

ATRACTIVO FISICO

Autores:

Pablo Fernando Díaz B.,
Ma. Paola Pandolfi P.
Romina Perfetti M.

Indice

- INTRODUCCION
- MARCO CONCEPTUAL
- RELACION DE CONCEPTOS
- Atractivo físico y relaciones sociales
- Atractivo físico y autoimagen
- Factores relacionados con el atractivo físico
- Atractivo físico y diferencias de género
- CONCLUSION

INTRODUCCION

Porque todos los amigos y amantes alguna vez fueron desconocidos y porque muchas interacciones sociales nunca progresan más allá de un mínimo contacto, las percepciones de lo que es y no es atractivo físico en las relaciones interpersonales son un tema importante de la Psicología Social. Con el objetivo de determinar la importancia que tiene el atractivo físico en las relaciones interpersonales y como ésta afecta el autoimagen se ha realizado una investigación bibliográfica, a partir de artículos de las revistas Journal of Applied Social Psychology, pertinentes al tema.

MARCO CONCEPTUAL

El atractivo físico es un concepto que es producto de la internalización de pautas culturales de belleza, las cuales pueden variar según la cultura, pero a pesar de esto habría características generales a través de la humanidad que dicen relación con la teoría sociobiológica, en donde, los atributos físicos estarían relacionados con la capacidad reproductiva del sexo opuesto. Así las mujeres se consideran más atractivas cuando tienen atributos relacionados con la fertilidad y la juventud y los hombres, características de dominancia, fuerza y alto status social. Las personas físicamente atractivas son consideradas como más persuasivas, con más factibilidad de ser elegidas como parejas para "salir", con más habilidades sociales que aquellos menos atractivos, como más apoyados socialmente, como mejores emisores de claves no verbales, están mejor adaptados, son más deseables, más exitosos, son percibidos como más competentes, producen mejores impresiones y son percibidos como menos propensos a desarrollar enfermedades mentales y desarrollarían relaciones más satisfactorias en plano romántico. Lo anteriormente expuesto se basa en la premisa heurística "Todo lo bello es bueno", descubierta por *Dion, Berscheid y Walster, 1972; (Cash, T., 1990)*. Entendiendo por belleza, según la teoría del rol social, un constructo social que se basa en una estructura física dada y en rasgos comportamentales. En la que lo que es juzgado como físicamente atractivo por el individuo es primordialmente dependiente en lo que las personas en un tiempo particular y en una cultura determinada y/o subcultura aprenden a catalogar como atractivo a través de experiencias individuales, grupales o a través de los medios de comunicación; (*Osborn, D., 1996*).

Otro concepto importante de analizar es el de la autoimagen corporal que se refiere a la percepción de las cualidades y atributos físicos que se tienen de uno mismo. De acuerdo a las teorías de la autodiscrepancia la insatisfacción física refleja el estado de discrepancia entre los atributos físicos autopercebidos y los estándares sociales internalizados (*Jacobi, L. y Cash, T., 1994*). El nivel de discrepancia entre la autoimagen corporal y un ideal de belleza va a estar influenciado por el nivel de automonitoreo, la identificación con un estereotipo racial adecuado, el nivel de comparación social, entre otros factores, los que en conjunto determinarán en gran medida la autoestima del sujeto.

RELACION DE CONCEPTOS

Atractivo físico y relaciones sociales

El atractivo físico, como ya se ha planteado, es fuente de grandes influencias sociales, que en la vasta mayoría de los casos operan a favor de la persona

