tiempo después, en la Modernidad, el cuerpo fue considerado un conjunto de elementos superpuestos, donde lo superior era morada de Dios y lo inferior morada del demonio, por lo cual, se privilegiaba como bello los ojos, cuello, frente, labios, senos, manos y brazos; cabe aclarar que los ojos definían el grado de belleza de las mujeres (Marce, 2008).

Existe una tendencia al aumento de estatura y disminución del peso en las representaciones de belleza de mujeres, es una contradicción respecto a la

correlación positiva peso-altura existente en la mayoría de las mujeres. De igual manera, los senos grandes han sido una característica popular en las representaciones de la belleza, los cuales, al igual que la altura, se relacionan positivamente con la grasa corporal, en general, y no con la delgadez. Incluso, los estereotipos de belleza cambian de época en época (Grammer, Fink, Moller, & Thornhill, 2003).

Recientemente, la apariencia atlética se ha añadido a los rasgos físicos deseables, como resultado, la representación de la belleza femenina consiste en: una mujer delgada y atlética, pero con pechos grandes. Este tipo de cuerpo no se obtiene de una manera natural, a menos que se mantenga una dieta restrictiva, ejercicio constante y la aplicación de cirugías estéticas (Crerand, Gibbons, & Sarwer, 2007).

Actualmente, el ideal de belleza ha tenido mayor difusión a través de los medios de comunicación, que presentan imágenes, fotografías, testimonios de salud de artistas, así como el surgimiento de la cultura de “autocuidado”, que más que promover el cuidado de la persona, refuerza el ideal de cuerpo esbelto y perfecto, reafirmando este modelo idealizado (García, 2009).

Friedan (1994 como se citó en Salinas, 2010) señala que, en la actualidad, las mujeres padecen una crisis de identidad, por lo cual, cumplir con el ideal social de delgadez representa para ellas una sensación de dominio y control sobre su cuerpo. El ideal de delgadez se acompaña de la glorificación de la juventud, estos estereotipos influyen, de tal manera, en las personas que, sin importar los medios, ya sean artificiales o naturales, hacen todo lo posible para mantener una apariencia joven y esbelta (Salinas, 2010).

La sobrevaloración que se da a la delgadez, belleza y juventud tiene implicaciones en la concepción que desarrollan las personas sobre su imagen corporal, la cual está íntimamente relacionada con la interiorización de los cánones culturales impuestos sobre la belleza. Dicha interiorización representa un conflicto cuando la imagen que regresa el espejo no es la deseada por la persona,

pues se aleja de la imagen ideal establecida en la mente (Rodríguez, Van Barneveld, Gonzalez-Arratia, & Unikel-Santoncini, 2010).

### **III. Transmisión de ideales de belleza en los medios de comunicación**

La publicidad tiene un mayor impacto en la audiencia cuando hace uso de imágenes para transmitir su mensaje. El uso de recursos visuales puede llegar a influir en la conducta de las personas debido que es percibido como un estímulo que ayuda a la generación de imágenes mentales, cabe señalar que la edad de los sujetos es determinante para medir el grado de impacto que tiene la publicidad en su vida (Arroyo-Almaraz & García-García, 2015).

Algunos autores (como Arroyo-Almaraz & García-García, 2015) mencionan que mientras más detallado sea el estímulo, resultará más fácil recordar sus partes, como ocurre con las características consideradas bellas. De manera que, al ver comerciales donde salen mujeres u hombres que cumplen con este ideal de belleza, resulta más fácil el recordar el comercial y, de esta forma, empezar a asociar las características mencionadas en la publicidad con esta imagen presentada.

La materialidad se ha apropiado del cuerpo, convirtiéndolo en un objeto de culto junto con el ideal de belleza. Esta materialización se da tanto en hombres como en mujeres. Sin embargo, en las mujeres, el ideal de belleza ha llegado a ser una cualidad necesaria que siempre va relacionada junto al éxito y erotismo. Es una manera de erotizar su cuerpo (Baudrillard, 2009).

De manera que los medios de comunicación, en la actualidad, se han convertido en un instrumento influyente en la autoimagen del ser humano. A su vez, la imagen corporal ha cobrado gran importancia, debido a la influencia de los medios de comunicación y presión social que retoman la imagen corporal femenina para difundir un ideal de belleza. El cual sirve como punto de comparación con la imagen real (Aceves, García, & Pedraza, 2011).

El bombardeo continuo de imágenes representativas de los estándares irreales de belleza, probablemente tendrá un efecto negativo sobre la imagen corporal del espectador (Levine & Harrison, 2004). Por ello, los medios de comunicación pueden contribuir al uso de la cirugía plástica y diversas acciones para mejorar la apariencia física (Crerand et al., 2007).

Aunado a que el ideal de belleza transmitido en los medios de comunicación se ha convertido en un instrumento que despersonaliza a las mujeres para reducir las a objetos sexuales y gustar a los hombres, se deja de lado el placer y la sexualidad de ellas, pues no se concibe como algo autónomo, sino como una cualidad que se desarrolla y fortalece a partir de la aprobación del sexo contrario (Jimeno, 2014).

Los medios de comunicación no sólo se han encargado de sexualizar el cuerpo de las mujeres, también lo han maternalizado. Jimeno (2014) explica que esto se ha dado a través de la creación de reglas jurídicas, estas incluso llegan a reproducir normas sociales o culturales.

Marcela Lagarde (1990) indica que la maternidad tiene que ver con una serie de actividades que la mujer realiza sin recibir reconocimiento, debido a que se consideran naturales en ella, como el instinto materno. Dicha creencia las ha mantenido en el ámbito privado, al servicio de los demás, dejando de lado sus necesidades.

Mendoza (2006) resalta la importancia que tienen las representaciones sobre maternidad difundidas por los medios masivos de comunicación para perpetuar el mito de que mujer es equivalente a madre. Además de replicar los estereotipos relacionados con la maternidad (cuidado, casa, tolerancia, generosidad y sensibilidad, entre otras).

García (2009) menciona que la publicidad transmite tres principales tipos de mujeres:

- a) “Mujer-bella: la imagen y su cuidado es uno de los objetivos clave en la vida de una mujer.
- b) Mujer-sexo o erotismo: presenta a las mujeres como objetos sexuales.
- c) Mujer-ama de casa: es reducida a la función reproductiva y atribución exclusiva del cuidado de la familia y el hogar.”

De acuerdo con teorías sociobiológicas, los roles sociales de las mujeres (esposa y madre) se han consolidado a partir de su imagen; su valor estaba determinado por su belleza y juventud, aspectos relacionados positivamente con la fertilidad, que las convertían en objetos de deseo de los hombres (Expósito, Sáez & Valor-Segura, 2012).

Así adjudican una característica más al cuerpo femenino: la terrorización, que junto con las dos características anteriores, lleva a la legitimación de la erotización del cuerpo de la mujer, a delimitar su sexualidad; produciendo se sienta aterrorizada de su cuerpo y del significado que éste adquiere en los medios y en la sociedad; lo que la deja un papel vulnerable que más adelante habrá de impedir la toma de decisiones sobre su cuerpo y su sexualidad (Expósito, Sáez & Valor-Segura, 2012).

Hargreaves y Tiggerman (2003) encontraron en un estudio realizado con mujeres adolescentes (160) y hombres adolescentes (197) que aquellas que observaban un gran número de comerciales de televisión donde aparecían actrices que representaban el ideal social de delgadez, presentaban insatisfacción corporal y un deseo constante por adelgazar en comparación con aquellas chicas que no vieron esos comerciales.

La industria del entretenimiento y los medios de comunicación han contribuido a la popularización de la cirugía plástica mediante las representaciones de ciertos ideales de belleza. Constantemente se ha criticado a los medios de comunicación por la creación y difusión de ideales de belleza irreales en hombres y mujeres, quienes intentan imitarlos (Crerand, et al. 2007).

Al igual que a las mujeres, a los hombres se les ha impuesto un ideal de belleza a seguir. Aunque la exigencia no es la misma, debido que los medios no despersonalizan a los hombres, lo cual da la oportunidad de resaltar otras cualidades en ellos, mientras que las mujeres son bombardeadas con imágenes que presentan medidas y tallas específicas. Autores como Salazar-Mora (2007) sugieren que las mujeres deben ser informadas sobre la alteración que se hace a las imágenes presentadas en la publicidad y acerca de que no son medidas naturales.

Varios comerciales han modificado su publicidad con el uso de mensajes ocultos que no son tan directos, pero sí son reforzados con imágenes, que asociadas con los mensajes, quedan instaurados en el inconsciente de las mujeres. Por ejemplo: un anuncio de revista para un cigarrillo ligero muestra una imagen de una mujer delgada con la lectura del título: "Expresa su lado más ligero". El mensaje subyacente es que las mujeres deben ser delgadas y el uso de este producto puede ayudarles a lograrlo. Esto es tal que existe un efecto directo de la exposición a los medios de comunicación sobre la autoestima corporal, el atractivo sexual y el peso (Haas, Pawlow, Pettibone, & Segrist, 2012).

La imagen femenina en los medios ha seguido un esquema de representación muy tradicional, pero no sólo es cuestión de adultas, sino que desde la infancia existe una erotización. Es cierto que hoy una parte de la audiencia se vuelve activa, capaz de distinguir los mensajes como algo ajeno, a diferencia de lo que ocurriría con una audiencia pasiva. Sin embargo, lo ajeno a veces se vuelve lo más deseado, sobre todo si esto presenta una sobrevaloración en el exterior (Muñoz & García, 2008).

Las revistas dirigidas a mujeres constituyen uno de los principales medios de comunicación que incorporan contenidos sobre sexualidad. Sin embargo, esta apertura editorial obedece principalmente a intereses comerciales. Los contenidos de estas publicaciones promueven en las mujeres la asociación de la estética y la



moda del cuerpo con el placer sexual; lo cual puede ejercer presión y restringir a las mujeres en diversos ámbitos (Rodríguez-Salazar & Pérez-Sánchez, 2014).

El patrón estético corporal es establecido y compartido socialmente, por lo tanto ejerce una presión sobre la población. Según Toro y Vilardell (1987), las mujeres que encarnan las características del modelo delgado (“tubular”) tienen razones para autovalorarse positivamente. Mientras tanto, quienes se apartan de él, muestran insatisfacción corporal y suelen padecer baja autoestima.

Esta relación entre la transmisión de ideales del cuerpo en los medios de comunicación, la internalización de estos entre jóvenes y sus niveles de insatisfacción corporal es un tema que se ha empezado a estudiar. Cada estudio parte de una creencia personal respecto al impacto que podrían tener los medios en la satisfacción de la imagen corporal, el más reciente de Pasha y Golshekoh (2009) encontraron que la internalización de los ideales del cuerpo, la presión y la importancia hacia estos ideales eran los predictores de la insatisfacción corporal entre las niñas. En el caso de las chicas la presión, importación e internalización de ideales fue más alto que en el caso de los chicos.

En el caso de la televisión, las telenovelas mexicanas tienden a censurar la sensualidad y el erotismo, asociando el sexo con la maldad y la perversión. Asimismo, la sexualidad está ligada a la presencia de sentimientos amorosos y relaciones de pareja legitimadas socialmente, como el matrimonio (Rodríguez-Salazar & Pérez-Sánchez, 2014).

Recientemente, Dove (2014) ha difundido un comercial llamado “El legado”, donde se habla sobre la autoestima que las madres heredan a las hijas, el cual manifiesta que el rechazo que sienten las madres por partes de su cuerpo lo reflejan en sus hijas, quienes a su vez internalizan este pensamiento para después reproducirlo. Enfatizan en que la aceptación o rechazo del cuerpo depende de la autovaloración que las madres transmiten, con lo cual minimizan la responsabilidad de los medios. Sin embargo, una investigación realizada en Centroamérica sobre la imagen corporal positiva reveló que 62.8% de las y los

jóvenes considera que los medios de comunicación y la publicidad que transmiten sobre ideales de belleza, influyen en la autopercepción que tienen sobre su cuerpo (tanto hombres como mujeres), por lo cual 68% consideró importante que los medios transmitieran imágenes de cuerpos reales, con modelos de tallas reales, lo cual ayudaría a difundir una percepción positiva referente a su cuerpo (Berman & White, 2013).

Por sí misma, la exposición a los ideales de cuerpos perfectos no es perjudicial. El problema aparece cuando las personas internalizan estos estándares respecto a su apariencia (Rollero, 2015). La interiorización de los ideales de belleza hace referencia al grado en que una persona se adscribe a las normas socialmente establecidas respecto al tamaño y apariencia, apropiándose de dichos ideales para su apariencia. Asimismo, la internalización de los estándares de belleza aceptados socialmente, predice la insatisfacción con la imagen corporal y los deseos de obtener un cuerpo delgado en las mujeres (Rollero, 2015).

A pesar de las investigaciones realizadas, aún se pone en duda la influencia de los medios de comunicación, debido a que no todas las personas que ven este tipo de publicidad presentan una insatisfacción con su cuerpo, esto es explicable desde la teoría de la comparación social, donde se señala que los medios juegan el papel de reforzadores para las mujeres, por lo cual, únicamente será eficaz este refuerzo en mujeres que tengan el objetivo de alcanzar dichos estándares de belleza (Durán, Hernández, & Morales, 2011).

#### **IV. Teoría del cuerpo**

De acuerdo con Da Fonseca, Nunes y Noronha (2008) se ha establecido que el cuerpo tiene memoria y también una identidad llamada imagen corporal; imagen que es única y que se construye a partir de las experiencias individuales y también de un intercambio con otros. Es decir, la imagen incluye aspectos físicos,

cognitivos, psicológicos, emocionales y sociales, aspectos que son cruzados por la cultura, por el sexo, la condición económica, el género y la edad.

El cuerpo es una construcción geopolítica, es decir, posee diversas características definidas por su posición, tiene una historia, circunstancias geográficas únicas y escalas de opresión diversas marcadas por el contexto (Olvera, 2009).

Cuando se habla del cuerpo no se puede dejar de lado lo social ni tampoco el aspecto biológico, debido a que este es el medio por el cual expresamos lo pensado, lo sentido, lo vivido y lo experimentado. De acuerdo con Gil-Madrone (2013), el cuerpo ha sido considerado por diversos autores como una dualidad que tiene relación con la implicación del cuerpo en lo social, es decir, por un lado, tenemos la parte de lo que se hace al cuerpo (sociología del cuerpo) y, por otro lado, lo que el cuerpo hace (sociología carnal). Esta concepción continúa la separación del cuerpo de lo social y, a su vez, lo social del cuerpo.

La insatisfacción que tienen las mujeres respecto a su imagen corporal se extiende en cuanto a casos y edades en que dicha preocupación aparece. Un ejemplo de ello es el estudio estadounidense realizado a 2 mil 279 niñas, de las cuales 29.3% de 10 a 14 años de edad trataba de perder peso (McVey, Tweed, & Blackmore, 2004). Dicho estudio permite observar la asociación de la autoestima con la apariencia que desde pequeñas se van construyendo.

La idealización de la imagen corporal de la mujer: esbelta, piel blanca, rubia, medidas casi perfectas, está anclada no sólo en ellas, sino también en la sociedad, que relaciona dichas características con éxito, reconocimiento y aceptación social. Las mujeres que cumplen estos requisitos se hacen más visibles y son más tomadas en cuenta. En cuanto a las que salen de este ideal de belleza, son poco aceptadas, son vistas como débiles, tiernas e inocentes. Como si el cuerpo fuese realmente el reflejo del interior: donde mujeres delgadas representan el autocuidado y mujeres no delgadas el reflejo del descuido y falta de disciplina (Tuffin, Hamid, & Blake, 2014).

Las mujeres con sentimiento de un “yo” en forma de peso, talla o algún otro constructo inaceptable, mantienen la reproducción de un cuerpo inseguro, una insatisfacción con la imagen que les regresa el espejo. A lo largo de la historia, las mujeres han recurrido a diferentes prácticas para poder cumplir con las exigencias del ideal de belleza establecido para la época y lugar; entre más se exija la mujer, mayor mérito tendrá (Tuffin, et al. 2014).

Las expectativas para alcanzar los ideales de belleza deseados operan a través de las restricciones impuestas internamente, elaboradas a partir de las normas culturales y los estereotipos femeninos, en lugar de las restricciones impuestas externamente. Tuffin, et al., (2014) señala que, psicológicamente, la mujer usa un corsé que se vuelve un requisito del ideal de delgadez, es el que habrá de realizar un estricto automonitoreo y ejercerá control para mantener la disciplina en cada una de las prácticas realizadas. Prácticas que pueden llevar a padecer trastornos de la conducta alimentaria como bulimia y anorexia, o rutinas poco flexibles de ejercicio, dietas, operaciones; es decir, hacen lo necesario por sentirse satisfechas con su cuerpo.

La preocupación generalizada por el rechazo de la imagen corporal y la normalización del ideal de belleza presentado en los medios, crea una necesidad de adaptación de su cuerpo con la finalidad de que este sea lo más parecido posible a la norma establecida (Tuffin, et al., 2014).

Permitiendo a través del cuerpo alcanzar, aparentemente, una satisfacción sexual (no sólo en el ámbito coital, sino también en lo social y afectivo). Un estudio realizado por Tuffin et al., (2014) muestra cómo las mujeres, en cierto sentido, tienen sentimientos estables y positivos respecto a sus cuerpos, pero cuando existe exposición directa o íntima a una visión masculina, se activa un autoanálisis en las mujeres, que resulta en inseguridad e insatisfacción con su cuerpo.

Por su parte, Aceves, Palma, García Vega y Pedraza (2011) destacan la importancia de tener una autopercepción negativa (insatisfacción con imagen corporal), la cual se relaciona directamente con la presencia de baja autoestima en

las mujeres, que repercute en las relaciones sociales que habrán de establecer en un futuro.

## V. Teoría del consumismo

Dentro de los conceptos que podemos encontrar en los medios de comunicación, resulta importante resaltar el de alfabetización mediática, el cual involucra el desarrollo de habilidades de pensamiento de orden superior: como la mensajería multimedia, la escritura y la habilidad del pensamiento crítico. El cual incluye identificación del público objetivo, meta, técnicas de construcción, los valores, el punto de vista y la información omitida de los medios de comunicación; sin dejar de lado lo social y el contexto histórico (Berman & White, 2013).

Nada se escapa dentro de esta sociedad de consumismo, donde el cuerpo -al ser visto como producto social- es expropiado mediante diferentes mecanismos; sobre todo el de las mujeres (Sosa-Sánchez, Erviti, & Menkes, 2012), transformándolo en un objeto preciado del consumo, representado como capital o fetiche (objeto de consumo). De manera que una de las mayores inversiones que los seres humanos pueden realizar en su vida, es en su cuerpo. Dicha inversión va de acuerdo con un principio normativo que regula las normas y exigencias sociales de producción y consumo (Baudrillard, 2009).

En la actualidad, los medios de comunicación han implementado nuevas formas de hacer llegar su mensaje a las personas, por lo cual utilizan imágenes, que venden e impactan más que las palabras. Dichas imágenes se han enfocado en el uso del cuerpo como el canal para el envío de dichos mensajes, el cual se vuelve un objeto de deseo, principalmente de los adolescentes (Da Fonseca, et al., 2008). Estas fotos transmiten una figura perfecta e inalcanzable, de manera que los jóvenes normalizan esta imagen, generando así dos extremos, por un lado, el aspecto real y, por el otro, el ideal presentado en los medios.

Es por ello que, en la actualidad, la influencia que ejercen los medios de comunicación en las mujeres jóvenes es a través del uso de imágenes femeninas, con realces de características específicas del cuerpo a través de la presentación de personajes reconocidos (como artistas, modelos, cantantes y personajes de moda), poniendo así al cuerpo como tema de moda, centrándose en una ideología del consumismo (Gil-Madrona, 2013).

## **VI. Teoría de la comparación social**

La teoría de la comparación social señala que las personas buscan compararse con personas que consideran son similares a ellas y ellos, incluyendo a las personas en los medios de comunicación, pues consideran que representan lo ideal y socialmente deseable, en particular, para determinar habilidades y éxito (Sohn, 2010).

Se hace referencia a dos tipos de comparación social: a) La comparación social descendente, aquella que se da con personas que son percibidas como menos afortunadas; en cualquier ámbito ésta es considerada útil para mejorar el estado de ánimo y la autoestima, y b) comparación social ascendente, con aquellas personas que se perciben como socialmente mejores, tiende a generar estados de ánimo negativos y afecta la valoración que hacen las personas de sí mismas (Bessenoff, 2006).

De acuerdo con Tiggeman, Polivy y Hargreaves (2009), algunos autores refieren a que cuando las mujeres se comparan con imágenes de otras que son “delgadas y bellas” de los medios de comunicación, existe una comparación social ascendente. En la mayoría de los casos, ellas se encuentran carentes ante esta comparación, lo que las conduce a un estado de ánimo negativo e insatisfacción corporal.

Es necesario resaltar que lo anterior no ocurre con todas las personas, pues algunas son capaces de identificar las normas sociales existentes en el ideal de

belleza transmitido y, por lo tanto, no hay internalización, solo identificación, pero hay otras que lo reconocen y lo internalizan, volviéndolo parte de sí mismas, de forma que empiezan a adoptar y cambiar conductas para alcanzarlo (Hernández, Mancilla-Díaz, Álvarez, Luyando, López, & Martínez Guerrero, 2013).

## **VII. Teoría sociocultural**

La teoría sociocultural ofrece el marco teórico más fuerte para la comprensión de la insatisfacción generalizada entre las mujeres sobre la forma del cuerpo y el peso. Sostiene que el ideal contemporáneo de delgadez para las mujeres se refuerza y transmite por una serie de influencias sociales; entre éstas, los medios de comunicación son mencionados como los más persuasivos y poderosos, principalmente las revistas de moda y belleza (Tiggemann, et al., 2009).

Estos modelos socioculturales postulan que los ideales societales de lo que se considera atractivo enfatizan excesivamente la importancia de ser delgado y que dichos ideales son internalizados mayoritariamente por mujeres (Swami & Smith, 2012). La teoría social o cultural defiende que la atracción por cierta figura y tamaño corporal son aprendidos como una forma de apego cultural o aprendizaje social (García, Guzmán, & Martínez, 2010).

## **VIII. Teoría de la cosificación**

La teoría de la cosificación remarca la importancia de las experiencias de socialización de género, específicamente las que exponen a las mujeres a ser valoradas únicamente por su cuerpo. Su punto clave son los efectos sobre el bienestar psicológico, físico y social de ellas (Expósito, Sáez & Valor-Segura, 2012).

En la actualidad, las mujeres en los medios de comunicación han sido consideradas únicamente como objetos sexuales únicamente. Estas experiencias hacen referencia a la reducción del papel de la persona al aspecto instrumental de su cuerpo, lo que conduce a las mujeres a realizar un constante monitoreo de su apariencia, lo que produce sentimientos de ansiedad y vergüenza por su cuerpo, afectando negativamente la intimidad y placer sexual en sus relaciones (Sánchez & Kiefer, 2007).

