

# **ESTEREOTIPS I PREJUDICIS SOBRE L'ASPECTE FÍSIC: COM VEIEM A LES PERSONES ATTRACTIVES?**

Anna GIL FARRÉS

4t curs Psicologia

Tutora: Núria Padrós

Treball de Fi de Grau

Facultat d'Educació, Traducció i Ciències Humanes

Universitat de Vic

16 de maig de 2014

# Agraïments

No es pot començar aquest treball sense agrair a totes aquelles persones que han ajudat a fer-lo possible.

En primer lloc, a la meva tutora, la Núria, així com a la Lucrezia i al Martori, per la seva guia i paciència. A tots ells, gràcies per la seva entrega i ajuda.

A la Silvana, per les seves magnífiques il·lustracions i per sempre donar un cop de mà quan se la necessita.

També a la meva família, per suportar tot el procés sense ni una queixa.

També, sens dubte, a les nenes del tren, per ser el millor suport que em podria haver trobat.

Per últim, a totes aquelles persones que han ajudat, en petita o gran mesura, en qualsevol part del desenvolupament de l'estudi.

## **Resum**

L'objectiu principal d'aquesta investigació ha estat identificar i descriure els estereotips i prejudicis sobre les persones físicament atractives, a més de conèixer si hi ha diferències entre la visió dels adolescents i la visió dels adults en relació a aquest tema. Per a complir aquests objectius, el present estudi s'ha portat a terme amb adolescents de 12 a 19 anys i amb adults de 20 a 60 anys, als quals se'ls hi ha passat un qüestionari dissenyat específicament per a aquesta investigació. A partir de les seves respostes, els resultats clau han estat, per una banda, que no s'han trobat grans diferències entre adolescents i adults, i, per una altra banda, que els models corporals ideals i preferits per ambdues mostres són el musculat i el prim, a més que l'atractiu físic s'associa, en general, amb característiques socialment positives, principalment amb la competència social i a l'èxit.

## **Abstract**

The main objective of this research has been to identify and describe the stereotypes and prejudices about physically attractive people, as well as know if there are differences between teenager's vision and the adult's vision in relation to this subject. To accomplish these objectives, the present study has been made with teenagers from 12 to 19 years old and adults from 20 to 60 year old, which have replied a questionnaire designed specifically for this research. From their responses, the key results have been, on the one hand, that no major differences have been found between teenagers and adults, and, on the other hand, that, in both samples, ideals and preferred corporal models are muscled and thin, besides that physical attractiveness is associated, in general, with social positive characteristics, mainly with social competence and success.

**Paraules clau:** atractiu físic, estereotips, cos, adolescents, adults

**Key words:** physical attractiveness, stereotypes, body, teenagers, adults

## Contingut

1	Introducció .....	5
1.1	Justificació, preguntes d'investigació i objectius .....	5
2	Marc teòric.....	6
2.1	Delimitació conceptual dels estereotips .....	6
2.2	Estereotips sobre l'aspecte físic.....	7
2.3	Estereotips sobre l'atractiu físic .....	7
2.3.1	Estereotips corporals i gènere .....	9
2.3.2	Estudis anteriors sobre els estereotips de l'atractiu físic .....	10
2.4	Imatge corporal i identitat durant l'adolescència i l'edat adulta.....	13
2.5	Impacte de l'aplicació dels estereotips.....	16
3	Metodologia .....	18
3.1	Disseny d'investigació .....	18
3.2	Participants.....	18
3.3	Contextualització .....	18
3.4	Instrument .....	19
3.5	Procediment .....	20
3.6	Aspectes ètics i deontològics.....	22
4	Resultats.....	23
4.1	Resultats obtinguts en la mostra d'adolescents .....	23
4.2	Resultats obtinguts en la mostra d'adults.....	28
4.3	Comparació entre els resultats del grup d'adolescents i els resultats del grup d'adults.....	33

5	Discussió .....	40
6	Conclusions .....	46
6.1	Limitacions i propostes de millora .....	48
7	Bibliografia.....	50

# 1 Introducció

El present treball «*Estereotips i prejudicis sobre l'aspecte físic: Com veiem a les persones atractives?*» busca descriure aquelles creences vinculades a les persones atractives en una mostra d'adolescents i en una mostra d'adults.

Per a la realització d'aquest estudi s'ha portat a terme, en primer lloc, una recerca teòrica per a comprendre l'objecte d'estudi. Seguidament, i basant-nos en aquesta, s'ha utilitzat una metodologia determinada que ha sigut descrita a continuació, on s'inclou el tipus de disseny, de mostra, d'instrument i de procediment, així com la contextualització i els aspectes ètics. Després d'aquesta, es descriuen els resultats, per fer un posterior anàlisi a la discussió. Finalment, a les conclusions, s'han sintetitzat els resultats trobats més rellevants, tot fent una reflexió sobre aquests, i exposant les limitacions de la investigació i possibles millores.

## 1.1 Justificació, preguntes d'investigació i objectius

Aquest estudi és fruit del qüestionament i supòsit sobre com afecta el valor de l'aspecte físic en la nostra societat, i si hi ha determinants pensaments que poden portar a donar-li aquest valor. En aquest sentit, les preguntes d'investigació han estat, en un primer moment, què és el que ens porta a tenir determinats comportaments, emocions i creences sobre el propi cos i el dels altres, així com si les persones tracten diferent als altres segons el seu aspecte físic i les conseqüències d'aquest fet; per derivar en si és cert que s'atribueixen determinades característiques, comportaments i accions a les persones atractives. A més, també es volia conèixer si és veritat que hi ha diferències entre adolescents i adults en referència a l'atractiu físic o si s'acostuma a pensar així a causa dels estereotips que es tenen sobre els adolescents.

Partint d'aquestes preguntes, els objectius d'aquest estudi són els següents:

- Conèixer si existeixen estereotips sobre les persones atractives.
- Conèixer quins són aquests estereotips, en el cas que hi siguin.
- Saber si aquests estereotips són presents en una mostra d'adolescents i d'adults i, en el cas que així sigui, descriure quins d'aquests són.
- Comprovar si hi ha diferències en l'aplicació d'aquests estereotips entre una mostra d'adolescents i una mostra d'adults o, si pel contrari, l'edat no influència en tenir o conèixer aquests estereotips.

## 2 Marc teòric

### 2.1 Delimitació conceptual dels estereotips

Els éssers humans, al llarg del temps, hem categoritzat als altres i a nosaltres mateixos, agrupant els individus en grups, fent generalitzacions i atribuint certes característiques a les persones segons el grup social al que pertanyin.

Els estereotips socials són generalitzacions sobre els atributs o característiques que posseeixen els membres d'un grup. Per a Hilton i von Hippel (1996: 240) són "*creences sobre les característiques, atributs i comportaments dels membres de determinats grups.*" Els estereotips es manifesten en contextos i processos cognitius i motivacionals molt diversos (Sánchez, 2004).

Pel que fa a les funcions dels estereotips, aquestes s'expliquen de forma diferent tenint en compte l'enfocament des del que ens posicionem. Segons Hilton i von Hippel (1996), els estereotips socials serveixen a múltiples funcions que deriven de diferents necessitats. En síntesi, els estudis citats per Hogg i Vaughan (2010) apunten que els estereotips responen a: l'economia cognitiva i la disminució de la incertesa social (Hogg, 2007), clarificar rols socials (Eagly, 1995), diferències de poder (Fiske, 1993) i conflictes intergrupals (Robinson, Keltner, Ward i Ross, 1995), i a ajudar a justificar l'estatus quo (Jost i Banaji, 1994; Jost i Kramer, 2003) o contribuir a desenvolupar una identitat positiva dins del grup (Hogg i Abrams, 1988).

Tradicionalment s'han entès els estereotips en el sentit negatiu, però els estereotips no sempre estan constituïts per característiques negatives, sinó que a uns membres d'un mateix grup o categoria social se'ls hi poden atribuir tant característiques positives com negatives de forma simultània (Fiske et al., 2002).

Els estereotips estan relacionats amb altres conceptes com són els prejudicis i la discriminació, i aquests termes, en algunes ocasions, s'han utilitzat indistintament. Segons el model tripartit (Allport, 1954), el prejudici està format per tres components: un component cognitiu, que seria l'estereotip (les creences que es tenen sobre la categoria social o grup); un component afectiu, relacionat amb l'actitud, les avaluacions i les emocions vinculades a aquest grup, el qual seria el prejudici; i un component conductual, fent referència als comportaments i accions dirigides a aquest grup, en el qual trobaríem la discriminació.

Per a Myers (2008: 240) el prejudici és “*un judici negatiu previ d’un grup i dels seus membres individuals*”. Mentre que els prejudicis són una actitud, la discriminació és una conducta (Myers, 2008). La discriminació fa referència al comportament o accions específiques dirigides a les persones únicament per pertànyer a una categoria social. El prejudici té un fort impacte en el comportament (Hilton i von Hippel, 1996), de manera que les creences sobre un determinat grup social porten a unes determinades respostes avaluadores d’aquest grup, les quals poden resultar en determinats comportaments cap als membres d’aquest grup.

## **2.2 Estereotips sobre l’aspecte físic**

L’aspecte físic o extern té un paper molt important en la vida dels éssers humans. L’aspecte físic d’una persona ens pot donar informació sobre la mateixa, de manera que fem judicis sobre aquesta a partir de la seva aparença externa.

L’aparença física inclou un seguit d’aspectes, com són la cura i higiene de la persona, la seva forma de vestir, la seva constitució, les seves faccions, el seu llenguatge corporal, el seu atractiu físic, etc. Aquests tenen un gran impacte en la comunicació no verbal de la persona i, per tant, en la percepció, valoració i reacció de l’observador.

Des de la psicologia social, l’influència de l’aparença física en les interaccions ha sigut considerablement estudiada.

Algunes persones, més que altres, jutgen a la gent en funció del seu aspecte (Livingston, 2001). A més, l’aparença física afecta probablement més a les primeres impressions, ja que és l’única font d’informació que tenim sobre la persona en aquell moment. Per exemple, un seguit d’estudis han trobat que l’atractiu i les cures personals afecten a les primeres impressions en les entrevistes de treball (Cash i Janda, 1984; Mack i Rainey, 1990; Marvell i Green, 1980; citats per Myers, 2008).

Així, els estereotips generalment es basen en l’aspecte físic, ja que aquestes característiques són fàcilment observables i permeten categoritzar de manera ràpida a una persona, predir el seu comportament, i inclús decidir com s’haurà d’actuar amb aquesta (Albrecht et al., 1987).

## **2.3 Estereotips sobre l’atractiu físic**

Dintre d’aquests estereotips sobre l’aspecte físic trobem els estereotips sobre la bellesa i sobre l’atractiu físic.



S'entén com a atractiu *“qualsevol cosa que la gent de qualsevol època i lloc determinats consideri atractiu”* (Myers, 2008:309), per tant, aquest fet implica variacions segons el context històric, cultural i social. Tot i així, una sèrie d'autors i estudis defensen la preferència innata per l'atractiu. Així, la majoria d'aquests estudis s'han basat en estudiar la preferència de nadons al presentar cares més o menys atractives físicament. Els resultats d'aquests estudis apunten que els nadons prefereixen mirar els rostres atractius. Aquestes investigacions s'han portat a terme amb cares de diferents races i edats, trobant-se sempre els mateixos resultats (Langlois et al., 1991; Samuels i Ewy, 1985). En un altre estudi, Langlois et al. (1990) van demostrar que els nens amb 12 mesos ja demostren major disposició per jugar amb estranys i nines amb trets atractius, per sobre que la mare sigui atractiva o no.

Però, tenint en compte aquests enfocaments, què es considera atractiu? La investigació vinculada a aquest tema s'ha enfocat sobretot a l'atractiu facial. D'aquesta manera, investigadors com Langlois i Roggman (1990) han trobat que les cares que representen la mitjana d'una població són vistes com a atractives. Els rostres promig estan caracteritzats per ser prototips o bons exemples de la classe de cares de la població. Altres autors han posat èmfasi en la simetria del rostre (Fink et al. 2006; Perrett et al., 1999; Rhodes et al., 1998).

Tot i l'evidència trobada en aquests estudis, pel que fa als models corporals, trobem que tenen més pes les diferències culturals i socials, fet que aprofunditzarem més endavant.

Tot i aquestes investigacions, el que ens interessa en aquest cas són els factors socials i culturals relacionats amb la bellesa i l'atractiu físic. D'aquesta manera, tot i que existeixin característiques de l'atractiu físic universals i hi hagi una preferència biològica per aquestes, aquest fet no treu importància als factors socials i culturals relacionats amb l'atractiu físic emmarcats en la perspectiva sociocultural de la bellesa.

Situant-nos en una perspectiva multidimensional de la formació de la imatge corporal, com proposa Calado (2010), entenent aquest com un procés dinàmic i influenciat per diversos factors tant individuals com socioculturals, que interaccionen entre ells, podem trobar els estereotips sobre la bellesa i l'atractiu físic. D'aquesta manera, existeixen uns valors culturals en la societat occidental actual, que interaccionen amb altres factors individuals del propi subjecte, que impacten en la imatge corporal de les persones. Dintre d'aquests valors trobem l'ideal corporal, el control del cos, els valors associats a l'ideal corporal i els estereotips. Tots aquests factors estan interrelacionats.

Els estereotips sobre l'atractiu físic vindrien donats per un aprenentatge social i, tenint en compte aquesta preferència biològica per certs trets físics, serien resultat del valor que se li dóna a aquest i les característiques a les quals es vincula en cada cultura i societat.

Existeixen diversos missatges estereotipats sobre la bellesa i l'atractiu físic. Per una banda, trobem l'estereotip que afirma que "tot allò bell és bo" i l'associació de l'atractiu físic amb aspectes de la personalitat i experiencials (tan positius com negatius i neutres). Per l'altra, també trobem l'associació de la bellesa amb aspectes únicament físics i els estereotips relacionats amb l'ideal corporal i els canons de bellesa.

