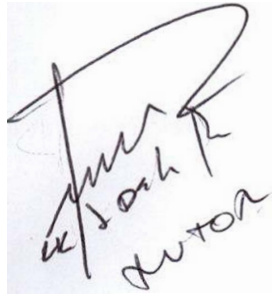
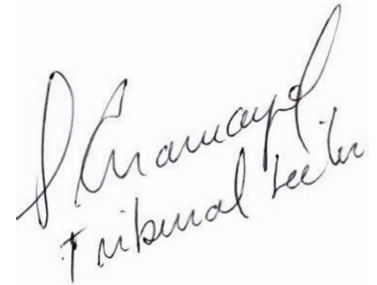


UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA PSICOLOGÍA



autor



Tribunal

TESIS DE GRADO

TITULO:



Lic. V. SORIA
TRIBUNAL

**LA IDENTIDAD SOCIAL DE LOS JÓVENES QUE SE PRACTICAN
EL "PIERCING" EN LA ZONA SUR CENTRAL (OBRAJES)
DE LA CIUDAD DE LA PAZ**

POSTULANTE: SANDRO DELGADO GALVEZ

TUTOR: Lic. E. JAVIER DE LA RIVA Q.

1191
162

01785

LA PAZ - BOLIVIA

2006



AGRADECIMIENTOS...

Quiero agradecer a todas las personas que de una manera u otra han coadyuvado para que esta investigación llegue a buen término y sea la culminación de esfuerzo y dedicación.

Al Lic. Javier de la Riva, tutor de esta investigación, por su perseverancia, guía y paciencia conmigo; al Lic. Hugo Loayza, director de la carrera de psicología, por orientarme, por sus consejos y por tener la puerta de su despacho, siempre, abierta para escucharme; a mis amigos de GEA que en todo momento siempre tuvieron una palabra de aliento para no desistir en este propósito; y al final y no menos importante a Mónica, Mariana y Julián, por creer en mí y darme las fuerzas necesarias para concluir lo que había dejado pendiente, hace muchos años atrás.

SDelgadoGalvez

DEDICATORIA

A mi familia, por supuesto.

INDICE

	Página
1. GENERALIDADES	1
1.1 INTRODUCCION	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.5.1. OBJETIVO GENERAL	6
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.6.1. DELIMITACIÓN GEOGRÁFICA	7
1.6.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL	7
1.6.3. DELIMITACIÓN TEMÁTICA	7
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. PERTENENCIA A GRUPO	8
2.2. IDENTIFICACIÓN SOCIAL – PERTENENCIA A GRUPO	9
2.2.1. RASGOS COMUNES DE IDENTIFICACION EN LA PERTENENCIA A UN GRUPO	11
2.2.2. RASGOS COMUNES DE PERSONALIDAD EN LA PERTENENCIA A UN GRUPO	13
2.2.3. RASGOS COMUNES DE VALORES EN LA PERTENENCIA A UN GRUPO	14
2.3. IDENTIDAD SOCIAL DE LA JUVENTUD	14
2.3.1. PROCESO DE SOCIALIZACIÓN: IDENTIDAD COMPARATIVA	16
2.3.2. REPRESENTACIONES COLECTIVAS	17

2.4. EL DESARROLLO PSICOLOGICO EN LA JUVENTUD	18
2.4.1. LA JUVENTUD: DESARROLLO DE UNA IDENTIDAD SOCIAL	18
2.4.2. PROCESOS PSICOLÓGICOS DE LA JUVENTUD	18
2.4.3. LAS FASES DEL PERIODO DE LA JUVENTUD	20
2.4.4. FASE FINAL DEL PERIODO DE LA JUVENTUD: BUSQUEDA DE INTIMIDAD Y DE CONSTRUCCIÓN DEL ROL SOCIAL	21
2.4.5. FACTORES SOCIALES EN EL DESARROLLO DE LA JUVENTUD	23
2.5. LA CONSTRUCCION DEL ROL Y EL SENTIDO DE VIDA	24
2.6. LA IDENTIDAD SOCIAL Y EL PIERCING	26
2.6.1. LA JUVENTUD Y SU ENTORNO	29
2.6.1.1. CAMBIOS EN EL DESARROLLO DE LA JUVENTUD	29
2.6.1.2. LA INDEPENDENCIA DE LA JUVENTUD	29
2.6.1.3. LA JUVENTUD: MEDIOS DE COMUNICACIÓN	30
2.6.1.4. LA JUVENTUD: LOS MEDIOS AUDIVISUALES	31
2.6.1.5. LA JUVENTUD Y EL MUNDO ADULTO	32
2.6.2. SIGNOS Y PRÁCTICAS DE LOS JOVENES	34
2.6.2.1. HISTORIA DE LAS PERFORACIONES CORPORALES	34
2.6.2.2. EI PIERCING	35
2.6.2.3. CUIDADOS NECESARIOS DEL PIERCING	35
2.6.3. CONSIDERACIONES DEL PIERCING	37
2.6.3.1. INFLUENCIAS PARA REALIZARSE EL PIERCING	37
2.6.3.2. LA FILOSOFÍA DEL PIERCING	38
2.6.3.3. RIESGOS DEL PIERCING	39
2.6.3.4. PROCEDIMIENTO DEL PIERCING	42
2.6.3.5. POSIBILIDADES DEL PIERCING	44

3.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	47
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	47
3.2.	POBLACION DE LA INVESTIGACIÓN	47
3.3.	MUESTRA	48
3.4.	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	49
3.5.	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	49
3.5.1.	ENCUESTAS	50
3.5.2.	GRUPO FOCAL	50
3.5.3.	ENTREVISTAS	51
3.6.	ETAPAS DE INVESTIGACIÓN	52
4.	RESULTADOS	53
4.1.	ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	53
4.2.	INTERPRETACION DE ENCUESTAS	53
4.3.	INTERPRETACION DE LA SESION DE GRUPO FOCAL	81
4.3.1.	APUNTES EN TORNO AL GRUPO FOCAL	81
4.3.2.	ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL	82
4.4.	INTERPRETACION DE ENTREVISTAS	87
4.4.1.	INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS (2) A DUEÑOS DE LOCALES QUE APLICAN EL PIERCING	88
5.	CONCLUSIONES	94
6.	RECOMENDACIONES	97
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	99
	ANEXOS	

CAPITULO 1. GENERALIDADES

1.1. INTRODUCCIÓN

La práctica del piercing por parte de los jóvenes permite identificar algunas características de su comportamiento, tomando en cuenta que ellos se hallan inmersos en un proceso de desarrollo afectivo, cognitivo y social.

Actualmente se practican diferentes estilos de vida, y diversas formas de expresión, como ser: usar vestimentas sintéticas, la práctica de la liposucción, el aumentar y reducir los senos, el tatuaje y el propio piercing. Los mencionados ejemplos son expresiones de un comportamiento influido por la moda y culturas que han adoptado las nuevas generaciones dentro de un proceso de socialización y el imaginario colectivo.

El arte en el transcurso del tiempo fue evolucionando en todas sus dimensiones, a tal punto que en la actualidad existe una rama específica de las nuevas corrientes artísticas, es el denominado arte moderno. Dentro de este arte moderno se encuentra el Piercing, que comprende el uso de aros y adornos que son introducidos en la piel en diferentes lugares del cuerpo. Si bien, en un principio fue algo que revolucionó el mundo de la expresión artística, ya que se trataba de un estilo diferente y de gran aceptación por el público joven, con el transcurrir del tiempo este arte fue tomando diversas formas extremas, a tal punto de llegar a ser negativas, en ciertas presentaciones.

La conducta de quienes practican el piercing se ve reflejada en la satisfacción de sentirse identificados con algo que ellos creen que es la "aceptación" de grupos determinantes y que hablan el mismo lenguaje y

representan su grupo de referencia. Hasta aquí se ve todo bien, pero ocurre algo con los demás. En algunas ocasiones, se crean voces de rechazo y de protesta de quienes no participan de esta práctica o están en desacuerdo con esta nueva imagen que adoptan los jóvenes. Se lo podría inclusive asociar dentro del ámbito psicológico como una "disonancia cognitiva". Este tipo de reacciones que genera esta práctica, especialmente en quienes pretenden incorporarse a las filas del "piercing" no lo ven como algo negativo, sino como una forma de identificarse o de pertenencia a algún grupo de referencia, como es el caso de los jóvenes.