La Asociación Psicológica Americana (American Psychological Association) en 2007 (como se citó en Expósito, et al., 2012), mencionó que la sexualización de las mujeres sucede cuando es tratada como un objeto sexual y es valorada a partir de sus características físicas. Dicha sexualización posee cuatro componentes: a) cosificación sexual, b) igualar el valor de una persona a su sexualidad, c) atracción definida como sexualidad, y d) imposición de la sexualidad; se necesita uno para calificar un suceso como sexualizado.

La sexualización puede funcionar como un mecanismo de control al brindar beneficios a corto plazo por su apariencia, sin embargo, las coloca en una situación de mayor vulnerabilidad al mantenerlas en su estatus quo (Expósito, et al., 2012).

La teoría de la cosificación coloca los cuerpos de las mujeres en el contexto sociocultural con el objetivo de visibilizar la situación que viven al ser consideradas únicamente como cuerpos. Las mujeres pueden preocuparse por su apariencia física como una forma de anticiparse y controlar la manera en que serán tratadas, esta preocupación, al volverse crónica, interfiere con su actividad sexual (Weinberg & Williams, 2010).



## IX. Análisis desde Michel Foucault

Nuestra idea de sexualidad no cubre simplemente un dominio mucho más amplio; contempla una realidad de otro tipo; tiene, en nuestra moral y nuestro saber, muchas otras funciones (Foucault, 1984, p. 35).

De acuerdo con Rojas (2011), Foucault muestra que el poder crea y produce realidades, se inventó al demente, al delincuente o al anormal. En esta misma lógica, los grupos excluidos por los discursos estéticos comerciales los componen los viejos, los pobres, los gordos, los discapacitados, los morenos, entre muchos otros. Son la moda y los estereotipos los que señalan que es normal y qué no lo es, qué es bello y qué es feo.

Foucault (1981; como se citó en Amuchástegui, 2001) define a la sexualidad como un dispositivo, donde la estimulación de los cuerpos, la intensificación de los placeres, la formación de conocimientos se vinculan unos con otros de acuerdo con grandes estrategias de poder y de saber. La sexualidad fue inventada en los siglos XVIII y XIX por la burguesía europea, ha sido un dispositivo de poder mediante el cual se han regulado los cuerpos, a nivel individual y poblacional, favoreciendo la “administración de la vida” por el Estado (Amuchástegui, 2001).

De acuerdo con Foucault (1984):

Para definir lo que está permitido y lo que está prohibido en el orden de una sexualidad considerada constante, convendría preguntarse cómo, bajo la continuidad, la transferencia o la modificación de los códigos, las formas de la relación consigo mismo (y las prácticas de sí que se le vinculan) han sido definidas, modificadas, reelaboradas y diversificadas (p. 32).

Las personas están sujetas a identidades fijas, establecidas desde fuera, las cuales clasifican lo normal y anormal, según criterios exclusivamente

reproductivos. Por ello la sexualidad se define como un continuo proceso de construcción de relaciones de poder, las cuales han permitido la vigilancia de los cuerpos desde dentro de cada sujeto (Amuchástegui, 2001).

Sigue Foucault (1984):

“El uso de los placeres -sus condiciones favorables, su práctica útil, su disminución necesaria- en función de una determinada manera de ocuparse del cuerpo propio. La preocupación era mucho más "dietética" que "terapéutica": asunto de régimen que buscaba reglamentar una actividad reconocida como importante para la salud. La problematización médica del comportamiento sexual se llevó a cabo menos a partir de la preocupación por eliminar sus formas patológicas que a partir de la voluntad de integrarlo lo mejor posible a la gestión de la salud y a la vida del cuerpo” (p. 92).

El modelo estético adquiere características de moral, de ética; ya que lo bueno, lo moral, se asocia a la belleza, entendida desde la flaqueza y la juventud, alejarse de ella es ser estigmatizado y castigado por la sociedad. La belleza en la mujer siempre ha estado ligada a un asunto no solo físico sino también moral, que responde a valores religiosos, de forma que se establecen y refuerzan estereotipos que la oprimen e invisibilizan ante la sociedad (Marce, 2008).

Las imágenes transmitidas por los medios de comunicación refuerzan un estilo de vida donde el cuidado del cuerpo (no sólo ejercicio físico, sino la cosmética y el vestido) tiene un lugar central. El “prestigio” que goza el cuerpo bello hace que frecuentemente se adhieran a estas prácticas personas que buscan en él un camino para mejorar su posición en la estructura social. La rigidez de los cánones estéticos que impone la cultura occidental de la imagen, supone para las personas una batalla contra el tiempo para conseguir ser aceptadas socialmente, produciendo problemas de inseguridad y de no aceptación del propio cuerpo. Las probabilidades de sentirse incómodo en el cuerpo que poseen las

personas, son tanto más fuertes en la medida que es mayor la desproporción entre el cuerpo socialmente exigido y la relación práctica con el cuerpo que imponen las miradas y las reacciones de los demás (Rojas, 2011).

## Capítulo II

### Imagen corporal y Sexualidad

Existen diversas concepciones sobre la imagen corporal. A lo largo de este capítulo se recopilan aquellos que se han considerado más significativos y útiles para el estudio. Resulta complicado tener una definición única y estática sobre la Imagen corporal, así como de los elementos interconectados que influyen en su desarrollo, por ello, se hace énfasis en la insatisfacción con la imagen corporal, así como en su alteración, dado que el contexto en el que vivimos es una problemática constante. Además, se revisan diversos aspectos de la sexualidad con un breve recorrido histórico de las concepciones y estudios existentes sobre este tema, donde se puede analizar la forma en que fue entendida en las diferentes etapas de la historia y cómo fue que ocurrió esta separación de sexualidad y procreación; lo cual permitió que se empezara hablar del placer como otro fin de la sexualidad. Asimismo, se enlistan algunas investigaciones realizadas en nuestro país.

#### I. Concepto Imagen Corporal

La imagen corporal es un constructo complejo, hace referencia a las actitudes y percepciones en relación al propio cuerpo, incluye comportamientos, sentimientos, creencias y pensamientos; se relaciona con la estabilidad emocional, autoestima, así como con la interacción y percepción del medio sociocultural. En su libro *The Media & Body Image*, Wykes & Gunter (2005) indican que existe un vínculo entre lo teórico y la influencia de la publicidad sobre la imagen corporal de las mujeres.

La imagen corporal refiere a la representación que las personas tienen acerca de cómo lucen, del tamaño, forma y contorno de su cuerpo. Esta representación implica también una evaluación, es decir, las personas evalúan la

forma en cómo lucen, y generan sentimientos positivos o negativos que tienen efecto directo sobre su valoración personal (Bessenoff, 2006).

Comúnmente, el proceso de formación de la imagen corporal ocurre cuando las personas construyen un concepto subjetivo de su apariencia física, basada en las reacciones de las demás personas y la auto-observación. Una de las fuentes más importantes de los problemas relacionados con la imagen corporal son las representaciones en los medios de comunicación de modelos ideales de delgadez. Los medios como idóneos y atractivos los cuerpos excesivamente delgados y poco realistas, lo que genera un impacto negativo en la satisfacción corporal de las personas (Groesz, Levine, & Murnen, 2002).

La figura corporal es un punto central en aquello que nos parece, o no, atractivo. Dion, Berscheid y Walter (1972) mencionan que nuestra percepción de la belleza y la atracción se basan en un proceso cognitivo, en decir, una forma en que nuestra estructura cognitiva procesa la información. Las diferencias culturales no son relevantes para eliminar este proceso básico. La figura corporal en sí misma tiene connotaciones sexuales. Las personas eligen parejas sexuales que les parecen físicamente atractivas (García, Guzmán, & Martínez 2010).

La imagen que vamos formando está conformada por factores cognitivos, emocionales, afectivos y conductuales, ésta no necesariamente representa la imagen real del cuerpo. Además, se debe tomar en cuenta el aspecto sociocultural (Bobadilla-Suárez & López-Ávila, 2014).

Diversos estudios (Abell & Richards, 1996) se enfocan en la distorsión de la imagen corporal y la insatisfacción con la misma, como dos factores que se relacionan para el desarrollo de algún trastorno alimenticio, pero muy pocos son los que se enfocan en la satisfacción o motivación sexual que pudiera existir en mujeres, a partir de sentirse satisfechas o no con su imagen corporal, o la relación que pudiera existir con la autoestima.

El centro del esquema corporal irreal es la diferencia existente entre el ideal corporal y la evaluación que se hace del cuerpo. En la producción de este

esquema están involucrados juicios culturales de un cuerpo más delgado que los criterios establecidos para el diagnóstico de anorexia (Arrieta, et al., 2013).

Gómez Pérez-Mitre (s/f) realizó un estudio en el que se encontró la relación entre la figura corporal y la imagen en los medios de comunicación. En dicho estudio se calculó el índice de masa corporal (IMC) y la edad de las mujeres y los hombres más atractivos de México.

Tabla 1. Cuadro de investigación

*Edad e IMC de las 50 mujeres más bellas y de los 50 hombres más guapos de México*

	<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>	
	<i>x</i>	<i>DE</i>	<i>x</i>	<i>DE</i>
Edad	25.18	3.8	26.37	3.6
Estatura	1.68	0.05	1.82	0.049
Peso	52.53	3.9	76.04	6.28
IMC	18.43	1.04	22.83	1.27
Rango IMC <sub>min</sub>	15.673		20.428	
Rango IMC <sub>máx</sub>	20.797		25.737	
IMC	15.6 a 18.9	68%	20.4 a 22.9	66%
IMC	19 a 20.8	32%	23 a 25.9	34%

Fuente: Gómez Pérez-Mitre s/f (p. 160)

En dicho estudio, la autora marca que la imagen corporal de las actrices y los actores representa en su mayoría a personas con un índice de masa corporal inferior al normal. Así, el prototipo que muestra la televisión es el de una mujer joven, de 25 años en promedio, con un índice de masa corporal de 19, que indica bajo peso. De hecho, la imagen muestra que 68% de las mujeres tienen de 15.6 a 18.9 de IMC, mientras que los hombres se encuentran entre 20.4 y 22.9. Es necesario notar la diferencia entre ambos: el ideal de belleza de extrema delgadez es cierto para ellas, mientras que los hombres muestran rangos más “reales”.

Dichas investigaciones le permitieron a la autora crear un modelo de la estructura hipotética del concepto de imagen corporal en 1997.

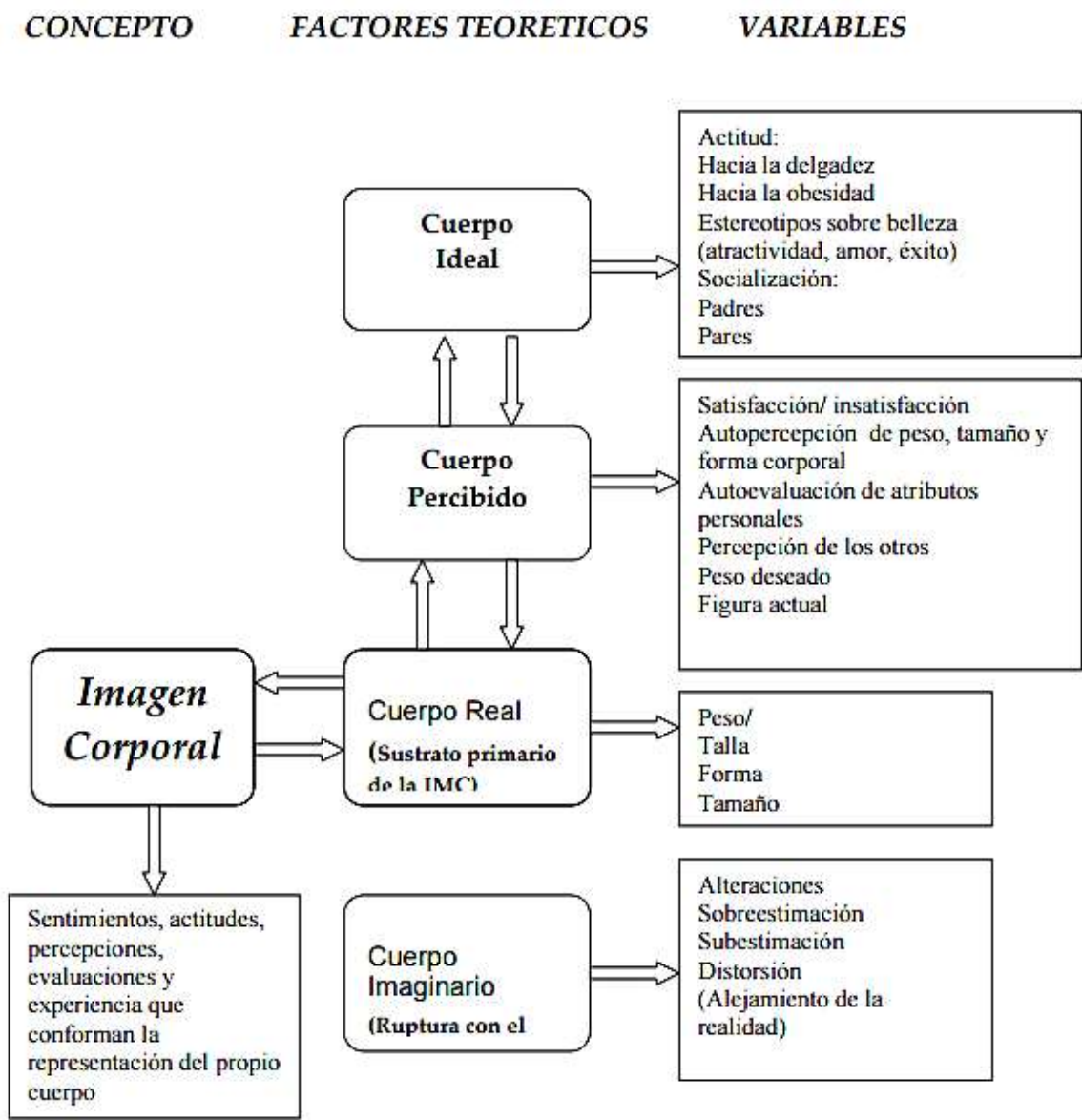


Figura 1. Esquema de la estructura hipotética del concepto de imagen corporal por Gómez-Peresmitré (1997).

En esta estructura la autora describe los factores que intervienen en la construcción de la imagen corporal, asimismo señala las interacciones entre dichos factores.

## II. Insatisfacción corporal

La insatisfacción con la imagen corporal es una situación común en muchos países; particularmente en las sociedades occidentales y occidentalizadas, donde se ha generado un “descontento normativo” (Curtis & Loomans, 2014).

La insatisfacción con la imagen corporal se puede conceptualizar como la inconsistencia entre la percepción del cuerpo que se tiene y la idealización del que se quisiera tener. La insatisfacción puede ser hacia una parte, la forma, e incluso con todo el cuerpo (Curtis & Loomans, 2014).

Da Fonseca, et al., (2008) indica que los seres humanos realizan constantemente un intercambio entre ellos, dando origen a lo que llaman el autoconcepto social, es decir, el ser humano autoevalúa la aceptación que tiene en ciertos grupos sociales, que más tarde servirá como punto de partida para su satisfacción o insatisfacción con su imagen corporal.

La insatisfacción corporal se entiende como la descripción de la evaluación negativa sobre el cuerpo, ya sean partes específicas o todo el cuerpo, y está asociada con la comparación social. La internalización de los ideales de un cuerpo delgado promueve la comparación entre mujeres con las modelos de revistas como *Vogue* y *Glamour* (Bessenoff, 2006).

La insatisfacción con la figura corporal se relaciona directamente con el funcionamiento psicosocial y la calidad de vida de los individuos, así como con la sexualidad, ya que la atracción interpersonal comienza por la evaluación que otros hacen de ella (García, et al, 2010). La insatisfacción corporal es un aspecto psicológico y cognitivo de la imagen corporal negativa, se ha definido como una diferencia entre la percepción de la realidad frente al ideal (Bakhshi, 2011).

La mayoría de las personas se siente inconforme con alguna parte de su cuerpo en ciertas etapas de la vida, lo que es normal y deja de serlo cuando la inconformidad lleva a realizar cambios en el cuerpo con la finalidad de cumplir con la imagen ideal presentada en los medios. La insatisfacción en los hombres y



mujeres varía, en los primeros hacen referencia al bajo tono muscular y en las mujeres a la delgadez y la musculatura (Hernández, et al., 2013).

Bakhshi (2011) indica que se ha propuesto que la insatisfacción corporal puede ser pensada y evaluada de tres maneras:

- 1) La estimación distorsionada de la talla, es decir, percibir el cuerpo más grande de lo que es.
- 2) La diferencia del ideal, ésta se da entre cómo se percibe la persona y como quisiera verse (imagen ideal).
- 3) La cognición hacia el cuerpo y los sentimientos negativos, es la forma más frecuente de evaluación de la insatisfacción corporal, se relaciona con la preocupación de que ciertas partes del cuerpo sean muy grandes.

Yamamiya, et al, (2005) indica que diversos investigadores han encontrado que en Estados Unidos 94% de las mujeres que aparecen en programas de televisión son más delgadas que las americanas promedio, este modelo de delgadez y belleza está asociado por los medios de comunicación con la felicidad y una vida exitosa. De igual manera, los medios difunden explícitamente cómo lograr cuerpos delgados, con dietas, ejercicio y cirugía estética; transmitiendo la idea de que pueden y deben ser delgadas (Yamamiya, et al, 2005).

Esta idealización de poseer un cuerpo muy delgado se relaciona positivamente con la insatisfacción de la imagen corporal en las mujeres; a menudo esta idealización e insatisfacción están acompañadas de ansiedad social, depresión, trastornos alimenticios y baja autoestima (Yamamiya, et al, 2005).

Groesz, et al. (2002) manipularon experimentalmente la exposición a imágenes del ideal de delgadez y evaluaron su impacto inmediato, llegaron a la conclusión de que había un pequeño pero consistente efecto negativo de las imágenes sobre el estado de ánimo, la insatisfacción corporal y la autopercepción del atractivo físico (Tiggemann, et al, 2009). De acuerdo con Salazar (2007), diversos autores han indicado que la insatisfacción corporal es una condición

común en la sociedad actual, pues se caracteriza por glorificar la salud, la belleza y la juventud. Esta insatisfacción se debe en gran parte a la presentación de ideales de belleza en los medios de comunicación, principalmente revistas y televisión, ideales normalizados e internalizados en cada una de las mujeres, pues son ellas quienes tienen un mayor acceso a los medios y, de acuerdo con varias investigaciones, reportan mayor insatisfacción con su cuerpo.

Dicha insatisfacción determinará no solamente la relación que la persona establece con otras, sino la que tendrá con su cuerpo. La comparación que realizan las mujeres respecto a las imágenes presentadas en los medios se da a partir de la presencia de tres factores: conocimiento de un ideal estético de la delgadez, interiorización de un ideal de delgadez y presión percibida para ser delgado (Rodríguez, et al., 2010).

La impresión de tener sobrepeso está ligada a más problemas psicológicos que realmente tener sobrepeso, las mujeres tienden a percibirse con un peso y figura mayor al que realmente poseen, valorándose negativamente (Curtis & Loomans, 2014).

Se han realizado estudios que muestran la relación entre el ideal de delgadez presentado en los medios y la insatisfacción corporal de las mujeres. Los sentimientos negativos hacia la imagen corporal se relacionan con la exposición a los medios, aquellas mujeres que dedicaban más tiempo a ver televisión y leer revistas mostraban una mayor insatisfacción corporal (Ashikali & Dittmar, 2012).

Esta insatisfacción es mayor cuando la imagen corporal presentada en los medios es reforzada por comentarios que aprueban y normalizan dicha imagen; por lo tanto, estas opiniones son tomadas como valores de referencia que en cierto momento desempeñarán el papel de factor determinante para la modificación del grado de influencia ejercida por los medios (Veldhuis, Konijn, & Seidell, 2014).

Los ideales culturales son un factor subyacente a la insatisfacción, en las sociedades occidentales mujeres y niñas están sujetas a una cultura que valora e idealiza la delgadez (Curtis & Loomans, 2014), generando presión social para que tengan y mantengan un cuerpo más delgado.

El ambiente familiar es una influencia importante sobre la imagen corporal, principalmente de las jóvenes; comentarios explícitos sobre el peso y el ejemplo de la familia cercana puede tener efectos negativos en las y los adolescentes. El desarrollo de la insatisfacción corporal se ha relacionado con una comunicación negativa en las familias, tales como burlas y críticas (Curtis & Loomans, 2014).

### **III. Alteración de la imagen corporal**

La percepción que tienen las personas sobre su imagen corporal, depende de la imagen mental que tengan sobre el tamaño y forma de su cuerpo; dicha percepción va ligada con el ideal de belleza establecido, ideal que la mayoría de mujeres jóvenes desea alcanzar debido a la constante comparación. En un estudio reciente (Soto-Ruiz, Marín-Fernández, Aguinaga-Ontoso, Guillén-Grima, Serrano-Monzó, Canga-Armayor et al., 2015) 64.6% de las mujeres se autopercibió de forma distorsionada.

La constante insatisfacción de la imagen corporal lleva a que las personas realicen una alteración o cambio en su aspecto y hábitos alimenticios, Meza y Moral (2013) señalan que las mujeres con mayor IMC se sienten insatisfechas con su imagen, hecho que las motiva a buscar métodos que ayuden a bajar de peso y a mejorar sus hábitos de salud.

#### IV. Instrumentos de evaluación Imagen Corporal

Para la evaluación de la Imagen Corporal existen diversas pruebas psicométricas que consideran aspectos perceptivos, cogniciones y actitudes hacia esta. A continuación se describen algunas escalas e instrumentos

Body Attitudes Test (BAT) de Coppemolle, Probst, Vandereycken, Goris y Meerman (1984 como se citó en Ríos, 2013), Consta de 20 afirmaciones y 3 subescalas, que miden el grado de satisfacción hacia la propia imagen corporal y la actitud hacia ella.

BodyAppreciation Scale (BAS) (Jáuregui & Bolaños, 2011). Valora los aspectos positivos de la imagen corporal, está compuesta por 13 reactivos:

- Respeto mi cuerpo
- A pesar de los defectos, acepto mi cuerpo tal como es
- Mi autovaloración es independiente de la forma de mi cuerpo o de mi peso
- No pierdo mucho tiempo en preocuparme por la forma de mi cuerpo o por mi peso
- Tengo hábitos sanos para cuidar mi cuerpo

Body Image Quality of Life Inventory (BIQLI-SP) (Jáuregui & Bolaños, 2011). Determina la calidad de vida en función a la imagen corporal en diferentes condiciones físicas, consta de 19 ítems con 6 opciones de respuestas: (-3) de manera muy negativa, (-2) de manera moderadamente negativa, (-1) de manera ligeramente negativa, (0) no tiene ningún efecto, (1) de manera ligeramente positiva, (2) de manera moderadamente positiva, (3) de manera muy positiva.