### **2.3.1 Estereotips corporals i gènere**

Com s'ha esmentat amb anterioritat, els patrons corporals han anat canviant al llarg del temps i, per tant, els estereotips de gènere respecte al cos són canviant al llarg de la història i de la cultura (Calado, 2010). A part de les característiques vinculades a la bellesa biològica, la cultura ha establert patrons idealitzats de bellesa. En èpoques d'escassetat, els models grossos estan ben vistos, mentre que en èpoques de prosperitat es prefereixen models prim i musculosos (Pérez Gaulí, 2000).

Els estereotips sobre l'atractiu físic o la bellesa física estan molt relacionats amb els estereotips de gènere. De l'home s'espera la dominància, la força, la protecció, il·lustrada amb un cos musculós; mentre que la dona és pressionada per a que cuidi la seva imatge, sigui delicada, depenent i atractiva per a atraure. Fins ara al gènere femení se li havia exigut més en relació al seu aspecte, però en aquests últims anys podem veure com la imatge de l'home cada cop es torna també més important. Als 80 es va començar a parlar i a donar importància als trastorns de l'alimentació com l'anorèxia i la bulímia, i actualment es parla també de la vigorèxia.

Tradicionalment, seguint a Sheldon (1954), citat per Villanueva (1989), s'ha separat la tipologia corporal en tres grups: ectomorf, mesomorf i endomorf. Les persones no acostumem a seguir de forma pura un tipus, sinó que formem una barreja dels tres on un d'ells predomina, però aquesta separació ens serveix de referència. Sintetitzant, els ectomorfs són descrits com prim i amb constitucions fines, els endomorfs com grossos i amples, i els mesomorfs com musculosos, atlètics i forts.

Actualment, la forma corporal ideal per a les dones és la tubular: prima, gràcil i esvelta; una figura amb menys corbes (Calado, 2010). Es correspondria amb el tipus ectomorf de la classificació corporal. S'han realitzat diferents estudis relacionats amb la primesa

i la bellesa. En una d'aquestes investigacions vinculades als mass media, es va trobar que durant els últims 30 anys, el pes de les models que apareixen en les revistes ha anat disminuint amb el temps, situant-se fins i tot per sota del pes normatiu (Garner et al., 1980; Silverstein et al., 1986; Spitzer et al., 1999). A més, trobem un consens en la majoria d'estudis en que la presència en tots els mass media de dones primes és molt més elevat que el de dones més grosses (Gagnar, 1986; Kaufman, 1980; Silverstein et al., 1986; Fouts et al., 2000; citats per Calado, 2010). Aquest fenomen es dona també en el sexe masculí, però segueix sent més notori en el femení.

Pel que fa als homes, hi ha hagut molt poca atenció, en comparació amb el model femení, a les representacions en els mitjans de l'ideal corporal masculí. Tot i així, alguns estudis informen que el tipus corporal muscular funciona com a ideal masculí (Mishkind, Rodin, Silberstein i Striegel-Moore, 1986). Aquest tipus de cos s'anomena mesomorf, on predomina el teixit muscular i amb una esquena ampla. Alguns autors anomenen aquest ideal corporal *cos fitness*, caracteritzat per aquest model mesomorf, atlètic i sense greix (Bruchon-Schweitzer, 1992; citat per Fanjul, 2008). Aquest ideal no ha patit els mateixos canvis que el model femení. De fet, Petrie et al. (1996); citats per Calado (2010), no detecten canvis en l'estàndard presentat en les revistes nord-americanes entre 1960 i 1992. No obstant, Spitzer et al. (1999) i Leit, Pope i Gray (2001) sí que detecten un augment de la musculatura en els models masculins entre 1977-1996 i el 2001.

### **2.3.2 Estudis anteriors sobre els estereotips de l'atractiu físic**

Segons la investigació, les persones tendim a associar característiques de la personalitat segons com percebem l'atractiu físic d'un individu.

Els grecs ja creien que hi havia una relació entre la bellesa i les qualitats positives, però no va ser fins el 1972 que Dion, Berscheid i Walster van descriure i comprovar la premissa "Tot allò bell és bo", sota la qual es defensa que s'atribueixen trets de personalitat positius i experiències més favorables a les persones atractives físicament. Creiem que la gent atractiva posseeix certs trets desitjables en la nostra societat. Aquest és un dels estereotips sobre l'atractiu físic més investigat, i la majoria dels estudis s'han centrat en l'atractiu facial. Associem l'atractiu físic sobretot amb la sociabilitat (Dion et al, 1972; Langlois i Griffin, 2006; Langlois et al, 2000; Feingold, 1992; Dermer i Thiel, 1975), però també amb l'èxit i la felicitat (Dion et al, 1972; Bersheid i Walster, 1974; Dermer et al, 1975).

Pel que fa a la competència social, es pensa que les persones atractives tenen personalitats més desitjables socialment; són més sociables, populars, amables, càlides, assertives, simpàtiques, vivaces, agradables, extravertides, etc. (Langlois et al, 2000; Langlois i Griffin, 2006; Dermer et al, 1975; Feingold, 1992), encara que, en les societats individualistes, no les considerem més honrades o preocupades pels altres (Eagly et al, 1991; Feingold, 1992; Jackson et al, 1995). En canvi, en les cultures col·lectivistes, com Corea, l'honradesa i la preocupació pels altres, característiques molt valorades, són trets que la gent relaciona amb ser atractiu (Wheeler i Kim, 1997; citats per Myers, 2008).

També es relaciona l'atractiu físic amb altres dimensions bàsiques de la personalitat com la dominància (Feingold, 1992, Eagly et al, 1991)

Per altra banda, com s'ha mencionat, es pensa que l'atractiu físic comporta èxit i felicitat. Es creu que les persones atractives tenen més èxit a nivell laboral i social (Dion et al, 1972; Langlois et al, 2000; Dermer et al., 1975; Eagly et al., 1991). Alguns autors també han trobat que es relaciona amb l'èxit i la felicitat marital i que es pensa que les persones atractives tenen un matrimoni més feliç i que són millors conjugues i parelles sexuals, però no s'espera que siguin millors pares. (Dion, Berscheid i Walster, 1972).

En menys mesura, els resultats d'alguns estudis indiquen que una altra característica amb la que relacionem l'atractiu físic és la intel·ligència (Jackson, Hunter i Hodge, 1995; Langlois et al., 2000; Langlois i Griffin, 2006; Feingold, 1992). En relació, també es pensa que les persones atractives són més competents i professionals (Langlois et al, 2000; Langlois i Griffin, 2006; Dion et al., 1972)

D'altra banda, es vincula l'atractiu físic a un millor ajust psicològic i a una millor adaptació (Langlois et al, 2000). Així, per exemple, s'associa l'atractiu físic a menys ansietat social i amb una major autoestima (Feingold, 1992). Per contra, es creu que les persones menys atractives tenen més risc de patir algun tipus de psicopatologia (Jones, Hansson i Philips, 1978).

Les persones atractives també són jutjades com a menys probables de cometre un acte criminal (Saladin, Saper i Breen, 1988).

En el camp dels mass media, Bazzini et al. (1999) van investigar el rol de l'estereotip "tot allò bell és bo" en les pel·lícules més taquilleres d'USA. Els personatges atractius, sobretot els que tenien un paper central, tant homes com dones, eren millor

representats que els menys atractius en múltiples dimensions (intel·ligència, amabilitat, èxit, bondat, etc.). Aquests mateixos autors també van voler comprovar la influència dels mass media en la població, i van trobar que els subjectes que havien vist una pel·lícula on es donés aquest biaix tenien més favoritisme cap a una persona atractiva que els que havien vist una pel·lícula menys esbiaixada.

L'evidència empírica de l'estereotip "Tot allò bell és bo" ha trobat diferències en l'efecte d'aquestes atribucions. La majoria d'estudis estan d'acord en l'associació de l'atractiu físic i la competència social, però s'han trobat més divergències pel que fa a la intel·ligència, la salut o ajust mental i la conducta prosocial i preocupació pels altres. En un meta-anàlisi sobre els estereotips sobre l'atractiu físic es va demostrar que, tot i aquestes variàncies entre els estudis, hi era present un efecte moderat. Aquests investigadors van trobar que els efectes de l'atractiu eren forts pels judicis de competència social, moderada pels judicis de salut mental, dominància social i capacitat intel·lectual, i no significatius pels judicis d'integritat i preocupació pels altres (Eagly et al, 1991).

Aquest estereotip vindria implícit en la jerarquia de valors, de manera que es dona més importància a la bellesa física perquè es relaciona amb aspectes que la nostra societat considera positius.

Així com s'han estudiat bastant els estereotips positius relacionats amb l'atractiu físic, s'ha donat menys importància a la investigació vinculada als estereotips negatius. En una replica de l'estudi de Dion et al. (1972), Dermer i Thiel (1975) van trobar que també existeixen atribucions socialment indesitjables com la vanitat, l'egoisme, la probabilitat de desastre civil (divorci i tenir una relació extramatrimonial) i la probabilitat de ser burges o poc solidari (materialista, snob, no tenir en compte la població oprimida o amb dificultats, donar molta importància a la riquesa i als diners per aconseguir la felicitat i la cerca d'estatus i poder). Altres autors també indiquen que s'associa l'atractiu físic amb la vanitat i amb la infidelitat (Zebrowitz et al., 1998; Eagly et al, 1991). A més, també es creu que les persones atractives són més banals o superficials, així com més promiscues o amb més experiències sexuals (Brewer i Archer, 2007; Feingold, 1992). Segons Clarke (2007), com a característica negativa, també es dona certa ambivalència en un dels estereotips sobre la bellesa física, i és que, tot i que les persones atractives es relacionen amb la intel·ligència, també existeix l'estereotip sobre el qual s'afirma que les persones guapes són poc intel·ligents. Recordem "la rossa tonta". Aquest autor ens diu que en alguns casos es pensa que la

bellesa física resta intel·ligència. A més, tot i que en la premissa “Tot allò bell és bo” es reconeix el benefici de les persones atractives en l'àmbit professional, també podem trobar l'efecte “*Beauty is Beastly*”, sota el qual trobem que en determinades professions, sobretot aquells llocs de treball vinculats al gènere masculí, les dones atractives no estan avantatjades per sobre les no atractives. Els homes atractius surten beneficiats tant per professions considerades masculines com femenines (Heilman i Saruwatari, 1979; Johnson, Podratz, Dipboye i Gibbons, 2010).

Per altra banda, tot i que no hem trobat investigacions al respecte, creiem oportú afegir la possible existència sobre el prejudici de creure que els èxits assolits per una persona atractiva no són resultat dels seus propis mèrits o esforç, sinó que únicament són conseqüència de les seves característiques físiques. Aquesta hipòtesi hauria de ser investigada més endavant.

En síntesi, els estudis han trobat que l'atractiu físic s'associa sobretot amb la competència social en tots els àmbits. També es creu que la bellesa física comporta felicitat i èxit. En menys mesura, també es relaciona amb la intel·ligència, tot i que en aquest cas també podem trobar, en les persones molt atractives, l'atribució de ser poc intel·ligent. A més, pensem que les persones atractives són més competents i tenen més professionalitat que les persones no atractives. Tot i que en general la majoria d'autors defensen que la bellesa física es vincula sobretot amb aspectes positius i amb personalitats desitjables, alguns autors han defensat que l'atractiu físic també s'associa a altres característiques negatives, com la vanitat, l'egoisme, la infidelitat, la superficialitat i l'orientació burgesa.

## **2.4 Imatge corporal i identitat durant l'adolescència i l'edat adulta**

Els diferents processos psicosocials, entre ells els estereotips, tenen el seu paper en la construcció de la identitat de les persones.

L'etapa de l'adolescència es caracteritza per una sèrie de canvis i per la construcció de la pròpia identitat. L'adolescència és un constructe social i s'entén com l'etapa del desenvolupament que es dona durant la transició de la infància a l'edat adulta. La durada d'aquesta etapa depèn de diversos factors culturals i socials, i no només biològics, de manera que hi ha divergències entre les edats concretes en que aquesta s'inicia i acaba. Tot i així, s'acostuma a situar entre els 10 o 12 i els 18 o 20 anys. Seguint a Rice (1997), l'adolescència compren les edats entre els 12 i els 19 anys.

Dintre del concepte d'identitat podem trobar la identitat personal i la identitat social.

La identitat personal és el “*propri sentit de les nostres característiques i actituds personals*” (Myers, 2008: 254), i la identitat social fa referència a com ens descrivim en relació al medi social. Tajfel (1981: 255) defineix la identitat social com “*el coneixement que posseeix un individu que pertany a diferents grups socials conjuntament a la significació emocional i de valor que té per ell/a aquesta pertinença*”. Per a aquest autor, la identitat social és el vincle psicològic que permet la unió de la persona amb el seu grup, de manera que aquest concepte faria referència a aquells aspectes que conformen l'autoconcepte i identifiquen a la persona per la seva pertinença a determinats grups o categories socials.

En relació al concepte d'identitat, també trobem la teoria dels jos possibles de Markus i Nurius, segons la qual les persones, i en particular els adolescents, tenim diferents jos. Dins d'aquests jos podem trobar el jo actual i els jos possibles. El jo possible inclou el que es vol arribar ser i el que no es vol arribar a ser. Al ser importants els processos socials en la identitat, el contingut dels estereotips afecta en la construcció d'aquests jos, del que es vol arribar a ser (Markus i Nurius, 1987, citats per Wheeler i Petty, 2001). Higgins també separà entre el jo actual (una representació dels atributs que posseeix la persona), el jo ideal (una representació dels atributs ideals que li agradaria posseir a la persona) i el jo que hauria de ser (una representació dels atributs que es creuen obligats de posseir) (Higgins, 1987; Strauman et al., 1991).