Haciendo una revisión de lo que representa el consumismo, producto de los medios de comunicación, especialmente en los jóvenes, se pueden mencionar los programas que emite la Televisión; es un medio de fácil acceso dentro del hogar y donde el joven está expuesto a todo tipo de mensajes que emiten los diferentes programas; por ejemplo, las telenovelas, spot publicitarios, música, bailes, modas, estilos de vida, etc. Estos reflejan cambios contextuales donde el joven consume lo que ve y busca ser diferente a los demás.

Estos aspectos, la influencia del grupo de amigos, así como los mensajes que emiten los medios de comunicación, ejercen una presión social sobre la persona, para inducirla a realizar determinadas prácticas; el piercing, en el caso de estudio del presente proyecto.

Es importante conocer las percepciones y expectativas de los jóvenes, sus necesidades y demandas; conocer códigos culturales que faciliten un intercambio horizontal y aseguren su interés y participación en las actividades programadas.

Este estudio tomará en cuenta a los jóvenes que practican el piercing, que tienen entre 18 y 25 años de edad, y que viven en la zona sur central de la ciudad

de La Paz (Zona de Obrajes). Se analizarán aspectos tales como las principales motivaciones que tienen los jóvenes para realizarse el piercing, la influencia que tienen por parte de sus grupos de amigos y también se describirán las principales características de su identidad social, el modo en que se comportan y que actitudes tienen al relacionarse con su entorno. Todo esto con la adecuada metodología y haciendo uso de técnicas e instrumentos acordes a los propósitos del estudio.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los jóvenes representan cambios en nuestra sociedad que son poco comprendidos y escasamente estudiados. Los jóvenes que hoy se agrupan en torno a la tecnocumbia, al rap y a otras formas de animación entre grupos, que gustan del piercing o de los tatuajes, se diferencian de la misma juventud que participaba políticamente en los años setentas y ochentas. En muchas ocasiones, sus demandas no son atendidas por las autoridades. Su manera de actuar y expresarse se interpreta negativamente. Y la desconfianza no visibiliza sus esfuerzos por constituirse en actores de desarrollo dentro la sociedad.

La asociación de los medios de comunicación, por ejemplo, la Televisión y el Internet, unido al marketing del consumo representan una clara realidad de cómo la identidad de los jóvenes busca agruparse con sus similares para hablar un mismo lenguaje, comúnmente, como ellos indican "estar en nuestro rollo", es decir, compartir penas, alegrías y pasarla bien.

En esta perspectiva, "las investigaciones apuntan a conocer a los jóvenes en cuanto sus actividades, formas de comunicación, las culturas juveniles y los procesos locales en los cuales participan, y con ello aportar al desarrollo y

mejoramiento de políticas de juventud (locales, regionales y nacionales) y los modos de intervención que promuevan su participación protagónica activa en la vida pública del país” (SARLO, 1990: 82).

Así, en el análisis realizado para el Banco Mundial sobre las iniciativas municipales para jóvenes en América Latina "Jóvenes e inclusión social", en diciembre del 2003, se recogió la opinión de los jóvenes a través de talleres creativos y entrevistas a funcionarios y autoridades. Por medio de la metodología de estudio de caso narrativo, se analizó la formulación, implementación y evaluación de políticas públicas juveniles en cada uno de los distritos y los procesos de concertación iniciados en las mesas de juventud (Informe de Proyectos. Banco Mundial, 2003).

El estudio encontró que los municipios brindan muy pocos espacios reales de participación a los jóvenes y en otros casos no reconocen su aporte al desarrollo local. Con este análisis, se subrayaron las lecciones aprendidas en los procesos de concertación la necesidad de fortalecer a las organizaciones juveniles, capitalizar sus iniciativas a favor del desarrollo e impulsar la capacitación de funcionarios en temas de juventud como condiciones necesarias para la formulación e implementación de políticas de juventud.

1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las características de la identidad social de los jóvenes de 18 a 25 años que se practican el “piercing” (perforaciones en el cuerpo) en la zona sur central (Obrajes) de la ciudad de La Paz?

1.4. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

Cuando se habla de identidad, consumismo y arte, sin duda alguna que los factores psicológico y social son importantes de estudiar. Los jóvenes, principalmente, de las grandes ciudades, en la actualidad son objeto de constantes cambios en cuanto a lo cultural, económico y social. Con respecto a los cambios culturales se puede ver la adopción de costumbres y tradiciones que no son propias del país, como ejemplo basta citar, el ya famoso "Halloween" o noche de brujas, que desde años recientes se está practicando con mayor fuerza en nuestras sociedades.

Entre los factores sociales la vestimenta y los estilos de vida son los que mayor influencia tienen en la población, esencialmente los jóvenes adoptan estas costumbres, vestimentas y estilos de vida de otros. El piercing es una de esas "modas" que ha ingresado en nuestra sociedad, los jóvenes se inician en este estilo de vida con pequeñas perforaciones en partes visibles del cuerpo como ser las orejas, los labios, las cejas, etc.

Perforarse el cuerpo en algunas partes, usar vestimentas sintéticas, la práctica de la liposucción, el aumentar y reducir los senos según los patrones establecidos por los concursos de belleza y los fabricantes de cosméticos, la aplicación de tintes para teñir los cabellos con altos contenidos de plomo, los tatuajes entre otros, son expresiones de un comportamiento caracterizado por la influencia de la moda y de otras culturas que han sido adoptadas en las nuevas generaciones entrando en un proceso de socialización, y por ende al imaginario colectivo.

Esta practica (perforarse el cuerpo) se ha incrementado en los últimos años en los jóvenes, es lo que ha motivado a realizar este trabajo de investigación, que se aproxima a hacer una lectura de la realidad para identificar cuales son las características de esta práctica, que llevan a este tipo de comportamiento y su nexo con la juventud, ya que están inmersos en todo un proceso de desarrollo afectivo, cognitivo, social, que influye en su ciclo de vida.

Además, mencionar que la práctica del piercing y la propia identidad en un contexto social, donde los jóvenes toman como punto de referencia a grupos de pares para identificarse y conformar la pertenencia a esos grupos; considerando la influencia de la moda, respecto a la vestimenta y el arreglo personal para destacarse del resto, los estilos de vida de los jóvenes cantantes y actores, y la propia influencia de los medios de comunicación sirven para esa transformación.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer las principales características de la identificación social de los jóvenes de 18 a 25 años que se hacen el "piercing" (perforación en el cuerpo), que viven en la zona sur central (Obrajes) de la ciudad de La Paz.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar las principales motivaciones que tienen los jóvenes para hacerse una perforación en el cuerpo.
- Determinar las principales características del comportamiento de los y las jóvenes que se hacen el piercing.
- Identificar la influencia de los grupos de amigos sobre los jóvenes que se hacen el piercing.

1. 6. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 DELIMITACION GEOGRAFICA

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de La Paz, zona sur central, específicamente la zona de Obrajes.

1.6.2 DELIMITACION TEMPORAL

La investigación se llevó a cabo desde Septiembre de 2005 hasta Junio de 2006.

1.6.3 DELIMITACION TEMATICA

La investigación se desarrolló dentro el área de la Psicología Social. Su enfoque particular está orientado hacia la comprensión de la conducta social, sobre la base del proceso de influencia social. Se analizaron a los individuos dentro de su Grupo Primario (familia, amigos, personas con las que mantiene contacto constante y con implicaciones afectivas)

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 PERTENENCIA A GRUPO

Brodbeck, citado por Cartwright (1976:60), define a un grupo como “una suma de individuos situados en ciertas relaciones descriptivas (es decir, observables) entre sí. Desde luego, los tipos de relaciones ejemplificadas dependerán del tipo de grupo o lo determinarán, sea una familia, un comité, un sindicato de trabajadores o una multitud”.