*Mi imagen corporal afecta a...*

- Cómo me siento básicamente a mí mismo (es decir, a mis sentimientos de ser una persona adecuada y valiosa)

- Mis relaciones con personas del mismo sexo
- Mis experiencias en el trabajo o en la escuela
- Mis emociones cotidianas
- Mi capacidad de controlar qué y cuánto como
- Mis actividades o prácticas de ejercicio físico
- La medida en que me siento feliz en mi vida diaria

Escala Visual de Siluetas para medir satisfacción/insatisfacción corporal (Gómez-Peresmitré, 1997), está formada por seis siluetas que cubren un continuo de peso corporal que va desde una figura muy delgada hasta una figura muy gruesa u obesa, pasando por una de peso normal. En muestras de adolescentes la escala de siluetas ha arrojado una confiabilidad por consistencia interna a través del alfa de Cronbach de .75 a .80.

Escala Imagen Corporal en Mujeres Jóvenes (Aguilar, Barneveld, Van, Gonzalez-Arratia & Unikel-Santoncini, 2010). Conformada por 26 reactivos, integrados en tres factores: insatisfacción corporal (10 reactivos), interiorización del ideal estético de delgadez (10 reactivos) e influencia social (6 reactivos). Confiabilidad por consistencia interna a través del alfa de Cronbach de 0.94.

- Me gustaría tener menor talla de cintura.
- Envidio la apariencia física de otras mujeres más esbeltas que yo.
- Al comparar mi cuerpo con el d alguien de mi edad y sexo, me siento satisfecha.
- Mi familia me presiona para estar más esbelta.

## V. Breve historia de la sexualidad

La historia de la sexualidad inicia en las sociedades complejas del neolítico y la edad de bronce, donde, a través de figuras, se idealiza a la mujer exaltando su fecundidad (Barbachano, 2008). De hecho, únicamente la procreación era importante, al pasar los años esta percepción cambió muy poco.

En los siglos XVIII y XIX se consideraba a la mujer incapaz de sentir placer y menos aún de experimentar un orgasmo; fue hasta el siglo XX que la sexualidad empezó a estudiarse de manera más objetiva y científica. Algunas de las investigaciones más importantes son las investigaciones de Ellis y sus seis tomos *Studies in the psychology of sex* (1897 a 1910), así como las aportaciones de Kinsey (Barbachano, 2008); fue gracias a estas investigaciones que poco a poco se ha separado la actividad sexual de la procreación y del amor; convirtiendo al placer como una meta más de la sexualidad.

La sexualidad humana involucra diversos componentes, entre ellos están el comportamiento sexual, la atracción romántica, atracción física y la identidad sexual. A diferencia de otras especies, en los seres humanos la sexualidad no se limita únicamente a la reproducción y búsqueda de placer, es una de las máximas expresiones de la necesidad de contacto y vinculación con el otro, así mismo es una fuente determinante en la organización social (García, 2007).

La sexualidad humana es una realidad compleja en la que convergen aspectos psicológicos, biológicos, socioculturales e históricos que interactúan para determinar la conducta sexual de las personas. Para Weeks (2003), la sexualidad es una construcción social basada en las posibilidades del cuerpo y sus placeres, incluyendo creencias, identidades y relaciones, cuyos significados son construidos históricamente por situaciones sociales concretas.

García (2007) reporta que en año 2000, la Asociación Mundial de Sexología afirmó que la sexualidad es una dimensión fundamental de los seres humanos, la cual incluye diversos componentes: el sexo y género, la identidad sexo-genérica,

la orientación sexual, la vinculación afectiva y amor, el erotismo y la reproducción. A su vez, se expresa de diversas maneras: fantasías, pensamientos, deseos, creencias, actitudes, valores, actividades, roles, prácticas y relaciones. Además, es el resultado de la interacción de factores psicológicos, biológicos, culturales, socioeconómicos, éticos y espirituales. La sexualidad se expresa en todo lo que somos, pensamos, hacemos y sentimos.

Un aspecto inherente e importante de nuestra sexualidad son las construcciones o roles de género, estos son determinados y aprendidos culturalmente desde la infancia temprana y son reforzados a través de los medios masivos de comunicación; son estos roles los que determinan en las personas el “deber y querer ser” en el comportamiento sexual (Robles & Robles, 2003).

Actualmente, la sexualidad es considerada como un indicador fundamental en la evaluación de las relaciones de pareja, ha adquirido un rol relevante para la formación y perduración de las relaciones de pareja. Anteriormente, las relaciones sexuales eran consideradas como algo inmutable, basadas en una lógica binaria que contribuía al mantenimiento de relaciones desiguales entre hombres y mujeres. La mujer quedó identificada en el rol de esposa fiel y madre, teniendo una sexualidad “respetable” ligada a la idea del amor verdadero (Tovar, 2012).

La sexualidad no es un aspecto aislado de la vida de las personas, incorpora a la sociedad, la familia y las diversas creencias religiosas, asimismo es cambiante, se modifica con el estado de salud, las experiencias y el envejecimiento. Dentro de la actividad sexual se involucran las relaciones interpersonales, cada pareja aporta actitudes y características únicas, necesidades y respuestas a la compenetración (Bakht & Najafi, 2010). Por ello, la sexualidad tiene un papel importante en las relaciones de pareja y ciertas respuestas como el deseo sexual, se asocian con los sentimientos del amor “apasionado”. Para muchas personas, amor y sexo comparten una íntima conexión; en su mayoría hombres y mujeres consideran que las relaciones

sexuales y otras actividades sexuales son más adecuadas durante las relaciones románticas (Regan, 2011).

## **VI. Sexualidad de las mujeres**

La sexualidad de las mujeres es un tema complejo, cotidianamente su cuerpo es considerado como un objeto de deseo para los hombres. La sexualidad humana es multidimensional, incluye componentes biológicos, psicológicos, socioculturales y espirituales. La sexualidad es dinámica, cambia de acuerdo al espacio y tiempo, es un aspecto individual construido socialmente. La sexualidad en las mujeres abarca las creencias, actitudes, valores y comportamientos que ellas tienen respecto a su propio cuerpo y la forma en que expresan su sexualidad. Algunos investigadores sugieren que la sexualidad en las mujeres puede estar más influida por los factores culturales (Woertman & Van den Brink, 2012).

Existen diversos estudios que vinculan la satisfacción respecto a la imagen corporal con comportamientos sexuales (Woertman, et al, 2012), el comportamiento sexual incluye actividades como besos y abrazos, relaciones coitales (pene-vagina), sexo oral, sexo anal y masturbación; hombres y mujeres pueden desarrollarlas a solas, con uno o varios compañeros y compañeras sexuales; aquellas mujeres que se sentían más satisfechas con su apariencia física reportaron una actividad sexual más frecuente, así como la iniciativa a iniciar una relación y probar nuevas conductas. Respecto a las conductas sexuales en solitario, había una relación positiva entre la satisfacción corporal y la frecuencia de la masturbación en las mujeres americanas europeas.

Otros estudios (Woertman, et al, 2012) han informado que las adolescentes sin experiencia coital se sentían significativamente más satisfechas con su apariencia física, en comparación con las que poseían experiencias coitales; la insatisfacción corporal aumenta la probabilidad del inicio de relaciones coitales.



## VII Estudios de sexualidad en México

Los estudios sobre sexualidad en México son muy recientes, aún no existen suficientes investigaciones que permitan un panorama claro, ni conocimientos para caracterizar la cultura sexual en México. Por las raíces culturales hispánicas es posible incluirla en lo que se ha denominado sociedades mediterráneas latinas. En estas sociedades, el deseo de procreación se vincula con la procreación legítima y los niños y niñas son deseados como reforzadores de alianzas e intercambios, son deseados siempre y cuando sean de la pareja adecuada; existen controles sobre la sexualidad femenina y la génesis de la progenie, que se ejerce a través de culto a la virginidad y los castigos a la infidelidad femenina (Szasz, 2000)

Respecto a la concepción de la sexualidad de las mujeres, la apreciación tiende a relacionarse con valores morales; el rango y prestigio social de las mujeres depende de un comportamiento sexual adecuado para la vida familiar que se expresa en normatividades divergentes para hombres y mujeres, el control de la reproducción femenina es inseparable del control de la sexualidad (Szasz, 2000).

Existen atributos socialmente contruidos como femeninos, tales como la habilidad de atraer a los hombres, de brindar placer en las relaciones coitales, de preservar la virginidad y la fidelidad marital, así como la ignorancia y la discreción. Estos constituyen valores de cambio en las relaciones hombre-mujer y su importancia se acentúa en los contextos donde ellas tienen escaso acceso a recursos (Szasz, 1996).

Los significados y las prácticas sexuales de las mujeres constituyen formas de adaptación o resistencia a normas culturales, también representan estrategias relacionadas con las condiciones materiales de vida y su situación social. La separación de la procreación y la vida sexual parece tener por objetivo evitar sufrimientos y daños a la salud de las mujeres que ya han tenido hijos dentro de

una unión, o evitar cargas económicas excesivas tanto en varones como en mujeres unidos, pero no necesariamente ampliar el disfrute de la sexualidad en las parejas jóvenes o entre las personas que no ejercen prácticas sexuales con una pareja conyugal (Szasz, 2000).

El inicio de la sexualidad en las mujeres o su reconocimiento está muy ligado con el compromiso afectivo, con el inicio de una vida en pareja y con la procreación, el haber tenido relaciones sexuales y no tener pareja es un estigma que perdura hasta nuestros días. Las normas que señalan una connotación negativa del deseo erótico y el placer sexual en las mujeres afectan el uso de anticonceptivos entre las mujeres y las medidas preventivas para la salud en todos los grupos de edad (Amuchástegui, 2001; Amuchástegui, 1997).

## VIII. Motivación sexual

El estudio de la sexualidad puede abordarse desde diversas perspectivas, es un aspecto inherente a la vida de los seres humanos, posibilita el desarrollo y creación de la vida; por lo cual juega un rol importante al momento de establecer relaciones interpersonales, se considera esencial en la pareja, ya que interviene en el inicio y desarrollo de su vida sexual (Valdez, Arce, Álvarez, González, Corza & González-Arratia, 2007).

Considerando los componentes biológicos de la sexualidad, al igual que otras necesidades básicas como sueño, hambre y sed, existen comportamientos que son motivados por la necesidad de satisfacerlos (Valdez, et al., 2007). Según esta premisa, existe una motivación o deseo dentro del plano sexual, es una fuerza motivacional innata que se origina dentro del individuo y se manifiesta en su cuerpo (Valdez, et al., 2007). De igual manera se pueden concebir a sexualidad y el comportamiento sexual como productos sociales, ya que surgen de las prácticas sociales, la agencia personal y las pautas culturales, generando diversos patrones sexuales culturales e individuales que se manifiestan en diversas formas de experimentar la vida sexual (Weeks, 2003).

A lo largo de la historia se ha considerado que las razones para involucrarse en actividades sexuales son pocas y sencillas, por ejemplo, para reproducirse, liberar tensión sexual y sentir placer. Martínez (2010) menciona que la liberación de estrés o de estados psicológicos negativos, sentirse valorado por la pareja, nutrir a la pareja (término en inglés: nurturance), expresar afecto por ella, ejercer poder, sentimientos de poder personal, experimentar placer y procrear, como algunos de los motivos para iniciar una conducta sexual.

El deseo y la motivación sexual son aspectos subjetivos del comportamiento sexual, se consideran importantes puesto que son aspectos fundamentales de diversos modelos explicativos de la sexualidad humana (Díaz & García, 2011). Krafft Ebing (De Lameter & Still, 2005 como se citó en Valdez, et al., 2007)

considera a la motivación sexual como una ley fisiológica que emerge de la actividad cerebral y está asociada a sensaciones físicas placenteras; por ello la motivación sexual se manifiesta en un conjunto de conductas dirigidas a lograr la satisfacción sexual del individuo. El deseo sexual es la inclinación a buscar una actividad sexual que potencialmente implica el uso de los genitales (García, 2007).

El concepto de motivación sexual, es ambiguo aún, sin embargo se han realizado diversas investigaciones que han contribuido a comprender mejor este constructo. Patrick, Maggs, Cooper y Lee (2011) indican que las motivaciones desarrolladas a lo largo de la vida contribuyen al comportamiento; es decir: las motivaciones están ligadas a la forma de conducirse, a las actitudes, a las expectativas y la toma de decisiones de cada persona. Patrick, et al., (2011) señalan que los seres humanos presentan cinco principales motivaciones: amor, cumplimiento, placer, estados alterados y potencia, los cuales definen su comportamiento sexual.

Existen diversas razones que motivan a involucrarse en prácticas sexuales; según Brewer y Abell (2015) se pueden catalogar en:

- a) Razones físicas, donde se incluye la búsqueda del placer, reducción de estrés y el deseo físico.
- b) Motivaciones emocionales, relacionadas con el amor y compromiso, inseguridad y expresión de afecto, la necesidad de aumentar la autoestima y la presión o deber por tener una pareja.
- c) Consecución de objetivos, en esta se involucran el estatus social, los recursos, la venganza y razones materiales.

No existe una definición universalmente aceptada sobre el concepto de deseo o motivación sexual pero existen diferentes connotaciones:

Para Levine (2002), el deseo sexual se refiere a la suma de las fuerzas que inclinan o alejan a las personas de la conducta sexual; para este autor, la motivación sexual es cambiante, va de la aversión a la indiferencia, y abarca el

interés, la necesidad y la pasión. Distingue en el deseo sexual tres aspectos: el biológico, el cual se refiere al funcionamiento del sistema endocrino basado en un impulso sexual, el psicológico que se refiere a la motivación sexual y la voluntad de comportarse sexualmente y el social que comprende la influencia cultural sobre las expectativas sexuales.

Los motivos sexuales propician la obtención de un estado afectivo positivo como fin de la conducta sexual, ya sea la experiencia del placer, vinculación afectiva y de autoafirmación emocional, así como el estado de bienestar producto de la consumación de la conducta sexual (Martínez, 2010).

Un impulso sexual individual se transforma en un asunto político en las relaciones interpersonales; esta relación política en torno al sexo es inevitable, dado que todas las parejas cooperan y negocian para lidiar con sus motivaciones sexuales (Levine, 2002). Por ello, la sexualidad se erige como una de las esferas de poder más utilizadas e importantes en las relaciones interpersonales, ya que restringir o dar acceso al sexo son fuentes de poder, puesto que se obtiene dominio, control y estatus sobre la pareja (García, 2007).

Según la teoría de las estrategias plurales (Martínez, 2010), y a la teoría de las estrategias sexuales, los seres humanos poseen diversas estrategias para involucrarse en actividades sexuales, las cuales directamente se relacionan con el estatus de la pareja, por ejemplo, en relaciones sexuales con parejas ocasionales se reconoce el deseo de mejorar las habilidades sexuales y experimentar variedad. En cambio en las relaciones románticas estables, las relaciones sexuales pueden presentarse para intensificar la relación emocional, compensar o castigar a la pareja e incrementar el nivel de compromiso (Martínez, 2010).

Otro factor importante asociado con la motivación sexual es la edad, ya que con ésta decrece gradualmente la motivación en hombres y mujeres. También es un predictor más significativo del deseo en hombres; las mujeres que tienen pareja tienden a tener niveles altos de deseo sexual (DeLameter & Still, 2005).



Figura 2. Dimensiones de la motivación sexual, García (2007)

En la figura 2 se muestran los factores de la motivación sexual de acuerdo a García (2007) se pueden dividir en Motivadores e Inhibidores, dentro de los motivadores se encuentran la expresión afectiva, la atracción interpersonal, el placer físico y los facilitadores, mientras que los inhibidores corresponden a los obstáculos, la falta de deseo y la vinculación deficiente.

El deseo de provocar placer en el otro es un factor que interviene en la motivación sexual, en éste se conjugan el interés y las ganas de lograr la excitación física (García, 2007). La pareja comparte responsabilidades sociales y la experiencia sexual en la cual desean dar satisfacción a la otra persona, lo cual implícitamente contribuye al reforzamiento de su relación (Valdez et al., 2007).

Valdez et al., (2007) menciona que la motivación sexual es el resultado de la interacción de los factores biológicos (neurofisiológicos o bioquímicos), psíquicos (emocionales, cognitivos y conductuales) y sociales (contexto, normas y costumbres), que interactúan para la expresión de la sexualidad en sus diferentes niveles.

## **IX. Motivación sexual y construcciones sexo-genéricas**

Involucrarse en alguna actividad sexual posee un contexto cultural y un límite social, cada grupo puede tener incentivos particulares, tales como incremento del estatus y la reputación de la persona (Buss, 2006). El comportamiento sexual de las personas responde a este contexto sociocultural, donde los roles de género juegan un papel importante. De hecho, en sociedades como la nuestra, donde los hombres tienen mayor libertad sexual que las mujeres, es importante comprender estas diferencias. Patrick, et al., (2011) explican este comportamiento señalando que los hombres tienen más parejas sexuales, aunque algunos otros argumentan que las cosas han cambiado y que las motivaciones sexuales ya no responden a razones de género, ya que señalan que hombres y mujeres tienen sexo con la finalidad de obtener placer.

Las diferencias existentes entre los sexos respecto al tipo de motivos sexuales y la relevancia que se les otorga, puede explicarse en el marco de la identidad de género; los motivos más relevantes para las mujeres son los relacionados con la afectividad y la rendición; los resultados de múltiples estudios

(Díaz & García, 2011) siguen demostrando que las cuestiones de género siguen marcando una pauta en las motivaciones que lleva a una persona a tener, o no, sexo con otra, ya que las mujeres siguen reportando que la principal motivación que las lleva a tener sexo es tener una pareja que las ame; de forma que la disposición emocional se vuelve un factor importante para la toma de decisiones en el aspecto sexual. Patrick, et al., (2011) señalan que la motivación sexual es mayor al momento que los individuos establecen una relación amorosa.

En la motivación sexual, se conjugan factores de carácter psicológico, biológico y ambiental en las reacciones de ambos sexos; cabe destacar que los hombres son motivados con mayor facilidad, pues antaño han sido libres de expresar su sexualidad sin que esto les genere algún conflicto a nivel individual o social, en cambio las mujeres han sido reprimidas históricamente debido a las desigualdades genéricas existentes (Valdez, et al., 2007).

La motivación sexual se encuentra en función del sexo ya que los hombres tienden a motivarse más en comparación con las mujeres, quienes a su vez se desmotivan en mayor grado; asimismo lo que principalmente motiva a los hombres es la gratificación física, en cambio la expresión afectiva (amor y compromiso emocional) es el principal motivo sexual de las mujeres (Valdez et al., 2007). En función del sexo, Levine (2002) enuncia que la motivación sexual en las mujeres es más débil en comparación de los hombres, y ha sido ignorada ya que biológicamente fluctúa en función del embarazo, el ciclo menstrual, la lactancia y la fatiga; al mismo tiempo el deseo sexual de las mujeres ha sido negado y condenado socialmente.

La motivación sexual de las mujeres esta notoriamente vinculada con la influencia hormonal de sus ciclos menstruales (García, 2007). Dicha influencia hormonal tiene diversos efectos en cada mujer, es necesario un nivel mínimo de testosterona para que se produzca el deseo sexual, algunas mujeres pueden permanecer sin afectarse por sus variaciones hormonales, mientras que otras pueden ser altamente sensibles.



Levine (2002) manifiesta que la mujer anhela el amor y la intimidad para abrirse al sexo, mientras que el hombre aspira al sexo como una puerta al amor. El deseo sexual de la mujer está movido más por la imaginación y los sentimientos que por sus impulsos.

En un estudio realizado por Valdez, Sánchez, Fierro y López Fuentes (2007) se encontraron diferencias en relación con la motivación sexual entre hombres y mujeres. Los hombres tienden a motivarse sexualmente más que las mujeres, esto debido a que ellos han sido educados para expresar libremente su sexualidad sin que ésta les genere ningún problema personal o social, mientras que a las mujeres han sido reprimidas en este aspecto hasta las últimas décadas.

La sociocultura impacta en los aspectos que motivan a las personas a tener deseos sexuales, históricamente a los hombres se le ha dado mayor permisividad para la satisfacción de sus deseos, mientras que a las mujeres se les ha reprimido; de acuerdo con una ideología tradicionalista, los deseos de las mujeres deben ser satisfechos hasta el matrimonio (Valdez, et al., 2007). Otra idea relacionada con los roles de género tradicionales sostiene que los hombres tienden a concebir el sexo como una decisión personal, mientras que las mujeres se basan en la intimidad y compromiso de la relación (Boul, Hallam-Jones & Wylie, 2009).

Las razones por las cuales las mujeres se involucran en actividades sexuales están descritas en la literatura, las palabras utilizadas por las mujeres mexicanas para describir cada aspecto de la motivación sexual y su significado conceptual, hacen evidente la importancia de construir instrumentos culturalmente relevantes (Martínez, 2010).

Evidencias históricas y antropológicas muestran que en las sociedades ancestrales la motivación sexual no era un factor importante para que las mujeres se emparejaran con éxito, a diferencia de las sociedades actuales (postindustriales). Por consiguiente se ha favorecido en ellas una conducta sexual con motivación baja; debido a que este nivel no es adecuado para las sociedades

postindustriales, las mujeres que lo manifiestan son catalogadas por sufrir una disfunción sexual (Apostolou, 2015).

Para tener relaciones sexuales y encontrar pareja deben existir ciertos mecanismos en las mujeres que las motiven. Un mecanismo que contribuye es el deseo sexual (Apostolou, 2015). Sin embargo para que las relaciones sexuales se mantengan se necesita de otro mecanismo: la excitación sexual, que al ser gratificante sirve como recompensa. El orgasmo se define como una sensación de intenso placer, se puede considerar un mecanismo motivador y gratificante para que las mujeres tengan relaciones sexuales (Apostolou, 2015).

Es más probable que la mujer experimente un orgasmo si se relaciona con un hombre que posea características deseables para ella; si bien este argumento se centra en el orgasmo, se puede explicar de otra manera. Por ejemplo, si la mujer siente un deseo alto de tener relaciones sexuales con una pareja que posea determinados rasgos deseables como un estatus social alto, su experiencia será mayor gratificante cuando lo consiga (Apostolou, 2015).

Las conductas sexuales de las personas se han asociado con las motivaciones de poder sobre la pareja. El deseo sexual y la necesidad de intimidad o cercanía se relacionan con los motivos que poseen las personas para tener sexo, de igual manera el poder sobre la otra persona es un factor importante en la búsqueda de intimidad y sexo (Marelich & Lundquist, 2008).

La motivación sexual se encuentra influenciada por aspectos culturales (Buss, 2003) relacionados con la experiencia del placer durante y después de la conducta sexual y la vinculación afectiva durante ésta.