Durant l'adolescència es produeix el desenvolupament de la comprensió d'un mateix, entenent-se com la representació que té l'adolescent del seu jo. Aquesta comprensió és diferent a la d'un nen, en el sentit que durant l'adolescència aquest és un procés complex i inclou diferents versions del jo, ja que és en aquesta etapa quan comença a donar-se el pensament abstracte, podent separar el jo real del jo ideal. Aquesta separació dels jos pot portar a un desajust si la discrepància entre el jo real i l'ideal és molt gran, ja que es pot percebre com a fracàs i pot portar a una excessiva autocrítica i a estats emocionals negatius (Rogers, 1951; citat per Rice, 2001; Higgins, 1987; Strauman et al., 1991). A més, a diferència dels nens, els adolescents tenen en compte els diferents contextos i situacions per descriure's. Per altra banda, l'adolescent està construint la seva identitat i, per tant, el seu jo acostuma a ser fluctuant (Rice, 2001). Així mateix, l'adolescent també té més capacitat d'introspecció.

Altres constructes importants vinculats a la identitat són la imatge corporal, l'autoestima i l'autoconcepte.

Raich, Torras i Figueras (1996), citats per Calado (2010), defineixen la imatge corporal com un *“constructe que implica el que un pensa, sent i com es percep i actua en relació al seu propi cos”*.

Un dels canvis més importants i d'interès per als adolescents són els canvis físics, els quals tenen el seu impacte en l'estat psicològic i en les relacions amb els altres. Durant l'adolescència es produeixen uns canvis hormonals i el cos creix de manera bastant ràpida. Es guanya i s'acumula més greix corporal, sobretot en el cas de les noies, fet que pot comportar malestar, ja que les aparta del model corporal vigent. En canvi, els homes acumulen més múscul, apropant-los al model corporal desitjat. Aquests canvis físics ens influencien psicològicament i socialment i, per aquest motiu, la imatge corporal en l'adolescència té un pes molt rellevant. A més, aquests canvis es produeixen d'una manera bastant ràpida; hi és present una continua transformació del cos i, per tant, hi ha canvis en el concepte del jo físic de l'adolescent.

Per altra banda, l'autoestima és *“la dimensió global mitjançant la qual s'avalua el jo”*, mentre que l'autoconcepte fa referència a *“les avaluacions d'un mateix en un àmbit o domini específic”* (Rice, 2001: 249). Per tant, cada persona té diversos autoconceptes, entre ells, l'autoconcepte físic. Cada autoconcepte afectarà més o menys a l'avaluació global d'un mateix segons el valor que li doni la persona a cada àmbit o domini específic. D'aquesta manera, la insatisfacció corporal, al no arribar a l'ideal vigent, pot portar a la disminució de l'autoestima de la persona, si aquesta li dóna molt valor al seu autoconcepte físic. La imatge corporal i l'atractiu físic són factors molt importants en relació a l'autoavaluació positiva de l'adolescent, ja que aquests, a la vegada, també afecten en certa mesura a l'acceptació per part dels seus iguals i a la seva socialització (Koff, Rierdan i Stubbs, 1990; citats per Rice, 2001).

En varies ocasions s'ha cregut que durant l'adolescència es produeix una tendència cap als estereotips, fet que declina quan aquesta etapa finalitza, a l'adulthood.

L'adulthood és una de les etapes del desenvolupament més llargues, anant des del seu inici als 18-20 anys fins als 60-65 anys. En aquest cas també es dificil la separació per edats, però, en general, es considera que una persona és adulta quan ha assolit en certa mesura: Certa independència econòmica, autonomia, autocontrol i responsabilitat personal. Seguint de nou a Rice (1997), l'edat adulta compren les edats entre els 20 i els 60 anys. Aquesta etapa es divideix en dos subetapes: En primer lloc, trobem l'edat adulta primerenca o joventut (dels 20 als 39 anys) i, en segon lloc, l'edat adulta mitjana o madura (dels 40 als 60 anys).



En aquesta etapa, sobretot en l'edat adulta primerenca però també en la mitjana, sovint es té un autoconcepte físic més positiu relacionat amb l'atractiu físic que durant l'adolescència (Esnaola, 2008).

A més, durant aquest primer subestadi arribem al pensament postformal, un pensament més relativista, complex, obert, flexible i adaptat a la realitat (Berger, 2009). En comparació, el pensament dels adolescents seria més rígid. Aquesta flexibilitat cognitiva és necessària per contrarestar els estereotips.

## **2.5 Impacte de l'aplicació dels estereotips**

Els estereotips i els prejudicis afecten a la manera en que ens relacionem amb els altres i en la manera en que els altres es relacionen amb nosaltres. Aquest fet pot provocar que una persona sigui conscient del què els altres esperen d'ella i això pot afectar en la seva confiança i en el seu comportament. Aquest fenomen s'anomena amenaça de l'estereotip, i Steele et al. el defineixen com "*l'aprensió que es confirma a si mateixa de que un serà avaluat amb un estereotip negatiu*" (Steele, 1997; Steele et al., 2002; citats per Myers, 2008: 251). Aquest fenomen està relacionat amb l'efecte de l'autocompliment (Wheeler i Petty, 2001), el qual fa referència en com les expectatives dels altres, basades en estereotips i prejudicis, afecten en les reaccions del propi subjecte estereotipat, fent que en ocasions es compleixi el contingut de l'estereotip.

L'atractiu físic, i els estereotips i prejudicis vinculats a aquest, influeixen en la formació de la identitat i en el desenvolupament de la personalitat, les relacions amb els altres i la conducta social. Tenint en compte el tracte diferencial segons l'atractiu físic, els adolescents atractius acostumen a tenir una autoestima més alta, personalitats més saludables, major adaptació social i més habilitats socials (Jovanovic, Lerner i Lerner, 1989; citats per Rice, 2001).

Per altra banda, en referència a l'apartat anterior, la cultura i la societat tenen un paper important en la construcció de la imatge corporal i l'autoconcepte físic, ja que en funció dels patrons de bellesa es donaran certs comportaments i preocupacions vinculades a l'obtenció d'aquests ideals. De la mateixa forma, el valor que se li doni com a societat a l'estètica de la persona, posant èmfasi en el seu atractiu físic, afectarà en menys o més mesura en el valor que li doni la persona al seu físic, tenint un paper clau, així, en la seva autovaloració i autoestima. D'aquesta manera, per exemple, si una persona percep que l'èxit i la felicitat estan relacionats amb l'atractiu físic i no es troba atractiva, o bé li comportarà un malestar per la contradicció entre el què vol i el què és, o bé

intentarà disminuir aquesta dissonància i intentarà exercir diferents accions en aquest sentit (com realitzar diferents dietes o sotmetre's a diferents cirurgies estètiques). En aquest sentit, autors com Strauman et al. (1991) han trobat relació entre la discrepància entre el jo real i l'ideal, la insatisfacció corporal i els desordres alimentaris. Calado (2010) també ens parla de la pressió social per a que la persona assoleixi l'ideal corporal, juntament amb els missatges vinculats al control, de manera que si no s'aconsegueix, es produeix una culpabilització social i personal. Els missatges que rebem, relacionats amb aquests estereotips, també donen a entendre que el propi canvi físic en si comporta ja un canvi de totes les vessants de la vida d'una persona, de manera que si assoleix l'ideal físic, la seva personalitat, la seva xarxa social i la seva vida en general millorarà, vinculant-se, així, a l'èxit (podem posar com a exemple programes de televisió com "*Cambio radical*").

Tot i així, Myers (2008), citant a Hatfield i Sprecher (1986), també apunta que les persones atractives poden patir ressentiment per part dels altres i poden no estar segures de si els altres reaccionen a les seves qualitats internes o al seu aspecte físic. En aquest sentit, també poden rebre reaccions negatives si es tenen en compte els estereotips negatius sobre l'atractiu físic, com la vanitat o l'egoisme.

## **3 Metodologia**

### **3.1 Disseny d'investigació**

Aquest estudi s'ha portat a terme a través d'una investigació no experimental o descriptiva per enquesta. El disseny per enquesta ha sigut un disseny transversal. Per a recollir les dades s'ha utilitzat el qüestionari com a instrument, i aquestes dades han sigut tractades tant de forma quantitativa com qualitativa (Gambara, 2002).

### **3.2 Participants**

A partir de l'objecte d'estudi, es va escollir una mostra de participants, tenint en compte que aquests fossin els més representatius, idonis i accessibles possibles considerant els recursos disponibles. La població diana d'aquest estudi són, per una banda, adolescents i, per l'altra, adults. Tenint en compte l'accessibilitat a aquesta població, s'ha fet servir una mostra no probabilística accidental. Tots els participants van ser voluntaris que van arribar al qüestionari a través de les xarxes socials o altres serveis en xarxa. La mostra es va dividir en dos grups: Una mostra d'adolescents, amb un total de 110 participants d'entre 12 i 19 anys, i una mostra d'adults, amb un total de 137 participants d'entre 20 i 60 anys. Les dues mostres estan constituïdes tant per homes com per dones, tot i que el percentatge de participació del sexe femení ha sigut major en ambdós casos.

Pel que fa als criteris d'inclusió i d'exclusió, com hem esmentat, han fet referència únicament a l'edat, de manera que el criteri d'inclusió ha sigut tenir més de 12 i menys de 60 anys, i el criteri d'exclusió, totes les edats restants. En concret, el criteri d'inclusió en la mostra d'adolescents ha sigut tenir de 12 a 19 anys, mentre que per a la mostra d'adults, el requisit ha sigut tenir-ne de 20 a 60.

### **3.3 Contextualització**

Considerant el tipus de mostra, en la contextualització d'aquesta investigació hem d'incloure les xarxes socials, de manera que hem d'emfatitzar l'abast d'aquestes i tenir en compte que no tenen una delimitació geogràfica. A més, donen cabuda a gent de diferents sexes, diferents edats, amb diferent nivell d'educació, així com diferent nivell socioeconòmic i cultural. Si ens centrem en *Facebook*, on s'ha realitzat la major part de la difusió del qüestionari, aquesta xarxa social compta amb més de 300 milions d'usuaris i és utilitzada a nivell mundial, sent una de les xarxes occidentals més importants. Aquesta xarxa social és més utilitzada, en proporció, per dones que

homes, i el perfil d'usuari més típic es troba entre els 18-29 anys, resident en un nucli urbà. Pel que fa a l'educació i a la posició socioeconòmica, trobem, de manera bastant igualitària, gent de diferents nivells.

### **3.4 Instrument**

Com s'ha esmentat amb anterioritat, l'instrument utilitzat ha sigut el qüestionari. Aquest ha sigut construït específicament per aquesta investigació, al no tenir accessibilitat a instruments emprats per altres investigadors. En la seva construcció s'ha tingut en compte la metodologia emprada en estudis anteriors sobre l'objecte d'estudi. D'aquesta manera, al dissenyar l'instrument, es van classificar les preguntes en diferents categories basades en la investigació anterior.

Un cop dissenyat el qüestionari, aquest va ser validat per cinc persones: dues professores en l'àmbit de la Psicologia de la Universitat de Vic i tres doctorands i investigadors en l'àmbit de la Metodologia, d'entre 28 i 32 anys.

Un cop fets els canvis aconsellats pels experts i la validació de l'instrument, es va realitzar una prova pilot amb 10 subjectes d'entre 20 i 50 anys, dels quals 4 eren homes i 6 eren dones. Arrel d'aquesta primer prova no es va precisar de cap canvi en el qüestionari, ja que els enquestats no van esmentar cap problema o dificultat.

Per tant, les etapes del disseny del qüestionari van ser les següents:

- Preparació i elaboració del qüestionari pilot
- Aplicació del qüestionari pilot, incloent la revisió de l'instrument per diversos experts, així com la passació a una petita mostra.
- Elaboració del qüestionari definitiu
- Aplicació del qüestionari definitiu

Per a poder fer arribar el qüestionari als participants es va utilitzar el servei d'allotjament d'arxius *Google Drive*, on es van acceptar respostes del 12 al 26 d'abril.

Abans de començar a respondre el qüestionari, a la introducció d'aquest, s'informava als subjectes sobre les instruccions a seguir, sobre l'anonimat de les seves respostes i la importància de la seva sinceritat.

El qüestionari per a la detecció d'estereotips sobre l'atractiu ha estat format per un total de 19 preguntes, 18 de les quals han sigut de resposta tancada, i, la restant, de resposta oberta. D'aquestes 19 preguntes, les dues primeres són preguntes

d'identificació, per conèixer edat i sexe, i les altres 17, d'opinió, per conèixer què pensa la mostra en relació a l'objecte d'estudi. En el cas de les preguntes de resposta tancada, ens trobem amb diferents formats. Per una banda, de la quarta a la setena pregunta, es donen 4 opcions de resposta en relació a unes imatges representatives dels tipus corporals de Sheldon. Per altra banda, a la vuitena pregunta es dona un llistat d'adjectius extrets d'investigacions anteriors i els participants poden escollir tots aquells adjectius que els hi semblin més característics de les persones atractives. El llistat està format per un total de 56 adjectius, els quals estan agrupats per parelles antagòniques, de manera que per cada adjectiu positiu, trobem el seu antònim. S'ha fet d'aquesta manera per tal de no delimitar les respostes, buscant no suggestionar als participants. S'ha utilitzat la llista d'adjectius ja que aquest és el mètode usat en els estudis anteriors sobre estereotips de l'atractiu físic. Les preguntes posteriors s'han adjuntat en una taula i s'han basat en manifestar l'acord o el desacord amb un seguit de frases. Aquestes preguntes tenen 3 opcions de resposta: Sí, No i NS/NC. En aquest bloc de preguntes, aquelles qüestions que feien referència al mateix tema però la seva formulació canviava de primera a tercera persona, s'han col·locat separades amb la intenció que la resposta de cada una no influencies en la resposta de l'altra.

Les preguntes s'han redactat, també, amb la intenció de reduir l'efecte de la desitjabilitat social. Amb aquest motiu, les preguntes estan redactades en tercera persona, i, a més, algunes d'elles també s'han duplicat preguntant en primera persona per poder comparar resultats.

A l'acabar de respondre el formulari, els participants tenien l'opció de proporcionar el seu correu electrònic per obtenir un informe dels resultats de la investigació.

