

LOS JÓVENES, EL IDEAL ESTÉTICO Y LA TELEVISIÓN: “El cuerpo real y el imaginado”



Elvia Lucía Ruiz Marín *
Claudia Emilse López Aristizábal **
Juan Gonzalo Escobar Correa ***

RESUMEN

En el artículo se presentan algunos de los resultados de la investigación “Los imaginarios de la cultura somática que construyen los jóvenes escolarizados de medellín, a partir de las representaciones que transmite la televisión que ellos consumen” realizada conjuntamente por la Universidad de Antioquia y el Politécnico Jaime Isaza David.

Puntualmente se hace referencia al cuerpo real e imaginario de los jóvenes en relación con los expuestos por la TV. Señala el texto que los jóvenes estudiados, imaginan un cuerpo como el de James Bond, el baterista de Blink-182, el súper héroe Gokú, El futbolista argentino Rodrigo Palacio, y el cantante Daddy Yankee, entre otros y que las jóvenes imaginan sus cuerpos como el de: Catherine Siachoque, Claudia Bahamón, Aura Cristhina Geithner, Andrea Serna, Sofía Vergara, entre otros. Concluye el estudio que en todos los aspectos relacionados con el Ideal estético: belleza, roles de género, modelos e íconos, cuerpo real y cuerpo ideal o imaginario, se puede comprobar una influencia marcada de la televisión en los imaginarios que los jóvenes construyen.

Palabras Claves: televisión, Jóvenes, ideal estético, cultura somática.

SUMMARY

The article presents some results of the investigation “The imaginary of somatic culture that young students of medellín builds, from the representations that transmits tv they consume” realized jointly by the Universidad de Antioquia and the Politécnico Jaime Isaza David.

Specifically referring to real and imaginary body of young people in relation with imaginary exposed on TV. The text notes that young men imagine a body like James Bond, the drummer for Blink-182, the super hero Goku, the Argentine footballer Rodrigo Palacio and singer Daddy Yankee, among others, and young women imagines their bodies like Catherine Siachoque, Claudia Bahamon, Aura Cristhina Geithner, AndreaSerna, Sofia Vergara, among others. The study concludes that in all aspects of the aesthetic ideal of beauty, gender roles, models and icons, real body and ideal or imaginary body, it prove a marked influence of television in imaginary that young people construct.

Key words: TV, Young people, aesthetic ideal, somatic culture.

*Investigadora Principal. Comunicadora Social de la Universidad de Antioquia, Especialista en Televisión de la Universidad Pontificia Bolivariana. Docente e Investigadora de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Jaime Isaza Cadavid. Actualmente adelanta la investigación “Etnografía de Teleaudiencias de Medellín en Perspectiva de la TV Digital”.

**Trabajadora Social de la Universidad de Antioquia, se desempeñó como Auxiliar de investigación en este estudio.

***Antropólogo de la Universidad de Antioquia, se desempeñó como Auxiliar de investigación en éste estudio.

Introducción

Según las investigadoras Amparo Huertas (Universidad Autónoma de Barcelona) y María Elisa Franca (Universidad de Goiás, Brasil), Liebes (1999) [1] el joven construye su subjetividad a través de un diálogo entre los modelos que le llegan mediante el televisor y los que observa en sus propias experiencias [2]. Se trata de un proceso ineludible y de gran importancia que comprende la transición desde el ámbito familiar hacia la cultura juvenil del entorno, en el cual influyen todos los agentes socializadores, entre ellos los medios de comunicación y la televisión como el de mayor consumo e influencia.