El grupo representa entonces el conjunto de individuos que tienen algo en común. Al considerar cualquier individuo y un grupo particular, es evidente que existen entre ellos muchas posibles relaciones. La persona puede ser o no un miembro. Puede depender del grupo en cierto grado para obtener cosas que valora. Puede considerar atractiva o repelente la perspectiva de ser miembro, y el grupo, a su vez puede aceptarlo o rechazarlo.

La pertenencia a un grupo implica formar parte de él en muchos aspectos, la presencia física, la afinidad de ideas o formas de comportamiento, y las actividades que se realizan juntos. Siegel, citado en Cartwright (1976:60), afirma que “la pertenencia a un grupo de un individuo influye bastante sobre sus valores y actitudes... También se ha prestado atención a las influencias ejercidas por sus ‘grupos de referencia’, aquellos grupos en los que aspira entrar y mantener su pertenencia”.

De esta manera, se observa que la pertenencia o no a ciertos grupos, el deseo de ingresar o mantenerse en ellos, influye bastante en lo que el individuo es, en su identificación con ciertas ideas, actitudes y valores, ya que el individuo se identifica a si mismo en función a sus relaciones con los demás.

2.2. IDENTIFICACIÓN SOCIAL – PERTENENCIA A GRUPO

La pertenencia de grupo aparece como una respuesta a la necesidad de contacto social. Los individuos se incorporan a un determinado grupo para interactuar de forma independiente y tienen objetivos a lograr. Los grupos con frecuencia se desarrollan debido a que los miembros individuales tienen una o más características similares, se denominan a estos grupos, grupos de amistad (Lutte, 1991)

Los grupos generalmente crean alianzas, las cuales se extienden frecuentemente fuera de la situación de trabajo, pueden basarse en edades similares, en herencia étnica, en gustos similares y en la búsqueda de identidad con personas afines, como la práctica del piercing por parte de los jóvenes.

Los grupos informales proporcionan un servicio muy importante al satisfacer las necesidades sociales de los miembros. Debido a las interacciones que resultan de la cercanía de la agrupación o interacción de las tareas, se puede encontrar personas practicando deportes juntos, familias que se reúnen alrededor de una mesa, etc. Estos tipos de interacciones entre los individuos aún cuando informales, afectan profundamente su comportamiento y su convivencia (Perlman, 1987).

No existe una razón única del porque los individuos se unen en grupos. La mayoría de la gente pertenece a varios grupos, es obvio que diferentes grupos proporcionan diferentes beneficios a sus miembros.

El desempeño de grupo debe empezar a reconocer que la pertenencia a esos grupos es parte de ciertas afinidades encontradas en individuos que buscan "pertenencia", o ser incluidos como referentes de índole afectiva, como la amistad;

pero dentro de estos grupos existen ciertas reglas que cada miembro debe seguir, donde existe un responsable o representante del grupo que pueda velar para que el ambiente sea favorable o desfavorable y que el grupo opere dentro de ella. Por ejemplo, si un grupo se caracteriza por la desconfianza entre los miembros, es más probable que el grupo desarrolle normas que restrinjan el esfuerzo y las actividades.

Numerosos factores estructurales muestran una relación con el desempeño del grupo. Se puede citar algunas como: la percepción de los miembros, la existencia o no de normas, las condiciones de como ingresan al grupo, la tarea de grupo y la cohesión (Lutte, 1991).

Las normas son formas de controlar el comportamiento de los miembros del grupo al establecer estándares de lo correcto o incorrecto. Si los responsables del grupo conocen las normas de un grupo dado, pueden ayudar a explicar los comportamientos de sus miembros (Lutte, 1991).

Hay ciertas actitudes y comportamientos reales que crean la identidad, que incluyen la habilidad de cambiar esos comportamientos, cuando reconocen que la situación y sus demandas requieren mayores cambios (Perlman 1987: 52).

Todos los grupos tienen normas establecidas como estándares aceptables de comportamiento que son compartidos por los miembros del grupo. Las normas dicen a los miembros, lo que debe o lo que no deben hacer en ciertas circunstancias. Cuando está de acuerdo con ellos, los miembros y el grupo las aceptan, las normas actúan como medios de influenciar el comportamiento de los miembros del grupo, con un mínimo de controles externos (Perlman, 1987).

Los grupos están de acuerdo con sus criterios de status y existe por lo común una alta coincidencia en los rasgos de los miembros integrantes. Sin embargo, los individuos pueden llegar a encontrarse en una situación de conflicto cuando se mueven entre grupos cuyos criterios son diferentes o cuando se unen a grupos cuyos miembros tienen pasados diferentes (Lutte 1987).

La identidad social, la pertenencia de grupo desde un punto de vista psicológico está relacionado con las percepciones, las actitudes y el propio comportamiento de las personas incluidas en el referente denominado "grupo", sirve para generar lazos de amistad, de comunicación, de compartir vivencias positivas o negativas, buscar ayuda entre sus miembros y que el común denominador sea la "afinidad" de cada miembro.

2.2.1. RASGOS COMUNES DE IDENTIFICACION EN LA PERTENENCIA A UN GRUPO

Los rasgos de identificación en la pertenencia a un grupo, es la forma en que el individuo se relaciona con el grupo, con la cultura del mismo. Se puede diferenciar una identidad de una cultura y de una identidad cultural. Al respecto, Hamelink (1989), citado por Lopez, Alex (2006:19), afirma que la identidad cultural es el conjunto de características que una persona o un colectivo se atribuye para sentirse participe de una cultura concreta, e identificarse con ella".

Este concepto se relaciona con la idea de enfatizar la identidad de ideas y sentimientos de "una clase, de un pueblo, de una nación, de la raza humana entera", que constituyen el origen del orden social. "Esta concepción social es subjetiva e individual, es extremadamente socio-psicológica, si entendemos que la

psicología social es el estudio de cómo el individuo se relaciona con el grupo". (Salazar, 1985: 145).

Dentro de los rasgos comunes de identificación social, se puede hablar del concepto de presión social, al respecto, Dueñas Rodríguez (1997) citado en <http://www.monografias.com/trabajos6/etic/etic2.shtml>, menciona "El medio ambiente o sociedad influyen en el individuo en forma de "presión social". La guía de conducta dentro de una sociedad es pues la moda y la propaganda. La presión social es la principal fuente que orienta y empuja la conducta de las personas. En muchas ocasiones esa conducta no tiene nada de objetable, pero en muchas ocasiones la gente se pregunta si un individuo que actuó con cierta conducta, lo hizo por responsabilidad o por simple inercia, y si pudo haber actuado de manera diferente."

La presión social entonces, ejerce influencia sobre el individuo al pretender modificar su conducta, en sus diversos aspectos. Esta influencia esta dada por su entorno próximo, como ser familia, amigos, compañeros de estudio, trabajo, etc., así como por los medios de comunicación y otras fuentes. Esta concepción arranca de los planteamientos de G.H. Mead y de H. Tajel y tiene que ver con la forma en que el individuo se experimenta a sí mismo, llamado el "self". (Salazar, 1985).

Erick Erickson (1974) considera la identidad psicosocial, como una respuesta a la idea central de entender a la identidad de los sujetos compuesta por distintas dimensiones, la individual y la social en un contexto histórico cultural determinado.

El proceso evolutivo de la percepción de sí mismo, de los roles que se ejercen y la pertenencia grupal, se visualiza como un todo. Se observa las

dificultades de identidad social, de integración, de problemas sociales o parte de la explicación de la conducta de sujetos y grupos.

En resumen, los rasgos comunes de identificación en la pertenencia a un grupo, son la forma en que el individuo se relaciona con el grupo, cómo el individuo acepta o se atribuye la categorización de pertenecer al grupo y llega a valorar esa pertenencia.

2.2.2. RASGOS COMUNES DE PERSONALIDAD EN LA PERTENENCIA A UN GRUPO

Los rasgos comunes de personalidad en la pertenencia a un grupo, toma en cuenta las características de los miembros de un grupo específico, con rasgos de personalidad similares, que los diferencia de miembros de otros grupos.