considerada físicamente atractiva, según los cánones de belleza en la cultura que se encuentra. Es así, como los jurados en EEUU, en lo relativo al acoso sexual cuando el culpado es un hombre que posee características consideradas atractivas físicamente y la víctima carece de ellas, el primero resulta menos inculpado por parte del jurado, que cuando la situación es inversa: un acosador poco atractivo y una víctima bella (*Popovich, P. y cols., 1996*). Así mismo, en otros delitos, los jueces americanos eran menos propensos a encontrar a los defendidos culpables cuando estos eran físicamente atractivos. Sin embargo, esto variaba de acuerdo al tipo de crimen cometido. Así, los inculpados que eran considerados físicamente atractivos recibían un notable menor castigo que aquellos poco atractivos en los crímenes de robo, violación y engaño, pero recibían mayores castigos que aquellos físicamente poco atractivos en el homicidio negligente se cree que esto se debe a que las personas tienen expectativas más altas puestas sobre personas físicamente más atractivas, por lo tanto cuando fallan ante estas expectativas se le castiga más duramente (*Mazzella, R. & Feingold, A.; 1994*).

El atractivo físico también es un factor que favorece el acceso a diversos escenarios sociales como por ejemplo, una persona atractiva tiene mayores posibilidades de ingresar a un bar y beber, aún siendo menor de edad, con menor probabilidad de que le sea pedida su identificación; por el sólo hecho que los trabajadores del lugar al permitirle acceder al ingreso y a beber creen que tendrán mayor acceso de interactuar con esa persona que ellos consideran físicamente más atractiva (*Mc Call, M., 1997*).

En cuanto a liderazgo una persona será considerada más exitosa, con mayores habilidades sociales, ambicioso y competente cuando es físicamente atractivo, por lo tanto, el atractivo físico cumpliría un rol importante en la elección del líder; lo que se traduce en una profecía autocumplida, lo cual lleva al líder, que en un principio fue elegido por su atractivo físico a ser un líder efectivo (*Cherulnik, P. & cols., 1990*).

Sin embargo, estas influencias sociales que ejercen las personas atractivas dependen también de los niveles de automonitoreo de los influenciados, puesto que las personas que poseen un bajo automonitoreo tienden a procesar de una manera más sistemática y central lo que las personas atractivas expresan; teniendo un procesamiento más superficial o heurístico aquellas con alto automonitoreo en esta misma situación. Esto queda claro, en la respuesta que se produce ante propaganda comercial donde los protagonistas son sujetos físicamente atractivos. Las personas con bajo automonitoreo se sentirán atraídas a lo atractivo de los sujetos para luego procesar de una manera sistemática lo que éstos expresan, vale decir, estas personas se verán influenciadas por la propaganda si y sólo si ésta

presenta argumentos claros y convincentes, en contraste, con aquellos de alto automonitoreo, quienes no se verán influenciados por el tipo de argumento usado por la fuente físicamente atractiva (*De Bono, K. & Telesca, C., 1990*).

Atractivo físico y autoimagen

Según un estudio de *Bond y Cash (1992)* la preocupación por la imagen corporal es mayor en mujeres jóvenes que en mujeres mayores y hombres, se vio también que las mujeres que tenían ideales que en algún aspecto puntual eran discrepantes con la percepción que ellas tenían sobre sí mismas no reportaban autoimágenes más negativas, lo que sugiere que las discrepancias en detalles entre la imagen corporal ideal y la real no afectan emocionalmente a la gestalt de la autoimagen. En un estudio realizado sobre la autopercepción de atractivo físico y la comparación del ideal de belleza con estándares relacionados a la identidad racial (*Makkar, J. y Strube, M., 1995*), se vio que compararse con ideales muy elevados puede ser devastador ya que puede llevar a sentimientos de poca valía personal y desarrollo de desórdenes alimenticios, además es muy importante que el ideal de belleza que tenga una persona esté relacionado con un nivel de belleza que corresponda al grupo étnico al cual se pertenece, para así evitar una comparación poco realista que tenga un efecto negativo sobre la autoestima del sujeto, por otro lado, un alto nivel de autoestima proveerá una protección general frente a un ideal de atractivo físico muy elevado y poco realista lo que hará que la persona tenga una mejor evaluación de sí misma al compararse con ideales más alcanzables. Se vio también que el proceso de comparación social entre la autoimagen e ideal de belleza estará mediado por el nivel de identidad racial que presenta el sujeto y por su autoestima; la interacción entre ambos factores determinará en gran medida la autopercepción del sujeto. Relacionado con lo mismo se puede decir que las personas que no se identifican con el ideal de belleza que corresponde a su raza son susceptibles a tener menores niveles de autoaceptación. De este trabajo también se concluye que la autoimagen es reactiva y susceptible a variables situacionales.