## **X. Formas de evaluación y medición Motivación Sexual**

Existen pocos instrumentos de evaluación para la motivación sexual, los datos disponibles se infieren de la experiencia clínica y no son producto de su estudio científico (García, 2007), o bien son deducidos a partir de otras variables como las fantasías y pensamientos sexuales que funcionan como medidas indirectas de la motivación sexual (DeLameter & Still, 2005). A continuación se describe el instrumento Escala de Motivación Sexual (García, 2007):

Consta de 67 reactivos distribuidos en dos subescalas: la subescala de inhibición sexual formada por 37 reactivos que dan lugar a tres factores (vinculación deficiente, falta de deseo y obstáculos), que explican 41.87% de la varianza; y la subescala de motivación sexual constituida por 30 reactivos que se agrupan en cinco factores (expresión afectiva, atracción interpersonal, placer físico, deseo sexual y facilitadores) que explican 19.07% de la varianza. En total los ocho factores que forman el instrumento explican 60.94% de la varianza. La confiabilidad total de la escala presenta un coeficiente  $\alpha$  de Cronbach=.9488. Este instrumento utiliza una escala de respuesta de cinco niveles que va desde nunca hasta siempre, para evaluar la frecuencia con la que la persona considera que su conducta sexual obedece a una serie de motivos e inhibidores sexuales.

## **XI. Satisfacción sexual**

El estudio de la sexualidad tradicionalmente se ha centrado en las fases del modelo trifásico del ciclo de respuesta sexual (deseo, excitación y orgasmo) motivado principalmente por el interés en la evaluación, diagnóstico y tratamiento de las disfunciones sexuales. La insatisfacción sexual no se incluye en las clasificaciones internacionales de disfunciones sexuales (Martínez, 2010) por ello no existen suficientes estudios por describirla. Se ha sugerido que la satisfacción sexual se considere en los modelos explicativos de la conducta sexual y que se hagan estudios para definirla más allá de la ausencia de alteraciones en las fases del ciclo de respuesta sexual (Martínez, 2010).

La sexualidad es fuente de placer, ya que enriquece las relaciones humanas y las experiencias individuales, es parte importante de la salud sexual (DeLameter & Still, 2005). La motivación sexual está encaminada principalmente hacia la búsqueda de satisfacción sexual a través de diferentes prácticas eróticas que pueden provocar diversos niveles de gratificación (García, 2007).

La actividad sexual es importante en la misma medida que dormir bien o tener una alimentación saludable. Muchas personas manifiestan insatisfacción en su vida sexual con otras personas por motivos diferentes; existen diferencias entre hombres y mujeres, entre individuos de una población, incluso, entre países (Wylie, 2010).

Aunque la satisfacción sexual se ha considerado importante para el comportamiento y funcionamiento sexual, aun no existe una concepción clara, los elementos que la conforman no son precisos. Los instrumentos existentes que evalúan la satisfacción sexual no consideran el contexto individual y relacional; por ejemplo en instrumentos que evalúan el funcionamiento sexual de las mujeres se equipara la satisfacción sexual con la frecuencia de actividades sexuales, con el orgasmo, con el deseo sexual y con la vida sexual en general (Martínez, 2010).

La satisfacción sexual es un componente primordial de la salud sexual, así como un derecho sexual (Pascoal, Narciso, & Pereira, 2014). Se han realizado diversos estudios que muestran su relación con la comunicación sexual, la satisfacción con la relación de pareja y la intimidad emocional (Pascoal, Narciso, & Pereira, 2014).

La satisfacción sexual es un concepto amplio en el cual se incorporan aspectos relacionados con el ejercicio sexual y las relaciones de pareja; de igual manera hace referencia a la respuesta afectiva originada por la evaluación subjetiva que realiza la persona sobre las dimensiones negativas y positivas de su relación sexual (Teva, Bermúdez, & Ramiro, 2014) incluyendo la comunicación no verbal y verbal con la pareja.

La frecuencia con la que mantienen actividades sexuales con una pareja se ha asociado como un factor importante a la satisfacción sexual. Parejas homosexuales y heterosexuales generalmente reportan niveles más altos de satisfacción sexual cuando tienen sexo frecuentemente, en comparación con aquellas que presentan menor frecuencia (Peplau, Fingerhut, & Beals, 2004; Sprecher & Cate, 2004; como se citó en Regan, 2011).

De igual manera, la satisfacción sexual se ha asociado a otros factores en una relación de pareja, tales como el orgasmo (e.g., Haning et al., 2007; Perlman & Abramson, 1982; Pinney, Gerrard & Denney, 1987; Tracy & Junginger, 2007; Young et al., 1998; como se citó en Regan, 2011) y la relación entre beneficios (placer físico, sentirse deseable sexualmente y la intimidad emocional) y costos (falta de tiempo, preocupaciones sobre el desempeño, dificultades con la frecuencia deseada) que obtienen de sus relaciones (Regan, 2011).

La presencia e incidencia del orgasmo es uno de los indicadores más citados respecto a la satisfacción sexual; sin embargo, existen inconsistencias en las correlaciones entre estos fenómenos. Las mujeres pueden sentirse sexualmente satisfechas sin haber experimentado un orgasmo, mientras que existen otras que requieren varios orgasmos para sentirse satisfechas,

dependiendo del nivel de deseo que exista en cada persona y de la situación particular (Martínez, 2010).

De acuerdo con estudios realizados (De la Rubia, 2009), la satisfacción sexual se relaciona débilmente con la frecuencia de orgasmos y de manera más baja con la frecuencia de las relaciones sexuales; pero muestra una relación moderada con la comunicación, la satisfacción marital, la angustia y la culpa relacionada con las conductas sexuales.

Otro de los indicadores comúnmente mencionados de satisfacción sexual es la frecuencia de actividad sexual, debido a que ésta se asocia a la felicidad marital (Martínez, 2010). No obstante, la frecuencia no necesariamente se relaciona con la calidad, por lo que posiblemente no sea un buen indicador, debido a las múltiples razones que tienen las personas para implicarse en actividades sexuales (García, 2007; Hill & Preston, 1996; Impett & Peplau, 2003; Meston & Buss, 2007 como se citó en Martínez, 2010).

Existen diversos factores que pueden interferir con la satisfacción sexual y la intimidad, como vergüenza, confianza, amor, inseguridades, la motivación hacia el placer y autoestima, particularmente con grupos étnicos minoritarios (Wylie, 2010).

Al hablar de la satisfacción sexual de la mujer es importante analizar estereotipos de género, pues es a partir de estos se establecen guiones sexuales que habrán de determinar el actuar de cada sexo (Jones, 2006). Dichos estereotipos describen la forma en que hombres consiguen tener sexo con la otra persona, como las conductas coercitivas (Jones, 2006), de forma que los roles colocan al hombre como el activo y a la mujer como la pasiva (objetivándola sexualmente).

Cuando estos guiones sexuales son seguidos al pie de la letra y tienen el efecto esperado, se repiten y refuerzan constantemente (Jones, 2006), de continuar dicha reproducción, continuaría la objetivación de las mujeres, debido a

que el hombre sigue adoptando el papel de dominante en la relación, en la cual la mujer llega a sentir cierta imposición sexual por parte de su pareja.

La satisfacción sexual posee dos componentes, el emocional-relacional y el físico; el plano relacional hace referencia a la satisfacción con la relación de pareja durante la conducta sexual, mientras que el plano físico se refiere a la valoración subjetiva de las sensaciones de placer corporal experimentadas durante la conducta sexual a través de la estimulación de las zonas erógenas y el cuerpo en general (Martínez, 2010).

## **XII. Formas de evaluación y medición Satisfacción Sexual**

Para la evaluación de factores asociados a la sexualidad existen diversos instrumentos y escalas, a continuación se enumeran algunas relacionadas con la satisfacción sexual:

Investigation Satisfaction Scale (ISS), cuenta con una confiabilidad de consistencia interna entre .86 y .95 en la versión en inglés (Butzer & Campbell, 2008; como se citó en Pérez-Triviño, 2013) y con una confiabilidad test-retest de .93 tras una semana de intervalo. Muestra adecuadas evidencias de validez discriminante, puesto que identifica diferencias entre personas con y sin problemas sexuales, y de validez de constructo por a relación con la satisfacción marital, autoestima, deseo sexual, funcionamiento sexual y depresión (Pérez-Triviño, 2013).

Índice de Satisfacción Sexual (ISS) versión española. Constituida por 25 ítems que evalúan el grado de satisfacción sexual con la pareja, se puntúan en una escala tipo Likert. Cuenta con una confiabilidad de consistencia interna para la escala global de 0.89 (Pérez Triviño, 2013).

Inventario Golombok-Rust de Satisfacción Sexual (GRISS), (Rust & Golombok, 1986; como se citó en Pérez-Triviño, 2013). Mide la falta de

satisfacción sexual, es un cuestionario comprendido por 28 ítems y dos subescalas para evaluar existencia y gravedad de los problemas sexuales (Pérez-Triviño, 2013).

Inventario Pinney de Satisfacción Sexual (Pérez-Triviño, 2013). Es un cuestionario que mide la satisfacción sexual en mujeres.

Escala de Satisfacción Sexual Para Mujeres (SSS-W), (Pérez-Triviño, 2013). Mide la angustia sexual y la satisfacción sexual. Está compuesta por 30 apartados integrados en cinco dominios (alegría, compatibilidad, angustia personal, comunicación y angustia relacionada con la relación). Confiabilidad por consistencia interna en la escala original de .94, han realizado modificaciones eliminando menciones de género en hombres, obteniendo una confiabilidad en la muestra total de .95.

Medida Global de Satisfacción Sexual, (Pérez-Triviño, 2013). Evalúa la satisfacción sexual con la pareja mediante una sola pregunta basada en una respuesta multidimensional: “En general, ¿cómo de satisfecho está usted con su vida sexual en este momento?” Dicha pregunta está seguida de cinco escalas dicotómicas: bueno/malo, agradable/desagradable, positivo/negativo, satisfactorio/insatisfactorio, valioso/sin valor. Estas respuestas están indicadas en una escala de siete puntos que van desde 1= muy satisfecho, hasta 7= muy insatisfecho, se hace una puntuación inversa de modo que las puntuaciones más altas reflejan satisfacción mayor.

En general los instrumentos que evalúan la satisfacción sexual, lo hacen mediante indicadores globales de la misma, usando medidas poco claras de uno o dos reactivos (Martínez, 2010), a pesar de que se reconocen los elementos de la satisfacción sexual física, tales como presencia de orgasmos y las diversas sensaciones involucradas, de elementos relacionados con la aceptación de la propia sexualidad, así como de satisfacción sexual emocional y relacional -cercanía emocional, calidad del vínculo de pareja-, no se reconocen con claridad los elementos e indicadores de la misma (Martínez, 2010).



Como se ha mostrado a lo largo de estos tres capítulos el estudio de la sexualidad de las mujeres es un tema inconcluso, pues existen múltiples enfoques a través de los cuales se puede mirar; cada uno de estos componentes posee un aspecto subjetivo, pues la evaluación o experiencia, a pesar de ser construida en un contexto determinado, se vive de manera individual y subjetiva. Por ello, es importante analizar cómo diversos factores o elementos interactúan entre sí para configurar o condicionar experiencias específicas sobre la sexualidad de las mujeres mexicanas.

## Capítulo III

### Método

#### I. Justificación

El presente estudio tiene la finalidad de indagar un tema poco estudiado en nuestro país: la sexualidad de las mujeres. La conceptualización de la sexualidad en las mujeres mexicanas está primordialmente ligada a la procreación (Szasz, 2006), dejando de lado la satisfacción sexual. Hasta el momento no hay investigaciones que nos brinden datos significativos de cómo viven las mujeres mexicanas su sexualidad, en especial, el aspecto corporal.

La idealización de poseer un cuerpo muy delgado se relaciona positivamente con la insatisfacción de la imagen corporal en las mujeres, a menudo esta idealización e insatisfacción está acompañada de ansiedad social, depresión, trastornos alimentarios y baja autoestima (Yamamiya et al., 2005). De acuerdo con un estudio realizado por Cruz-Sáez, Salaberria, Rodríguez y Echeburúa (2013), las adolescentes latinoamericanas tienden a percibirse más atractivas en comparación con las españolas. De igual manera, presentan niveles más altos de miedo hacia ganar peso y peores hábitos alimentarios, asimismo realizan dietas de manera más frecuente.

La coacción hacia las mujeres para alcanzar un cuerpo sensual se ha asociado con la aceptación e inclinación al sometimiento de cirugías reductivas. Además, la representación de comportamientos considerados poco sanos rodeados de glamur, como el consumo de sustancias, la delgadez y el sometimiento a dietas, así como la excesiva erotización de los cuerpos, puede contribuir al desarrollo de fantasías narcisistas sobre el ideal (Arrieta, Larrain, Orellana, & Zegers, 2013).

Si bien se han realizado estudios en otros países donde se menciona la relación entre imagen corporal y sexualidad, es necesario un referente local para indagar a profundidad cómo interactúan estas dos variables. El presente estudio se enfocamos únicamente a dos aspectos de la sexualidad: la motivación sexual y la satisfacción sexual, lo cual ayudará al desarrollo de investigaciones futuras de estos temas con mujeres jóvenes mexicanas. Es necesario considerar elementos sociales-culturales específicos de la población, ya que, como lo muestran las referencias bibliográficas, estos aspectos inciden de manera importante para conjugar los elementos involucrados al momento de establecer una conducta sexual; por ejemplo, la motivación sexual se encuentra influida por aspectos culturales (Buss, 2003) relacionados con la experiencia del placer durante y después de la conducta sexual y la vinculación afectiva durante ésta.

Las razones por las cuales las mujeres se involucran en actividades sexuales están descritas en la literatura pocas de estas investigaciones corresponden a población mexicana, las palabras utilizadas por las mujeres mexicanas para describir cada aspecto de la motivación sexual y el significado conceptual que le dan, hacen evidente la importancia de construir instrumentos culturalmente relevantes (Martínez, 2010).

La elección de estos dos aspectos de la sexualidad (motivación y satisfacción sexual) corresponde a lo encontrado en investigaciones anteriores, la relación entre satisfacción sexual y motivación sexual ha sido estudiada y demostrada, estos dos aspectos comparten los elementos de afectividad percibida en la relación de pareja y el placer físico; lo cual sugiere que lo que en un momento dado genera satisfacción sexual, en experiencias futuras puede fungir como motivador de la conducta sexual. Sin embargo no se ha analizado a detalle la correlación de las tres variables: satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal, motivación sexual y satisfacción sexual (Martínez, 2010).

Por ello, el presente estudio ayudará a profesionales de la salud, en especial psicólogos y psicólogas, a comprender la relación entre estas variables para su posible intervención

## **II. Planteamiento del problema**

### **Pregunta de Investigación**

¿Cómo se relacionan la satisfacción/insatisfacción de la imagen corporal, la motivación sexual y la satisfacción/insatisfacción sexual en un grupo de mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo?

## **III. Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar la relación positiva/negativa entre la satisfacción/insatisfacción de la imagen corporal, la satisfacción sexual y la motivación sexual en un grupo de mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura.

### **Objetivos específicos**

- I. Identificar el grado de satisfacción o insatisfacción de la imagen corporal que poseen las mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura.
- II. Medir la satisfacción sexual y la motivación sexual en este grupo de mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura.
- III. Conocer la relación entre satisfacción sexual y la satisfacción/insatisfacción de su imagen corporal en este grupo de mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura.
- IV. Conocer la relación entre motivación sexual y la satisfacción/insatisfacción de su imagen corporal en este grupo de mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura.

## IV. Hipótesis

**Hipótesis de trabajo:** Existe una relación positiva entre la satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal, la satisfacción sexual y la motivación sexual en un grupo de mujeres jóvenes estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

**H<sub>1</sub>:** Existe una relación estadísticamente positiva entre la satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal, la satisfacción sexual y la motivación sexual en las mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

**H<sub>0</sub>:** No existe una relación positiva estadísticamente significativa entre la imagen corporal, la satisfacción sexual y la motivación sexual en las mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

## V. Definición de variables

### ***Variable imagen corporal***

Definición conceptual: Constructo multidimensional que abarca tres dimensiones específicas, la valoración, inversión y el afecto. La valoración denota sentimientos de satisfacción o insatisfacción con varios aspectos de la apariencia física. La inversión se refiere a la importancia que la persona le da a su apariencia y el esfuerzo que se está dispuesto a hacer para lograr la apariencia física deseada. Por último, la dimensión afectiva se refiere a la experiencia emocional que se deriva de las valoraciones relacionadas con el cuerpo (Woertman & Van den Brink, 2012).

Definición operacional: Se evaluó a través de la Escala Visual de Siluetas para medir satisfacción/insatisfacción corporal, está formada por seis siluetas que

cubren un continuo de peso corporal que va desde una figura muy delgada hasta una figura muy gruesa u obesa, pasando por una de peso normal. En muestras de adolescentes la escala de siluetas ha arrojado una confiabilidad por consistencia interna a través del alpha de Cronbach de .75 a .80 (Gómez-Peresmitré & Ávila, 1997).

### ***Variable motivación sexual***

Definición conceptual: Resultado de la interacción de los factores biológicos (neurofisiológicos o bioquímicos), psíquicos (emocionales, cognitivos y conductuales) y sociales (entorno, normas y costumbres), que interactúan para darle forma a la expresión de la sexualidad en sus diferentes niveles (García, 2007).

Definición operacional: Fue evaluada a traves de la Escala de Motivación Sexual, consta de 67 reactivos distribuidos en dos subescalas: la subescala de inhibición sexual formada por 37 reactivos que dan lugar a tres factores (vinculación deficiente, falta de deseo y obstáculos), y la subescala de motivación sexual constituida por 30 reactivos que se agrupan en cinco factores (expresión afectiva, atracción interpersonal, placer físico, deseo sexual y facilitadores). Confiabilidad por consistencia interna del inventario completo, obtenida a través del alpha de Cronbach de .9488 (García, 2007).

### ***Variable satisfacción sexual***

Definición conceptual: Se refiere a la percepción y evaluación que una persona hace de su vida sexual con base en ciertos aspectos, no es únicamente la ausencia de problemas. Implica una dimensión biopsicosocial (García, 2007).

Definición operacional: Escala de Satisfacción Sexual, 39 reactivos distribuidos en cuatro dimensiones. La confiabilidad por consistencia interna del inventario obtenida a través del alpha de Cronbach, fue de .7000 (García, 2007).

## VI. Tipo de estudio

No experimental – transversal - correlacional

La presente investigación es de tipo no experimental, pues no se manipularán las variables de manera deliberada; transversal porque recopila datos en un sólo periodo; y correlacional dado que establece relaciones entre tres variables: satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal, la satisfacción sexual y la motivación sexual en un grupo de mujeres jóvenes estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

## VII. Muestreo

Para la selección de la población se utilizó un muestreo no probabilístico por cuotas. Las participantes corresponden a las siguientes características:

- a. Mujeres
- b. Estudiantes de licenciatura

La muestra estuvo compuesta por un grupo de N=100 mujeres estudiantes de licenciatura. La edad de las participantes osciló entre los 17 y 24 años.  $Media_{edad} = 20.34$ , (D.E. = 1.68)

La relación predominante fue la de noviazgo con 43%, siguiendo con 35% no involucrada con nadie en ese momento; con menores porcentajes se presentaron: saliendo con varias personas ocasionalmente (10%), saliendo ocasionalmente con una persona (9%), unión libre (1%) y dos personas que no respondieron (tabla 2 y figura 3). Respecto a la orientación sexual la predominante fue la heterosexual (86), siguiendo la bisexual (6), homosexual (1) y otra (3) entre las cuales la respuesta fue pansexual y cuatro personas que no contestaron (tabla 3 y figura 4).

Tabla 2. Tipo de relación mantenida en el momento de la aplicación

<b>Tipo de Relación</b>	<b>Número de mujeres</b>
<i>No involucrada con nadie</i>	35
<i>Noviazgo</i>	43
<i>Saliendo con una persona ocasional</i>	9
<i>Saliendo con varias parejas ocasionales</i>	10
<i>Unión libre</i>	1
<i>No contestó</i>	2

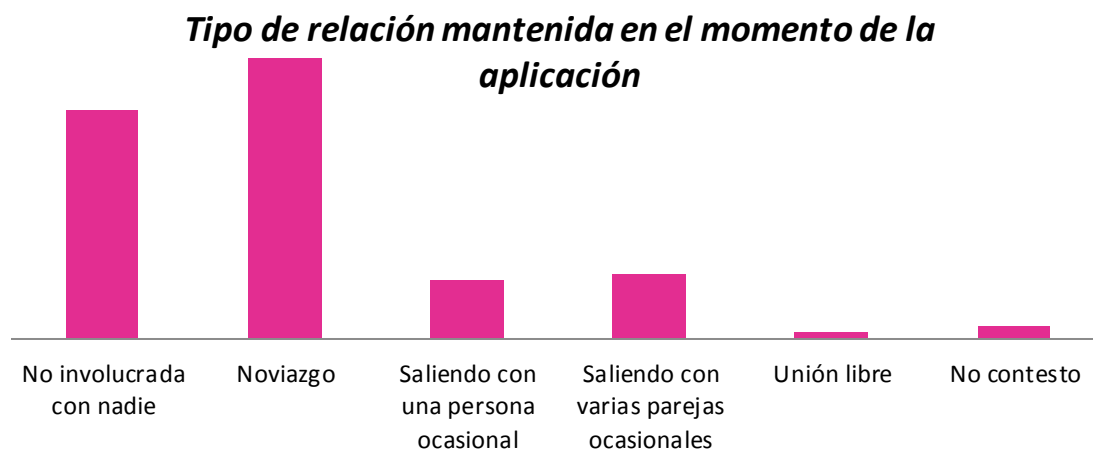


Figura 3. Tipo de relación mantenida en el momento de la aplicación



Tabla 3. Orientación Sexual de las participantes

Orientación sexual	Número de mujeres
<i>Heterosexual</i>	86
<i>Homosexual</i>	1
<i>Bisexual</i>	6
<i>Otra</i>	3
<i>No contestó</i>	4

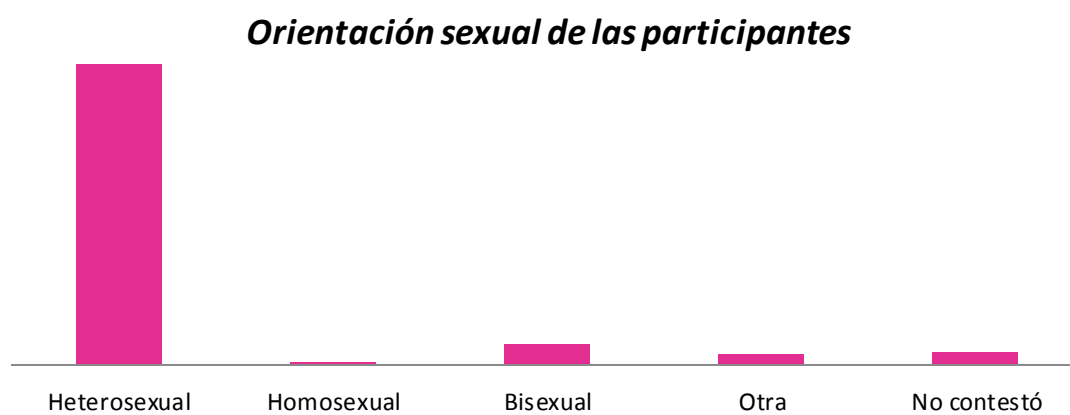


Figura 4. Orientación sexual de las participantes

## VIII. Instrumentos o técnicas para la obtención de la información

### Imagen corporal

Escala Visual de Siluetas para medir satisfacción/insatisfacción corporal: Está formada por seis siluetas que cubren un continuo de peso corporal que va desde una figura muy delgada hasta una figura muy gruesa u obesa, pasando por una de peso normal (ver apéndices B y D). En muestras de adolescentes la escala de siluetas ha arrojado una confiabilidad por consistencia interna a través del alpha de Cronbach de .75 a .80. Para evaluar la imagen corporal se presenta la escala en dos ocasiones con las siluetas ordenadas al azar para cada ocasión (Gómez Pérez-Mitré, 1997). Se califica la diferencia positiva entre figura actual (FA) menos figura ideal (FI). Mayor diferencia, mayor insatisfacción, satisfacción se define como una no diferencia o una diferencia igual a cero ( $FA-FI=0$ ).