Sostienen las investigadoras que “la juventud se trata como el grupo social más receptivo frente a los nuevos soportes mediáticos y, al mismo tiempo, el potencialmente más vulnerable -no en vano existe una preocupación en el área legislativa por proteger a las audiencias tanto infantiles como juveniles frente a determinados contenidos, como es el caso de la “violencia”-. La causa de esta mayor susceptibilidad en la adolescencia se debe, según Thompson (1998) [3], al hecho de disponer de pocos recursos simbólicos/cognitivos a los que recurrir en el momento de descodificar los contenidos mediáticos.” [4]

El investigador chileno y productor de televisión, Valerio Fuenzalida, afirma que “la adolescencia y la juventud conforman una de las etapas de menor consumo televisivo, pues durante esos años se amplía la vida extra hogareña, crece la actividad grupal y se desarrolla un mayor interés por la lectura y la música y una gran atracción por el cine. En este marco de nuevas posibilidades de vida extra hogareña y extraescolar, la interacción social y afectiva, la música y el baile, y los deportes aparecen como potentes intereses juveniles más atractivos y satisfactorios que los programas de televisión” [5]. Sin embargo, esto no niega ni descarta la enorme influencia de la televisión en los jóvenes y más aún, la manera como sus contenidos les ayudan a construir modelos, íconos y estereotipos que más adelante podrían convertirse en imaginarios.

El cuerpo constituye el centro o eje en el cual, especialmente, se manifiesta la influencia de los medios: los jóvenes tienen su forma de vestir, de hablar, de actuar que generalmente está definida por la música de moda o por el programa de televisión de mayor impacto en ellos, o por ambas. En nuestro medio podemos presenciar conversaciones entre los jóvenes que incluyen dichos de los personajes de las telenovelas o series que ellos más ven, como fue el caso de la telenovela «Los Reyes», o la de “Nuevo rico, nuevo pobre” y el lenguaje de Bryan, uno de los personaje más populares entre ellos.

Metodología

La Investigación comprendió cuatro momentos: 1. Acercamiento o exploración, 2. Focalización, 3. Teorización y profundización y 4. Análisis de la información. El contenido de este capítulo corresponde al producto de esos cuatro momentos, para una sola de las dimensiones de la cultura somática: el Ideal Estético.

Con los datos cuantitativos básicos que entregó el pilotaje acerca de las preferencias televisivas y los hábitos de consumo de los jóvenes escolarizados, entre 15 y 18 años, de la ciudad de Medellín, se procedió entonces a realizar el taller de Ideal estético, los grupos focales y algunas entrevistas de profundidad que permitieron hacer un acercamiento a los imaginarios de ideal estético que ellos construyen a partir de la televisión que consumen. Para la sistematización de la información obtenida en la investigación, se asignó un código a cada estudiante que participó en el taller y/o grupo focal y de esta manera son citados.

Resultados

1. Cuerpo real e imaginario hombre y mujeres

Cuerpo Imaginado de los Hombres: El trabajo de campo realizado con los jóvenes comprendió un taller, en el cual se utilizó “la silueta” como metodología interactiva de investigación cualitativa. Los asistentes debían dibujar su cuerpo real y su cuerpo imaginario, relacionándolo con personajes o programas de la televisión que ellos acostumbraban ver. Posteriormente se hizo la socialización, cada uno explicó su trabajo y respondió las preguntas de los talleristas [6].

Para los hombres, el ideal de cuerpo imaginado corresponde a:

(TIE1E) “Exitoso, ejecutivo, no amargado. James Bond, por su suerte con las mujeres, su elegancia y es sollado. También me quiero parecer al baterista de Blink 182”. (TIE1J) “Gokú, líder positivo”. A Rodrigo Palacio, por su trenza. (TIE1L) “Daddy Yankee, no por lo físico sino por lo que canta”.

Cuerpo real



Cuerpo ideal o imaginario



[7]

En estas imágenes se nota un fuerte contraste entre el cuerpo real y el cuerpo ideal o imaginario, la delgadez del cuerpo real y la musculatura del cuerpo ideal en especial, dicen que la concepción ideal es la de un deportista (en este caso de rugby) con todo un trabajo centrado en lograr un cuerpo musculoso como los de quienes practican o son profesionales del deporte.

En relación con el tema del éxito y qué es lo que hace que alguien tenga éxito en la televisión. Algunos piensan que el éxito está ligado a la apariencia física:

“Si hay una relación porque por ejemplo Swazenegger tuvo éxito debido a sus músculos y si nos lo imaginamos delgado no tendría el mismo éxito. Inicialmente tocó muchas puertas y no lo aceptaron porque era delgado y feo. Cuando desarrolló sus músculos volvió y ahí si lo aceptaron” (GDC).