Actualmente, los ideales de belleza cambian según los dictámenes de la moda. La influencia de la exposición a la publicidad va a depender del nivel de automonitoreo de los sujetos, por lo que la influencia de la publicidad será mayor sobre las personas con alto automonitoreo, las que serán más susceptibles a la presión cultural y a los ideales de belleza impuestos externamente. Las mujeres que se acercan más a sus ideales de belleza presentan niveles de autoestima corporal mucho más altos y además manifiestan sentimientos más positivos sobre ellos mismos. Los juicios de otras personas influirán sobre los juicios que emiten sobre belleza los sujetos con alto automonitoreo. En general, el juicio sobre

belleza corporal personal dependerá en gran medida del nivel de automonitoreo que presentan los sujetos (*Henderson & King, E. y Henderson & King, D., 1997*).

Factores relacionados con el atractivo físico

Se ha descubierto que afectos positivos están catalogados como más atractivos que los afectos negativos, tanto la expresión facial como en la voz. Afectos dominantes son catalogados como más atractivos que los afectos sumisos en la expresión facial, pero este efecto se da de forma inversa en lo referente a la voz, vale decir, aquellas voces sumisas parecen ser más atractivas que aquellas dominantes.

Otro factor relacionado con el atractivo físico sería aquel que se refiere a una imagen saludable, sin embargo, lo que se entiende por imagen saludable muchas veces no corresponde a verdaderos estados de óptima salud. Esto, claramente visto en la percepción que se tiene del bronceado en la piel, puesto que, este factor está tipificado como ser una expresión de salud, sin embargo, este bronceado puede traducirse en cáncer a la piel y en envejecimiento prematuro. Se han realizado encuestas que arrojan que el 66% de la población joven piensa que ellos con un bronceado se ven más sanos aunque sólo el 18% de ellos cree que una persona bronceada es más sana. Investigaciones posteriores demuestran que las personas que están bronceadas son consideradas más físicamente atractivas, populares y sexy que aquellas que no están en esa condición, existiendo una preferencia por un bronceado mediano sobre uno débil, con una clara menor preferencia para un bronceado oscuro y una ausencia total de éste. Las razones por no considerar al bronceado oscuro como muy atractivo pueden deberse a que se ha internalizado en la población los efectos nocivos de los rayos ultravioleta (*Broadstock, M. y cols., 1992*).

Dentro de este mismo tema, en el cual se relaciona el atractivo físico con una imagen saludable investigaciones confirman la presencia o ausencia del patrón masculino de la pérdida del cabello tiene un gran impacto en la primera impresión por parte de hombres y mujeres. En términos generales los hombres calvos, jóvenes o viejos, son percibidos como menos deseables física, personal y socialmente, puesto que la calvicie puede hacer ver más viejo al hombre joven, mientras que el hecho de conservar el cabello puede llevar a preservar una imagen juvenil en el hombre mayor.

Se diseñó una investigación para determinar en que medida los sujetos pueden influenciar sus niveles de atractivo físico, centrándose específicamente en el uso

de maquillaje y el uso de la postura. Se vio que la estructura física es tan importante como la estructura facial al momento de establecer juicios sobre niveles de atractivo físico, se demostró, por lo tanto, que hay factores comportamentales que influyen sobre los juicios de belleza y que son casi tan importantes como los factores estructurales.