L'instrument ha estat redactat en castellà perquè més gent hi tingues accés i no hi haguessin dificultats amb l'idioma.

El qüestionari està agregat als Annexos (Annex 1) d'aquest treball i, a més, es pot trobar online en el següent enllaç:

[https://docs.google.com/forms/d/1TRP0gEsTSyD0z8C2vtRns4qwGoqm5skqINRDd2bMvoo/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/1TRP0gEsTSyD0z8C2vtRns4qwGoqm5skqINRDd2bMvoo/viewform?usp=send_form)

### **3.5 Procediment**

Un cop realitzada la validació de l'instrument, es va efectuar la passació del qüestionari de forma online, com ja s'ha explicat, a través de la difusió per les xarxes

socials (en aquest cas, s'ha utilitzat la xarxa social *Facebook* i, en menys mesura, *Google+*). En ambdós casos es va compartir el formulari amb un enllaç que et direcciona cap aquest. Els participants van contestar les preguntes sense la meua presència i de forma autoadministrada. Seguint les instruccions, les enviaven i aquestes quedaven registrades directament en el meu espai de *Google Drive*.

Un cop obtingudes les respostes, aquestes es van separar per intervals d'edats, formant dos grups: Adolescents (de 12 a 19 anys) i adults (de 20 a 60 anys).

Un cop passades i ordenades les dades a través del programa Microsoft Excel 2010, es va realitzar l'anàlisi d'aquestes. Per a les preguntes de resposta tancada, l'anàlisi estadístic de les dades s'ha portat a terme a través dels programes SPSS i Microsoft Excel 2010; mentre que per a la pregunta de resposta oberta, es van crear 11 categories per a classificar els adjectius: Característiques físiques, competència social, competència intel·lectual, ajustament, integritat, preocupació pels altres, èxit, potència, superficialitat, aspecte exterior i altres. La majoria d'aquestes categories estan basades en la classificació d'Eagly et al. (1991). En concret, les categories competència social, competència intel·lectual, ajustament, integritat, preocupació pels altres i potència estan basades en aquests autors, mentre que les categories anomenades característiques físiques, èxit, superficialitat, aspecte exterior i altres han sigut creades especialment per l'anàlisi dels resultats d'aquest qüestionari. Una part de la classificació dels adjectius es va fer per dues estudiants de psicologia per separat, tenint en compte la validesa interjutges. La descripció de cada categoria és la següent:

- **Característiques físiques:** Adjectius relacionats amb el cos de la persona.
- **Competència social:** Adjectius que fan referència a la capacitat de la persona de relacionar-se amb els altres de forma adequada (habilitats interpersonals i trets, així com resultats exitosos d'aquestes habilitats).
- **Competència intel·lectual:** Adjectius que fan referència a l'habilitat intel·lectual, la motivació pel treball i els resultats exitosos de l'esforç en el treball de la persona.
- **Ajustament:** Adjectius relacionats amb la salut mental, l'autoestima, el benestar i la felicitat de la persona, o característiques que representen el contrari.
- **Integritat:** Adjectius relacionats amb valors morals com són la bondat, la honestat i el respecte a les normes (fidelitat), o característiques que representen el contrari.

- **Preocupació pels altres:** Adjectius relacionats amb la sensibilitat social, la cura dels altres i la falta d'egoisme, o característiques que representen el contrari.
- **Característiques relacionades amb l'èxit:** Adjectius vinculats amb l'assoliment de l'èxit, o característiques que representen el contrari.
- **Potència:** Adjectius relacionats amb el poder i la dominància.
- **Aspecte exterior:** Adjectius relacionats amb l'aspecte polític o higiene personal, l'estil de vestimenta i la imatge personal, en definitiva, totes aquelles característiques que fan referència a l'aspecte físic que no facin referència directa al cos.
- **Superficialitat:** Adjectius relacionats amb la superficialitat, és a dir, amb ser profund o no ser-ho, fent referència a arribar o no arribar al fons de les qüestions i a conformar-se amb la superfície de les coses. Pot incloure el materialisme, el basar-se en les aparences i no aprofundir en les qüestions, així com el seus contraris.
- **Altres característiques:** Altres adjectius que no entrin dintre de les categories anteriorment descrites.

### 3.6 Aspectes ètics i deontològics

Tant al construir l'instrument com al tractar els resultats, així com al llarg de tota la investigació, s'han considerat un seguit d'aspectes ètics.

D'aquesta manera, s'ha tingut molt en compte la confidencialitat dels participants. Totes les respostes han sigut anònimes i no s'ha compartit cap dada que pugui ser identificativa dels subjectes.

A més, tot el procés de recollida de dades s'ha realitzat amb el consentiment dels participants, fent coneixença de la finalitat amb la que serien utilitzades les seves respostes.

Per últim, encara que no menys important, en relació també a aquests dos punts, s'ha posat èmfasi en el principi de no maleficència. La redacció de les preguntes de l'instrument ha estat pensada per no ferir o fer mal a ningú, evitant comentaris negatius, ofensius i/o discriminatoris sobre cap persona o col·lectiu. De la mateixa forma, els resultats i altres parts d'aquest estudi no han buscat en cap moment ocasionar dany a cap persona.

## 4 Resultats

En aquest apartat es descriuran els resultats del qüestionari obtinguts de la mostra d'adolescents i de la mostra d'adults i, posteriorment, es farà la seva comparació<sup>1</sup>.

### 4.1 Resultats obtinguts en la mostra d'adolescents

#### Ítems 1 i 2. Edat i sexe

Pel que fa a les preguntes d'identificació, en la mostra d'adolescents trobem que 73,6% dels enquestats són dones, mentre que el 26,4% restant són homes. Quant a les edats, trobem la major concentració en els 15 i els 18 anys. Dels 110, un 2,7% diuen tenir 12 anys, un 7,3% en tenen 13, un 14,5% en tenen 14, un 21,8% en tenen 15, un 13,6% en tenen 16, un 10% en tenen 17, un 19,1% en tenen 18, i un 10% tenen 19 anys.

#### Ítem 3. ESCRIU 3 ADJECTIUS QUE CREUS QUE CARACTERITZEN MÉS A LES PERSONES ATRACTIVES.

Les respostes a aquesta pregunta s'han classificat en una taula de categories<sup>2</sup>. Les respostes més habituals han fet referència a característiques físiques de la persona, com «guapos», «en forma» o «delgado»; o a la competència social, com «amable», «sociable», «populares» o «simpático». També s'ha fet referència, tot i que en menys mesura, a la integritat («bueno», «sinceridad», «fidelidad») i a la potència («fuerte», «con carácter», «atrevido»). Els adjectius de les altres categories han sigut escollits amb menys freqüència que aquestes quatre. A més, per a totes les categories, menys la de superficialitat i preocupació pels altres, les característiques positives han superat a les negatives.

#### Ítem 4. Quina de les següents imatges creus que és l'ideal de bellesa masculí?

La majoria dels adolescents de la mostra creuen que l'opció B és l'ideal de bellesa masculí. Només 2 persones creuen que és l'opció C i 1, l'opció A. Un 23% ha triat l'opció cap de les anteriors.

---

<sup>1</sup> Els gràfics referents a cada pregunta es poden trobar a l'apartat d'Annex 2, per tal de tenir una representació més clara i donar a conèixer els percentatges i la freqüència absoluta de les respostes.

<sup>2</sup> La taula de categories per a aquesta pregunta es pot trobar a l'apartat Annex 3.



### **Ítem 5. Quina d'elles prefereixes tu?**

En aquest cas, l'opció B segueix sent la més escollida, tot i que el percentatge descendeix en comparació amb la pregunta anterior. En canvi, l'opció A incrementa.

### **Ítem 6. Quina de les següents imatges creus que és l'ideal de bellesa femení?**

Pel que fa a l'ideal de bellesa femení, la meitat de la mostra creu que és l'opció A, seguida de l'opció B. Només 2 persones creuen que és l'opció C i 20 pensen que no és cap de les anteriors.

### **Ítem 7. Quina d'elles prefereixes tu?**

En aquest cas, trobem més equilibri entre l'opció A i la B, tot i que més adolescents prefereixen la B. Només 5 persones prefereixen la C i 23, cap de les anteriors.

### **Ítem 8. Quines de les següents característiques creus que es relacionen més amb la gent atractiva?**

Aquesta pregunta donava a escollir entre un llistat de 56 adjectius antagònics. A més, també es podia optar per l'opció «altres» de resposta oberta. Els adjectius s'han dividit en 9 categories: Competència social, competència intel·lectual, preocupació pels altres, superficialitat, conducta sexual, integritat, ajustament, potència i èxit.

La primera categoria és la de *competència social*, la qual compren els adjectius: sociable/introvertit-ida, popular/impopular i simpàtic-a/antipàtic-a. L'adjectiu més escollit ha estat sociable, seguit per simpàtic. En tercer lloc trobem popular. En contra, un menor percentatge ha triat antipàtic; només una persona, introvertit, i cap ha marcat unpopular. D'aquesta manera, la majoria dels adolescents de la mostra han associat la gent atractiva amb una bona competència social, sent els més escollits sociable i simpàtic.

Quant a la *competència intel·lectual*, aquesta agrupa els adjectius intel·ligent/curt-a, competent/negat-ada, ambiciós-osa/desinteressat-ada, treballador-a/mandrós-osa i estudiós-osa/poc o gens estudiós-osa. En aquest cas, les característiques positives tornen a ser més escollides que les negatives. Així, intel·ligent és l'adjectiu més seleccionat. A continuació, treballador ha sigut el més elegit pels adolescents, seguit d'ambiciós. Competent i ambiciós han sigut seleccionats pel mateix nombre de persones. Després trobem curt, poc o gens estudiós, mandrós, desinteressat, i, finalment, negat. Per tant, tot i que no de manera significativa, en tots els casos els

adjectius qualificats com a positius han sigut escollits per sobre dels negatius, destacant per sobre de tots intel·ligent.

Una tercera categoria és la de *preocupació pels altres*, composta per sensible/insensible, empàtic-a/poc o gens empàtic-a, compassiu-iva/cruel, solidari-a/insolidari-a, modest-a/cregut-uda i generós-osa/egoista. En resum, aproximant-se a la meitat de la mostra, cregut és relacionat amb les persones atractives. Pel que fa als altres adjectius, de manera poc significativa, les característiques positives superen a les negatives, menys en el cas de compassiu i cruel, que han sigut escollits pel mateix nombre de participants.

Pel que fa a la *superficialitat*, aquesta categoria inclou únicament els adjectius profund-a/superficial. En aquest cas, superficial ha estat més triat que profund per caracteritzar a les persones atractives.

Una altra categoria fa referència a la *conducta sexual*, incloent els adjectius promiscu-a i cast-a. Poques persones de la mostra han escollit aquests adjectius per descriure a la gent atractiva, però hi ha un percentatge major d'adolescents que ha escollit promiscu per sobre de cast.

En referència a la *integritat*, aquesta categoria conté els adjectius digne de confiança/deslleial, honest-a/mentider-a i fidel/infidel. La característica més escollida pertinent a aquesta categoria ha sigut infidel, seguit de digne de confiança i honest. Ningú ha relacionat la fidelitat amb ser atractiu. Sintetitzant, es relaciona més la honestedat i la confiança que els seus antagònics, però no passa el mateix amb la fidelitat.

Respecte l'*ajustament*, aquest compren els adjectius satisfet-a/insatisfet-a, feliç/deprimit-ida, segur-a/insegur-a i madur-a/immadur-a. Sobre aquesta categoria, més de la meitat de la mostra associa, en primer lloc, la seguretat i, en segon lloc, la felicitat, amb l'atractiu. A continuació trobem madur i satisfet. Per últim trobem els adjectius considerats negatius, com són immadur, insegur i deprimit.

Sobre la *potència*, aquesta inclou els adjectius de fort-a/dèbil, agressiu-iva/assertiu-iva, dominant/passiu-iva i líder/subordinat-ada. Per a aquesta categoria, fort ha estat l'adjectiu més elegit. Seguidament, han seleccionat líder i dominant. L'últim adjectiu que fa referència a la potència, agressiu, ha sigut poc elegit, però tot i així es troba per sobre dels altres quatre antònims. Per tant, els adjectius referents a aquesta categoria són més associats amb l'atractiu físic que els que no, destacant la fortalesa.

En relació a l'última categoria, anomenada *èxit*, aquesta inclou els adjectius triomfador/fracassat. Tot i que no arriba a representar la meitat de la mostra, triomfador és més escollit que fracassat.

Dins la resposta altres, trobem les respostes de 8 persones, les quals fan referència a característiques físiques, com «físico», a la competència social, com «amable», i a la integritat, com «sincera». També fan referència a característiques de la personalitat: una ens diu: «con carácter». Per últim, trobem descripcions referents a la descategorització de les persones, com «Depende de la persona, no siempre una persona atractiva puede ser todo lo negativo o todo lo positivo», «creo que depende de la persona» o «cada uno es como es».

### **Ítem 9. Indica si estàs d'acord amb les següents afirmacions**

En aquest ítem s'han donat una sèrie d'11 afirmacions per mostrar l'acord o desacord dels subjectes amb aquestes, tant sobre el que ells mateixos com el que creuen que pensen els altres i la societat.

#### **Subítem 9.1. Penso que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir èxit.**

La meitat de la mostra està d'acord amb aquesta afirmació, en front de 45 adolescents que no hi estan d'acord.

#### **Subítem 9.2. Penso que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.**

En aquest subítem trobem que més de la meitat dels adolescents no pensen que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.

#### **Subítem 9.3. La gent pensa que a les persones atractives se li donen més oportunitats a la vida.**

En aquest cas, la majoria d'individus estan d'acord amb que la gent pensa que les persones atractives se li donen més oportunitats a la vida.

**Subítem 9.4. Els altres pensen que la gent atractiva té més probabilitats de tenir èxit.**

En la mateixa afirmació que en el subítem 9.1. però en tercera persona, també hi ha un major nombre d'adolescents que estan d'acord amb aquesta afirmació. En comparació amb l'altre pregunta, formulada en primera persona, el percentatge d'acord és major.