Otros piensan que no hay una relación obligatoria; es el caso de “Jota Mario Valencia, o sea, ni cuerpo ni cara; pues, es un presentador excelente, por eso tiene éxito” (GDH).

En el grupo de discusión se tocó el tema de los programas que ellos manifestaron tener como preferidos: Los Simpson, Smallville, Prison Break. Se les interrogó acerca de los estereotipos construidos a partir de esos programas. Acerca de Los Simpson manifestaron no reconocer a Homero Simpson como ideal: “A nadie le gustaría parecerse a Homero” (GDC), y tampoco a Bart. “Bart gusta porque hace las cosas que a muchos les gustaría hacer: muchas travesuras” (GDG). “Lo ideal sería un hombre que tenga las tres características: de Homero la habilidad y espontaneidad; de Clark la sensibilidad y de Prison Break la lealtad” (GDB).

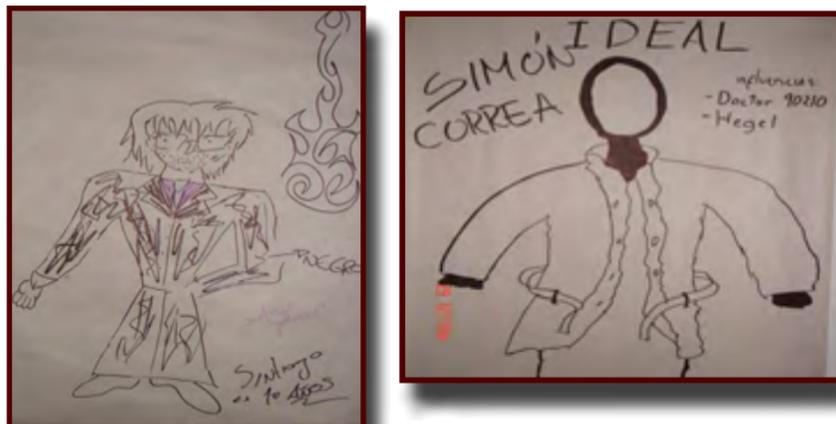
Cuerpos musculosos Cabellos engominados (crestas)



En estos dibujos se destacan los cuerpos musculosos pintados por los jóvenes para su cuerpo ideal y el cabello con gomina haciendo una cresta que además se pinta de colores diferentes.

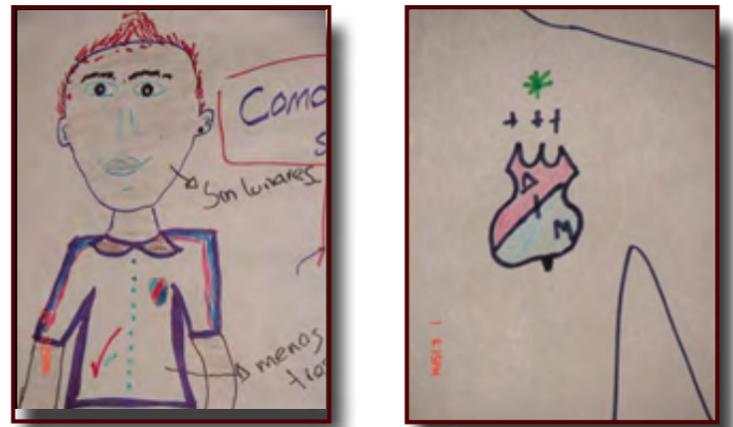
(TIE1A) En su dibujo se pinta como el Luchador Batista, lo ve en la WWE, es de peso pesado, le gusta su físico y los tatuajes (por eso se pintó un sol en el ombligo). También manifiesta que le gustaría parecerse a otro atleta, más “pequeño” como el Rey misterio. (TIE2Q) También se refiere a Batista y dice que le gusta de él “el miedo que inspira y su sexappeal”. (TIE1B) Quiere parecerse a Ronaldinho, “por sus piernas gruesas y formadas, por su técnica”. (TIE1I) a Cristiano Ronaldo. (TIE2Ñ) quisiera parecerse a Piriwipo “un neozelandés, jugador de rugby. Es un guerrero ídolo”. (TIE1M) a Roger Federer, tenista, por “estar en forma, buen físico, deporte”.