Por otro lado, se vio que establecer relaciones interpersonales pueden influir y cambiar los juicios sobre atractivo físico, viéndose que el efecto: "la belleza se encuentra en el ojo de la persona que la ve" es verdadero. Se puede concluir de esta investigación que las estrategias de autopresentación (maquillaje), como las personas se mueven y como interactúan con otros influirá muchísimo sobre los juicios de atractivo físico (*Osborn, D., 1996*).

Según el estudio de *Henss (1991)*, otro factor que influye sobre el atractivo físico es la percepción de edad, se vio que hay una alta correlación negativa entre edad y atractivo físico entre mujeres (a mayor edad menor atractivo físico), pero esta correlación disminuye en la medida que las mujeres que enjuician son mayores. No se vio una correlación entre la edad y el nivel de atractivo físico en hombres. Además, quedó de manifiesto que los hombres prefieren a las mujeres más jóvenes, que para enjuiciar a una persona joven como una persona poco atractiva las personas se centran en señales ligadas a edades mayores (arrugas, pieles menos tersas, pelos menos brillantes, etc.) y que para enjuiciar a personas mayores como atractivo las personas se centrarían en señales de juventud. Finalmente, se puede decir que las personas jóvenes enjuiciaron como menos atractivas a personas mayores y que las personas mayores emitían juicios más favorables sobre personas de similares edad.

Atractivo físico y diferencias de género

En cuanto al atractivo físico y las diferencias genéricas se podría decir que la vasta mayoría de las mujeres desean ser más delgadas, discrepancia en la autoimagen que contribuye a la prevalencia de los trastornos alimenticios. Por otra parte, la mayoría de los hombres quieren un peso diferente, el que puede ser menor o mayor al que actualmente poseen, dentro de este punto se ve que muchos hombres están descontentos con su musculación y quieren tener una constitución más mesomórfica. Cuando los hombres aspiran a ganar peso lo que ellos buscan es un aumento del peso muscular. Finalmente, estudios sobre el peso en relación a los ideales del sexo opuesto han revelado que cada sexo posee una inadecuada percepción de lo que el otro sexo prefiere descubriéndose que el otro sexo es menos extremo de lo que se cree. Algunos investigadores han destacado que la altura es más importante para los hombres que para las mujeres, aventajando al

hombre alto por sobre el bajo, sin embargo, estudios hechos por *Cash et. al*, en 1986 encontraron que solo el 20% de los hombres estaban descontentos con su altura.

En cuanto al tamaño del pecho los estudios descubrieron que aunque los hombres prefirieron un busto más grande que las mujeres, un tamaño promedio era más atractivo para ambos sexos. Investigaciones muestran que ambos sexos preferirían tener un pecho más grande que el que ellos tenían y ambos sexos creían que el otro sexo prefería un pecho más grande en el sexo opuesto.

El ideal color de ojos aparece en investigaciones como congruente con el color de ojos propio, sin embargo, el 82% de los hombres y el 81% de las mujeres asumen que el sexo opuesto los prefiere azules. En cuanto al color del cabello se encontró que independiente de que tengan un color natural o artificial, el 79% de las mujeres prefirieron hombres morenos y dentro de los hombres el 69% de los morenos las prefieren morena mientras que el 69% de los rubios las prefieren rubias, según un estudio hecho en EEUU publicado por *Jacobi, L. y Cash, T. en 1994*.

Otra diferencia de género que se ha observado es referente a la imagen corporal, la cual se refiere a como la gente piensa, siente y se comporta frente a sus propios atributos físicos. La imagen corporal contaría con tres facetas: la evaluación (satisfacción o insatisfacción frente a la propia apariencia), el afecto (experiencias emocionales que las evaluaciones provocan en distintos contextos) y la inversión (preocupación por el manejo de la imagen). Frente a esto surgirían las siguientes diferencias de género: relativo a los hombres las mujeres muestran una evaluación de imagen corporal más negativa; invierten más en su imagen y presentan con mayor frecuencia disforia frente a su imagen. También las mujeres presentan mayores discrepancias entre su yo ideal y su yo real, en lo que a proporciones del cuerpo se refiere (musculatura, piel, peso, etc.); los hombres y mujeres que presentan un descontento similar frente a su cuerpo invierten de igual manera para mejorar su apariencia física. La insatisfacción con el cuerpo aumentaría después de los veinte años en las mujeres y en los hombres aún no se ha determinado una edad (*Muth, J. y Cash, T. 1997*).