### Motivación sexual

Escala de Motivación Sexual: Consta de 67 reactivos distribuidos en dos subescalas: la subescala de inhibición sexual formada por 37 reactivos que dan lugar a tres factores (vinculación deficiente, falta de deseo y obstáculos), y la subescala de motivación sexual constituida por 30 reactivos que se agrupan en cinco factores (expresión afectiva, atracción interpersonal, placer físico, deseo sexual y facilitadores); utiliza una escala de respuesta de cinco niveles que va desde nunca hasta siempre, para evaluar la frecuencia con la que la persona considera que su conducta sexual obedece a una serie de motivos e inhibidores sexuales (ver apéndice E). Confiabilidad por consistencia interna del inventario completo .9488 (García, 2007).

Se divide en ocho factores:

- I. **Vinculación deficiente**. Características, funcionamiento y dinámica del vínculo interpersonal que inhiben la conducta sexual, tales como los problemas, la falta de

afecto, de interés y deseo, así como ciertos aspectos individuales que dificultan la interacción de pareja.

- II. **Falta de deseo sexual.** Ausencia del impulso o la energía sexual ya sea personal y/o del compañero o compañera, necesario para que haya actividad sexual.
- III. **Expresión afectiva.** Expresión de emociones y sentimientos (amor, cariño, unión, intimidad), como motores fundamentales de las relaciones sexuales con la pareja que fortalece la relación.
- IV. **Atracción interpersonal.** Aquellas características físicas y de la interacción que propician la evaluación favorable de una persona, lo que favorece la actividad sexual.
- V. **Placer físico.** Búsqueda y/o la consumación erótica, dar y/o experimentar satisfacción física a través de las sensaciones corporales placenteras que actúan como estímulos que favorecen la conducta sexual.
- VI. **Deseo sexual.** Presencia del impulso o la energía sexual ya sea personal y/o del compañero o compañera, como requisito para la actividad sexual.
- VII. **Obstáculos.** Elementos personales y situacionales que dificultan la conducta sexual, tales como la tristeza, la inseguridad, las presiones cotidianas, la falta de condiciones adecuadas y la falta de un compañero o compañera sexual.
- VIII. **Facilitadores.** Elementos del ambiente o contexto físico y social que favorecen la conducta sexual, tales como lo adecuado del ambiente y de la ocasión, y la disponibilidad de un compañero o compañera sexual.

## **Satisfacción sexual**

Escala de Satisfacción Sexual: Consta de 39 reactivos distribuidos en cuatro dimensiones, con formato de respuesta tipo Likert (ver apéndice C). La confiabilidad por consistencia interna del inventario fue de .7000 (García, 2007).

Las cuatro dimensiones son:

- I. ***Insatisfacción sexual***. Percepción desfavorable de la vida sexual, como consecuencia del control y la represión cultural, lo que genera actitudes negativas hacia el sexo, obstaculiza el deseo sexual y dificulta la interacción.
- II. ***Satisfacción sexual***. Percepción favorable de la vida sexual, debido a la expresión emocional y a la comunión que hay con la pareja durante la actividad sexual, así como a factores contextuales que la favorecen.
- III. ***Sexo superficial***. Estilo de relacionarse impersonal, cosificante, desvinculante y poco auténtico en lo sexual.
- IV. ***Sexo protegido***. Capacidad que tienen las personas para responsabilizarse de la propia conducta sexual, a través del uso de anticonceptivos, fundamentalmente por el temor al embarazo.

## **IX. Procedimiento**

- I. Se acudió a los diversos institutos pertenecientes a la UAEH en busca de mujeres dispuestas a participar.
- II. Antes de la aplicación de los instrumentos se dialogó con las mujeres explicándoles brevemente en qué consiste el presente proyecto de investigación, se hizo hincapié en la confidencialidad de los datos recabados para las mujeres que decidieron participar.
- III. El tiempo de aplicación fue de 20 a 25 minutos en una sola sesión, por persona o grupo de personas.
- IV. Se realizó un total de 100 aplicaciones a diversas mujeres.

- V. Posterior a la aplicación se realizó la captura de los datos cuantitativos y el análisis estadístico para la obtención de resultados con el programa SPSS versión 19.
- VI. Se obtuvieron las frecuencias de cada uno de los factores de los tres instrumentos aplicados a este grupo de mujeres.
- VII. Se realizaron correlaciones bivariadas con el coeficiente de correlación Pearson para cada uno de los factores antes mencionados.

## Capítulo IV

### Resultados

A continuación se muestran los resultados obtenidos del análisis estadístico de los tres instrumentos aplicados a un grupo de mujeres jóvenes estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Se inicia con las frecuencias obtenidas en cada uno de los instrumentos y posteriormente se muestran las correlaciones obtenidas. Para conocer la relación entre la satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal, la motivación sexual y la satisfacción sexual se realizó una correlación bivariada de Pearson para la muestra total y, posteriormente, de manera separada para satisfacción e insatisfacción con la imagen corporal.

*Tabla 4.* Resultados de frecuencias insatisfacción/satisfacción imagen corporal

<b>Diferencia entre imagen real e imagen ideal</b>		
	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentajes acumulados</u>
-5.00	4	
-4.00	7	
-3.00	14	55%
-2.00	2	
-1.00	28	
.00	32	32%
1.00	1	
2.00	6	13%
3.00	6	
Total	100	100%

Los resultados sobre la satisfacción de la imagen corporal en las mujeres universitarias se obtuvieron a través de la resta realizada entre la percepción de su imagen real con la imagen ideal, lo cual indicó que 55% de las 100 mujeres que formaban parte de la muestra tenía una insatisfacción con su imagen corporal, ellas deseaban un cuerpo más delgado; mientras que la insatisfacción positiva es

el reflejo de desear un cuerpo más grueso con un total de 13%; únicamente 32% de las mujeres señalaron sentirse satisfechas con su imagen corporal.

### Escoge aquella figura que más se parezca a ti

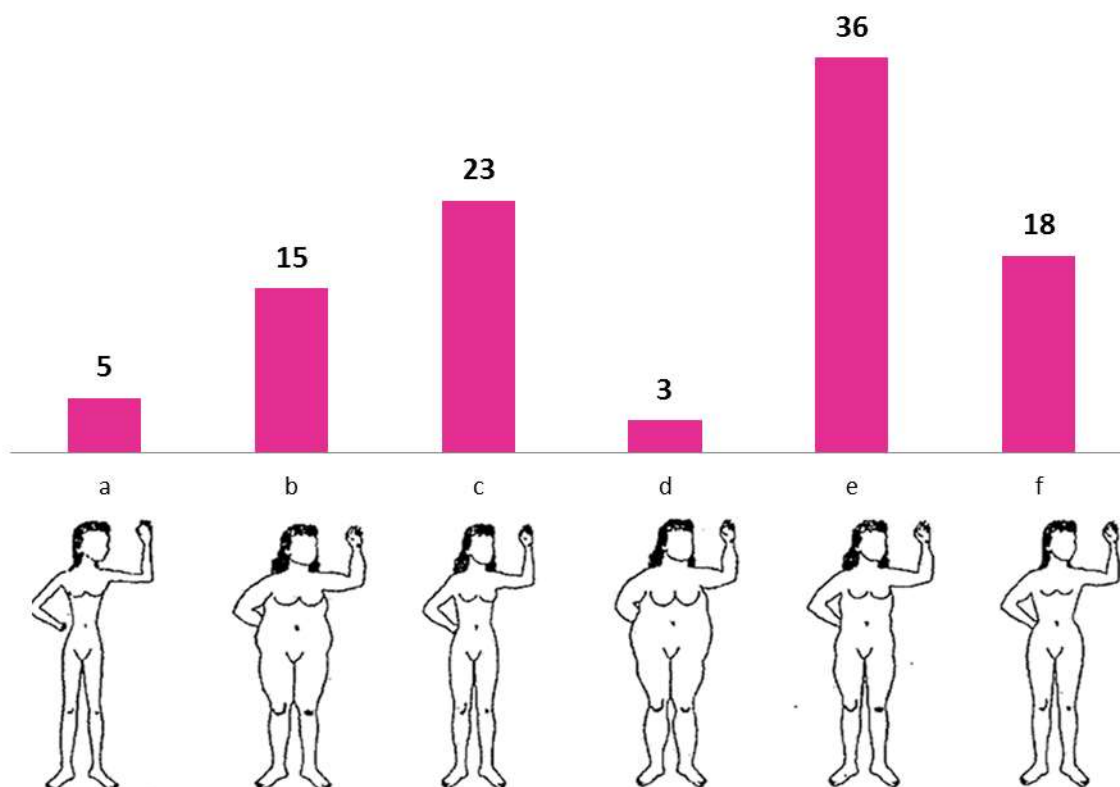


Figura 5. Frecuencia imagen corporal, figura parecida a la real

La presente figura muestra las frecuencias de la imagen corporal reportada por las participantes como la más parecida a ellas; se reportan únicamente 91 casos, ya que las demás participantes no contestaron o dibujaron una figura diferente a las opciones presentadas. Las figuras donde se encontraron mayores concentraciones fueron la E con 36 y la C con 23, ambas figuras representan cuerpos relativamente normales siendo la C la más delgada de estas dos, pero no la más delgada de la escala.

## Escoge aquella figura que más te gustaría tener en este momento

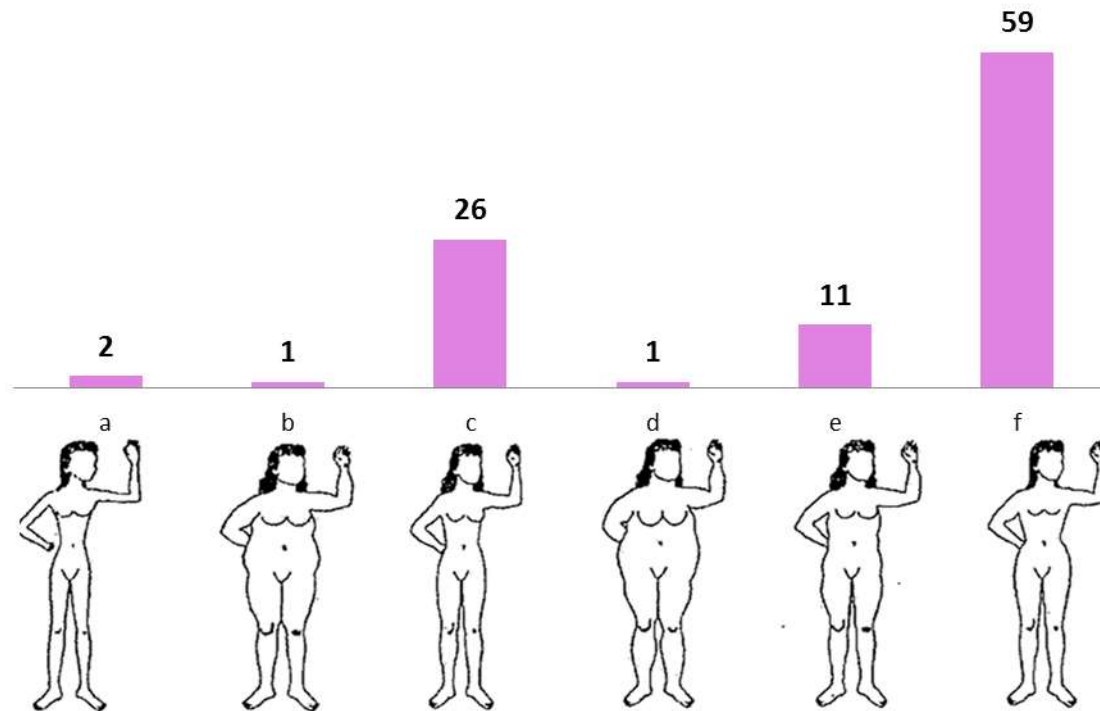


Figura 6. Frecuencia imagen corporal, figura deseada

La figura 6 corresponde a las frecuencias de la segunda parte del instrumento de imagen corporal, en la cual se les pide a las participantes seleccionen independientemente de su imagen actual, cual es la imagen que desearían tener en ese momento. La figura F es la que muestra la mayor concentración con 59, dicha figura es la más parecida al ideal de belleza socialmente aceptado.



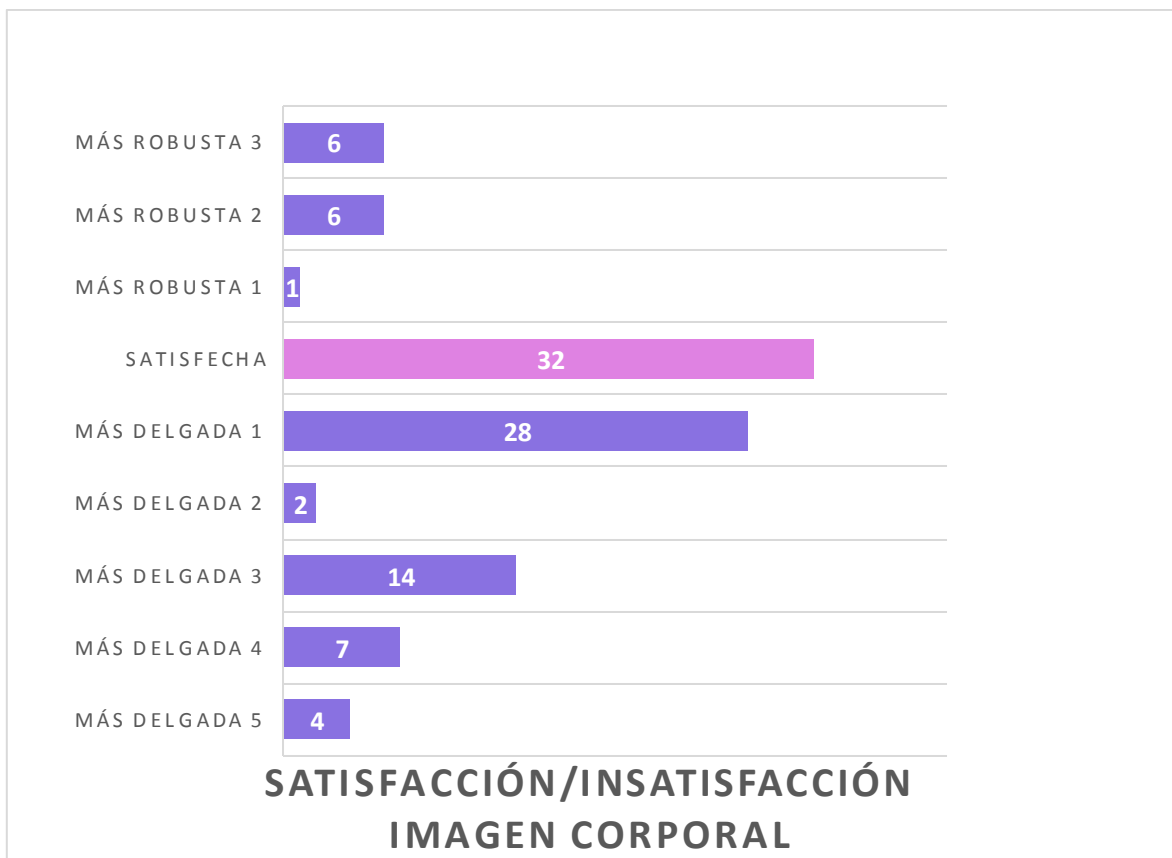


Figura 7. Satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal

En general, únicamente 32% de las mujeres de esta muestra están satisfechas con su imagen corporal, el resto está insatisfecho deseando un cuerpo más delgado o más grueso. Mientras el valor se aleja más del cero, mayor tiende a ser la insatisfacción, siendo -5 y 3, en este caso, los extremos.

Otro aspecto relevante considerado en el análisis de los datos fue el tipo de relación que mantenían las mujeres en ese momento, disponían de seis opciones: no involucrada con nadie actualmente, saliendo exclusivamente con una persona de manera ocasional o casual sin ser pareja formal, saliendo con varias personas de manera ocasional o casual sin ser pareja formal, noviazgo, unión libre y casada. Ésta se relacionó con los resultados obtenidos de la imagen corporal en una tabla de contingencia.

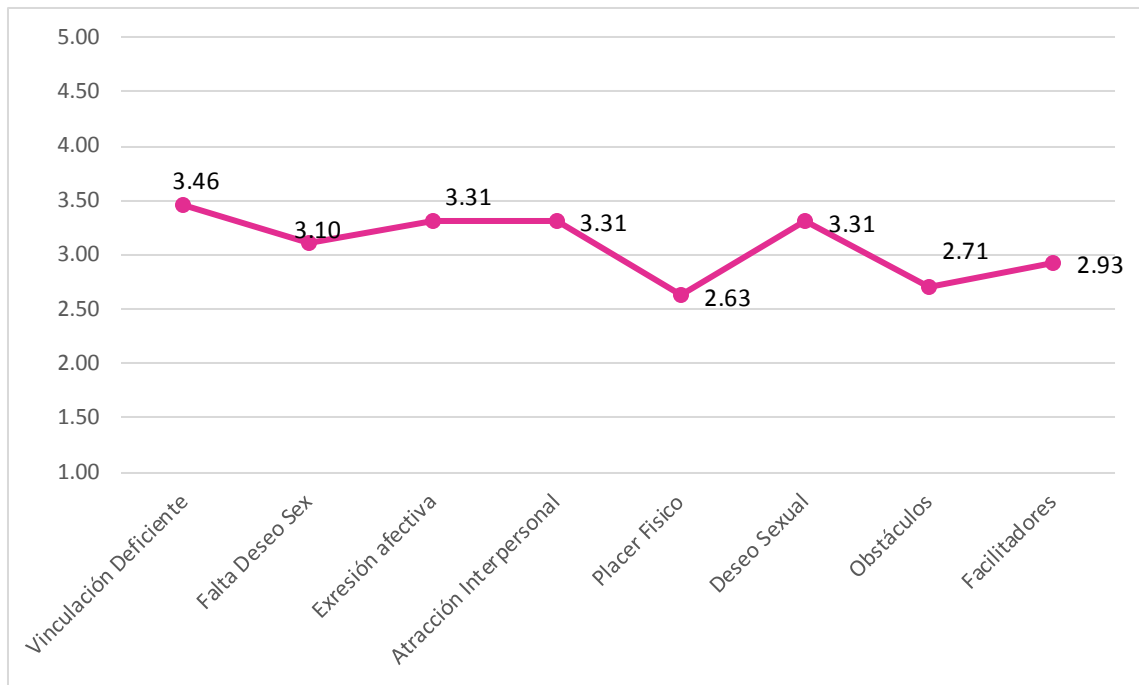


Figura 8. Media de factores de la escala de Motivación Sexual

En la figura 8 se presenta la media de los factores correspondientes a la escala de Motivación Sexual, de los cuales se obtuvieron las desviaciones estándar, obteniendo los siguientes resultados: Vinculación Deficiente 1.05, Falta de Deseo Sexual 1.09, Expresión Afectiva 1.17, Atracción Interpersonal 1.29, Placer Físico 1.06, Deseo Sexual 1.28, Obstáculos 1.01, Facilitadores 1.18.

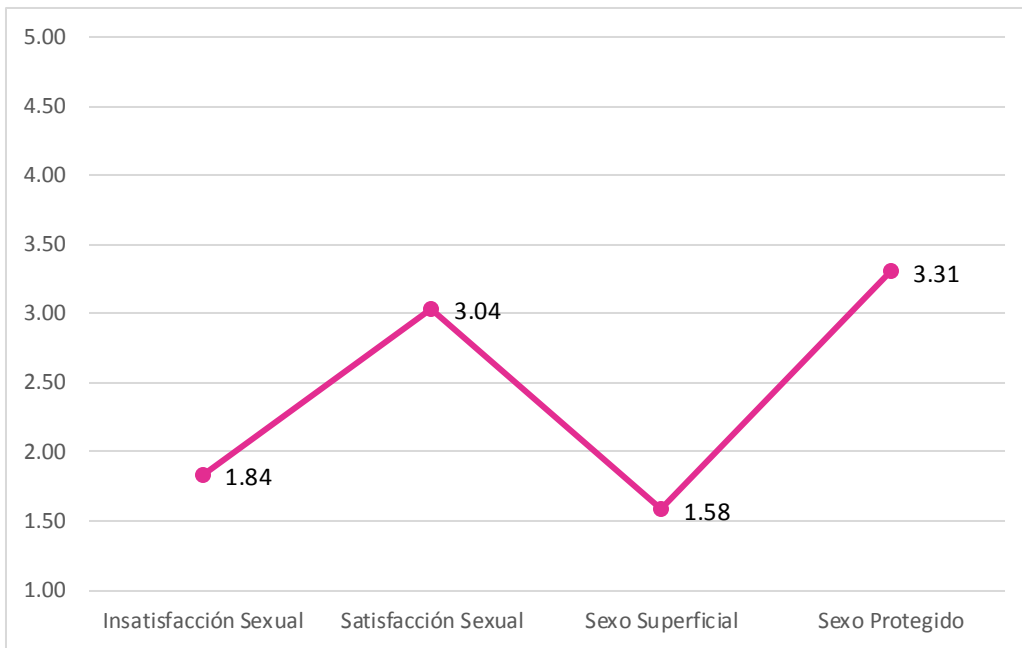


Figura 9. Media de factores de la escala de Satisfacción Sexual

En la figura 9 se presenta la media de los factores correspondientes a la escala de Satisfacción Sexual, de los cuales se obtuvieron las desviaciones estándar, obteniendo los siguientes resultados: Insatisfacción Sexual 0.56, Satisfacción Sexual 1.10, Sexo Superficial 0.57, Sexo Protegido 1.18.