Influencia “Neocyber” [8]



En los dos dibujos hay influencia cyber, más marcada en el primero, pero también con influencia del “Anime” japonés (tipo de programa de dibujos animados japonés como Dragon Ball o Los caballeros del Zodiaco). En el segundo es más simple, lo vuelve un poco más “normal” y lo relaciona con un programa que le agrada “Doctor 90210”. No le coloca rostro y por lo tanto le da toda la importancia al cuerpo y al decorado del mismo.

En los dibujos elaborados por los jóvenes aparecieron algunos íconos como:



La camiseta con el escudo del Barcelona Fútbol Club y el escudo del DIM en una camisa se presentan como íconos que se nos entregan como pistas por donde podíamos luego profundizar para tratar de encontrar imaginarios relacionados con el deporte y el fútbol concretamente. Luego, en el grupo de discusión ellos manifestaron que “las personas se ponen esas camisas porque se identifican con un equipo” (GDI). “Yo me coloco la camiseta de un equipo por momentos, no un sábado, me la coloco cuando estoy con mis amigos. Yo era hincha de un equipo y me pasé para otro porque la camiseta me parecía más bonita. Era hincha de Boca y me pasé para River” (GDC).



Las marcas como Nike, Ecco, Vans, Diesel, etc. fueron recurrentes en los dibujos de los jóvenes. Acerca de las marcas que la televisión difunde, ellos afirman que las usan “no tanto por la televisión sino porque van con tu estilo” (GDC) y también añaden que “lo vemos en la vida diaria, en la gente y lo vemos en la televisión, pero ninguno de los dos es el determinante para que se use una marca. La gente que lo usa en televisión lo usa para estar bien. Eso impulsa a los otros a usarlo para también estar bien, para no sentirse atrasado, para estar a la moda” (GDG).

En cuanto a los modelos, están más referidos a las características generales que pudimos detectar en los dibujos, testimonios, conceptos y opiniones que obtuvimos de los jóvenes. Podemos hablar entonces de modelos de cuerpo masculino como el de los deportistas que ellos señalaron:

Cuerpo real de los hombres

Frente a la figura real, no hay consenso en lo referente a la moda y a la percepción de sí mismo. Podemos señalar que algunos no dibujaron siquiera su figura o silueta real, lo cual podría interpretarse como darle poca importancia a ese asunto y mucha importancia al cuerpo o silueta imaginaria. La gran mayoría de los hombres no hablaron acerca de su silueta real. Unos pocos, resaltaron algunos rasgos:

(TIE2T) “Soy flaco”; (TIE2E1) “Me siento bien como soy”; (TIE2D1) “Lo que soy quiero morir siendo. Antes tenía cresta naranja, tengo manilla que simboliza blancos y negros y una cadena en el pantalón”. (TIE2B1) “Me gustan mis cejas”

Los jóvenes definen su cuerpo real así:

(TIE1) “Colores, rayas, llamativo”. (No pinta su cabeza y resalta los brazos).

(TIE2O) “Soy común y corriente, no sobresalgo”. (TIE2Z) “Soy tronco”; (TIE2A) “Acorde a la situación”; (TIE2C) “Estoy bien, me gustan mis caderas”.

Cuerpo real e imaginario de las mujeres

Cuerpo imaginario - Mujeres

Cuerpos delgados



En estas dos imágenes, las jóvenes pintaron cuerpos delgados para su cuerpo ideal o imaginario, haciendo énfasis en las caderas anchas y además podemos notar que se diferencian claramente los dos estilos, el primero de una persona muy formal y el segundo con gran influencia del Hippismo, muy juvenil y fresco.

En cuanto al modelo de cuerpo imaginario femenino no hay un consenso; por una parte, es apreciado el estereotipo de la mujer elegante, bonita y exitosa en el campo laboral; se admira a personajes de televisión, exclusivamente modelos y actrices. Entre el estereotipo de cuerpo de mujer ideal se encontraron:

(TIE1D) “Catherine Siachoque: “inteligente, elegante, bonita y delicada”; (TIE1N) Claudia Bahamón: “elegante, profesional y con trabajo”.