La internalización de los miembros de una cultura a través del proceso de socialización se manifiesta con formas de ser y características del comportamiento. Se describe como una "personalidad básica" o un "carácter social".

La personalidad considera los estereotipos, que son cogniciones compartidas, como la realidad descriptiva de esos rasgos de personalidad.

En resumen, los rasgos comunes de personalidades en la pertenencia a un grupo, se entiende como el conjunto de características de los miembros de un grupo específico, que poseen rasgos de personalidad similares, y que los diferencia de miembros de otros grupos.

2.2.3. RASGOS COMUNES DE VALORES EN LA PERTENENCIA A UN GRUPO

Los rasgos comunes de valores en la pertenencia a un grupo, tienen diferentes formas de concebir el mundo y sirve para contrastar los grupos entre sí, tomando en cuenta los valores inherentes a dicho grupo. "Se puede argumentar que todo grupo desarrolla una superestructura de un contexto compartido que expresa su historia y sus intereses.

La existencia de cierto número de elementos en los cuales existe coincidencia y que los diferencia de otros grupos, da su identidad a los miembros del grupo.

Los rasgos comunes de valores en la pertenencia a un grupo, es el conjunto de valores que caracteriza a un grupo, y con el cual se hallan de acuerdo los miembros de dicho grupo. Este conjunto de valores le otorga una identidad al grupo, a sus miembros, y lo diferencia de otros grupos.

2.3. IDENTIDAD SOCIAL DE LA JUVENTUD

La identidad no se construye en el vacío sino inmerso en un contexto. La identidad social define a la persona que posee atributos personales con relación a miembros de otros grupos (aspectos que se comparten con los demás), (Deaux, Wilke y Knippenberg, 1993). Esta definición se halla vinculada al mundo interpersonal e indica como las personas se parecen o distinguen de los demás individuos, por eso se puede hablar de identidad social, la cual esta dividida en: el self (individuo se experimenta a si mismo) y en el género.

El self, la experiencia de uno mismo, que se da a través de las relaciones del individuo con su entorno; tiene distintos aspectos a considerar. Uno de ellos es el Autoconcepto, que es una colección organizada de sentimientos y creencias sobre uno mismo. Es la forma como procesamos la información del mundo social con la información de nosotros mismos. El Autoconcepto es único en cada persona con un contenido específico, pero tiene la misma estructura global para todos los individuos, que tienen inmersos los relatos del pasado, presente y expectativas. El contenido se vuelve relevante cuando la información tiene un nexo con el sujeto, siendo parte de los procesos cognitivos y por ende del comportamiento.

Marques y Nurius (1989), citado por Rom Hare Lamb (1998, 25) sugirieron que "un Autoconcepto en cualquier momento es un Autoconcepto operativo que está abierto a cambios, en respuesta a nuevas experiencias".

Según Day y sus colegas (1994), citado por Rom Hare Lamb (1998, 72), "es importante tener flexibilidad en la experiencia de uno mismo (self), esto afecta a la motivación y en un momento determinado ayuda a evitar la frustración". Otro aspecto del self es la autoestima, que responde a la actitud respecto a sí mismo y depende, que tan generalizadas o específicas se hagan las apreciaciones de uno mismo con respecto a aspectos positivos o negativos de las personas.

Una forma de evaluar la autoestima es comparar el Autoconcepto de una persona con su concepto de self ideal. Los sujetos en su autoevaluación hacen comparaciones sociales y dependiendo del grupo de comparación, los éxitos y fracasos específicos, podrán contribuir a elevar o disminuir la Autoestima o a hacer esta comparación irrelevante.

Por otro lado el término género, abarca a todos los rasgos que una cultura atribuye e inculca a hombres y mujeres enseñándoles características femeninas o masculinas, es la forma que cada uno comprende, percibe, siente, interpreta, aprecia el medio (contexto). Los llamados roles de género son generadores de prácticas comportamentales y de tareas cotidianas, (rol es un conjunto de conductas, de actitudes, obligaciones y tareas que la sociedad y la cultura asignan a un estatus determinado).

2.3.1. PROCESO DE SOCIALIZACIÓN: IDENTIDAD COMPARATIVA

El identificarse con un grupo ayuda a aumentar la autoestima y tiene una influencia en la identidad personal y en la autoeficacia (la evaluación de una persona con respecto a su capacidad y competencia para desempeñar una tarea o alcanzar un objetivo).

Según Ros y Huici (1996), citado por Papalia (1998, 218), “la identidad comparativa establece diferencias entre dos categorías, dos niveles de inclusión o dos grupos de comparación relevantes en un contexto social (por ejemplo, la perforación en el cuerpo), donde están inmersos formas de resolución de conflictos con respecto a las dos culturas”

Guy Herder (1990), citado por Papalia (1998, 221), plantea un proceso de socialización desde el nacimiento, donde “la persona aprende a interiorizar, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales en cuyo seno debe vivir”.

El proceso de socialización, tiene tres etapas: La primera es la adaptación al entorno social, en la cual la persona procede de un "medio ambiente" determinado y "pertenece" a la familia, al grupo, a la nación. Comparte ideas y sentimientos con el nuevo grupo, hasta parecerse al resto de los integrantes del mismo en la parte mental y afectiva. Para ser parte de esas colectividades y poder comunicarse con ellas, debe tener rasgos comunes suficientes con las mismas.

La segunda es la adquisición de la cultura: la socialización es el proceso de adquisición de modelos, de valores, de símbolos. La manera de obrar, de pensar y de sentir determina la pertenencia a los grupos, a la sociedad y a la civilización.

La tercera es la integración de la cultura y la personalidad: como consecuencia de la socialización, los elementos de la sociedad y de la cultura integran la estructura de la personalidad psíquica para convertirse en materiales o en partes del contenido de dicha estructura.

La proporción de influencia varía de acuerdo a cada persona, se puede afirmar que la cultura y el sistema social integrados en la personalidad, pasan a convertirse en la obligación moral, que parece natural o normal de obrar, de pensar o de sentir.

2.3.2. REPRESENTACIONES COLECTIVAS

Las representaciones colectivas son aquellas creencias aceptadas como verdaderas por una sociedad, sin haber sido verificadas por mecanismos racionales (Libreros, 2000).

Según Fordes, Oakley (1998), citado por Libreros (2000, 178), dentro del imaginario colectivo, "las creencias constituyen un sistema de valores reconocidos como ideales que implican un traslado de elementos, cada individuo adquiere las

normas comportamentales implícitas en los procesos de apropiación de la realidad y las relaciones de género involucran la dinámica y pertenencia de un grupo”.

La sociedad asigna roles y valores a las personas, alimentándolas de presuposiciones y creencias fuertes, rígidas, arraigadas y generalizadas sobre grupos determinados de personas, de tal modo que llegan a considerar a un grupo como portadores del mismo conjunto de características destacadas, llamadas estereotipos (Libreros, 2000).

2.4. EL DESARROLLO PSICOLÓGICO EN LA JUVENTUD

2.4.1. LA JUVENTUD: DESARROLLO DE UNA IDENTIDAD SOCIAL

Los jóvenes son seres humanos que están en un periodo de cambio cognitivo, biológico, moral y afectivo; que no han alcanzado toda la perseverancia y la madurez que se espera de toda persona adulta. Erickson (1958), citado por Berger y Lukman (1988, 45) con respecto a la juventud, afirma que “la búsqueda de la propia identidad, el descubrir su propio camino y vocación, implica rupturas necesarias en una etapa en la que se encamina a ser adulto joven, y posteriormente la fase adulta, que le corresponde asumir a todo ser humano”.

En la juventud se registran una serie de factores perturbadores y alteraciones de procesos de reconocimiento y afirmación de la identidad.