**Subítem 9.5. Els altres pensen que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.**

En aquesta pregunta, relacionada amb el subítem 9.2., però també preguntant pel que pensen els altres, la majoria dels adolescents hi estan d'acord. En comparació amb el subítem esmentat, trobem que els adolescents no creuen que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices, però si creuen que els altres ho pensen.

**Subítem 9.6. Les empreses contracten abans a una persona atractiva que a una que no ho és.**

Pel que fa a aquest subítem, torna a haver-hi més percentatge d'acord que de desacord, sent més de la meitat de la mostra la que opta pel Sí.

**Subítem 9.7. Accepto més a una persona si aquesta és atractiva.**

La majoria dels adolescents de la mostra afirmen no acceptar més a una persona si aquesta és atractiva.

**Subítem 9.8. Els altres pensen que les persones atractives aconseguixen l'èxit únicament per la seva aparença.**

Una mica més de la meitat de la mostra està d'acord amb aquesta afirmació.

**Subítem 9.9. Els altres accepten més a una persona si aquesta és atractiva.**

En aquesta afirmació, la resposta majoritària és d'acord. En comparació amb el subítem 9.7. trobem que els adolescents diuen no acceptar més a una persona si aquesta és atractiva, però si que creuen que ho fan els demés.

**Subítem 9.10. La gent pensa que les persones atractives tenen més probabilitats de divorciar-se.**

Una gran part dels enquestats no saben o no volen contestar a aquesta pregunta. Tot i així, el percentatge d'acord supera al de desacord.

#### **Subítem 9.11. La gent pensa que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir un matrimoni feliç.**

En l'últim dels subítems, la meitat de la mostra no està d'acord amb que la gent pensi que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir un matrimoni feliç.

## **4.2 Resultats obtinguts en la mostra d'adults**

### **Ítems 1 i 2. Edat i sexe**

Pel que fa a les dades referents a la identificació dels participants, un 67% dels adults són dones, mentre que el 33% restant són homes. Quant a les edats, aquestes s'han separat per intervals per facilitar la seva comprensió, formant grups dels 20 als 29 anys, dels 30 als 39, dels 40 als 49 i dels 50 als 60. D'aquesta manera, veiem que més de la meitat de la mostra es troba entre els 20 i els 29 anys, sent l'interval d'edat més nombrós. En concret, 84 dels 137 adults (61%) tenen de 20 a 29 anys, 16 (12%) tenen de 30 a 39 anys, 24 (18%) pertanyen a l'interval de 40 a 49 anys, i 13 (9%) en tenen de 50 a 60.

### **Ítem 3. ESCRIU 3 ADJECTIUS QUE CREUS QUE CARACTERITZEN MÉS A LES PERSONES ATRACTIVES.**

Com en l'altra mostra, s'ha utilitzat la mateixa taula de categories per classificar els adjectius<sup>3</sup>. En aquest cas, els adjectius referents a característiques físiques, com «morenas», «simétricos», «delgadas», (chicas)» o «musculados (chicos)», i a la competència social, com «popular», «sociable», «simpáticas» o «graciosa», són també els més mencionats. Els segueixen les categories d'ajustament (com «seguridad», «más felices en general» o «autoimatge positiva»), competència intel·lectual (com «ambicioso», «culto/a» o «inteligente») i altres característiques (com «elegante», «interesante», «masculinos» o «singular»). Pel que fa a les característiques negatives, aquestes són mencionades amb poca freqüència, i la categoria on trobem més adjectius és la de preocupació pels altres, encara que, en aquesta categoria, trobem el mateix nombre d'adjectius qualificats com a positius com negatius.

---

<sup>3</sup> La taula de categories per a les respostes d'aquesta pregunta es pot trobar a l'apartat Annex 3.

#### **Ítem 4. Quina de les següents imatges creus que és l'ideal de bellesa masculí?**

En aquest cas, la majoria d'adults creuen que l'opció B és l'ideal de bellesa masculí. Ningú ha optat per l'opció C.

#### **Ítem 5. Quina d'elles prefereixes tu?**

Pel que fa a la seva preferència, els subjectes es divideixen entre, altre cop, l'opció B o, en menys mesura, per cap de les anteriors. Només 4 persones han preferit l'opció C.

#### **Ítem 6. Quina de les següents imatges creus que és l'ideal de bellesa femení?**

Quant a l'ideal de bellesa femení, l'opció més escollida és la B, tot i que la segueix de manera pròxima l'opció A. Només 3 persones han cregut que és l'opció C.

#### **Ítem 7. Quina d'elles prefereixes tu?**

En aquest cas, l'opció B és la més triada, seguida per l'opció cap de les anteriors i l'opció A. Dels 137 adults, 8 han preferit l'opció C.

#### **Ítem 8. Quines de les següents característiques creus que es relacionen més amb la gent atractiva?**

Com en la mostra d'adolescents, els resultats d'aquesta pregunta s'han classificat en les mateixes categories.

Pel que fa a la primera categoria, *competència social*, en la mostra d'adults trobem que l'adjectiu més seleccionat ha sigut sociable, seguit de simpàtic. A més, 37 dels 137 adults han relacionat l'adjectiu popular amb la gent atractiva. Un percentatge molt minoritari de subjectes ha respòs introvertit/ida i/o antipàtic, i ningú ha escollit impopular. Per tant, els adjectius relacionats amb una competència social positiva han superat significativament als que fan referència a una competència social negativa.

Quant a la *competència intel·lectual*, l'adjectiu més escollit ha sigut intel·ligent. Després d'aquest, en ordre, trobem competent, treballador, ambiciós i estudiós. Els adjectius qualificats com a negatius han sigut menys associats amb la gent atractiva que els positius acabats d'esmentar. D'aquesta manera, tot i que els adjectius vinculats a competència intel·lectual no han arribat a ser escollits per la meitat de la

mostra, si que podem observar que els adjectius positius han sigut triats per sobre dels negatius

En tercer lloc, quant a la *preocupació pels altres*, l'adjectiu més associat a la gent atractiva ha sigut cregut. Seguidament, trobem empàtic i sensible. Amb menor freqüència, s'ha vinculat l'atractiu amb ser generós i/o amb ser solidari. A continuació, trobem, en ordre, poc o gens empàtic, egoista, compassiu, insensible i modest. Per últim, els menys seleccionats han sigut cruel i insolidari. Per tant, en la categoria de preocupació pels altres trobem més diferències, de manera que quasi la meitat de la mostra creu que cregut és un bon adjectiu per definir a algú atractiu, però, de manera menys significativa, les altres característiques positives sobre la preocupació pels altres es prefereixen per sobre de les negatives.

En referència a la *superficialitat*, l'adjectiu superficial ha sigut més triat que profund.

Per altra banda, en la categoria de *conducta sexual*, poques persones han relacionat els adjectius d'aquesta categoria amb l'atractiu, tot i que promiscu ha estat més elegit que cast.

Pel que fa a la *integritat*, en primera posició trobem tant digne de confiança com honest. Seguidament, l'adjectiu més seleccionat ha estat infidel. Per últim trobem deslleial i mentider. Per tant, tot i que no de forma significativa, podem dir que hi ha una barreja entre característiques positives, com són digne de confiança i honest, i característiques negatives, com la infidelitat. Tot i així, els percentatges són massa minoritaris.

Respecte l'*ajustament*, l'adjectiu que s'ha cregut més relacionat amb les persones atractives és segur, seguit de feliç. A continuació, satisfet i madur han sigut els més elegits. En contra, després trobem immadur i insegur. Ningú ha triat deprimid. Per tant, pel que fa a l'ajustament, podem remarcar l'associació de l'atractiu físic sobretot amb la felicitat i la seguretat, tot i que totes les característiques positives superen al seu corresponen antònim.

Sobre la *potència*, la característica més relacionada ha estat la de líder, seguida per fort. A més, 39 persones ho associen amb dominant. En menys mesura es marca assertiu. Tant dèbil com agressiu són seleccionats per només 8 adults. Per últim, trobem que passiu i subordinat són els menys elegits. D'aquesta manera, tot i que no arriba a la meitat de la mostra, l'adjectiu de potència més associat fa referència al lideratge, així com a la fortalesa. Dominant també és la tercera característica més

relacionada. Un únic adjectiu relacionat amb aquesta categoria es queda per sota dels altres, i és el d'agressivitat, tot i que passiu i subordinat encara donen percentatges inferiors.

En relació a l'última categoria, anomenada *èxit*, tot i que no arriba a la meitat de la mostra, triomfador és escollit per sobre de fracassat.

Només 5 dels enquestats (4%) han marcat l'opció *altres*, tenint com a resposta adjectius relacionats amb la preocupació pels altres, com és «altruista»; així com respostes referents a la descategorització de les persones, com «No tothom és igual»; i altres vinculades a la competència social o felicitat de la persona, com és «sonriente», mencionada per dos adults. A més, un dels enquestats afegeix «amigo», tot i que no és un adjectiu.

### **Ítem 9. Indica si estàs d'acord amb les següents afirmacions:**

#### **Subítem 9.1. Penso que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir èxit.**

En la mostra d'adults, la majoria dels enquestats pensen que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir èxit.

#### **Subítem 9.2. Penso que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.**

Més de la meitat de la mostra nega pensar que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.

#### **Subítem 9.3. La gent pensa que a les persones atractives se li donen més oportunitats a la vida.**

En aquest cas, la gran majoria d'adults estan d'acord amb aquesta afirmació.

#### **Subítem 9.4. Els altres pensen que la gent atractiva té més probabilitats de tenir èxit.**

Les respostes de la pregunta vinculada al subítem 9.1. ens mostren que la majoria dels participants creuen que els altres pensen que la gent atractiva té més probabilitats de tenir èxit. Tenint en compte el subítem 9.1., les respostes es corresponen.



**Subítem 9.5. Els altres pensen que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.**

Pel que fa a l'enunciat relacionat amb el subítem 9.2., trobem que més de la meitat de la mostra està d'acord amb aquesta afirmació. En aquest cas i tenint en compte les respostes al subítem anterior, els adults diuen que ells mateixos no pensen que les persones atractives tinguin més probabilitats de ser felices, però si que creuen que els altres ho pensen.

**Subítem 9.6. Les empreses contracten abans a una persona atractiva que a una que no ho és.**

La majoria dels adults de la mostra creuen que les empreses contracten abans a una persona atractiva que a una que no ho és.

**Subítem 9.7. Accepto més a una persona si aquesta és atractiva.**

La majoria dels enquestats diuen no acceptar més a una persona si aquesta és atractiva.

**Subítem 9.8. Els altres pensen que les persones atractives aconseguixen l'èxit únicament per la seva aparença.**

En les respostes a aquesta afirmació, trobem que hi ha més persones que hi estan d'acord, tot i que no arriben a la meitat de la mostra, mentre que 50 dels 137 participants no hi estan d'acord.

**Subítem 9.9. Els altres accepten més a una persona si aquesta és atractiva.**

Més de la meitat de la mostra pensa que els altres accepten més a una persona si és atractiva. És a dir, una gran part dels adults afirmen no acceptar més a una persona per ser atractiva, però, en canvi, més de la meitat pensen que els altres si que ho fan.

**Subítem 9.10. La gent pensa que les persones atractives tenen més probabilitats de divorciar-se.**

La resposta més elegida en aquest cas, tot i que no arriba a representar la meitat de la mostra, és el No. En canvi, 22 adults han respòs afirmativament.

**Subítem 9.11. La gent pensa que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir un matrimoni feliç.**

Aquest cop, més de la meitat de la mostra respon de forma negativa a l'afirmació.

### **4.3 Comparació entre els resultats del grup d'adolescents i els resultats del grup d'adults**

**Pregunta 3. Escriu 3 adjectius que creus que caracteritzen més a les persones atractives.**

En aquesta pregunta oberta, tant adults com adolescents han utilitzat, en la seva majoria, característiques positives per descriure a les persones atractives. Les dues categories més relacionades per ambdós grups han sigut les de característiques físiques i competència social. Els adolescents han fet més al·lusió a aquestes categories que els adults. Per altra banda, els adults han fet més referència a l'ajustament i a la competència intel·lectual que els adolescents, i, tot i que amb menor diferència, els adolescents han fet més al·lusió a la potència i a la integritat que els adults. Pocs subjectes han fet menció sobre l'aspecte exterior, però els adults han utilitzat més característiques vinculades a aquesta categoria que els adolescents. La preocupació pels altres ha estat poc esmentada per les dues mostres, encara que n'han fet referència més adults. L'èxit i la superficialitat han estat poc relacionats amb l'atractiu. Quant als estereotips negatius, com s'ha esmentat, han sigut poc referenciats, però, en la seva majoria, aquests han estat vinculats a la preocupació pels altres.

Per tant, en la mostra d'adolescents la majoria d'adjectius han estat referents a característiques físiques o a competència social, mentre que en la mostra d'adults, tot i que han estat les categories amb més adjectius, també s'han tingut més en compte la competència intel·lectual i l'ajustament.

**Pregunta 4. Quina de les següents imatges creus que és l'ideal de bellesa masculí?**

Per aquesta pregunta, ambdós grups han cregut, de manera significativa, que l'ideal de bellesa masculí és l'opció B. No trobem diferències en cap de les seves respostes, ja que els percentatges de les dues mostres són molts semblants.

### **Pregunta 5. Quina d'elles prefereixes tu?**

En aquest cas podem trobar percentatges una mica més diferents entre grups, encara que l'opció B torna a ser la més elegida, amb un 55% dels adolescents i un 45% dels adults. La següent més seleccionada és l'opció cap de les anteriors, més elegida pels adults. La tercera opció ha sigut l'opció A. Per últim, l'opció C ha sigut escollida per un 3% dels adults, mentre que cap adolescent l'ha preferit.

### **Pregunta 6. Quina de les següents imatges creus que és l'ideal de bellesa femení?**

En aquest cas, l'opció més triada pels adolescents ha sigut l'opció A, mentre que els adults han optat per l'opció B, tot i que no arriba a la meitat de la mostra. Els dos coincideixen en el baix percentatge en l'opció C.