También mencionaron modelos femeninos como: Aura Cristhina Geithner, Andrea Serna y Sofía Vergara, entre otras. Es perseguido por otra porción de la muestra, el imaginario de la mujer informal y con estilo propio, que a diferencia de las anteriores rechaza cualquier estereotipo.

(TIE1G) “No modelito plástico, ni estereotipo, mi estilo es muy marcado”; (TIE1H) “No estereotipo, no fijarse en los demás”; (TIE1K) “No modelito plástico, ni estereotipo, ni sonrisita, colores vivos y alegres. La mujer no es linda por el físico sino por dentro, que sea expresiva y que hable”.

Cuerpo real de las mujeres

Diferencias entre el cuerpo real y el ideal o imaginario



Aquí pueden apreciarse juntas las dos imágenes del cuerpo real y del cuerpo ideal o imaginario. El detalle más notorio está en el

cuerpo ideal que se vuelve más delgado, pero con curvas y más resaltado el busto.

En cuanto a la figura real de las mujeres, algunas tampoco dibujaron esta silueta. Si bien hay dos grupos dentro de las mujeres en cuestión que difieren en la figura ideal, no ocurre lo mismo cuando se trata de definir la figura real, ya que todas, excepto una, hacen afirmaciones sobre si mismas en las cuales se pueden observar locuciones semejantes como: “chabacana”, “relajada” e “informal”; por lo cual se puede observar que las adolescentes tienen percepciones sobre si mismas que reflejan una actitud de despreocupación en cuanto a lo cotidiano. Entre las que si la elaboraron, expresan lo siguiente:

(TIE1F) “Relajada, chabacana”; (TIE1H) “Sudaderas anchas, relajada”; (TIE2U) “Conforme”; (TIE2W) “me siento bien, me gusta ayudar”; (TIE2F1) “no quiero ser morena, soy agresiva, debo cambiar” [esta joven al dibujar su silueta ideal, le pintó la piel de color blanco]. (TIE1F) “No atiende a aspecto físico, me gusta vestirme con colores negro, blanco y rojo. Las caderas de Sofía Vergara son bonitas, sin embargo que me acepten como soy y no por el físico”.

En cuanto a las mujeres también hay consenso, en que todas las jóvenes del grupo quieren cambiarse algo en su cuerpo, ya sea el color del cabello o la forma y tamaño de alguna parte de su cuerpo (caderas, senos y nariz):

(TIE2A1) “Quiero cambiar por cabello largo y cambiar mi nariz. Cuidarme el cabello y maquillarme”; (TIE2X) “Pechos y nalga”; (TIE2V) “Ser más delgada por salud y estética”.

Conclusiones

Los imaginarios de ideal estético que los jóvenes construyen a partir de la televisión que consumen, están relacionados con:

La belleza: en los hombres se refiere a ser musculosos y en las mujeres a ser delgadas pero con curvas pronunciadas en las caderas y el busto. Las mujeres consideran que una mujer bella es aquella que tiene aspecto elegante, es delgada y que es original. Los hombres consideran que un hombre bello es aquel que presenta un aspecto musculoso, fuerte, atlético, deportivo. Los hombres no se han preguntado cómo quieren verlos las mujeres, ni las mujeres se han preguntado cómo quieren verlas los hombres, llegando a la conclusión, en sus propias palabras, que el imaginario que comparte sobre lo bello cada género no es el mismo que lo que se aprecia como bello en el género contrario: “si ellos las prefieren gordas, ¿por qué nosotras queremos ser delgadas?” apuntó una de las participantes. Las mujeres dicen que prefieren los hombres “común y corrientes”, no los hombres musculosos. Los hombres por su parte dicen que prefieren las mujeres no tan delgadas sino “llenitas”.