2.4.2. PROCESOS PSICOLÓGICOS DE LA JUVENTUD

Erickson (1958), citado por Berger y Luckman (1988, 60), se refieren a crisis de identidad y señalan: "La crisis de identidad ocurre cuando cada joven tiene que

forjarse para sí mismo una perspectiva central y una dirección. Existe semejanza significativa entre sí mismo y lo que otros juzgan y esperan que sea, según su conciencia se lo dice"

El joven se da cuenta de cuáles deseos quiere que sean representados en su vida real y cuáles no necesitan necesariamente ser puestos en práctica. Las experiencias previas pueden ser ensayadas en actuaciones parciales y en recreaciones a medida que el joven descubre su propio estilo y consistencia.

"Desde la perspectiva de transición los únicos hechos claramente reconocibles son el abandono de la niñez por las transformaciones biológicas que se presentan y el ingreso a la edad adulta, reflejado en los cambios de la situación social." (Krauskopf, 1994: 159)

El lapso entre los quince y los veinte años marca aspectos diferenciales en el desarrollo, estos reflejan transformaciones psicosociales y coinciden con las edades aproximadas en que se inician las modificaciones sexuales y la culminación de este crecimiento (Krauskopf, 1995).

En la juventud se replantea la definición personal y social del ser humano a través de procesos de exploración, diferenciación del medio familiar, búsqueda de pertenencia y sentido de vida. "Tal situación se hace crítica en los tiempos actuales, los y las jóvenes son los portadores de los cambios culturales. Demandan, para el medio adulto, una reorganización de esquemas psicosociales, el establecimiento de nuevos modelos de autoridad e innovadoras metas de desarrollo." (Papalia, 1998: 445).

El desarrollo humano tiene por meta el enriquecimiento personal y social progresivo que avanza en la juventud mediante la actualización de capacidades que permitan la convivencia social positiva, las necesidades personales y el progreso colectivo en un ajuste e integración transformadores.

La juventud es el período en que se produce con mayor intensidad la interacción entre las tendencias individuales, las adquisiciones psicosociales, las metas socialmente disponibles, las fortalezas y desventajas del entorno (Krauskopf, 1994). Por lo tanto, "el desarrollo juvenil es un proceso de cambios y transformaciones, que permite un enriquecimiento personal y progresivo en una delicada interacción con los entes sociales del entorno" (Krauskopf, 1995:9).

2.4.3. LAS FASES DEL PERIODO DE LA JUVENTUD

El desarrollo del joven se da en el plano intelectual, sexual, social y en la elaboración de la identidad. Leveton, (1988), señala que los procesos dependen de las diferentes culturas, la situación socioeconómica, los recursos personales y tendencias previas, los niveles alcanzados de salud mental y desarrollo biológico, las interacciones con el entorno, las relaciones de género y las relaciones intergeneracionales.

La tabla N° 1 presenta de forma esquemática cambios relevantes que pueden reconocerse en la fase de la juventud (Papalia, 1998)

Tabla N° 1

Fases de la juventud

Final (17 - 25 AÑOS) Preocupación por lo social

- Búsqueda de afirmación del proyecto personal-social
- Reestructuración de las relaciones familiares
- Estado de control interno
- Desarrollo de instrumentos para la adultez
- Exploración de opciones sociales
- Avance en la elaboración de la identidad
- Duelo parental por la separación física
- Grupos afines en lo laboral, educacional, comunitario
- Relaciones de pareja con diferenciación e intimidad
- Capacidad de auto cuidado y cuidado mutuo

2.4.4. FASE FINAL DEL PERIODO DE LA JUVENTUD: BUSQUEDA DE INTIMIDAD Y DE CONSTRUCCIÓN DEL ROL SOCIAL

La juventud comienza a evolucionar con el proyecto familiar hacia una forma de enfrentamiento personal y social propia, que se prueba en la práctica concreta y aportará a la consolidación de la identidad y los roles.

Lutte, (1991) señala que los jóvenes inician experiencias que constituyen vías flexibles hacia los roles y metas futuras. Las figuras parentales enfrentan el desprendimiento físico del medio familiar por el joven.

“Las culturas modernas, presentan en la fase final de la juventud, el estado de control externo, propio del status dependiente de la niñez y de la relación asimétrica con las figuras adultas, que irá evolucionando hacia un estado de

control interno" (Leveton, 1988: 215).

Los y las jóvenes pueden reconocer y expresar sus capacidades de iniciativa, anticipación de resultados y manejo de consecuencias, negociación en la toma de decisiones y la solución de problemas. Por lo tanto, sus sentimientos de adecuación y seguridad provienen de sus propias realizaciones. Las capacidades de autocuidado y cuidado mutuo tienen la posibilidad de despegarse eficazmente, en la medida en que los y las jóvenes hayan contado con la asesoría y atribuciones requeridas.

"Las parejas dejan de cumplir el rol de exploración y descubrimiento de mundos emocionales y sexuales, para introducir la vivencia central, la intimidad que emerge entre personas con identidades diferenciadas que enriquecen el acompañamiento afectivo y el establecimiento de vínculos profundos" (Krauskopf, 1994: 305).

Los grupos o redes se van estableciendo por afinidades en lo laboral, educacional, comunitario, cultural, etc. La participación organizada desarrolla destrezas en la negociación con entes adultos, la construcción de satisfacción de sus necesidades y de aceptación de sus expresiones naturales.

"Otro factor que explora las perspectivas más afines de realización personal y participación social, es la desesperanza objetiva o aprendida de que no existen las opciones que permitan el desarrollo anhelado" (Weinstein, 1992: 147). En jóvenes conflictivos, emocional o económicamente, se establecen convicciones que llevan a rehuir las tensiones propias de su desarrollo y las condiciones del ambiente, que favorece salidas sustitutivas, refugio en gratificaciones efímeras, reacciones depresivas, etc.

2.4.5. FACTORES SOCIALES EN EL DESARROLLO DE LA JUVENTUD

Con la modernización y la globalización, el dominio directo de la familia y el sistema educacional sobre el entorno ha disminuido. La rapidez de los cambios ha conducido a interpretar la realidad de manera diferente entre las generaciones (Lutte, 1991: 193).

La tabla N° 2 procura entregar una sistematización esquemática de algunos cambios y efectos sociales y su impacto en el desarrollo psicosocial del joven, en la época contemporánea (Lutte, 1991).

Tabla N° 2

Cambios sociales y su impacto en el desarrollo psicosocial del joven

Globalización

- Migraciones.
- Multiculturalismo.
- Redes sociales, económicas y de comunicación.
- Valores, satisfactores y herramientas sociales basadas en países desarrollados.
- Se incrementan las polaridades socioeconómicas.

Modernización

- Mayor esperanza de vida.
- Familias y educación atravesadas por otras redes.
- Rápida obsolescencia tecnológica.
- Mayores oportunidades para las generaciones jóvenes de manejar nuevos conocimientos.
- Progresiva prolongación de la juventud.
- Consumo
- Bienes y servicios llevan al control anónimo del comportamiento.

- Status e imagen versus logro.

Relaciones intergeneracionales

- Los avances del conocimiento no son exclusivos de los mayores. Se comparten y complementan dudas y certezas.
- Diferentes códigos para interpretar la realidad.
- Las metas juveniles tienden a diferenciarse de las expectativas familiares y del sistema educativo tradicional.
- Necesidad de espacios de interlocución, negociación y participación.
- Nuevas formas y necesidades de comunicación.

Relaciones intrageneracionales

- Refuerzan los procesos de diferenciación y nuevos aprendizajes sociales.
- Facilita la participación social.
- Contribuye a la identidad social.
- Nuevos códigos de interacción (adultos-jóvenes, hombres-mujeres, formas de participación-comunicación).

2.5. LA CONSTRUCCION DEL ROL Y EL SENTIDO DE VIDA

Se considera incorporar en la construcción del rol las posibilidades de innovación, la legitimidad de la participación social, las raíces históricas y socio-afectivas.

La construcción del rol considera estos aspectos:

- Las premisas conocidas no son suficientes para la juventud al enfrentar la aceleración de los cambios.
- El presente se torna preeminente para darle sentido a la vida.
- En lugar de claros peldaños hacia la adultez, se deben desarrollar

estrategias que incorporen la incertidumbre del futuro, las reelaboraciones de identidades y roles.