### **Pregunta 7. Quina d'elles prefereixes tu?**

Tant els adolescent com els adults prefereixen l'opció B, seleccionada per un 44% dels adolescents i un 43% dels adults. La segona opció més escollida per als adolescents és l'opció A, mentre que pels adults és l'opció cap de les anteriors. Així, l'opció cap de les anteriors queda en tercer lloc pels adolescents, mentre que pels adults és l'opció A. L'opció C queda l'última en ambdós mostres, ja que només 6% dels adults i un 5% dels adolescents l'han elegit.

### **Pregunta 8. Quines de les següents característiques creus que es relacionen més amb la gent atractiva?**

En primer lloc, pel que fa la *competència social*: Ambdós grups coincideixen en l'adjectiu més triat, el qual és sociable. Popular ha sigut escollit en més proporció pels adolescents, sent seleccionat per un 63% d'adolescents i per un 27% d'adults. Per simpàtic les proporcions tornen a ser molt semblants. Per tant, la segona característica més elegida pels adolescents és popular, mentre que per als adults és simpàtic. En les dues mostres les característiques positives han sigut escollides amb diferència per sobre de les negatives. Així, antipàtic ha estat seleccionada per un 14% dels adolescents i un 8% dels adults, introvertit per un 6% d'adolescents i només un 0,7% d'adults, mentre que impopular no ha sigut relacionat amb la gent atractiva per cap persona de cap dels dos grups.

En segon lloc, la *competència intel·lectual*: Cap de les característiques d'aquesta categoria ha sigut relacionada per més de la meitat de les dues mostres. Tot i així, l'adjectiu més escollit per ambdós grups ha sigut intel·ligent, seguit per competent en el cas dels adults i per treballador en el cas dels adolescents. Després d'aquestes, ambició ha sigut la característica més seleccionada. A més, els adjectius qualificats com a positius han sigut elegits per sobre dels negatius en tots els casos.

En tercer lloc, pel que fa a la *preocupació pels altres*, tot i que les característiques pertinents tampoc han arribat a ser elegides per la meitat de cap de les dues mostres, l'adjectiu cregut ha sigut el més seleccionat en ambdós grups. Totes les altres característiques han estat poc escollides, però, després de cregut, les encapçala empàtic per als adults i sensible per als adolescents. Les característiques positives han estat seleccionades per sobre les negatives en tots els adjectius menys en cregut/modest (en ambos mostres) i en compassiu/cruel, on en la mostra d'adolescents les dues característiques són marcades pel mateix nombre de subjectes.

En quart lloc, en la categoria *superficialitat*, els dos grups coincideixen en relacionar la gent atractiva amb la superficialitat per sobre del seu contrari, encara que, com en les categories anteriors, no arriba al 50% dels subjectes en cap dels dos grups.

En cinquè lloc, la categoria de *conducta sexual* és molt poc relacionada amb la gent atractiva, ja que els percentatges per ambdós adjectius són molt baixos en les dues mostres. Tot i així, promiscu és elegit per sobre de cast tant pels adolescents com pels adults.

En general, les característiques vinculades a *integritat* no són relacionades amb les persones atractives, ni de forma positiva ni de forma negativa en cap dels dos grups. En aquest cas, pels adults, es relaciona més el ser honest i digne de confiança. En canvi, pels adolescents, ser infidel, seguit per digne de confiança. Els dos grups elegeixen les característiques positives per sobre les negatives menys pel que fa a la fidelitat.

La categoria d'*ajustament* si que és més relacionada que les cinc anteriors amb l'atractiu. D'aquesta manera, segur i feliç són els adjectius més relacionats amb les persones atractives, tant pels adolescents com pels adults. Els segueixen madur i satisfet. En tots els casos els adjectius referents a un bon ajustament es relacionen

amb les persones atractives molt per sobre que els negatius. De fet, cap subjecte escull deprimid com a opció.

En vuitè lloc, a *potència* trobem que l'adjectiu més triat és fort, ja que aproximadament la meitat dels adolescents l'han seleccionat, més un 34% d'adults, seguit de dominant. A continuació, en ambdós grups, trobem líder. En tots els casos menys en un, les característiques relacionades amb la potència són associades a les persones atractives més que les que els seus antònims. Agressiu és més elegit que assertiu en la mostra d'adolescents, però passa al contrari en la mostra d'adults.

Finalment, quant als adjectius vinculats a l'*èxit*, tot i que no arriba a la meitat de subjectes de cap de els dues mostres, triomfador es troba per sobre de fracassat.

### **Pregunta 9. Indica si estàs d'acord amb les següents afirmacions**

#### **Pregunta 9.1. Penso que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir èxit.**

En ambdós grups més de la meitat de la mostra pensa que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir èxit, tot i que el grup d'adults hi està més d'acord que el dels adolescents.

#### **Pregunta 9.2. Penso que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.**

Els dos grups d'edats tornen a coincidir amb les seves respostes. En aquest cas, la majoria dels enquestats no pensa que les persones atractives tinguin més probabilitats de ser felices.

#### **Pregunta 9.3. La gent pensa que a les persones atractives se li donen més oportunitats a la vida.**

De manera significativa, tant adolescents com adults estan d'acord amb que la gent pensa que les persones atractives se li donen més oportunitats a la vida.

#### **Pregunta 9.4. Els altres pensen que la gent atractiva té més probabilitats de tenir èxit.**

Una gran part dels adolescents i dels adults coincideixen en estar d'acord amb que els altres pensen que la gent atractiva té més probabilitats de tenir èxit.

**Pregunta 9.5. Els altres pensen que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.**

De nou, les dues mostres concorden en les seves respostes. Ambdós grups creuen que els altres pensen que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.

**Pregunta 9.6. Les empreses contracten abans a una persona atractiva que a una que no ho és.**

Els dos grups responen afirmativament a aquesta pregunta en la seva majoria, tot i que més adults han optat pel Sí que els adolescents.

**Pregunta 9.7. Accepto més a una persona si aquesta és atractiva.**

Igual que en les preguntes anteriors, els dos grups coincideixen en les seves respostes, de manera que la majoria dels dos grups manifesten que no accepten més a una persona si aquesta és atractiva. El grup d'adults opta pel No lleugerament més que els adolescents.

**Pregunta 9.8. Els altres pensen que les persones atractives aconseguen l'èxit únicament per la seva aparença.**

En aquest cas, les respostes dels dos estan més repartides entre les opcions, tot i així, els dos grups tenen contestacions similars. Específicament, més de la meitat dels adolescents i quasi la meitat d'adults estan d'acord en que els altres pensen que les persones atractives aconseguen l'èxit únicament per la seva aparença. La segona opció més escollida pels dos grups és el No.

**Pregunta 9.9. Els altres accepten més a una persona si aquesta és atractiva.**

A diferència de la pregunta 9.7. formulada en primera persona, tant adolescents com adults canvien aquí la seva resposta, sent l'opció Sí la més elegida. La segona opció més seleccionada per part dels adolescents ha estat NS/NC, mentre que per els adults ha estat el No.

**Pregunta 9.10. La gent pensa que les persones atractives tenen més probabilitats de divorciar-se.**

Sobre la relació de l'atractiu amb el divorci, la primera opció per als adolescents ha sigut el NS/NC, mentre que per als adults ha estat el No. En la segona opció, les respostes s'intercanvien, sent el No pels adolescents i el NS/NC pels adults. En tot cas, podem dir que, tant en la mostra d'adults com en la d'adolescents, la majoria de persones no estan d'acord amb aquesta afirmació o no han volgut o no han sabut contestar.

**Pregunta 9.11. La gent pensa que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir un matrimoni feliç.**

En contraposició a la pregunta anterior, més de la meitat d'adolescents i d'adults no estan d'acord amb que la gent pensa que les persones atractives tenen més probabilitats de tenir un matrimoni feliç. En segon lloc, trobem que un 29% d'adolescents i un 30% d'adults no saben o no volen contestar.

**Diferències o semblances estadísticament significatives per a la variable edat i per a la variable sexe<sup>4</sup>:**

Amb l'objectiu de conèixer si hi ha diferències en les respostes (variable dependent) tenint en compte l'edat, és a dir, ser adolescent o ser adult (variable independent), s'ha calculat estadísticament el grau de significació d'aquesta relació. Analitzant totes les respostes a partir de la prova del Chi-quadrat, utilitzada per determinar si hi ha relació entre l'edat i les respostes trobant el nivell de significació, trobem que en les preguntes de la 4 a la 7, de la 9.2. a la 9.8, i la 9.10 i 9.11. la variable edat és independent del tipus de resposta i, per tant, no hi influeix. És a dir, en aquestes preguntes no hi ha una relació estadísticament significativa entre edat i tipus de resposta, mentre que en les preguntes 5, 9.1. i 9.9., aquesta relació sí que és estadísticament significativa, de manera que sí que hi ha diferències entre les respostes dels dos grups d'edat. La pregunta 5 fa referència a la pròpia preferència del cos masculí, sent major el nombre d'adults que han optat per l'opció cap de les anteriors. En la pregunta 9.1., més adults

---

<sup>4</sup> A l'apartat Annex 4 es poden trobar les taules amb els valors exactes resultants de la prova del Chi-quadrat per a cada pregunta.

que adolescents pensen que la gent atractiva té més probabilitats de tenir èxit. Per últim, pel que fa a la pregunta 9.9., tot i que en ambdós mostres el percentatge d'acord és major, hi ha més adults que no creuen que els altres acceptin més a una persona si aquesta és atractiva.

Tenint en compte la variable **sexe** i analitzant com afecta aquesta els resultats, trobem que no hi ha diferències estadísticament significatives en la majoria de preguntes. Podem dir que el sexe influeix en l'opció de resposta, és a dir, que és present una diferència estadísticament significativa, en les següents preguntes:

En la pregunta 5: En aquest cas, tot i que no podem dir que hi hagi una diferència significativa per poc (Chi quadrat de 0,052), sí que podem observar que els homes prefereixen el cos masculí musculat (l'opció B) per sobre de les dones, i que un percentatge més alt de dones prefereix l'opció A, tot i que en ambdós sexes l'opció més elegida ha sigut la B.

En la pregunta 9.2.: Els homes pensen més que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices.

En la pregunta 9.7.: Més homes que dones afirmen acceptar més a una persona si és atractiva, mentre que més dones que homes estan en desacord amb aquesta afirmació.

No s'han analitzat amb aquest procediment les preguntes 3 i 8, a causa del seu format (En la pregunta 3 s'ha fet un anàlisi qualitatiu i en la 8 es tracten variables múltiples).



## 5 Discussió

Posant en relació els resultats obtinguts i el marc teòric esmentat anteriorment, podem discutir diferents punts.

Per començar, tenint en compte els resultats d'ambdós mostres, es pot afirmar que s'atribueixen determinades característiques a les persones atractives, de manera que aquestes s'agrupen en una categoria social.

En els estudis anteriors explicats al marc teòric, per una banda, alguns autors, com Dion et al. (1972), han trobat que l'atractiu és associat amb experiències favorables i característiques de la personalitat positives. Posant en relleu aquesta premissa de "Tot allò bell és bo", es pot observar que en els resultats del nostre qüestionari tant adolescents com a adults escullen, en general, característiques socialment positives per sobre les negatives en tots els àmbits per definir a una persona atractiva.

Tenint en compte els diferents estudis, s'han estudiat diferents àmbits de la personalitat i experiències per a estudiar aquests estereotips. D'aquesta manera, hem mencionat que hi havia un gran acord entre estudis en l'associació de l'atractiu físic amb la competència social (Dion et al, 1972; Langlois i Griffin, 2006; Langlois et al, 2000; Feingold, 1992; Dermer i Thiel, 1975), però també, alguns estudis, han trobat que es vincula a la felicitat i l'èxit (Dion et al, 1972; Langlois et al, 2000; Dermer et al., 1975; Eagly et al., 1991, Bersheid i Walster, 1974), la intel·ligència i la competència (Jackson et al., 1995; Langlois et al., 2000; Langlois i Griffin, 2006; Feingold, 1992), l'ajustament o salut mental (Langlois et al, 2000; Feingold, 1992) o la potència i la dominància (Feingold, 1992, Eagly et al, 1991). Tot i així, també s'ha trobat l'associació de l'atractiu amb característiques negatives, com la infidelitat (Zebrowitz et al., 1998; Eagly et al, 1991), la vanitat o la superficialitat, l'egoisme, així com la no preocupació pels altres (Dermer i Thiel, 1975) o la promiscuïtat (Brewer i Archer, 2007; Feingold, 1992). A més, com hem vist anteriorment, Clarke (2007) també afirma que, pel que fa a la intel·ligència, també es pot associar l'estúpidesa amb l'atractiu. Quant a la integritat i a la preocupació pels altres també són presents divergències entre els estudis.

En primer lloc, quant a la **competència social**, es pot observar com, en el nostre estudi, és la categoria que més s'associa amb l'atractiu, com es deia en les investigacions del marc teòric, ja que en la llista d'adjectius les característiques pertinents a aquesta categoria són les més escollides, al igual que en les respostes de

la pregunta oberta. De fet, els individus d'ambdós mostres relacionen la competència social amb l'atractiu, destacant les habilitats interpersonals. Els adolescents, més que els adults, relacionen també els resultats exitosos d'aquestes habilitats. A més, la incompetència social es relaciona molt poc o gens amb les persones atractives.

En segon lloc, l'**ajustament** és un dels àmbits més associat amb les persones atractives, sobretot la felicitat i l'amor propi, fet que correspon amb la teoria, tot i que de manera poc o moderadament significativa. En referència a la **felicitat**, trobem que hi ha alguna contradicció en les respostes, ja que no és elegida com a adjectiu definitori ni els subjectes pensen que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices, però, en canvi, si que creuen que ho pensen els altres. També utilitzen adjectius vinculats a la felicitat i a la seguretat en la pregunta oberta, sobretot en el cas dels adults. Podria ser que es creies que socialment l'atractiu és molt valorat i, per tant, per això els altres associen aquest amb la felicitat. També pot ser que la felicitat no sigui relacionada directament amb l'atractiu, sinó que es vegi com el resultat de totes les altres característiques associades a la gent atractiva (acceptació social, èxit laboral, competència social, etc.).