Tabla 5. Tabla de contingencia entre la satisfacción imagen corporal y el tipo de relación

	Tipo de relación que tienen actualmente						Total
	No contestó	No involucrada con nadie actualmente	Saliendo con una persona de manera ocasional	Saliendo con varias personas de manera ocasional	Noviazgo	Unión Libre	
-5		1			3		4
-4		1	1	2	3		7
-3		6	1	1	5	1	14
-2				1	1		2
-1	1	11	4	4	8		28
0	1	10	1	1	19		32
1		1			0		1
2		3	1	1	1		6
3		2	1		3		6
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>35</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>43</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

La tabla 5 indica la frecuencia de resultados de la imagen corporal y el tipo de relación que se tiene en ese momento. Es necesario notar que en su mayoría las personas tienen una relación de noviazgo, seguida por no involucrada con nadie. Los números en negritas que corresponden a imagen corporal 0, son aquellas mujeres que se encontraron satisfechas con su imagen corporal.

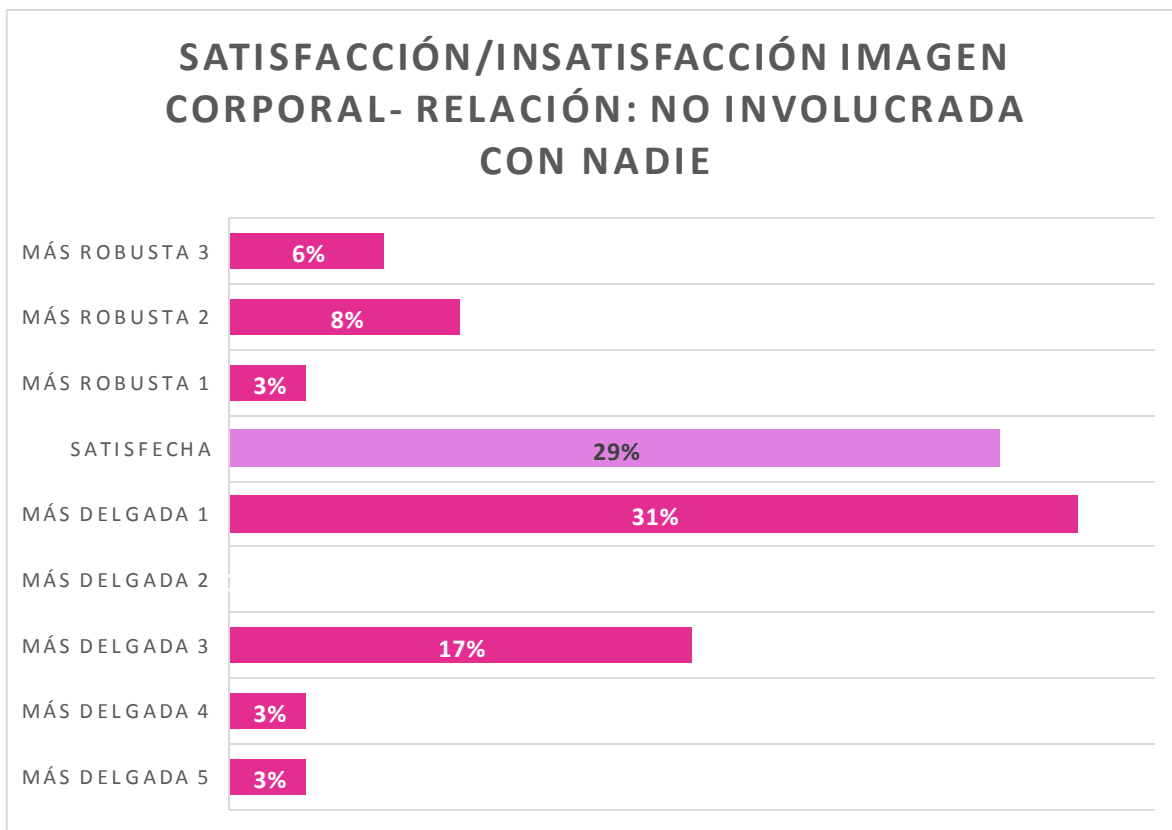


Figura 10. Satisfacción/insatisfacción imagen corporal - no involucrada con nadie

Se analizaron por separado la satisfacción/insatisfacción de la imagen corporal según el tipo de relación que las participantes mantenían al momento de la medición. En la figura 10 se muestran las frecuencias de las mujeres que no se encontraban involucradas con ninguna persona, únicamente 29% se encontraba satisfecha con su imagen corporal; respecto a su insatisfacción corporal, 54% desea un cuerpo más delgado, siendo el de menor diferencia con su imagen actual, más delgada -1; el que obtuvo mayor concentración con un 31%. El 17% restante manifiesta desear un cuerpo más robusto.

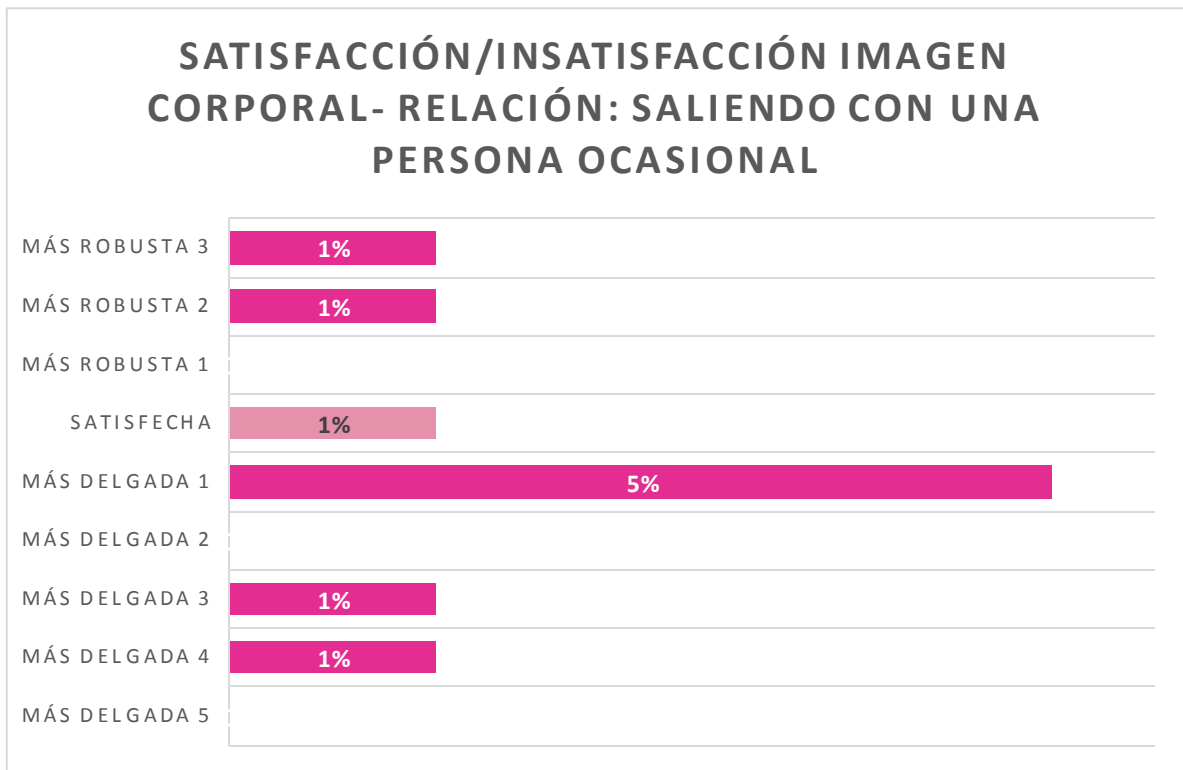


Figura 11. Satisfacción/insatisfacción imagen corporal-saliendo con una persona ocasional

Respecto a las mujeres que se encontraban saliendo con una persona de manera ocasional sin ser pareja formal, existe una constante de 11% en las categorías presentes, tanto para satisfacción e insatisfacción con su imagen corporal, la categoría que posee mayor concentración es la insatisfacción en el rubro más delgada 1, con 45%, ésta representa el menor grado de insatisfacción deseando un cuerpo más delgado.

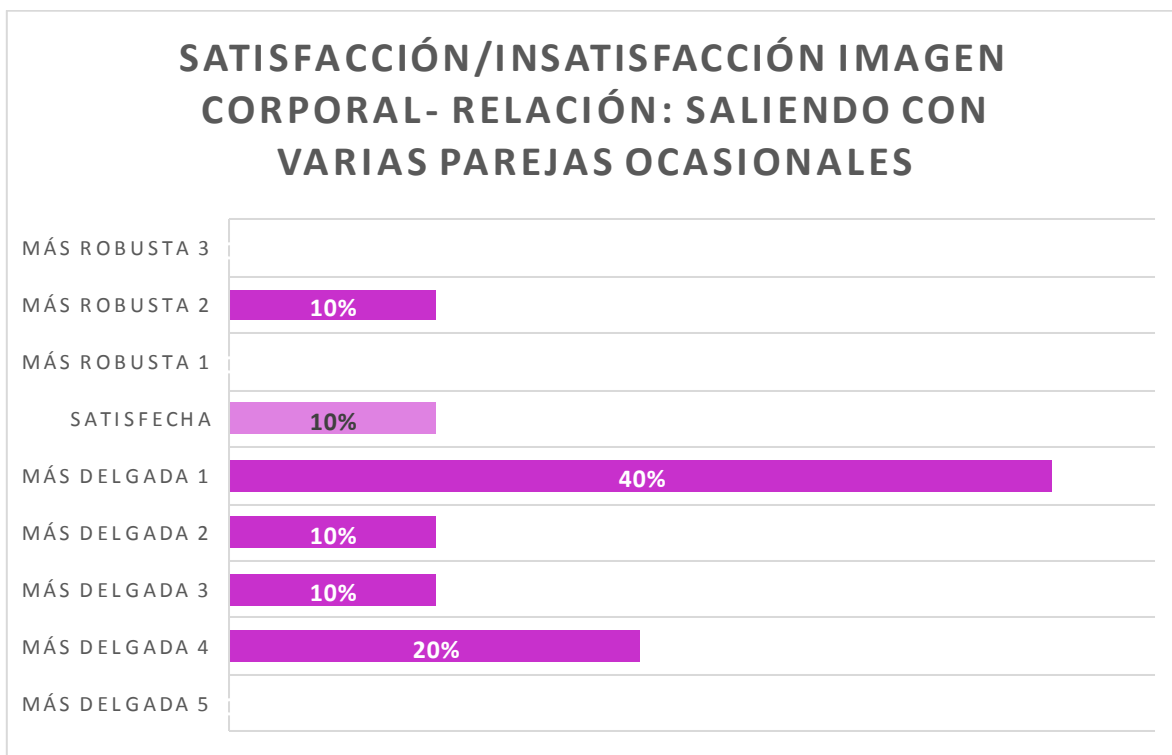


Figura 12. Satisfacción/insatisfacción imagen corporal-saliendo con varias parejas ocasionales

En la figura 12 se muestran la relación de satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal de las mujeres que mantenían una relación ocasional con varias personas sin ser pareja formal, únicamente 10% se encontró satisfecha con su imagen corporal, el resto se estaba insatisfecha y únicamente 10% desea tener una figura más robusta; nuevamente el mayor porcentaje se ubica en el rango más delgada 1 con 40%.

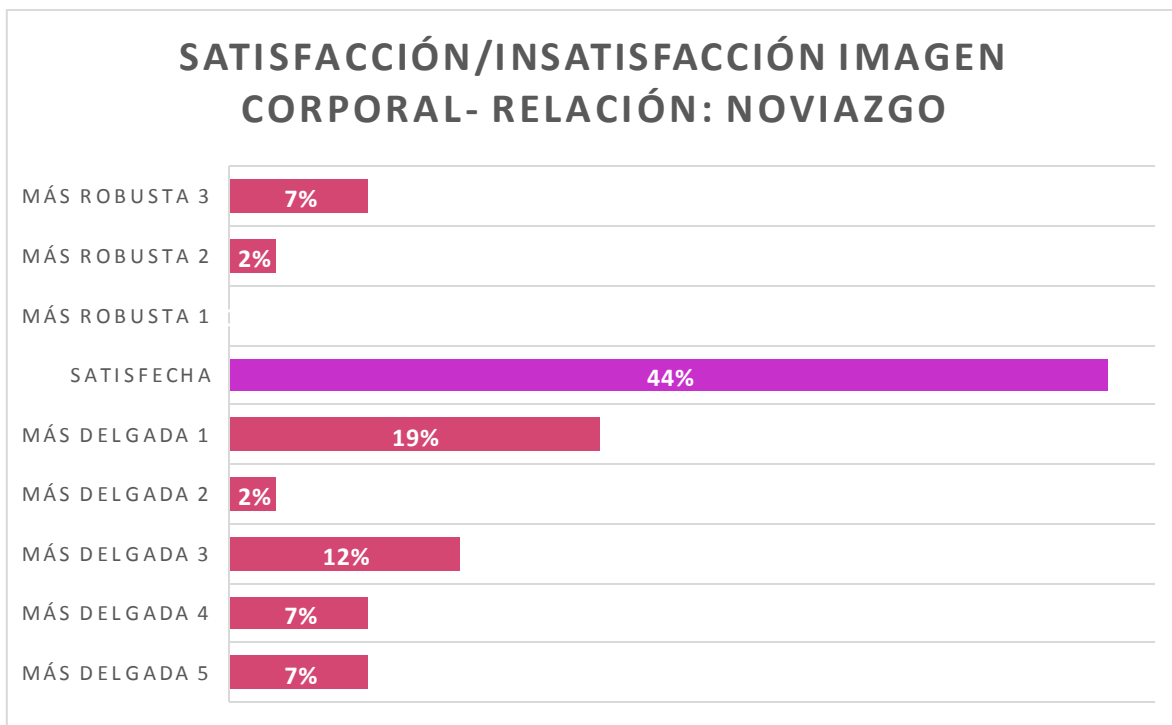


Figura 13. Satisfacción/insatisfacción imagen corporal - noviazgo

Finalmente, aquellas mujeres que mantenían una relación de noviazgo, 44% se encontró satisfecha con su imagen corporal, del 56% restante únicamente 9% desea un cuerpo más robusto, 47% desea un cuerpo más delgado, siendo el rubro más delgada 1 el de mayor porcentaje de estos con un 19%. Si bien en este tipo de relación se halló mayor cantidad de mujeres satisfechas, de igual manera posee el mayor porcentaje mujeres que desea tener un cuerpo más delgado con mayor diferencia respecto al suyo (mayor insatisfacción).



## Correlaciones

Para la comprobación de las hipótesis planteadas se realizaron correlaciones, las cuales se encontraron estadísticamente significativas (inversa al nivel .05 bilateral).

En la tabla 6 se observan las correlaciones entre los factores de motivación sexual (vinculación deficiente, falta de deseo, obstáculos, expresión afectiva, atracción interpersonal, placer físico, deseo sexual y facilitadores) y satisfacción sexual (insatisfacción sexual, satisfacción sexual, sexo superficial y sexo protegido), las cuales se correlacionan directamente. Se observa que existe una correlación directa entre la vinculación deficiente con los demás factores de la escala de motivación sexual y que únicamente se relaciona con tres de los cuatro factores de la escala de satisfacción sexual, que son insatisfacción sexual, satisfacción sexual y sexo protegido. Las correlaciones más significativas se dan con los factores falta de deseo sexual y obstáculos, lo cual tiene sentido puesto que el factor de vinculación deficiente hace referencia a la inhibición del deseo sexual; el factor con el cual no se encontró correlación alguna fue sexo superficial. Falta de deseo sexual presenta una correlación significativamente más alta (.755) con el factor de obstáculos, asimismo se correlaciona con tres factores de la escala de satisfacción sexual: insatisfacción sexual, satisfacción sexual y sexo protegido. Expresión afectiva se correlaciona significativamente con atracción interpersonal, facilitadores, satisfacción sexual y sexo protegido; mientras que la atracción interpersonal presenta correlaciones significativas (altas) con placer físico, deseo sexual, facilitadores, satisfacción sexual y sexo protegido. El placer físico se correlaciona con el deseo sexual, facilitadores y sexo protegido.

Tabla 6. Resultados correlaciones factores de satisfacción sexual y factores de motivación sexual

	Vinculación Deficiente	Falta de Deseo Sexual	Expresión Afectiva	Atracción Interpersonal	Placer Físico	Deseo Sexual	Obstáculos	Facilitadores	Insatisfacción Sexual	Satisfacción Sexual	Sexo Superficial	Sexo Protegido
<b>Vinculación Deficiente</b>	1	.805**	.696**	.529**	.320**	.463**	.715**	.416**	.258*	.423**	.067	.316**
<b>Falta de Deseo Sexual</b>		1	.532**	.498**	.344**	.499**	.755**	.416**	.235*	.406**	.196	.440**
<b>Expresión Afectiva</b>			1	.789**	.508**	.626**	.442**	.706**	.341**	.599**	.168	.399**
<b>Atracción Interpersonal</b>				1	.688**	.777**	.399**	.816**	.443**	.616**	.324**	.531**
<b>Placer Físico</b>					1	.783**	.208*	.752**	.341**	.490**	.337**	.538**
<b>Deseo Sexual</b>						1	.398**	.879**	.373**	.601**	.437**	.638**
<b>Obstáculos</b>							1	.282**	.272**	.365**	.213*	.306**
<b>Facilitadores</b>								1	.388**	.633**	.401**	.517**
<b>Insatisfacción Sexual</b>									1	.512**	.740**	.527**
<b>Satisfacción Sexual</b>										1	.444**	.728**
<b>Sexo Superficial</b>											1	.520**
<b>Sexo Protegido</b>												1

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). \* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 7. Resultados correlaciones de mujeres satisfechas con su imagen corporal y factores de las dos escalas (satisfacción sexual y motivación sexual)

	Vinculación Deficiente	Falta de Deseo Sexual	Expresión Afectiva	Atracción Interpersonal	Placer Físico	Deseo Sexual	Obstáculos	Facilitadores	Insatisfacción Sexual	Satisfacción Sexual	Sexo Superficial	Sexo Protegido
<b>Vinculación Deficiente</b>	1	.798**	.600**	.419*	.315	.380**	.823**	.369**	.188	.292	-.177	.059
<b>Falta de Deseo Sexual</b>		1	.504**	.375*	.307	.367	.685**	.345	.193	.321	-.023	.207
<b>Expresión Afectiva</b>			1	.866**	.773**	.833**	.424*	.851**	.393*	.523**	.244	.507**
<b>Atracción Interpersonal</b>				1	.792**	.870**	.202	.900**	.410*	.588**	.310	.581**
<b>Placer Físico</b>					1	.870**	.028	.825**	.471**	.423*	.291	.679**
<b>Deseo Sexual</b>						1	.193	.931**	.568**	.539**	.425*	.696**
<b>Obstáculos</b>							1	.135	.104	.296	-.243	-.028
<b>Facilitadores</b>								1	.354	.491**	.290	.563**
<b>Insatisfacción Sexual</b>									1	.539**	.714**	.561**
<b>Satisfacción Sexual</b>										1	.518**	.775**
<b>Sexo Superficial</b>											1	.618**
<b>Sexo Protegido</b>												1

\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). \*La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 8. Resultados correlaciones de mujeres insatisfechas con su imagen corporal y factores de las dos escalas (satisfacción sexual y factores de motivación sexual)

	Vinculación Deficiente	Falta de Deseo Sexual	Expresión Afectiva	Atracción Interpersonal	Placer Físico	Deseo Sexual	Obstáculos	Facilitadores	Insatisfacción Sexual	Satisfacción Sexual	Sexo Superficial	Sexo Protegido
Vinculación Deficiente	1	.799**	.725**	.568**	.319*	.486**	.659**	.435**	.274*	.506**	.171	.439**
Falta de Deseo Sexual		1	.516**	.540**	.362**	.542**	.777**	.438**	.229	.462**	.292**	.554**
Expresión Afectiva			1	.758**	.419**	.525**	.420**	.656**	.309*	.670**	.111	.339**
Atracción Interpersonal				1	.641**	.718**	.473**	.775**	.451**	.645**	.316*	.490**
Placer Físico					1	.748**	.288*	.718**	.275*	.531**	.360**	.462**
Deseo Sexual						1	.468**	.853**	.266*	.645**	.432**	.603**
Obstáculos							1	.333**	.332**	.406**	.411**	.455**
Facilitadores								1	.399**	.718**	.449**	.484**
Insatisfacción Sexual									1	.503**	.751**	.505**
Satisfacción Sexual										1	.411**	.706**
Sexo Superficial											1	.463**
Sexo Protegido												1

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). \* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

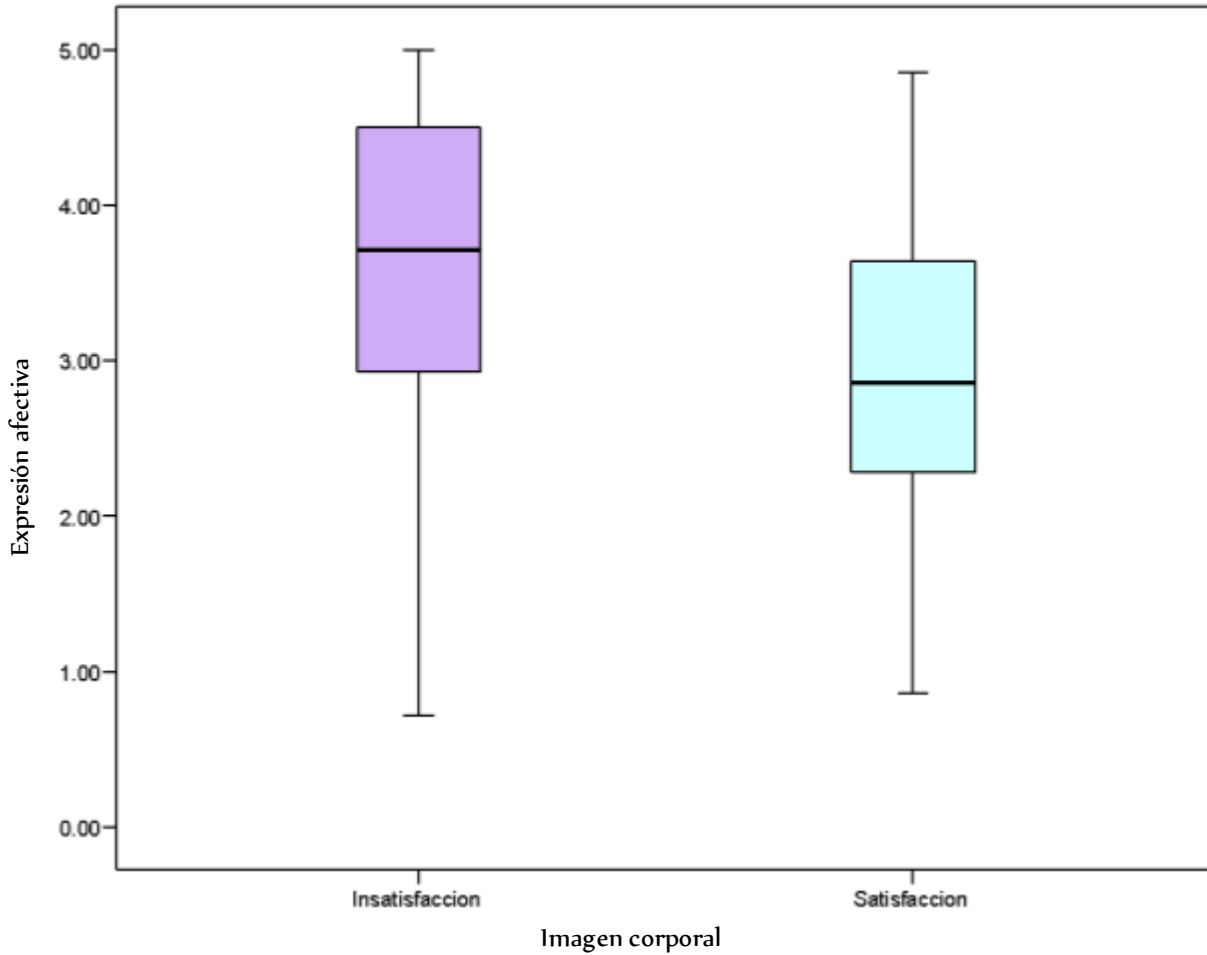


Figura 14. Medias del factor expresión afectiva según satisfacción/insatisfacción con la imagen corporal

En la figura 14 se muestra la media de acuerdo con el factor expresión afectiva, el cual se refiere a la expresión de emociones y sentimientos (amor, cariño, unión, intimidad), como motores fundamentales de las relaciones sexuales con la pareja, lo que fortalece la relación según la satisfacción/insatisfacción que mostraron las jóvenes respecto a su imagen corporal.