Roles de género: se continúa con algunos roles de género que vienen de épocas anteriores y se puede observar que aparecen algunos cambios en algunos roles tanto masculinos como femeninos. Masculinos: Se mantienen como símbolo de masculinidad los músculos, la fuerza, el dar seguridad a la mujer. Algunos que están cambiando y ya no se miran como exclusivos de la mujer: los hombres pueden y deben expresar sus sentimientos, pero no ser tan sensibles como las mujeres; el maquillaje en los hombres se ha vuelto algo más de higiene, está bien pero sin exageración; el que el hombre haga los oficios de la casa, se ve bien siempre y cuando lo haga con naturalidad y aceptándolo sin sentirse menos por ello. Importante destacar que conciben que en cuanto a la necesidad de expresar sus sentimientos consideran iguales al hombre y a la mujer y ven con naturalidad el que los hombres lloren o manifiesten sus sentimientos.

Femeninos: Se sigue considerando a la mujer como tierna, delicada y sensible. Se reafirma que la mujer puede desempeñarse y ocupar los lugares que ocupan los hombres. Está cambiando la concepción referente a que la mujer necesita al hombre a su lado para sentirse segura, afirman que no los necesitan para sentirse seguras, creen que las mujeres pueden brindarse ellas mismas la seguridad que necesitan en su vida cotidiana. Se nota cada vez una mayor autonomía en el rol femenino y una menor dependencia del hombre en todos los campos.

Íconos y Modelos: Íconos: Acerca de las marcas que la televisión difunde, ellos (hombres y mujeres) afirman que las usan porque van con su estilo, no porque las proponga la televisión y también añaden que ni la televisión ni la vida diaria son determinantes para usar una marca, lo hacen para estar bien, para no sentirse atrasado, para estar a la moda. Modelos- Hombres: Encontramos modelos de cuerpo masculino referidos a deportistas de diferentes disciplinas como: fútbol, Ronaldinho; tenis, Federer; lucha libre, Batista y Rugby, Piriwipo, entre otros. Para los hombres también se establecieron modelos relacionados con personajes que son actores, cantantes, músicos o modelos profesionales. Entre ellos están: Juan Pablo Llano (modelo), Guy Ecker (actor), Gokú (líder), Daddy Yankee (cantante) y el baterista de Blink 182, entre otros.

Modelos de Mujeres: los modelos femeninos tienen que ver principalmente con actrices y presentadoras como: Aura Crithina Geithner, Catherine Siachoque, Claudia Bahamón, Andrea Serna y Sofía Vergara, entre otras.

Cuerpo Real- Hombres: Frente a la figura real, no hay consenso en lo referente a la moda y a la percepción de sí mismo. Podemos señalar que algunos no dibujaron siquiera su figura o silueta real, lo cual podría interpretarse como darle poca importancia a ese asunto y mucha importancia al cuerpo o silueta imaginaria.

La gran mayoría de los hombres no hablaron acerca de su silueta real. Unos pocos, resaltaron algunos rasgos como ser flaco, ser común y corriente, ser trozo, etc.

Cuerpo Real – Mujeres: En cuanto a la figura real de las mujeres, algunas tampoco dibujaron esta silueta. Cuando se trata de definir la figura real, todas, excepto una, hacen afirmaciones sobre sí mismas en las cuales se pueden observar locuciones semejantes a “chabacana”, “relajada” e “informal”; por lo cual se puede observar que las adolescentes tienen percepciones sobre sí mismas que reflejan una actitud de despreocupación en cuanto a lo cotidiano.

En cuanto a las mujeres también hay consenso, en que todas las jóvenes del grupo quieren cambiarse algo en su cuerpo, ya sea el color del cabello o la forma y tamaño de alguna parte de su cuerpo (caderas, senos y nariz).

Cuerpo Imaginario- Hombres: Para los hombres el cuerpo imaginario está personificado por deportistas de alto rendimiento como luchadores, futbolistas, tenistas, entre otros, que presentan una musculatura hipertrofiada. Este ideal de hombre bello es preponderante en toda la población, sin que determine de ninguna manera el estrato social al que el joven pertenezca.