Finalmente, se puede destacar como un punto importante el peso frente a las diferencias de género, por lo que se puede ver que las características físicas van a ser importantes frente a la comparación con otros. Las mujeres obesas, en orden jerárquico presentarían las siguientes características: en el ámbito sexual son consideradas como significativamente menos atractivas, menos deseables como parejas, poseerían menos habilidades sexuales, serían menos cálidas sexualmente

y tendrían menor respuesta sexual; por lo que muchas veces pueden ser percibidas como vírgenes, con menores posibilidades de tener una pareja sexual estable y experimentar deseo sexual. A su vez los hombres obesos, en orden jerárquico, presentan las siguientes características: sería menos probable que tuvieran una pareja sexual, son considerados significativamente menos atractivos en el ámbito sexual y son menos deseados como parejas.

La comparación en el aspecto sexual es mayor entre las mujeres obesas y de peso normal, que entre los hombres obesos y de peso normal. Las mujeres con sobre peso incorporarían al peso como parte de su autoconcepto, creyendo que este interferiría con sus actividades sociales, pensando así que las negativas sociales que reciben están en función de su peso y tienden a tener una menor autoestima y una mayor visión negativa sobre sí mismos en relación a una persona de peso normal, concluyendo así que las mujeres obesas se ven a sí mismas como criaturas asexuales incapaces de atraer y satisfacer a una pareja sexual.

CONCLUSION

A través de los artículos publicados por la revista *Journal of Applied Social Psychology*, relativos al atractivo físico, en que se ha basado este trabajo, se puede concluir que el atractivo físico es un constructo social determinado culturalmente y que varía según patrones de estética raciales y tendencias de la moda que influirán sobre el establecimiento de relaciones sociales, el establecimiento del autoimagen y juicios sobre la propia imagen corporal, sobre conductas que se presentan y por último se vio que hay diferencias de género en cuanto al tema.

La influencia del atractivo físico sobre las relaciones sociales queda de manifiesto al verse que las personas consideradas más atractivas tendrán más acceso a ciertos lugares, a ocupar ciertas posiciones dentro de un grupo (liderazgo) y a ser juzgados más favorablemente y ser castigados menos duramente en general y particularmente frente a algunos crímenes.

En relación al autoimagen se plantea que es necesario que las personas tengan un ideal de belleza realista y acorde a su raza para que estén conformes consigo mismo y que las personas con alto automonitoreo son más susceptibles a la comparación social y a la influencia de estereotipos publicitarios .

Dentro de las conductas que se presentan en relación al atractivo físico se vio que el broncearse, el maquillarse, la postura, la manera de relacionarse con otros y el mantener un peso adecuado serían determinantes al momento de enjuiciar el nivel de belleza de los sujetos.

En lo que a diferencias de género se refiere se pudo ver que los conceptos que tienen las personas sobre su propio sexo son mucho más extremistas que los que en realidad el sexo contrario considera como atractivo y que en general las personas prefieren rasgos físicos similares a los propios al momento de establecer juicios valorativos de atractivo físico.

Finalmente, se puede decir que se cumplieron los objetivos planteados en un principio, comprobándose que el atractivo físico influye sobre el establecimiento de relaciones interpersonales y que tiene un efecto relevante en la formación de la autoimagen.

Aviso: © Copyrights 2001 Apsique, en representación de los autores.
Todos los derechos reservados.

Este informe puede ser utilizado de la manera que el usuario estime conveniente, en tanto sean citados los autores. No se autoriza su venta ni su uso para fines de lucro de ninguna especie, a excepción que Apsique y/o el autor del texto así lo determine.