Se observa que las que se sienten insatisfechas con su imagen corporal muestran una menor expresión afectiva en comparación del grupo de jóvenes que se sienten satisfechas con su imagen.

## Capítulo V

### Discusión y conclusiones

Al finalizar el presente estudio se alcanzó el objetivo general y sus objetivos específicos. Asimismo, la hipótesis relacionada a la correlación entre la imagen corporal y la satisfacción y motivación sexual se rechazó, no se encontró una relación estadísticamente significativa entre la satisfacción/insatisfacción de la imagen corporal, la motivación sexual y la satisfacción sexual en este grupo de mujeres; por lo que, la hipótesis nula, fue aceptada. El que no exista correlación estadísticamente significativa entre este grupo de variables no significa que la vivencia de la sexualidad de estas mujeres sea satisfactoria, ni tampoco la valoración que hacen sobre su imagen corporal, pues únicamente 32% de las mujeres reportó dicha satisfacción, asimismo fueron muy pocas las que reportaron una satisfacción sexual total.

El 78% reportó insatisfacción con su imagen corporal, del cual 55% mostró deseo de un cuerpo más delgado, lo cual corresponde a lo encontrado en la revisión de la bibliografía: la idealización de poseer un cuerpo muy delgado se relaciona positivamente con la insatisfacción de la imagen corporal en las mujeres, a menudo esta idealización e insatisfacción están acompañadas de ansiedad social, depresión, trastornos alimenticios y baja autoestima (Yamamiya, et al, 2005) por lo cual consideramos pertinente estudiar a detalle los múltiples componentes de esta insatisfacción con la imagen corporal.

Consideramos que estos resultados se deben a los instrumentos utilizados para la respectiva evaluación y a la percepción que poseen estas mujeres jóvenes sobre su sexualidad. Los instrumentos con los que se evaluaron la satisfacción y la motivación sexual daban mayor énfasis al aspecto de conductas sexuales relacionadas con el coito, es decir, el ámbito físico se considera más importante que el interpersonal o el social, lo cual se considera una dificultad para los objetivos planteados en la presente investigación.

Asimismo, el concepto que poseía una alta cantidad de mujeres sobre su sexualidad estaba estrictamente ligado con el coito y poseer pareja, no concebían su sexualidad desde el plano individual más allá del aspecto físico. Se considera que esto es resultado de las normas sociales bajo las cuales fueron educadas, las cuales en la mayoría de los casos presionan a las mujeres hacia una sexualidad que está dirigida principalmente a lograr y mantener una unión con el otro, ya sea una relación conyugal o de noviazgo. No es algo nuevo que a las mujeres les sea más complicado expresar libremente su sexualidad, pues por mucho tiempo, la sexualidad de las mujeres ha estado sujeta a diversos modos de control, un ejemplo de estos son el culto a la virginidad y los castigos a la infidelidad femenina (Szasz, 2000).

Con base en las correlaciones entre la satisfacción sexual y la motivación sexual se puede decir que la percepción favorable que poseen las mujeres sobre su vida sexual se relaciona directamente con aquellos factores que facilitan su actividad sexual, es decir, que mientras mayores sean estos factores que posibiliten su actividad sexual mejor será su satisfacción sexual. Esto corresponde a lo que menciona García (2007): la motivación sexual está encaminada principalmente hacia la búsqueda de satisfacción sexual a través de diferentes prácticas eróticas que pueden provocar diversos niveles de gratificación.

Se observó que 35% de la muestra no estaba involucrada con nadie en ese momento, lo cual es similar al porcentaje de mujeres que se sentían insatisfechas con su imagen corporal (55%) con lo cual de acuerdo con Rocque y Cioe (2011), quienes estudiaron la relación entre la imagen corporal y la evitación sexual, encontraron que las mujeres con una imagen corporal negativa muestran una tendencia a evitar la actividad sexual (Woertman & Van den Brink, 2012). De forma que quizás esto tenga relación con la razón de que ese porcentaje de mujeres no estaba involucrada con alguien.

Asimismo, la sexualidad percibida y entendida a partir de una pareja repercute en el grado de satisfacción que las mujeres sienten respecto a su

imagen corporal. Durante el análisis de los resultados se encontró una relación entre la satisfacción con la imagen corporal y el tipo de relación que las mujeres tenían en ese momento; el grupo de mujeres que presentó mayor insatisfacción (80%) con la imagen corporal estaba conformado por aquellas que sostenían una relación con varias parejas ocasionales, 44% de mujeres que reportaron sentirse satisfechas mantenía una relación de noviazgo, en este tipo de relación se reportó la mayor cantidad de mujeres satisfechas, ese porcentaje fue superado por el de mujeres que siguen sintiéndose insatisfechas teniendo una pareja (47%). Se considera importante evaluar la satisfacción y motivación sexual desde lo individual, sin considerar a la pareja, pues reducir la sexualidad al coito y a conductas sexuales en parejas limita el conocimiento de la vida sexual de las mujeres.

El estudio de la motivación sexual está ligado directamente a la vida en pareja, ejemplo de esto son algunos ítems correspondientes a la Escala de Motivación sexual de García (2007):

**Lo que me motiva sexualmente es...**

- 10. Sentirme unido (a) a la persona.
- 15. Querer provocar placer o satisfacción física en el otro (otra).
- 16. Sentir afecto por la persona.
- 19. Saber que mi pareja está disponible.

Si bien García (2007) menciona que el deseo de provocar placer en el otro es un factor que interviene en la motivación sexual, pues en éste se conjugan el interés y las ganas de lograr la excitación física; se considera importante estudiar la sexualidad de las mujeres más allá de la relación con otra persona, para comprender las motivaciones individuales, que respondan a las necesidades individuales y no dependan de la intervención de otra persona.



Respecto a la escala de satisfacción sexual de García (2007), la pareja sigue siendo un elemento importante dentro de la evaluación y se centra en conductas sexuales:

- 3. El sexo me genera una sensación de fusión con el otro.
- 16. Mis relaciones sexuales generan intimidad emocional.
- 18. Durante el sexo establezco una conexión total con la persona.
- 25. El sexo es una forma de expresar el cariño que siento por alguien.

Dado que la sexualidad es un constructo complejo, se considera importante para su estudio incluir más elementos para su estudio, no centrarse únicamente en prácticas y conductas sexuales en pareja, ya que como mencionan a Woertman y Van den Brink (2012) la sexualidad humana es multidimensional, incluye componentes biológicos, psicológicos, socioculturales y espirituales, la sexualidad en las mujeres abarca las creencias, actitudes, valores y comportamientos que ellas tienen respecto a su propio cuerpo y la forma en que expresan su sexualidad.

Para futuras investigaciones, se recomienda complementar con entrevistas a profundidad o con algún otro instrumento cualitativo, que brinde una visión más amplia de la sexualidad de las mujeres mexicanas, ya que los elementos evaluados en las escalas tienden a centrarse únicamente en conductas sexuales con la pareja, dejando de lado la vivencia individual de las mujeres, por ello, el uso de técnicas cualitativas puede complementar los datos recabados con las escalas. De igual manera, es recomendable desarrollar escalas en versiones más cortas que reflejen el contexto de la sexualidad más allá del aspecto físico.

La realización de esta investigación brinda un panorama de la percepción y vivencia que poseen las mujeres de esta población acerca de su sexualidad, así como un primer acercamiento a este tema en nuestra comunidad; la experiencia y los datos obtenidos resultan significativos ya que pueden ser útiles para otras investigaciones en esta misma línea.

La principal limitación al momento de realizar el presente estudio fueron los instrumentos para medición de las variables, si bien los datos cuantitativos brindan un sustento estadístico confiable y sólido, el panorama es incompleto sobre cómo estas variables se relacionan. Ya que la sexualidad es un aspecto complejo de la vida, y particularmente en las mujeres, se sugiere que para futuros estudios se use una metodología mixta, pues las técnicas cualitativas ayudarían a complementar estas investigaciones. Además es necesario contar con instrumentos que se enfoquen más en la sexualidad como vivencia individual y, al mismo tiempo grupal, no necesariamente ligada a la pareja o las relaciones coitales, pues esto genera un sesgo para aquellas mujeres que no mantienen una vida sexual activa. Al ser social, también brindaría la oportunidad de incluir aspectos socioculturales que no están incluidos en la escala original.

## Referencias

- Abell, S. C., & Richards, M. H. (1996). The relationship between body shape satisfaction and self-esteem: An investigation of gender and class differences. *Journal of Youth and Adolescence*, 25, 691-703.
- Aceves, J. L., García, S., & Pedraza, A. G. (2011). Insatisfacción de la imagen corporal y autopercepción en adolescentes de una escuela secundaria. *Revista Neurología, Neurocirugía y Psiquiatría*, 44(4), 128-132.
- Acosta, G. M.V. & Gómez Peresmitré, G. (2003). Insatisfacción corporal y seguimiento de dieta. Una comparación transcultural entre adolescentes de España y México. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud. International. Journal of Clinical and Health Psychology*, 3(1), 9-21.
- Aguilar, B. R., Barneveld, H. O. Van, Gonzalez-Arratia, N. I., & Unikel-Santoncini, C. (2010). Desarrollo y validación de una escala para medir imagen corporal en mujeres jóvenes, *Salud Mental*, 33(4), 325–332.
- Amuchástegui, A. (2001). Derechos sexuales: un nuevo concepto de relación entre lo personal y lo político. En Jaidar, I., (Eds.) *Sexualidad: símbolos, imágenes y discursos*, 9-11. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.
- Amuchastegui, A. (1997). La primera vez. El significado de la virginidad y la iniciación sexual para jóvenes mexicanos. *Reporte de investigación para el Population Council, Oficina Regional para América Latina y el Caribe*, México: Population Council.
- Apostolou, M. (2015). Sexual dysfunctions in men: an evolutionary perspective. *Evolutionary Psychological Science*, 1(4), 220-231  
<http://doi.org/10.1007/s40806-015-0026-4>

- Arrieta, M. Larrain, M. Orellana, Y., & Zegers, B. (2013). Impacto de imágenes femeninas presentadas por los medios de comunicación en adolescentes mujeres de la Región Metropolitana de Santiago de Chile. *Psykhé*, 22, 29–41. <http://doi.org/10.7764/psykhe.2013.22.06>
- Arroyo-Almaraz, I., & García-García, F. (2015). Influencia de las imágenes mentales generadas por la publicidad en la mente del público infantil según la naturaleza del estímulo. *Palabra Clave*, 18(1), 212-238. doi:10.5294/pacla.2015.18.1.9
- Ashikali, E. & Dittmar, H. (2012). The effect of priming materialism on women's responses to thin-ideal media. *British Journal of Social Psychology*, 51(4), 514-533 doi:10.1111/j.2044-8309.2011.02020.x.
- Bakhshi, S. (2011). Women's body image and the role of culture: A review of the literature. *Europe's Journal of Psychology*, 7(2), 374-394.
- Bakht, S. & Najafi, S. (2010). Body image and sexual dysfunctions: comparison between breast cancer patients and healthy women. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 5, 1493–1497. Recuperado de <http://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.314>
- Barbachano, H. B. (2008). Las mujeres yucatecas y la mera historia del orgasmo. *Archivos Hispanoamericanos de Sexología*, 14(1), 77-98.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras*. 1st ed. Madrid: Siglo XXI de España editores, S.A.
- Berman, N. & White, A. (2013). Refusing the stereotype. *Youth Studies Australia*, 32(4), 38-47.

- Bessenoff, G. R. (2006). Can the media affect us? Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 30, 239-251.
- Bobadilla-Suárez, S., & López-Ávila, A. (2014). Distorsión de imagen corporal percibida e imaginada. *Revista Médica Del IMSS*, 52(4), 408-414.
- Boul, L., Hallam-Jones, R., & Wylie, K. R. (2009). Sexual pleasure and motivation. *Journal of Sex & Marital Therapy*, 35(1), 25-39  
doi:10.1080/00926230802525620.
- Brewer, G., & Abell, L. (2015). Machiavellianism and sexual behavior: Motivations, deception and infidelity. *Personality and Individual Differences*, 74, 186–191.  
<http://doi.org/10.1016/j.paid.2014.10.028>
- Buss, D. M. (2006). Strategies of Human Mating. *Psychological Topics* 15(2), 239-260.
- Crerand, C. E., Gibbons, L. M. & Sarwer, D. B. (2007). Cosmetic procedures to enhance body shape and muscularity. En J. K. Thompson & G. Cafri, (Eds.). *The Muscular Ideal: Psychological, Social and Medical Perspectives* (pp. 184-186). American Psychological Association.
- Cruz-Sáez, M. S., Salaberria, K., Rodríguez, S. & Echeburúa, E. (2013). Imagen corporal y realización de dieta: diferencias entre adolescentes españolas y latinoamericanas. *Universitas Psychologica*, 12(3), 1-22.
- Curtis, C., & Loomans, C. (2014). Friends, family, and their influence on body image dissatisfaction. *Women's Studies Journal*, 28(2), 39-56.
- Da Fonseca, D., Nunes, M. O., & Noronha, A. P. (2008). Satisfação com a imagem corporal e autoconceito em adolescents. *Psicología: Teoría E Práctica*, 10(2), 94-105.

- DeLameter, J., & Still, M. (2005). Sexual desire in later life. *The Journal of Sex Research*, 42(2), 138-149.
- De la Rubia, J. M. (2009). Medida de la satisfacción sexual en parejas casadas: Un estudio de validación. *Archivos Hispanoamericanos de Sexología*, 15(1), 49-70.
- Díaz, R. L., & García, G. R. (2011). Predictores psicosociales del comportamiento sexual, *Revista Interamericana de Psicología*, 45(3), 405–418.
- Dion, K. K; Berscheid, E. & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psvchology*, 24, 285-290.
- Dove, (2004). *The Dove The Dove® Campaign for Real Beauty*. Recuperado el 14 de junio de 2016 de <http://www.dove.us/Social-Mission/campaign-for-real-beauty.aspx>
- Durán, M. C., Hernández, M. S., & Morales, M. J. (2011). Factores socioculturales y personales relacionados con el mensaje mediático del culto al cuerpo, influyentes en el bienestar de los jóvenes. *Comunicación y Sociedad*, 24(2), 227-252.
- Etcoff, D., & Orbach, D. (2006). *Conclusiones estudio global Dove "Más allá de los estereotipos: En reconstrucción de los cimientos sobre las creencias de belleza"*. Fundación DOVE, recuperado el 14 de junio de 2016 de <http://drupal.upsa.es/sites/default/files/Informe%20Dove.pdf>
- Expósito, F., Sáez, G. & Valor-Segura, I., (2012). ¿Empoderamiento o subyugación de la mujer? Experiencias de cosificación sexual interpersonal. *Psychosocial Intervention*, 21(1), 41-51.
- Foucault, M. (1984). Historia de la sexualidad II. El uso de los placeres. *Siglo Veintiuno de España editores*, 32-197.

- García M., Guzmán Saldaña, R. M. & Martínez Martínez, J. P. (2010). De la imagen corporal a la discriminación: consecuencias de la obesidad sobre la sexualidad en hombres y mujeres. En Morales, (Ed.,) *Obesidad. Un enfoque multidisciplinario*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (305-316).
- García, P.N. (2009). *La mujer en la publicidad*. Tesis de Maestría. Universidad de Salamanca.
- García, R. G. (2007). *Conducta sexual: un modelo psicosocial*. Tesis de doctorado no publicada. UNAM. 3-45.
- Gil Madrona, P. (2013). La satisfacción corporal y su rol en las relaciones sociales. *Universitas Psychologica*, 12(2). doi:10.11144/Javeriana.UPSY12-2.scr.
- Gómez Pérez-Mitre, G. (1997). Imagen corporal en los trastornos de la alimentación: la psicología social en el campo de la salud, en psicología social y salud en México. Fondo de cultura, México.
- Gómez Pérez-Mitre, G. (s/f). *Publicidad e imagen corporal: factores de riesgo en trastornos de la conducta alimentaria en los estudiantes*. Recuperado el 14 de junio de 2016 de [anuario.upn.mx/index.php/anuarios-y-total-de.../4-2003.html](http://anuario.upn.mx/index.php/anuarios-y-total-de.../4-2003.html)
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460–76. <http://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
- Grammer, Karl; Fink, Bernhard; Moller, Anders P.; Thornhill (2003). Darwinian aesthetics: sexual selection and the biology of beauty. *Randy.Biological Reviews*, 78(3), 385-408.

- Groesz, L. M., Levine, M. P. & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: a meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16.
- Guzmán Saldaña, R. (2012). Factores psicosociales asociados con conductas alimentarias de riesgo en adolescentes con obesidad. (Tesis Doctoral) Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F. Recuperado de: <http://132.248.9.195/ptd2013/Presenciales/0701865/Index.html>
- Haas, C. J., Pawlow, L. A., Pettibone, J. & Segrist, D. J. (2012). An Intervention for the negative influence of media on body esteem. *College Student Journal*, 46(2), 405-418.
- Hargreaves, D; & Tiggemann, M; (2003). The effect of "thin ideal" television commercials on body. *Journal of Youth and Adolescence*, 32(5), 367-575.
- Hernández, A. A., Mancilla-Díaz, J. M., Álvarez, G. L., Luyando, M. O., López, M. L., & Martínez Guerrero, J. I. (2013). Edad, consciencia e interiorización del ideal corporal como predictores de insatisfacción y conductas alimentarias anómalas. *Revista Colombiana De Psicología*, 22(1), 121-133.
- Jáuregui, I., & Bolaños, P. (2011) Spanish Version of the Body Appreciation Scale (BAS) for Adolescents. *The Spanish Journal of Psychology*, 14(1), 405-414.
- Jáuregui, I., & Bolaños, P. (2011) Body image and quality of life in a Spanish Population. *International Journal of General Medicine*, 4, 63–72.
- Javid, M. & Ahmad, I. (2014). Adolescent girls are hurt more by the body mass than thin-ideal media images of females. *Journal Of Behavioural Sciences*, 24(1), 29-43.
- Jimeno, M. G. (2014). Construcciones sociales, ética mínima y prejuicios: el cuerpo de la mujer en la modernidad. *Revista De Derecho Público*, 32, 5-10.



- Johansson, P. (1998). White skin, large breasts: chinese beauty product advertising as cultural discourse. *China information*, (2/3), 59-84.
- Jones, R. (2006). Reliability and validity of the sexual pressure scale. *Res. Nurs. Health*, 29, 281–293. doi: 10.1002/nur.20142
- Lagarde, M. (1990). *Identidad Femenina*. Recuperado el 14 de junio de 2016 [http://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/purificacion\\_mayobre/identidad.pdf](http://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/purificacion_mayobre/identidad.pdf)
- La Rocque, C. L. & Cioe, J. (2011). An evaluation of the relationship between body image and sexual avoidance. *Journal of Sex Research*, 48(4), 397-408. doi:10.1080/00224499.2010.499522.
- Levine, S. B. (2002). Reexploring the concept of sexual desire. *Journal of sex and Marital Therapy*. 28(1), 39-51.
- McVey, G.L., Tweed. S., & Blackmore, E. (2004) Dieting among preadolescent and young adolescent females. *Canadian Medical Association Journal*, 170, 1559-1562.
- Marce, R. J. (2008). Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días. *Signos Históricos*, 19, 214-220.
- Marelich D. & Lundquist J. (2008). Motivations for sexual intimacy: development of a needs-based sexual intimacy scale. *International Journal of Sexual Health*, 20(3), 177-786 DOI: 10.1080/19317610802240121
- Martínez, I., (2010). *Modelo del funcionamiento sexual femenino* (Tesis Doctoral). Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F. Recuperado de: <http://132.248.9.195/ptd2010/abril/0656272/Index.html>

- Mendoza, B. V. (2006). Maternidad y medios masivos de comunicación (Un análisis de artículos periodísticos y propaganda comercial). *Santiago*, 108, 32-47.
- Meza, C., & Moral, J. (2013). Modelos recursivos de índice de masa corporal con variables sociodemográficas, funciones del yo y alteración alimentaria en mujeres mexicanas. *Psykhé*, 22(1), 55-68. doi:10.7764/psykhe.22.1.593
- Muñoz, N. G. & García, L. M. (2008). La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Comunicación y Sociedad*, 10, 111-128.
- Olvera, A. S. (2009). Cuerpo y sexualidad, un derecho: avatares para su construcción en la diversidad sexual. *Sociológica*, 24(69), 101-122.
- Pascoal, P. M., Narciso, I. B., & Pereira, N. M. (2014). What is sexual satisfaction? Thematic analysis of lay people's definitions. *Journal of Sex Research*, 51(1), 22-30. doi:10.1080/00224499.2013.815149
- Pasha, G; & Golshekoh, F. (2009). Relationship Between Socio Cultural Attitudes, Appearance and Body Dissatisfaction among Students of Islamic Azad University. *Journal of Applied Sciences*, 9(9), 1726-1732.
- Patrick, M. E., Maggs, J. L., Cooper, M. L. & Lee, C. M. (2011). Measurement of motivations for and against sexual behavior. *Assessment*, 18(4), 502-516. doi:10.1177/1073191110372298
- Peguero M. H. & Núñez P. B., (2009). La belleza a través de la Historia y su relación con la estomatología. *Revista Habanera ciencias médicas*, 8(4), 1-8..
- Pérez Triviño, F. (2013). Nueva Escala de Satisfacción Sexual (Nsss) en usuarios de redes sociales, 1–45. Universidad de Almería. Recuperado el 14 de junio

<http://repositorio.ual.es:8080/jspui/bitstream/10835/2366/1/Trabajo.pdf>

Ríos, P. B. (2013). Cuestionarios, Inventarios y Escalas. *Trastornos de la Conducta Alimentaria* 18, 1981–2007.