Cuerpo Imaginado- Mujeres: En cuanto al modelo de cuerpo imaginario femenino no hay un consenso; por una parte, es apreciado el estereotipo de la mujer elegante, bonita y exitosa en el campo laboral y se admira a personajes de televisión, exclusivamente modelos y actrices. Entre tanto, es perseguido por otra porción de la muestra el imaginario de la mujer informal y con estilo propio, que a diferencia de las anteriores rechaza cualquier estereotipo.

Los jóvenes hacen de manera más fluida su silueta o cuerpo imaginario que su silueta o cuerpo real porque según Lacan lo imaginario del cuerpo permite la reafirmación narcisista y la identificación según el deseo del otro (el deseo del otro). Esto

explica por qué es tan fácil remitirse al cuerpo imaginario, porque es más asequible y el cuerpo real no lo es. Según Lacan, el cuerpo real es lo imposible. Como el cuerpo real es imposible, es más fácil la inclinación a alimentar el cuerpo imaginario. Ahí es donde se hacen efectivos los medios de comunicación, especialmente la televisión con sus mensajes repetitivos.

Influencia de la televisión: En todos los aspectos relacionados con el Ideal estético: belleza, roles de género, modelos e íconos, cuerpo real y cuerpo ideal o imaginario, se puede comprobar una influencia marcada de la televisión en los imaginarios que los jóvenes construyen. Esa influencia se puede ver en la concepción de belleza femenina y masculina, en la cual la televisión influye notablemente, en el caso de los hombres (hombres musculosos) con sus numerosos contenidos de deporte y actividad física; y en el caso de las mujeres, con los modelos femeninos (mujeres delgadas) que impone con las presentadoras de los programas y noticieros y con las actrices protagonistas de sus telenovelas, seriados y dramatizados.

En los imaginarios de ideal estético femenino y masculino la televisión aporta elementos importantes que aunque los jóvenes no reconocen, si son definitivos. Ellos aseguran que la televisión no es determinante para su elección de marcas y en general de productos del mercado, pero sus decisiones generalmente favorecen aquellos productos y marcas que ya vieron y que son recomendadas por la televisión. De ahí que incluyan las marcas más famosas de ropa y calzado en los dibujos de su cuerpo real e ideal. La televisión forma parte de la vida cotidiana de los jóvenes y ellos consideran que se debe ver la televisión pues de lo contrario se está “out”. La televisión cumple a cabalidad su papel de agente socializador. Los jóvenes hablan de ella, la critican, la cuestionan, la sufren y la disfrutan, es parte de su vida individual y social, es el tema obligado en sus reuniones sociales, en el colegio y con sus amigos y “parceros”.

Bibliografía

- ARBOLEDA, Rubiela y otros. El cuerpo en boca de los adolescentes. Editorial Kinesis, Medellín, 2002, 256 pp. Pág. 17
- CABERO ALMENARA, Julio. Nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Editorial McGraw-Hill, Madrid, 2007, 349pp. Pág. 2
- CASTELLS, Manuel. La era de la Información, La sociedad red, Vol. 1. Siglo XXI editores, primera edición en español, Madrid, 1999. 590 pp. Pág. 360
- COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, Programa de Investigaciones académicas sobre televisión. Los jóvenes y la televisión. Imprenta Nacional. Bogotá, 2006. 306 pp.
- Comisión Nacional de Televisión y otros. El valor de la Audiencia – Dos experiencias para el debate. Colección Televisión y Educación, Número 5, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1998. 61 pp.
- ECO, Umberto. Historia de la belleza. Editorial Lumen. Milán, 2004. 438 p.p. Introducción.
- RUÍZ, Elvía & otros. Los Imaginarios de la Cultura Somática Que Construyen Los Jóvenes Escolarizados De Medellín, A Partir De Las Representaciones Que Transmite La Televisión Que Ellos Consumen. Universidad de Antioquia- Politécnico Jaime Isaza Cadavid. Editorial Alas libres, 2009.
- GARCÍA ORREGO, Doreley. A título de cuerpo, se nos concede la existencia humana. Tesis de grado Psicología. Universidad de Antioquia, 2002
- LE DIBERDER, A y COSTE-CERDAN, N. Romper las cadenas – Introducción a la post-televisión, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1990, 172 pp. Pág. 19

Liebes, T. (1999): - 'Serai-je belle, serai-je riche?' Images culturelles de la réussite chez les adolescents-, Réseaux, n° 98, París, pp. 191-215.