Se generan nuevas metas y ritmos en el desarrollo del joven. Baró, (1989) considera por ejemplo, la postergación de la edad del matrimonio y de la procreación, que afecta las formas de conducción de la sexualidad así como las relaciones y metas de muchachos y muchachas. Asimismo, existe una permanente readecuación y capacitación requerida para sostener la capacidad de logro ocupacional durante todo el ciclo vital. Existe mayor facilidad en los grupos jóvenes que en los adultos para adquirir rápidamente conocimientos sobre tecnologías innovadoras.

Erikson (1974) señala que la vertiginosidad de los cambios en la actualidad, exige plantearse quién se es realmente, las relaciones con los estímulos del entorno moderno y fragmentado demandan la presencia de una brújula interna. En la juventud esto se torna crucial, aunque no deja de reelaborarse esta situación en diferentes momentos del ciclo vital. El concepto desarrollado corresponde a un paradigma más tradicional de la juventud como período de preparación y formación de la identidad. Se toma en cuenta la fase de preparación (adolescencia y juventud), otra de realización y manejo de conocimientos (adulthood).

“La identidad social se construye con la participación en la toma de decisiones y la capacidad de compromiso como quehacer en el presente. Puede pasar a ser una forma de participación, deberes y derechos de los adolescentes/jóvenes que contribuye a limitar el desarrollo”. (Perlman, 1987: 137)

2.6. LA IDENTIDAD SOCIAL Y EL PIERCING

Los y las jóvenes deben efectuar la integración de diversos insumos. "La polarización socioeconómica agudiza los impactos diferenciales en la incorporación de los nuevos instrumentos para el desarrollo de los jóvenes y se incrementan inequidades" (Rom, 1998: 426).

"En los medios urbanos acomodados la elección ocupacional de los jóvenes son postergada para evitar la adscripción a un rol determinado que implicaría mutilar sus posibles identidades potenciales" (Perlman 1987:142). Esto ha modificado incluso los roles de género, cada vez más muchachas procuran afirmar sus propios recursos de autonomía productiva y económica antes de contraer matrimonio.

Cuando el/la joven se enfrentan a la premura psico-social se observa que la ocupación laboral no es elegida y a menudo no es dignificante. El inicio prematuro de la actividad laboral se asocia a falta de garantías sociales, fracaso y deserción escolar, aumento de accidentes laborales, trabajos temporales e ingresos discontinuos. "Las necesidades de encontrar gratificación a las necesidades del período juvenil llevan a estos muchachos y muchachas a presentar inestabilidad laboral y rescatar la diversión como expresión de ser jóvenes" (Leveton, 1988: 168).

"Las ciudades son receptoras de jóvenes migrantes y asiento de anillos de pobreza, donde los y las jóvenes deben enfrentar múltiples conflictos y riesgos, con menor apoyo. La urbanización, modernización y las migraciones debilitan el papel de la familia frente a la solución de los problemas juveniles" (Papalia, 1998: 501). Es fundamental sustituir los estereotipos de la concepción mítica de la estructura familiar por el reconocimiento realista de las posibilidades de los

jovenes para apoyar el desarrollo de nuevas respuestas acordes con las demandas y condiciones actuales.

La búsqueda de satisfacción inmediata o la autoafirmación a través de acciones efímeras, dan sensaciones pasajeras de logro, reconocimiento y gratificaciones que buscan satisfacer necesidades de autoestima y pertenencia" (Leveton, 1988: 212).

"En la fase juvenil, el hecho de que los avances del conocimiento ya no son exclusivos de los mayores, dinamizan el reclamo de los y las jóvenes para legitimar este período de sus vidas como válido en sí mismo" (Krauskopf, 1994: 68).

Los medios de comunicación, por ejemplo, el Internet, TV por cable y otros, representan fuentes de identificación con determinados grupos juveniles desde la forma de vestirse, el propio peinado, los signos y símbolos comunes para comunicarse, los tatuajes y el propio piercing; de esta manera los jóvenes se convierten en consumidores masivos.

La práctica del "piercing" cada vez se hace más común en los jóvenes como una forma de identificación en grupos determinados para diferenciarse de los demás jóvenes y así consolidar sus propias identidades. "El consumo del piercing incide en fortalecer el status y la imagen como expresiones de éxito, de logro; expresa una inmediatez que sustituye la inquietud por el futuro" (Libreros, 2000: 248).

"Es necesaria una buena relación afectiva y un replanteamiento de las relaciones generacionales a medida que los hijos avanzan en la juventud para contribuir a su diferenciación, autonomía y capacidad de enfrentamiento de la vida

actual" (Weinstein, 1992: 180). El no reconocimiento de las nuevas necesidades de los jóvenes es factor de numerosos conflictos y agravamiento de problemas.

"Son el respeto y la escucha mutua los que facilitan el desarrollo de destrezas de negociación y la interlocución constructiva con los adultos, necesarios para la incorporación social moderna" (Lutte, 1901: 128). Al mismo tiempo, la apertura de oportunidades amplía los campos de experiencia, permite al joven contar con credenciales para una inserción exitosa y ofrece metas ante las cuales hay motivación para posponer pseudo-soluciones inmediatas y riesgosas (Krauskopf, 1994).

La práctica en los jóvenes de colocarse singulares formas de aretes (piercing) en distintas partes del cuerpo, como son: las orejas, la nariz, labios, punta de la lengua, labios vaginales y clítoris, representa un esfuerzo de afirmación y diferenciación de la personalidad y la propia identidad. La necesidad creativa original va de la mano con la necesidad de romper las normas o reglas que rigen la conducta aceptada y esperada. En el contexto social, "la norma universal" se refiere a como se relacionan entre sí las personas de desigual posición social.

El joven tiene la intuición de que usar todo aquello que produzca rechazo, su vestimenta, su aspecto, sus gustos, si lo ejecuta de manera original, en contraposición con lo tradicional, lo hará distinguirse del común de la gente. El piercing representa una forma de identificación con grupos de referencia.

2.6.1. LA JUVENTUD Y SU ENTORNO

2.6.1.1. CAMBIOS EN EL DESARROLLO DE LA JUVENTUD

El período juvenil constituye una etapa privilegiada en la cual se producen procesos claves de desarrollo. “(Los jóvenes) cuentan por primera vez, con la propia capacidad para conducir el proceso, completar vacíos y reenfocar situaciones tanto de la niñez, como de su presente. Los cambios físicos, hormonales, sexuales, emocionales e intelectuales desencadenan necesidades, riesgos, respuestas individuales, sociales e interactivas” (Papalia 1998: 518).

“Con la juventud las personas nacen para la sociedad amplia y por lo tanto se inicia un desprendimiento del sistema familiar que lleva a una resignificación de las relaciones” (Leveton, 1988: 157). Se desencadenan procesos que van concretando las bases para la construcción de los roles y perspectivas de la vida en el contexto de las demandas, recursos y limitaciones que ofrecen las sociedades en sus entornos específicos y en un momento histórico social.

Es importante hacer coincidir los elementos de identidad social asumidos con acciones que promuevan el desarrollo y la adquisición de instrumentos que favorezcan la consolidación de roles satisfactorios.

2.6.1.2. LA INDEPENDENCIA DE LA JUVENTUD

Puede surgir una fricción en el momento en que el joven empieza a liberarse de la dependencia de sus padres; ellos juegan un papel de mediador entre el querer y el deber de los hijos. Si el padre impide que su hijo no asuma "algunos" riesgos, puede acarrear problemas para el joven, pueden tomar la forma de aislamiento, susceptibilidad a la influencia de compañeros negativos,

comportamientos insanos tanto físicos como emocionales, consumo de drogas o actividad sexual prematura (Libreros, 2000).

La importancia de la permisividad razonable, de la exploración positiva, la prevención, radica en que el joven desarrolla destrezas sociales físicas e intelectuales que son identificables en un contexto dinámico, y este puede ser el caso del piercing.