Per altra banda, trobem que, contràriament al que ens diu Clarke, i a favor dels altres estudis, tot i que no de manera significativa, la **competència intel·lectual**, incloent tant l'habilitat intel·lectual com la motivació pel treball, s'associa més amb la gent atractiva que el no ser competent intel·lectualment. Podria ser que es complís la teoria de Clarke si ens referíssim únicament a dones atractives, i no a persones atractives sense definir el seu sexe. Tot i així, no podem enunciar de forma directa que els subjectes de les mostres relacionin la competència intel·lectual amb l'atractiu.

Sobre la **potència**, tot i que tampoc no podem afirmar de forma directa que l'atractiu és relacionat amb aquesta, sense arribar a la meitat dels enquestats, és veritat que els participants de les dues mostres vinculen més la dominància que la passivitat amb l'atractiu. Pel que fa al poder, trobem que la fortalesa sí que s'associa més, però no l'agressivitat. Podria ser que aquest adjectiu sigui interpretat com a negatiu i només s'associïn aquelles característiques positives i desitjables a les persones atractives. A més, pot ser que els subjectes associïn l'adjectiu "fort" amb un cos musculat i, com s'ha esmentat en el marc teòric, aquest és l'ideal corporal masculí.

Alguns autors han comprovat que en les societats occidentals la **preocupació pels altres** no està associada amb l'atractiu físic. En el nostre cas, la preocupació pels altres tampoc ha estat vinculada a l'atractiu, però tampoc al contrari; per tant, no es

creu que les persones atractives siguin egoistes, insolidàries o poc empàtiques. La vanitat o l'egocentrisme són més associats que les altres característiques, però sense arribar a donar resultats significatius. A més, en la pregunta oberta, les característiques negatives han sigut molt poc esmentades, però, tot i amb un baix percentatge, els adjectius referents a la no preocupació pels altres han estat els més utilitzats quant als estereotips negatius, tant en la mostra d'adults com en la d'adolescents. En aquest sentit també coincideix amb la teoria, de manera que en una societat occidental i individualista com la nostra, on, com apunten Eagly et al. (1991), Feingold (1992) o Jackson et al. (1995), la preocupació pels altres i la integritat no són característiques molt valorades, no s'associen aquests atributs amb la gent atractiva. Podria ser que s'atribueixin a l'atractiu únicament aquells valors importants i desitjats per a la societat, com pot ser la sociabilitat.

Pel que fa a la **integritat**, en la mostra d'adolescents i en la d'adults, aquestes característiques no es relacionen amb l'atractiu de forma significativa, ni en sentit positiu ni negatiu. La infidelitat, per tant, no està relacionada amb l'atractiu de manera significativa, encara que si que s'escull per sobre la fidelitat, sobretot en el cas dels adolescents.

En relació a la **superficialitat**, trobem que aquesta és més associada a les persones atractives que el ser més profund en ambdós mostres, però aquesta associació no és significativa, de manera que no podem afirmar que ni adolescents ni adults creguin que la gent atractiva és superficial, banal, materialista o snob.

Respecte a la **conducta sexual**, la teoria esmenta que es pensa que les persones atractives tenen més experiències sexuals i són més promiscues. En les nostres mostres no és així, tot i que sí que es prefereix promiscu per sobre de cast per descriure-les, són molt pocs individus que ho relacionen.

Quant a l'**èxit**, tot i que en la llista d'adjectius es relaciona molt poc amb la gent atractiva, sí que ocorre en les altres respostes, ja que es creu que tenen més probabilitats d'èxit i més oportunitats a la vida, així com més èxit laboral, ja que es pensa que les persones atractives són més contractades per les empreses. En referència a l'èxit, tant els propis subjectes l'associen amb l'atractiu, com creuen que ho associen els altres, tot i que tant adolescents com adults creuen que els altres ho pensen més. Sobre la creença que les persones atractives assoleixen l'èxit únicament per la seva aparença, la meitat dels adolescents sí que ho pensen, però en el cas dels adults, ho creuen quasi la meitat, per tant, no es pot acabar d'afirmar que sigui així.

També es relaciona amb l'èxit social, ja que es creu que els altres accepten més a una persona si aquesta és atractiva. En aquest cas, però, trobem que els propis individus diuen no acceptar més a una persona per ser atractiva, mentre que si que creuen que ho fan els demés. De fet, en totes les preguntes sobre l'èxit i la felicitat formulades en tercera persona, en comparació amb les de primera persona, presenten un grau d'acord major. Aquestes diferències de resposta poden ser donades per la desitjabilitat social.

Per tant, tant adolescents com adults associen l'èxit amb les persones atractives de forma significativa, coincidint amb els estudis del marc teòric. En aquest sentit també s'ha volgut conèixer si es pensa que aquest èxit és resultat únicament de l'atractiu físic. Els resultats ho corroboren de forma moderada en el cas dels adolescents, però, en el cas dels adults, tot i que hi estan més d'acord que en desacord, només ho afirma un 46% de la mostra.

En relació, sobre l'èxit matrimonial, com s'ha vist en el marc teòric, alguns autors com Dion et al. (1972) han trobat que es relaciona amb l'èxit i la felicitat marital i que es pensa que les persones atractives tenen un **matrimoni més feliç**, mentre que Dermer i Thiel (1975) han trobat que es vincula amb la probabilitat de **divorci**. En les mostres d'aquest estudi, ni adolescents ni adults relacionen l'atractiu amb un matrimoni feliç, però tampoc amb el divorci.

En síntesi, les puntuacions en la majoria dels àmbits, menys en competència social i èxit, no superen la meitat dels subjectes de cada mostra, de manera que no podem dir de manera significativa que aquestes característiques siguin associades amb l'atractiu físic. En canvi, en les mostres d'aquest estudi, i coincidint amb els estudis explicitats en el marc teòric, la competència social i l'èxit sí que són associats amb les persones atractives. Tot i així, sí que podem afirmar que, en la majoria dels casos, les característiques positives són elegides per sobre les negatives en ambdós grups. Com a reflexió, el fet que la competència social sigui atribuïda a l'atractiu pot estar vinculat a l'acceptació social, de manera que també té sentit l'atribució d'un bon ajustament, ja que una persona acceptada pels altres, que no té por de ser rebutjada, acostuma a ser relacionada amb més seguretat personal, resultant així en unes millors habilitats socials. Aquest fet també estaria relacionat amb l'amenaça de l'estereotip explicat al marc teòric.

Per altra banda, sobre els **estereotips corporals**, els resultats de l'enquesta coincideixen amb l'esmentat en el marc teòric en el cas dels homes, ja que el cos

preferit i designat com a ideal de bellesa masculí ha sigut el mesomorf o musculat, corresponent a l'opció B del qüestionari. En el cas de les dones trobem que exactament no es dona com s'exposa al marc teòric, ja que els resultats es reparteixen entre el model mesomorf i l'ectomorf. Els adults creuen que l'ideal femení és el cos musculat i també el prefereixen, però els adolescents pensen que l'ideal és el prim, mentre que també prefereixen el musculat. Tot i aquestes diferències, el cos musculat o prim seria sempre el preferit; en canvi, en ambdós sexes, l'opció C, és a dir, el model corporal gros o endomorf, és rebutjat com a atractiu. També podem observar aquest fet en les respostes referents a les característiques físiques de la pregunta oberta: Tant adults com adolescents relacionen l'atractiu amb ser esvelt, en forma, prim o musculós, fent referència a models mesomorfs o ectomorfs. Aquest fet està relacionat i coincideix amb el que manifesta Gaulí (2000), ja que vivim en una societat on, fins ara, no hi ha escassetat i es prefereixen models prim i musculosos. A més, podem observar que hi ha coincidències entre l'ideal corporal i la pròpia preferència, fet que dona relleu a l'aprenentatge dels patrons de bellesa socials.

Per últim, la teoria defensava que hi ha canvis en el pensament segons l'etapa vital, i que aquests són necessaris per a contrarestar els estereotips. En el present estudi no hi ha hagut diferències considerables en els resultats entre adolescents i adults. De fet, només són presents algunes dissimilituds en tres preguntes, per tant, en aquest cas no es produeixen grans diferències entre la manera de pensar dels adolescents i dels adults en general, de manera que no es pot defensar aquest pas cap a un pensament postformal, més flexible i reflexiu. Al viure en la mateixa societat, adolescents i adults aprenen i comparteixen significats i valors socials, fet que pot causar aquests resultats. Pel que fa a les tres preguntes en que l'edat ha influït en el tipus de resposta de manera significativa, podem observar que hi ha diferències en la preferència del cos masculí, ja que hi ha més adults que prefereixen un altre opció de model corporal dels que s'ha presentat, i també hi ha més adults que estan en desacord amb que els altres acceptin més a una persona atractiva. Aquestes respostes sí que podrien coincidir amb el plantejament del pensament postformal. En canvi, hi ha més adults que adolescents que pensen que la gent atractiva té més probabilitats de tenir èxit, fet que contrasta amb aquest plantejament.

Per altra banda, a manera de reflexió, també hem de tenir en compte que una gran proporció d'adults de la mostra se situen entre la vintena, trobant-nos amb molts subjectes joves, de manera que, en una societat com la nostra, on l'adolescència s'allarga més, és probable que les diferències entre aquest grup d'edat i els

adolescents siguin menors. A més, tot i que tenim molts adolescents situats en l'adolescència central, amb 15 anys, també en tenim molts de 18, edat que s'apropa més a l'etapa adulta primerenca. Tot i així, les edats en la mostra d'adolescents estan més repartides, encara que en ambdós mostres tenim representants de totes les edats.

Pel que fa als objectius, es pot dir que, en conjunt, s'han complert tots, ja que en certa mesura els resultats ens han donat a conèixer l'existència de certs estereotips sobre les persones atractives, a la vegada de donar-nos la possibilitat de conèixer quins són aquests i en quina proporció són presents en una mostra d'adolescents i en una mostra d'adults. A més, també hem pogut comprovar que, en general, no hi ha diferències en tenir aquests estereotips posant atenció en la variable edat.

Tot i que no s'ha presentat com a objectiu, també s'ha volgut conèixer si existeixen diferències en les respostes tenint en compte la variable sexe. En aquest cas hem de tenir en compte que la proporció d'homes era bastant reduïda en comparació amb la de dones. Encara i així, en la majoria d'ítems no s'han trobat diferències, però en tres de les preguntes s'ha observat que els homes tendeixen a activar més estereotips. Així, pensen que les persones atractives tenen més probabilitats de ser felices i els homes accepten més a una persona per ser atractiva. Com a reflexió, aquest fet pot estar relacionat, en part, amb els estereotips de gènere, ja que fins ara sempre s'ha defensat que els homes busquen atractiu físic mentre que les dones busquen posició socioeconòmica en l'altre sexe (en el cas de les relacions heterosexuales), aquest fet podria afectar en que els homes li donin més importància a l'aspecte físic.

## 6 Conclusions

Considerant i sintetitzant l'exposat anteriorment, com a resultats més importants, trobem que:

- A les persones atractives se li atribueixen característiques pròpies de la competència social, vinculades sobretot a tenir habilitats socials o interpersonals.
- Els participants d'ambdós mostres associen l'atractiu amb l'èxit.
- Els propis subjectes afirmen no acceptar més a una persona per ser atractiva, però en el cas dels altres, sí que es creu que hi ha més acceptació social.
- En general, les característiques de la personalitat i experiencials positives es veuen millors que les negatives per a descriure a una persona atractiva.
- Els adjectius sobre l'ajustament que s'han utilitzat per descriure a una persona atractiva tenen a veure amb la felicitat i la seguretat en un mateix.
- Els models corporals ideals i preferits són el musculat i el prim, sent rebutjat el cos gros en ambdós sexes.
- No hi ha diferències destacables entre adolescents i adults pel que fa a com veuen a les persones atractives, menys pel que fa a l'èxit i a l'acceptació dels altres.

Tenint en compte aquests resultats, podem considerar algunes conseqüències d'aquests i algunes reflexions.

Interpretant els resultats, és probable que s'associï l'atractiu amb l'èxit i la felicitat, lligant aquests a la competència social, de manera que aquest fet pot provocar que, per a obtenir com a resultat l'acceptació dels altres i l'acceptació d'un mateix, resultant amb més oportunitats a la vida, èxit, seguretat i, així, felicitat, porti a pensar que canviar l'aspecte físic és molt important. És a dir, el fet de vincular totes aquestes característiques a l'atractiu, pot portar a associar el físic amb l'assoliment de l'èxit i, per ende, amb la pròpia felicitat, ja que socialment aquest es vincula a totes aquestes característiques que hem mencionat (competència social, acceptació social, autoestima positiva, etc.)

Aquests estereotips i prejudicis creixen i s'aprenen en el medi social. La societat envia missatges sobre que se'ns valora i jutja pel nostre cos, i porta a la comparació, a vegades, amb estereotips corporals ideals allunyats de la realitat, els quals interioritzem i utilitzem, en moltes ocasions, com a models a seguir. Així, es veu

l'atractiu físic com una imposició per arribar a ser feliç i aconseguir tot allò que un vol. En aquests missatges, a més, podem afegir el missatge de control i de salut que, sobretot, els medis de comunicació utilitzen per amagar els estereotips corporals i el culte a la imatge.

A tot això, hem de sumar que aquests estereotips sobre l'atractiu s'autocompleixen, ja que l'expectativa i les relacions amb els altres, com ja hem comentat en el marc teòric, influencien en la nostra manera de ser i comportar-nos. Per aquest motiu, aquests estereotips són difícils d'eliminar.