Regan, P. (2011). *Close relationships*. Los Angeles: Routledge, 197-211.

Robles, R. O. & Robles, H. O. (2003). "¿La cultura determina la satisfacción sexual? Un estudio comparativo en mujeres y varones maduros desde la perspectiva de género". *Santiago*, (101), 165-170.

Rodríguez Salazar E., T., & Pérez Sánchez, I. (2014). La sexualidad femenina en discursos de la prensa popular y la ficción televisiva. *Comunicación y Sociedad (0188-252X)*, (21), 15-41.

Rodríguez, B., Van-Barneveld, H. O., Gonzalez-Arratia, N. & Unikel-Santoncini, C. (2010). Desarrollo y validación de una escala para medir imagen corporal en mujeres jóvenes. *Salud Mental*, 33(4), 325-332.

Rojas, S., A. (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo, *Polis Revista Latinoamericana*, 28, Recuperado de: <http://polis.revues.org/1417>; DOI: 10.4000/polis.1417.

Rollero, C. (2015). "I know you are not real": Salience of Photo Retouching Reduces the Negative Effects of Media Exposure Via Internalization. *Studia Psychologica*, 57(3), 195–202. Recuperado de: <http://eds.a.ebscohost.com.db.rsu.lv/eds/detail/detail?vid=23&sid=be12425c-2d56-44ba-b8b1-7f0e9ac5a781@sessionmgr4001&hid=4105&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ==#AN=110055806&db=a9h>.

- Salazar-Mora, Z. (2007). Imagen Corporal Femenina y Publicidad en Revistas. *Revista De Ciencias Sociales*, (116), 71-85. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=36587925&lang=es&site=ehost-live>
- Salinas, P. J. (2010). *Modelos estructurales, factores de riesgo en trastornos de la conducta alimentaria en muestras de deportistas adolescentes*. Tesis para obtener el grado de Doctor en Psicología. Universidad Nacional Autónoma de México. 30-68.
- Sanchez, D. T. & Kiefer, A. K. (2007). Body concerns in and out of the bedroom: Implications for sexual pleasure and problems. *Archives of Sexual Behavior*, 36,808-820.
- Sámano, R., Rodríguez-Ventura, A. L., Sánchez-Jiménez, B., Godínez-Martínez, E. Y., Noriega, A., Zelonka, R., Garza, M. & Nieto, J. (2015). Satisfacción de la imagen corporal en adolescentes y adultos mexicanos y su relación con la autopercepción corporal y el índice de masa corporal real. *Nutrición Hospitalaria*, 31(3), doi:10.3305/nh.2015.31.3.8364.
- Sharma, U., & Black, P. (2001). Look good, feel better: beauty therapy as emotional labour. *Sociology*, 35(4), 913-931. Doi:10.1017/S0038038501009130.
- Sohn, S. H. (2010). Sex differences in social comparison and comparison motives in body image process. *North American Journal of Psychology*, 12(3), 481-500.
- Sosa.-Sánchez, I. A., Eriti, J. & Menkes, C. (2012). Haciendo cuerpos, haciendo género. Un estudio con jóvenes en Cuernavaca. *Revista De Estudios De Género. La Ventana*, 4(35), 255-291.

- Soto-Ruiz, M., Marín-Fernández, B., Aguinaga-Ontoso, I., Guillén-Grima, F., Serrano-Monzó, I., Canga-Armayor, N., & Annan, J. (2015). Análisis de la percepción de la imagen corporal que tienen los estudiantes universitarios de Navarra. *Nutrición Hospitalaria*, 31(5), 2269-2275. doi:10.3305/nh.2015.31.5.7418
- Sur.es (2016). España es el cuarto país del mundo en operaciones de cirugía estética. Recuperado el 14 de julio de 2016 de <http://www.diariosur.es/pg060509/prensa/noticias/Sociedad/200605/09/SUR-SOC-196.html>
- Swami, V. & Smith, J. (2012). How Not to Feel Good Naked? The Effects of Television Programs that Use 'Real Women' on Female Viewers' Body Image and Mood. *Journal Of Social & Clinical Psychology*, 31(2). doi:10.1521/jscp.2012.31.2.151.
- Szasz, I., (2000), Sexualidad y Género: algunas experiencias de investigación en México. *Debate Feminista*, 77-104.
- Teva, I., Bermúdez, M. P. & Ramiro, M. T. (2014). Satisfacción sexual y actitudes hacia el uso del preservativo en adolescentes: evaluación y análisis de su relación con el uso del preservativo. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 46(2), 127–136. Recuperado de: [http://doi.org/10.1016/S0120-0534\(14\)70016-0](http://doi.org/10.1016/S0120-0534(14)70016-0)
- Tiggemann, M., Polivy, J. & Hargreaves, D. (2009). The processing of thin ideals in fashion magazines: a source of social comparison or fantasy? *Journal of Social & Clinical Psychology*, 28(1), 73-93.
- Toro, J. y Vilardell, E. (1987). *Anorexia Nerviosa*. Barcelona: Martínez Roca.
- Tovar, N. T. (2012). Repensando el amor y la sexualidad: una mirada desde la segunda modernidad. *Sociológica*, 27(76), 7-52.

- Tuffin, K., Hamid, J. & Blake, D. (2014). Balancing act: The relentless tyranny of monitoring and evaluating body image concerns. *Women's Studies Journal*, 28(1), 36-46.
- Valdez, M., Arce, V., Alvarez, V., González, S., Corza, F. & González-Arratia, L. (2007). Motivación y desmotivación sexual en parejas con unión conyugal: Un análisis por sexo. *Archivos Hispanoamericanos de Sexología*, 13(2), 151-169.
- Veldhuis, J., Konijn, E. A. & Seidell, J. C. (2014). Negotiated media effects. Peer feedback modifies effects of media's thin-body ideal on adolescent girls. *Appetite*, 73, 172-182 doi:10.1016/j.appet.2013.10.023
- Weeks, J. (2003). *The Invention of sexuality*. Routledge: Great Britain.
- Weinberg, M. S. & Williams, C. J. (2010). Bare bodies: Nudity, gender and the looking glass body. *Sociological Forum*, 25(1), 47-67 doi:10.1111/j.1573-7861.2009.01156.x
- Wykes, M. & Gunter, B. (2005). *The media and body image: If looks could kill*. London: Sage.
- Woertman, L., & Van den Brink, F. (2012). Body Image and female sexual function and behavior: a review. *Journal of Sex Research*, 49(2-3), 184-211.
- Wylie, K. (2010). Sex education and the influence on sexual wellbeing. *Procedial Social and Behavioral Sciences*, 5(1), 440-444.
- Yamamiya, Y., Cash, T. F., Melnyk, S. E., Posavac, H. D. & Posavac, S. S. (2005). Women's exposure to thin-and-beautiful media images: body image effects of media-ideal internalization and impact-reduction interventions. *Body image*, 2(1), 74-80.

---

# APÉNDICES

---

## Apéndice A

### Presentación del cuestionario y ficha sociodemográfica

Este cuestionario forma parte de una investigación que se está llevando a cabo en el Área académica de Psicología de la UAEH, con el fin de aumentar el entendimiento que se tiene sobre la sexualidad de las mujeres jóvenes en México, y así diseñar programas de intervención que puedan mejorarla. Algunas preguntas pueden resultarte muy íntimas e incluso hacerte sentir un poco incomoda, pero es muy importante que las conteste todas de la manera más honesta posible, ya que el cuestionario es anónimo, las respuestas que nos brinde son confidenciales y serán analizadas mediante procedimientos estadísticos. No hay respuestas buenas ni malas, sólo nos interesa saber lo que realmente ocurre a las mujeres. De antemano, muchas gracias por su participación y su valiosa contribución al avance de la ciencia.

**FOLIO:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_

**Escolaridad:**

- (1) Primaria
- (2) Secundaria
- (3) Preparatoria
- (4) Carrera corta o técnica
- (5) Licenciatura
- (6) Posgrado

**Estado Civil:**

- (1) Soltera
- (2) Casada
- (3) Unión libre
- (4) Separada
- (5) Divorciada
- (6) Viuda

**Nivel Socioeconómico:**

- (1) Bajo
- (2) Medio-bajo
- (3) Medio
- (4) Medio-alto
- (5) Alto

**Indique el tipo de relación de pareja que tiene actualmente y el tiempo que lleva en ella:**

(1)	No involucrado con nadie actualmente	Desde hace ___ años ___ meses
(2)	Saliendo exclusivamente con una persona de manera ocasional o casual (sin ser pareja formal)	Desde hace ___ años ___ meses
(3)	Saliendo con varias personas de manera ocasional o casual (sin ser una pareja formal)	Desde hace ___ años ___ meses
(4)	Noviazgo	Desde hace ___ años ___ meses
(5)	Unión libre	Desde hace ___ años ___ meses
(6)	Casada	Desde hace ___ años ___ meses

**Número de hijxs:** \_\_\_\_\_ **Edades:** \_\_\_\_\_

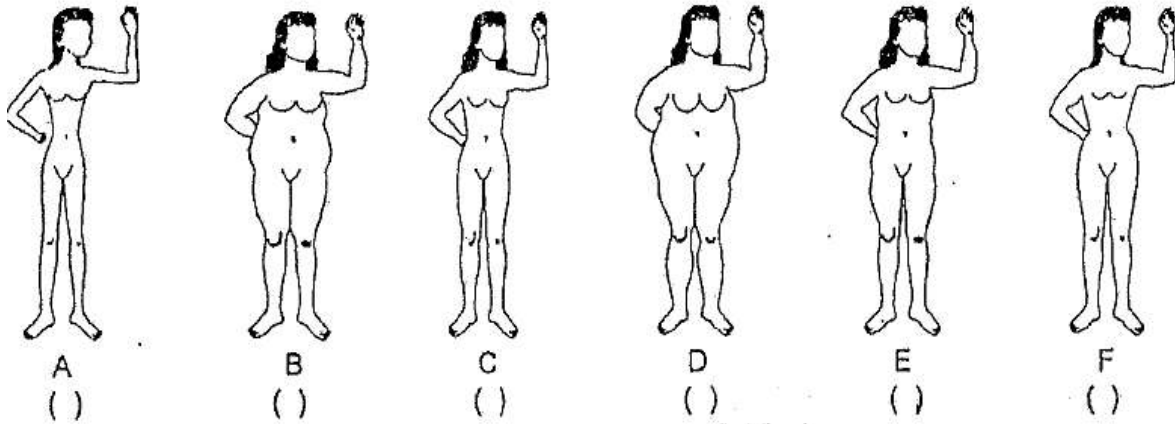
**¿Cuál de las siguientes opciones define mejor tu orientación sexual?**

(1) Heterosexual      (2) Bisexual      (3) Homosexual (4) Otra: \_\_\_\_\_



## Apéndice B

I. Observa con cuidado las siguientes siluetas. Como puedes ver cada una tiene una letra. Escoge aquella figura (solo una) que más te gustaría tener en este momento y marca con una cruz (X) la letra correspondiente.



G ( ) Si no hay una figura que te guste, dibújala.

## Apéndice C

### Inventario de Satisfacción Sexual

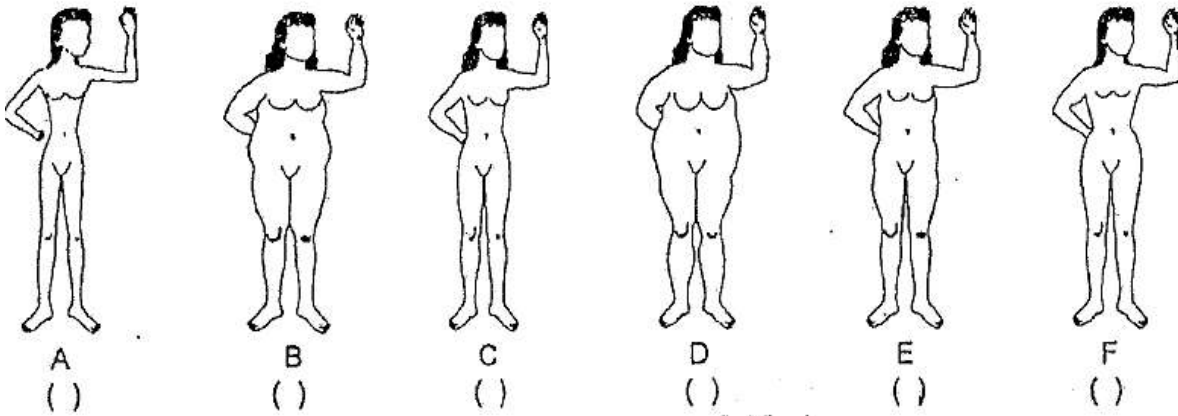
Instrucciones: Las personas evalúan la calidad de su vida sexual con base en diferentes cosas. A continuación se presentan una serie de afirmaciones acerca de lo que te puede generar satisfacción e insatisfacción sexual. Señala la frecuencia con la que ocurre cada una de ellas utilizando la siguiente escala de respuesta.

	Nunca (1)	Rara vez (2)	Algunas veces (3)	Frecuentemente (4)	Siempre (5)
1. Mi vida sexual es novedosa y excitante	1	2	3	4	5
2. La emotividad es parte de mis relaciones sexuales	1	2	3	4	5
3. El sexo me genera una sensación de fusión con el otro	1	2	3	4	5
4. Mi vida sexual está llena de prejuicios y tabúes que la restringen	1	2	3	4	5
5. Me cuido de los riesgos que implican mis prácticas sexuales	1	2	3	4	5
6. Siento deseo sexual	1	2	3	4	5
7. Me gustan los lugares en los que tengo actividad sexual	1	2	3	4	5
8. Tengo relaciones sexuales sólo por cumplir	1	2	3	4	5
9. Mis valores me impiden disfrutar de la sexualidad	1	2	3	4	5
10. Mi deseo sexual termina en algún tipo de actividad sexual	1	2	3	4	5
11. La intimidad emocional que tengo con alguien difícilmente me lleva a tener sexo	1	2	3	4	5
12. Tengo sexo en ambientes que despiertan el erotismo	1	2	3	4	5
13. Después del sexo me queda una sensación de separación o ruptura	1	2	3	4	5
14. Tengo miedo de embarazarme	1	2	3	4	5
15. Suelo fingir los orgasmos en mis relaciones sexuales	1	2	3	4	5
16. Mis relaciones sexuales generan intimidad emocional	1	2	3	4	5
17. Hay cosas que impiden tener actividad sexual con quien yo quiero	1	2	3	4	5
18. Durante el sexo establezco una conexión total con la persona	1	2	3	4	5
19. Siento culpa por la vida sexual que llevo	1	2	3	4	5

20. Mi pareja y yo tenemos diferencias en cuanto a gustos sexuales	1	2	3	4	5
21. Es difícil que el sexo me haga sentir apego por la persona	1	2	3	4	5
22. Tengo actividad sexual cuando el momento es especial	1	2	3	4	5
23. Mi pareja y yo tenemos buena química sexual	1	2	3	4	5
24. Se me trata como objeto sexual	1	2	3	4	5
25. El sexo es una forma de expresar el cariño que siento por alguien	1	2	3	4	5
26. El sexo me permite trascender o dejar huella en la persona	1	2	3	4	5
27. Mis prácticas sexuales me hacen sentir pena o vergüenza	1	2	3	4	5
28. Mi pareja y yo somos sexualmente compatibles	1	2	3	4	5
29. El sexo hace que me acerque emocionalmente a la persona	1	2	3	4	5
30. Tengo relaciones sexuales con prisa	1	2	3	4	5
31. No permito que las restricciones sociales limiten mi sexualidad	1	2	3	4	5
32. Ciertas actividades sexuales me dan asco o repugnancia	1	2	3	4	5
33. En mi relación de pareja hay mentiras sobre temas sexuales	1	2	3	4	5
34. Me siento utilizada durante el sexo	1	2	3	4	5
35. Mi vida sexual tiene un significado importante en mi existencia	1	2	3	4	5
36. Las normas sociales hacen que reprima mi sexualidad	1	2	3	4	5
37. Uso algún método anticonceptivo en mis relaciones sexuales	1	2	3	4	5
38. Se me dificulta entrar en contacto profundo con la persona durante el sexo	1	2	3	4	5
39. Mi vida sexual me acarrea preocupaciones o problemas	1	2	3	4	5

## Apéndice D

II. Observa con cuidado las siguientes siluetas. Como puedes ver cada una tiene una letra. Escoge aquella figura (solo una) que más se parezca a ti y marca con una cruz (X) la letra correspondiente.



G ( ) Si no hay una figura que te guste, dibújala.

## Apéndice E

### Inventario de Motivación Sexual

Instrucciones: Las personas tienen actividad sexual solos y/o con otra(s) persona(s), por varios motivos o razones. A continuación se presentan una serie de afirmaciones acerca de lo que puede motivarte y desmotivarte sexualmente a ti, es decir, sobre lo que te impulsa y lo que te retrae sexualmente. Señala la frecuencia con la que ocurren utilizando la siguiente escala de respuesta.

*Lo que me MOTIVA sexualmente es...*

	Nunca (1)	Rara vez (2)	Algunas	Frecuentemente (4)	Siempre (5)
1. Querer sentir placer o satisfacción física	1	2	3	4	5
2. Que el momento sea propicio	1	2	3	4	5
3. Querer demostrarle mi amor a la persona	1	2	3	4	5
4. Tener ganas de tener actividad sexual	1	2	3	4	5
5. Tener pareja	1	2	3	4	5
6. Tener cosas en común con la persona	1	2	3	4	5
7. Sentirme con buen estado de ánimo	1	2	3	4	5
8. Querer tener un orgasmo	1	2	3	4	5
9. Haber tenido un buen día	1	2	3	4	5
10. Sentirme unido (a) a la persona	1	2	3	4	5
11. Que me guste el olor de la persona	1	2	3	4	5
12. Sentir deseo por alguien	1	2	3	4	5
13. Tener cerca de alguien adecuado	1	2	3	4	5
14. Que haya química y gusto por la persona	1	2	3	4	5
15. Querer provocar placer o satisfacción física en el otro (a)	1	2	3	4	5
16. Sentir afecto por la persona	1	2	3	4	5
17. Que me guste el arreglo de la persona	1	2	3	4	5
18. Sentir el deseo de alguien hacia mí	1	2	3	4	5
19. Saber que mi pareja está disponible	1	2	3	4	5

20. Querer fortalecer la relación que tengo con la persona	1	2	3	4	5
21. Querer excitar físicamente al otro	1	2	3	4	5
22. Que exista un lugar disponible	1	2	3	4	5
23. Tener sentimientos hacia la persona	1	2	3	4	5
24. Que la persona me trate bien	1	2	3	4	5
25. Tener impulso sexual	1	2	3	4	5
26. Tener con quien tener actividad sexual	1	2	3	4	5
27. Entenderme con alguien a nivel intelectual	1	2	3	4	5
28. Querer alimentar mi ego y mi autoestima	1	2	3	4	5
29. Querer que el otro (a) me excite físicamente	1	2	3	4	5
30. Que se dé el ambiente adecuado	1	2	3	4	5
31. Querer expresar mis emociones	1	2	3	4	5
32. Que me guste la forma de ser de la persona	1	2	3	4	5
33. Sentirme excitado (a) o con ganas	1	2	3	4	5

*Lo que me DESMOTIVA sexualmente es...*

	Nunca (1)	Rara vez (2)	Algunas	Frecuentemente (4)	Siempre (5)
34.No conocer bien a la persona	1	2	3	4	5
35.No ser como la persona espera	1	2	3	4	5
36.No querer dar placer físico al otro (a)	1	2	3	4	5
37.No tener tiempo	1	2	3	4	5
38.No amar a la persona	1	2	3	4	5
39. Que la persona no tenga las características que yo busco	1	2	3	4	5
40.No tener deseo sexual	1	2	3	4	5
41.No tener con quien tener actividad sexual	1	2	3	4	5
42.Tener problemas con la persona	1	2	3	4	5
43. Que mi estado de ánimo esté alterado	1	2	3	4	5
44.No querer recibir placer físico del otro (a)	1	2	3	4	5
45.No tener dinero	1	2	3	4	5
46.No sentir cariño por la persona	1	2	3	4	5
47. Que la persona esté sucia	1	2	3	4	5
48.No querer tener actividad sexual	1	2	3	4	5
49.No tener una pareja estable	1	2	3	4	5
50. Que haya monotonía o aburrimiento en la relación	1	2	3	4	5
51.Sentirme frustrado (a) o enojado (a)	1	2	3	4	5
52.No desear un orgasmo	1	2	3	4	5
53.No tener un espacio	1	2	3	4	5
54.No estar enamorado (a) de la persona	1	2	3	4	5
55. Que la persona sea conflictiva	1	2	3	4	5

56. Que no se me antoje tener actividad sexual	1	2	3	4	5
57. No tener pretendientes	1	2	3	4	5
58. Que haya desinterés o indiferencia en la relación	1	2	3	4	5
59. Sentirme inseguro (a) de mí mismo (a)	1	2	3	4	5
60. No querer complacer físicamente al otro	1	2	3	4	5
61. Tener muchas presiones	1	2	3	4	5
62. La falta de intimidad emocional con la persona	1	2	3	4	5
63. Que la persona me trate mal	1	2	3	4	5
64. No sentir deseo sexual por el otro (a)	1	2	3	4	5
65. No tener un amigo (a) cariñoso (a)	1	2	3	4	5
66. La falta de afinidades con el otro (a)	1	2	3	4	5
67. Sentirme triste	1	2	3	4	5
68. No querer sentir satisfacción corporal	1	2	3	4	5
69. Haber tenido un mal día	1	2	3	4	5
70. Que haya desamor por parte del otro (a)	1	2	3	4	5
71. Que no me guste el cuerpo de la persona	1	2	3	4	5
72. Que el otro (a) no sienta deseo sexual por mí	1	2	3	4	5
73. No relacionarme con las personas	1	2	3	4	5