La formación de esta independencia es importante para el joven, las últimas generaciones han tratado de romper de una forma decisiva y tajante con la dependencia hacia el mundo adulto, se lo puede observar en la música "rock", la apariencia extraña, el tatuaje y el piercing (perforaciones en el cuerpo).

2.6.1.3. LA JUVENTUD: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación y la estructura de publicidad y mercadeo forman parte del consumismo, que representa una influencia en el ser humano y más en los jóvenes quienes son uno de los mayores consumidores de productos y modelos.

Libreros (2000: 312) afirma que "Las modas y los medios de comunicación juegan un papel importante en el joven, necesita ser diferente y quiere con su conducta oponerse al modelo social reinante. Está atento a seguir lo distinto y lo opuesto a lo tradicional". Los medios de comunicación manipulados a través de la publicidad, ofrecen modelos identificatorios anticulturales para promover el consumo.

Existe en la actualidad el fenómeno del consumismo, la publicidad y la manipulación de los estilos de vida, hábitos alimenticios y comportamientos, que condicionan a niños, adolescentes y jóvenes para que se conviertan en consumidores de objetos y signos que una sociedad ha erigido en símbolos de poder, modernidad y prestigio (Libreros 2000).

Además estar a la moda significa, estar "IN", dentro, algo así como la nueva ola de la que se habló en otros tiempos. El no adecuarse a tales bombardeos consumistas implica para muchos jóvenes llegar a estancarse, quedar chapados a la antigua, ser prematuramente "MADUROS".

2.6.1.4. LA JUVENTUD: LOS MEDIOS AUDIVISUALES

Dentro de los medios audiovisuales el más representativo es la televisión. Abadi y Sacca (1998) citados por Libreros (2000: 360), señalan que "La televisión es el objeto fetiche, "la estrella"; el más convincente de los medios masivos, el que logra mayor penetración en la vida cotidiana. La televisión establece un tipo de comunicación más directa, preverbal, primaria en su efecto emocional; el telespectador convive con el aparato sin registrar las manipulaciones de que es objeto ni lo que representa la televisión".

Según Baudrillard, citado por PERLMAN (1989: 288), "la TV no solo refleja la realidad sino que la crea, la genera, la produce de acuerdo a su carácter televisual. La gente saturada responde con indiferencia, se pierde la posibilidad de confrontar, de reflexionar los mensajes con una saludable actitud de desconfianza crítica. Por lo tanto, la exagerada magnitud de información que bombardea a la sociedad de masas, vuelve ilusoria la existencia de mundos privados.

La televisión, forma parte del mundo externo e interno del joven. La pantalla chica se ha agrandado tanto que parece no sólo reflejar la realidad sino crearla; es

mediadora, patentizadora y legitimadora en este mundo donde se producen desde el inicio la globalización y el aislamiento.

Marcuse (1968) citado por DURKHEIM (1987: 78), decía hace 30 años: "Si son violentos es porque están desesperados", pero los jóvenes de hoy no están desesperados, están cansados, confundidos, con pocas expectativas e ilusiones. Y continúa, "La respuesta, el arte actual, exceso de seducción visual y estimulación multimedia, no presenta límites para la experimentación en la búsqueda de nuevos lenguajes comunicacionales".

La televisión es un medio privilegiado por el joven para intentar conocer y relacionarse, para no quedar atrás, no ser distinto de los otros, no quedar perdido y dejar de existir. La comunicación masiva entre los jóvenes la constituyen sin duda la música popular y el deporte, y disfrutan de la rebeldía y del cambio que muestran estos medios.

2.6.1.5. LA JUVENTUD Y EL MUNDO ADULTO

Para Baudrillard (1987), citado por PERLMAN (1989: 118) "Los jóvenes de hoy sienten una gran frustración frente al mundo de los adultos que ha fracasado con sus grandes ideales de la modernidad; la idea del progreso de la ciencia como garantía de la construcción de un mundo mejor, las vanguardias artísticas del siglo XX que pretendían despertar conciencias, ganar libertades, mejorar la sociedad, etc.". La búsqueda de utopías y grandes ideales, el romanticismo justiciero, el intento de transformar la sociedad, han sido las aspiraciones típicas del joven de todos los tiempos.

Por lo tanto, ha generado frustraciones y la pérdida de la ilusión necesaria para emprender nuevos proyectos posibles y adecuados a la realidad que se vive. El joven de hoy manifiesta una desconfianza generalizada frente al discurso del mundo adulto: a los políticos, al periodismo en general, las instituciones oficiales, pero la televisión ofrece a los jóvenes la fantasía de permitirles conocer el mundo.

El joven piensa así: "El mundo es peligroso, el "afuera" inquietante, la televisión me muestra, me enseña, me entretiene, me puedo identificar con los otros que hacen cosas y viven situaciones, pero yo estoy protegido dentro de mi propia casa. La televisión me conecta con el planeta a través de su pantalla sin que yo corra los riesgos que ofrece el mundo".

Beatriz Sarlo (1990) llama la atención sobre un tema que denomina "el disfraz" y que se manifiesta muy claramente en las discotecas y en los recitales de rock "pesado". Los jóvenes cumplen ciertos rituales que recuerdan al carnaval, o a un performance moderno, donde los signos no representan lo que está de acuerdo a su origen histórico.

Las decoraciones folclóricas no aluden a las tradiciones, sino una máscara, como disfraz. Se realizan una combinación de diferentes temporalidades, como cyber-punk, astronauta, retro-romántico, formas de collages reciclados de fuentes diversas, en los que cada uno de estos símbolos ha perdido totalmente su significación originaria, resulta ahora un adorno vaciado de su contenido. Pueden convivir cruces svásticas, con símbolos de antiguas culturas desaparecidas; boinas de Che Guevara, con símbolos católicos, objetos de magia negra y (tatuajes y "piercing").

2.6.2. SIGNOS Y PRÁCTICAS DE LOS JOVENES

2.6.2.1. HISTORIA DE LAS PERFORACIONES CORPORALES

Según Onutribé (2000), durante millones de años, las culturas de diferentes tribus indígenas del mundo como las africanas, han practicado el arte de la modificación, del realce y del adorno del cuerpo. Por ejemplo, los centuriones romanos, elite del Cesar, usaban anillos como muestra de virilidad y valor.

“La perforación del ombligo era un símbolo de los derechos entre los egipcios antiguos; los cazadores de las tribus de la Amazonía utilizaban narigueras para intimidar a su presa y parecer más terribles. Las tribus de la polinesia adornaban a los jefes con diseños estéticos intrincados de tatuajes, simbolizando así, su alta graduación, conocimiento y estatus en su comunidad” (Onutribé, 2000: 125).

La sociedad occidental comienza a entender la significación y el impacto que las artes del cuerpo pueden tener en un individuo y una sociedad, los medios de identificación mutua entre la gente de ideales, creencias y de intereses similares. La sociedad no defiende la unicidad, la exteriorización de la expresión individual, está comenzando a redescubrir la magia y lo sagrado de raíces étnicas ancestrales.

Las artes del cuerpo en sus muchas formas y medios, pueden dar a un individuo un sentido de pertenencia, dignidad y poder como resultado de la identidad social. “Se han considerado ritos del pasado, como una cultura creciente en la actualidad, y debido a su inmediato acceso a las comunicaciones y la información global, está creando una dinámica más cultural y diversa” (Onutribé, 2000: 130).

Cada vez más personas comienzan a explorar y arraigar los descubrimientos ancestrales, para descubrir diversas dimensiones y sensaciones entre ellos mismos, originando individualidad, autocontrol y seguridad.

2.6.2.2. EL PIERCING

La palabra piercing viene del inglés "pierce" que significa atravesar, perforar, agujerear. El piercing consiste en perforar un tejido del cuerpo, a través de una intervención quirúrgica para adornarlo con joyas de diversas formas y tamaños; siendo ésta una técnica milenaria (normalmente anillas con bolas metálicas) (Onutribé, 2000).

Las perforaciones se efectúan en todas las partes posibles del cuerpo: cejas, lengua, labios, nariz, orejas, pezones, ombligo, pene, clítoris, entre otros; siempre con anestesia local.