Aquests fets poden portar a sentiments de culpa, frustració, insatisfacció corporal, baixa autoestima i malestar emocional, així com a determinats comportaments com fer dieta sense cap tipus de consell mèdic. Portats a l'extrem, poden derivar en trastorns com l'anorèxia, la bulímia o la vigorèxia, més coneguts; a l'addicció a les cirurgies estètiques, sense obtenir mai un resultat satisfactori; o a altres trastorns més indirectes, com podria ser la fòbia social, com a resultat de la por al rebuig.

En aquest sentit, hauríem de treballar des de l'educació, treballant sobre la jerarquia de valors socials.

Com a reflexió final, ens agradaria afegir que, tot i la importància d'educar en valors, hem de tenir en compte que, en moltes ocasions, la nostra zona d'influència no és tan extensa com pot ser la que posseeix, per exemple, la televisió i la publicitat en l'actual societat de consum. En aquest sentit, hem de tenir en compte, sota el nostre punt de vista, que sempre hi haurà algun tipus d'estereotip, sigui per l'atractiu físic, per la manera de vestir, pel gènere, per la raça, pels gustos en l'oci, etc., per aquest motiu és important educar a pensar, promocionar el pensament crític en les persones que formen la nostra societat, per tal que, tot i l'existència d'aquests estereotips, un sigui capaç d'identificar-los, analitzar-los, debatre'ls i ser crític amb ells. Realment, en el que es vol posar èmfasi és en la importància de reflexionar sobre els nostres actes i creences per avançar com a persones i com a societat. De fet, el tema de l'atractiu físic és apropiat, ja que és present una discussió entre el que és biològic i el que és social, per manifestar el fet que, tot i que existeixi un origen biològic o bé s'apropi més a un factor o constructe social, aquest no ha de donar lloc al tracte diferencial i a la discriminació, en el moment en que tot això porta al malestar en les persones i pot derivar, en els casos més greus, en complicacions psicopatològiques.



## 6.1 Limitacions i propostes de millora

És important remarcar les limitacions d'aquesta investigació, així com proposar algunes millores en relació a aquestes.

En primer lloc, hem de remarcar que hem de tenir precaució en generalitzar aquests resultats, ja que s'hauria de tenir en compte el tipus de mostra i el nombre i característiques dels participants. D'aquesta manera, una limitació d'aquest estudi és el tipus de mostra, ja que al ser una mostra accidental, aquesta no és del tot representativa i, per aquest motiu, seria més adequada un altre tipus de mostra probabilística, que tingues més en compte la delimitació geogràfica i una proporció de persones de cada sexe més igualitària. També passaria el mateix amb la proporció d'edats, ja que seria interessant tenir més persones de totes les edats per a poder, inclús, fer una comparativa entre edat adulta primerenca i edat adulta mitjana. A més, la mostra també seria més representativa si el nombre de subjectes fos major.

En referència a la mostra, també es va produir algun problema amb la mostra d'adolescents, ja que en un primer moment es va escollir una mostra no probabilística a propòsit formada per un grup d'estudiants d'un institut, però finalment no va poder ser i es va utilitzar, per facilitat d'accés, el mateix mètode que amb els adults.

Una altra limitació la trobem en l'instrument, ja que, tot i intentar reduir-lo, podia ser llarg per alguns individus i produir-se l'efecte de cansament, sobretot a la llista d'adjectius, on hi havia moltes opcions de resposta. A més, no hem pogut tenir accés als instruments utilitzats per investigacions anteriors, i tampoc, tot i saber-ho, no hem pogut fer ús de les fotografies utilitzades en aquests. Així mateix, les opcions de resposta quant als models corporals també han estat una limitació, de manera que creiem útil que hi haguessin més respostes a escollir per ser més precisos en els resultats. En referència al qüestionari i als resultats, tot i que s'ha intentat que no sigui així i, de fet, tot i que els resultats no han sigut en diferents aspectes els esperats, una possible limitació o biaix també podrien ser les expectatives de l'investigador.

Per altra banda, aquest estudi no pot abastar les interaccions socials reals i els judicis que es fan en aquestes. En aquest aspecte, podria realitzar-se un disseny de tipus experimental.

En relació, també hem de tenir en compte la desitjabilitat social dels participants, ja que només s'ha pogut controlar fins a un cert punt amb el tipus de preguntes, però aquest ha sigut un problema afegit pel tema d'estudi i els resultats.

Com a proposta de millora, podria ajudar utilitzar algun altre mètode, com els grups de discussió, ja que els estereotips sobre l'atractiu físic poden ser més inconscients o implícits i amb el qüestionari alguns estereotips podrien ser difícils d'identificar.

Per altra banda, el temps per a realitzar l'estudi també ha suposat una limitació, ja que diferents fets acadèmics, laborals i personals han influït en el seu desenvolupament.

Per últim, com a propostes de millora, seria interessant poder separar entre homes atractius i dones atractives, ja que probablement algunes característiques associades siguin diferents. També seria interessant poder fer una relació amb l'autoconcepte físic. A més, en relació amb l'estudi, però sense ser propostes de millora directes a aquest, podria ser interessant fer algun tipus d'investigació analitzant el contingut dels mass media en relació als estereotips sobre l'atractiu i de l'efecte d'aquests en les persones. També podria ser interessant, en referència a la reflexió sobre el pensament crític, poder dissenyar i aplicar algun tipus de programa per estudiar l'efecte d'aquest en l'aplicació o no aplicació d'aquests estereotips.

## 7 Bibliografia

Albretch, S.L.; Chadwick, B.A., & Jacobson, C.K. (1987). *Social psychology*. Second edition. USA: Prentice-Hall.

Alegret, J.; Comellas, M. J.; Font, P.; & Funes, J. (2005) *Adolescents. Relacions amb els pares, les drogues, la sexualitat i el culte al cos*. Barcelona: Graó.

Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Addison-Wesley Publishing Company.

Berger, S. K.; Thompson, R. A. (2009) *Psicología del desarrollo: Adulthood y vejez*. Madrid: Médica Panamericana.

Berkowitz, L. (1974). *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 17). New York: Academic Press.

Brewer, G., & Archer, J. (2007). What do people infer from facial attractiveness?. *Journal of Evolutionary Psychology*, 5(1), 39-49.

Calado, M. (2011). *Liberarse de las apariencias. Género e imagen corporal*. Madrid: Ed. Pirámide.

Clarke, George (2007) *Belleza, salud biológica y sociedad. El significado evolutivo del atractivo físico y sus posibles implicaciones éticas y sociales*. Madrid: Universidad Computense de Madrid.

Dermer, M., & Thiel, D. L. (1975). When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31(6), 1168-1176.

Dion, K. L., & Dion, K. K. (1987). Belief in a just world and physical attractiveness stereotyping. *Journal of personality and Social Psychology*, 52(4), 775-780.

Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of personality and social psychology*, 24(3), 285-290.

Dovidio, J. F., Hewstone, M., Glick, P., & Esses, V. M. (2010). Prejudice, stereotyping and discrimination: theoretical and empirical overview. *The Sage handbook of prejudice, stereotyping and discrimination*. London: SAGE Publications Ltd.

Duggan, M., & Brenner, J. (2013) Social Networking Site Users. [en línea] [Consulta: Maig de 2014]. Disponible a: <<http://www.pewinternet.org/2013/02/14/social-networking-site-users/>>

Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological bulletin*, 110(1), 109-128.

Esnaola Etxaniz, I. (2008). El autoconcepto físico durante el ciclo vital. *Anales de psicología*, 24(1), 1-8.

Fanjul Peyró, C. (2008). Modelos masculinos predominantes en el mensaje publicitario y su influencia social en la psicopatología del siglo XXI: la vigorexia. *Prisma Social. Revista de Ciencias Sociales*, 1.

Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological bulletin*, 111(2), 304-341.

Fink, B., Neave, N., Manning, J. T., & Grammer, K. (2006). Facial symmetry and judgements of attractiveness, health and personality. *Personality and Individual Differences*, 41(3), 491-499.

Fiske, S. T., Cuddy, A. J., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of personality and social psychology*, 82(6), 878-902.

Gambara, H. (2002). *Métodos de Investigación en Psicología y Educación. Cuaderno de Prácticas* (3ª edición). Madrid: McGraw-Hill.

Garner, D. M., Garfinkel, P. E., Schwartz, D., & Thompson, M. (1980). Cultural expectations of thinness in women. *Psychological reports*, 47(2), 483-491.

Griffin, A. M., & Langlois, J. H. (2006). Stereotype directionality and attractiveness stereotyping: is beauty good or is ugly bad?. *Social Cognition*, 24(2), 187-206.

Heilman, M. E., & Saruwatari, L. R. (1979). When beauty is beastly: The effects of appearance and sex on evaluations of job applicants for managerial and nonmanagerial jobs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 23(3), 360-372.

- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: a theory relating self and affect. *Psychological review*, 94(3), 319-340.
- Hilton, J. i von Hippel, W. (1996) Stereotypes. *Annuary Review Psychology*, 47, 237-271.
- Hogg, M.A. & Vaughan, G.M. (2010). *Psicologia social*. Madrid: Ed. Médica Panamericana.
- Ibañez, Tomás (2004). *Introducció a la Psicologia Social*. UOC (Universitat Oberta de Catalunya).
- Johnson, S. K., Podratz, K. E., Dipboye, R. L., & Gibbons, E. (2010). Physical attractiveness biases in ratings of employment suitability: tracking down the “beauty is beastly” effect. *The Journal of social psychology*, 150(3), 301-318.
- Jones, W. H., Hansson, R. O., & Phillips, A. L. (1978). Physical attractiveness and judgments of psychopathology. *The Journal of social psychology*, 105(1), 79-84.
- Langlois, J. H., & Roggman, L. A. (1990). Attractive faces are only average. *Psychological science*, 1(2), 115-121.
- Langlois, J. H., Ritter, J. M., Roggman, L. A., & Vaughn, L. S. (1991). Facial diversity and infant preferences for attractive faces. *Developmental Psychology*, 27(1), 79-84.
- Langlois, J. H., Roggman, L. A., & Musselman, L. (1994). What is average and what is not average about attractive faces?. *Psychological science*, 5(4), 214-220.
- Langlois, J. H., Roggman, L. A., Casey, R. J., Ritter, J. M., Rieser-Danner, L. A., & Jenkins, V. Y. (1987). Infant preferences for attractive faces: Rudiments of a stereotype?. *Developmental Psychology*, 23(3), 363-369.
- Leit, R. A., Pope, H. G., & Gray, J. J. (2001). Cultural expectations of muscularity in men: The evolution of Playgirl centerfolds. *International Journal of Eating Disorders*, 29(1), 90-93.
- Livingston, R. W. (2001). What you see is what you get: Systematic variability in perceptual-based social judgment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(9), 1086-1096.

Mishkind, M. E., Rodin, J., Silberstein, L. R., & Striegel-Moore, R. H. (1986). The embodiment of masculinity: Cultural, psychological, and behavioral dimensions. *American Behavioral Scientist*, 29, 545-562.

Myers, David G. (2008) *Exploraciones de la psicología social*. Madrid. McGraw Hill.

Pérez Gauli, J. C. (2000), *El cuerpo en venta*. Madrid: Cátedra.

Perrett, D. I., Burt, D. M., Penton-Voak, I. S., Lee, K. J., Rowland, D. A., & Edwards, R. (1999). Symmetry and human facial attractiveness. *Evolution and human behavior*, 20(5), 295-307.

Rhodes, G., Proffitt, F., Grady, J. M., & Sumich, A. (1998). Facial symmetry and the perception of beauty. *Psychonomic Bulletin & Review*, 5(4), 659-669.

Rice, F. P. (2000). *Adolescencia: desarrollo, relaciones y cultura*. Madrid: Prentice Hall.

Rice, P. (1997). *Desarrollo humano: Estudio del ciclo vital (2ª edición)*. Madrid: Prentice Hall.

Saladin, M., Saper, Z., & Breen, L. (1988). Perceived attractiveness and attributions of criminality: What is beautiful is not criminal. *Canadian J. Criminology*, 30, 251-259.

Samuels, C. A., & Ewy, R. (1985). Aesthetic perception of faces during infancy\*. *British Journal of Developmental Psychology*, 3(3), 221-228.

Sánchez, Concepción (2004) *Estereotipos negativos hacia la vejez y su relación con variables sociodemográficas, psicosociales y psicológicas* [pdf] Universidad de Málaga.

Santrock, J.W. (2004). *Adolescencia. Psicología del desarrollo*. McGraw-Hill.

Scandroglio, B., Martínez, J. S. L., Sebastian, M., & San José, C. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, 20(1), 80-89.

Silverstein, B., Perdue, L., Peterson, B., Vogel, L., & Fantini, D. A. (1986). Possible causes of the thin standard of bodily attractiveness for women. *International Journal of Eating Disorders*, 5(5), 907-916.

Smith, S. M., McIntosh, W. D., & Bazzini, D. G. (1999). Are the beautiful good in Hollywood? An investigation of the beauty-and-goodness stereotype on film. *Basic and Applied Social Psychology, 21*(1), 69-80.

Spitzer, B. L., Henderson, K. A., & Zivian, M. T. (1999). Gender differences in population versus media body sizes: A comparison over four decades. *Sex Roles, 40*(7-8), 545-565.

Strauman, T. J., Vookles, J., Berenstein, V., Chaiken, S., & Higgins, E. T. (1991). Self-discrepancies and vulnerability to body dissatisfaction and disordered eating. *Journal of personality and social psychology, 61*(6), 946-956.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge University.

Vallejo, P. M. (2011). *Guía para construir cuestionarios y escalas de actitudes*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

Villanueva, M. (1989). El somatograma de Sheldon y la elaboración estadística de datos somatotipológicos. *Anales de antropología, 26*(1), 441-464.

Wheeler, S. C., & Petty, R. E. (2001). The effects of stereotype activation on behavior: a review of possible mechanisms. *Psychological bulletin, 127*(6), 797-826.

Zebrowitz, L. A., Collins, M. A., & Dutta, R. (1998). The relationship between appearance and personality across the life span. *Personality and Social Psychology Bulletin, 24*(7), 736-749.