RINCÓN, Omar. Televisión, video y subjetividad. Enciclopedia Latinoamericana de sociocultura y comunicación #16, Editorial Norma, Bogotá, 2006. 140p.

Rincón, Omar. Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Editorial Gedisa. Barcelona, 2006. 224 pp. Pág. 80

RINCÓN, Omar. Televisión, video y subjetividad. Enciclopedia Latinoamericana de sociocultura y comunicación # 16. Editorial Norma. Bogotá. 2006. 140 pp. Pág. 133

RUIZ BALZA, Alejandro y APHAL, Karina. Dossier 11: Sociedades de la Información. Disponible en: <http://www.comunicologos.com> - Septiembre 17 de 2007

Thompson, J.B. (1998): Los medios y la modernidad. Barcelona: Paidós.

TREJO DELARBRE, Raúl. Viviendo en el Aleph – La Sociedad de la Información y sus laberintos. Editorial Gedisa, Barcelona, 2006, p. 68

Cibergrafía

World Development Indicators, disponible en: http://www.worldbank.org/data/wdi2004/pdfs/table5_11.pdf

World Development Indicators, disponible en: http://www.worldbank.org/data/wdi2004/pdfs/table5_11.pdf

Estudio general de Medios. Comisión Nacional de Televisión. I - 2007 Disponible en: <http://www.cntv.org.co> – Noviembre 12 de 2007

Coralina, julio30 de 2007 - Foros El País. Disponible en: <http://foros.elpais.com/index.php?showtopic=6129> – Septiembre 18 de 2007

HUERTAS, Amparo. El espectador adolescente. Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo. Disponible en:

<http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-74.html>- Abril de 2005

HUERTAS, Amparo y FRANCA, María Elisa. El espectador adolescente. Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo. Disponible en: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-74.html> - Abril de 2005.

HERRERO CECILIA, Juan. La teoría del estereotipo aplicada a un campo de la fraseología: las locuciones expresivas francesas y españolas. Universidad de Castilla La Mancha. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero32/teoreste.html>-septiembre 16 de 2007

Citas

[1] Liebes, T. (1999): - 'Serai-je belle, serai-je riche?' Images culturelles de la réussite chez les adolescents-, Réseaux, n° 98, París, pp. 191-215.

[2] Citado por HUERTAS, Amparo y FRANCA, María Elisa. El espectador adolescente. Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo. Disponible en: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-74.html> - Abril de 2005.

[3] Thompson, J.B. (1998): Los medios y la modernidad. Barcelona: Paidós.

[4] HUERTAS, Amparo. El espectador adolescente. Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo. Disponible en: <http://www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-74.html> - Abril de 2005.

[5] Comisión Nacional de Televisión y otros. El valor de la Audiencia – Dos experiencias para el debate. Colección Televisión y Educación, Número 5, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1998. 61 pp.

[6] Todos los testimonios y detalles se tomaron del documento "Matriz sobre taller de Ideal estético" y del escrito "Apuntes sobre el taller", construidos por el grupo de trabajo de la dimensión de Ideal Estético.

[7] Las imágenes fueron tomadas de los dibujos elaborados por los jóvenes asistentes a los talleres de Ideal Estético y se encuentran en los archivos de la investigación.

[8] Término utilizado por Humberto Eco para referirse a la influencia futurista en los modelos que asumen los jóvenes en su ideal estético. Ver la explicación en el texto referente a la belleza.

Para citar este artículo:

Ruiz Marín, Elvia Lucía
López Aristizábal, Claudia Emilse
Escobar Correa, Juan Gonzalo (2011).

LOS JÓVENES, EL IDEAL ESTÉTICO Y LA TELEVISIÓN: "El cuerpo real y el imaginado"

Grupo de Investigación en Comunicación del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Medellín - Colombia.

Año III, Número 6, ISSN 2017-1557.

DOI. 10.33571/revistaluciernaga.v3n6a1