Los materiales utilizados en el Body Piercing (Perforaciones Corporales) son de acero quirúrgico, níquel (metal más usado en la joyería de moda barata), cromo, cobalto, paladio y vidrio de clase pyrex.

2.6.2.3. CUIDADOS NECESARIOS DEL PIERCING

Debido a los posibles riesgos en la salud, los médicos recomiendan medidas preventivas y/o recomendaciones cuando surgen complicaciones en el uso del piercing. Los médicos indican que el piercing del cuerpo necesita ser limpiado dos veces diariamente, mientras dura el período inicial de la curación. La mayoría de las personas lo hacen en la mañana o en la noche en la ducha, la frecuencia dependerá de la sensibilidad cutánea, nivel de actividad y factores del medio. Cada cuerpo es único y el tiempo de curación puede variar considerablemente (www.salud/tusalud.com).

El doctor Cohen, citado por Onutibe (2000), uno de los más famosos dermatólogos de Nueva York, experto en Dermatitis por contacto (una condición que ocurre cuando la piel rosa con una sustancia a la cual es alérgica) ha descubierto que muchos de sus pacientes, sin saberlo son alérgicos a los objetos que se colocan en el cuerpo. Recién hecho el agujero para la argolla o el arete la piel es más susceptible a reaccionar al metal.

También señala el uso de joyas de acero inoxidable, plata u oro. Primero pasa un tiempo entre el piercing y la aparición de los síntomas; por ejemplo, la irritación puede persistir durante semanas y confundirse con una infección. El tratamiento es tan sencillo como quitarse la joya y aplicar una crema con cortisona.

Se debe tener mucho cuidado al escoger el lugar donde se realiza la perforación corporal, este debe cumplir con las condiciones de asepsia necesarias y con la utilización de elementos y utensilios desechables, para prevenir alguna enfermedad de transmisión como el VIH-SIDA.

Cabe destacar que no todos los individuos son candidatos para las perforaciones; por ejemplo, quienes padecen hemofilia no son buenos candidatos, ya que presentan escasa coagulación de la sangre, las pequeñas heridas que deja el proceso podrían poner en peligro su vida. Cuando se padecen alergias es preferible consultar antes al alergólogo para que indique si la colocación de joyería afectará o no el estado de salud.

2.6.3. CONSIDERACIONES DEL PIERCING

2.6.3.1. INFLUENCIAS PARA REALIZARSE EL PIERCING

Pérez Tornero (1989), citado en www.artehistoria.com/contexto/laaldeaglobal.htm, afirma que “El deseo de modificar la apariencia externa se remonta a la antigüedad, numerosas causas y métodos han sido utilizados por las distintas culturas. Las causas por las cuales se practica el piercing son la necesidad de destacarse sobre el grupo, la propia satisfacción personal de llevar una obra de arte sobre su cuerpo, la curiosidad de la experiencia, el piercing como una representación de belleza, parte de la identidad social de un grupo determinado”.

La practica del piercing también viene influida por el fenómeno de la globalización, concepto que considera al mundo como una aldea global en la cual la cultura, la política y la economía se extienden por todas las regiones y tienden a uniformarse en muchos aspectos, a medida que los medios de comunicación unen o transmiten ideologías comunes a las personas.

La practica del piercing no es ajena a la influencia que ejercen los medios de comunicación, aunque también existe, como en todo, una resistencia cultural, según Huntington (1981), citado en www.monografias.com/trabajos15/aldea-global/aldea-global.shtml#CULTURA, la “Globalización es ahora mismo el elemento mas discutido y controversial de la vida intelectual mundial, es a su vez un paradigma muy poderoso, se cree indestructible...sin embargo, y pese a ello, es el que mas resistencia tiene...a lo largo y ancho del globo terráqueo”.

2.6.3.2. LA FILOSOFÍA DEL PIERCING

¿Cuál es la filosofía de los actuales practicantes del "piercing", que incluye la perforación mediante barritas de metal y aros en las partes del cuerpo? Existen diferentes causas o razones que sustentan su práctica y la filosofía que justifica su uso.

Las razones para realizarse perforaciones corporales o body piercing son variadas, y van desde estar a la moda, diferenciarse de los demás, identificarse con algún grupo social o étnico, potenciar las sensaciones eróticas o simplemente decorar el cuerpo (Onutibe, 2000). Actualmente el piercing bucal es el más popular, utilizado por jóvenes como referencia de grupo; el piercing tiene en este sentido, connotaciones de identidad de grupo.

Acotando a esto, López (2006:89), afirma que "Lo jailón (carácter del joven de élite) es lo distinguido en los gustos, usos y estilos. La distinción puede considerarse incluso como una estrategia de identidad". Sin duda que el piercing, dependiendo de su uso y las connotaciones que lleva, puede ser algo distinguido y por lo tanto, tomarse en cuenta como estrategia de identidad.

Según Onutibe (2000:227), "Los adherentes utilizan el cuerpo como protesta y como denuncia de conflictos de nuestro tiempo: los descuartizamientos de los enemigos en Ruanda, la destrucción de los cuerpos durante las torturas practicadas en casi todo el mundo o los cuerpos apilados en los campos de exterminio de los nazis". Entonces, el "piercing" pretende ser una denuncia frente al horror que los seres humanos son capaces de producir sobre los cuerpos ajenos.

En defensa de los derechos humanos, algunos, jóvenes, utilizan otra argumentación: "Queremos evidenciar que los negros de África y nosotros

tenemos los mismos derechos"(Onutibe, 2000: 138). Es decir, recurren al multiculturalismo y al reconocimiento de las diversas etnias como equivalentes de las etnias europeas

En los Estados Unidos, los jóvenes transgresores de las convenciones sociales, hoy trabajan en ámbitos que no tolerarían "piercing" a la vista, recurren a perforar alguna parte del cuerpo que no se exhibe. Se denominan a sí mismos "babyboomers" (Weinstein 1992).

Algunos jóvenes que se adhieren al "piercing", un día aparecen perforados ante el estupor espantado de sus padres: la moda define estas elecciones donde los jóvenes ensayan en sus cuerpos una violencia consentida, que ellos desmienten en nombre de una nueva estética de identificación de grupos.

El piercing simboliza el lenguaje no verbal, la aspiración de sus practicantes de formar parte de un grupo de elite, como fantasía habitual de los jóvenes que ahora encontraron artesanos del "body art" (arte en el cuerpo) capaces de incrustarles en la carne o en los cartilagos algo diferente de lo que heredaron de sus padres.

El "piercing", instalado como una moda que excede el arito en el lóbulo de la oreja, logró transformar en invisible el peligro que proviene de la necesidad de elegir una marca perforante del propio cuerpo para consagrar una identidad. La práctica del piercing refleja una identidad de grupo y se identifica sin duda alguna con la moda y la belleza.

2.6.3.3. RIESGOS DEL PIERCING

Las perforaciones corporales han adquirido gran popularidad, situación que ha ocasionado en muchos casos que se practique el body piercing sin seguir las

más mínimas normas de higiene. El principal riesgo a que se expone la persona que decide hacerse un piercing es el infeccioso; hasta un 20% de las personas tienen una infección local, que en ocasiones, si el germen causante es muy agresivo, puede comprometer la vida del paciente (Onutribé, 2000).

Otro riesgo es la transmisión de determinados virus (hepatitis B, hepatitis C, VIH), después de la colocación de un piercing. Los riesgos frecuentes de complicación son el sangrado y la inflamación en la zona donde se hace la perforación, (por ejemplo en la lengua) puede ser grave (Weinstein, 1992).

En general, se conoce que una de cada tres personas que tienen un piercing en la oreja ha tenido una complicación de mayor o menor gravedad. Las complicaciones graves se dan en dos de cada diez personas y pueden llegar hasta la pérdida parcial o total del pabellón auricular (Weinstein, 1992).

Más frecuentes y graves son las posibles complicaciones a nivel de la lengua; el 100 % de los pacientes experimentan mayor o menor grado de inflamación (esto debe ser tenido en cuenta por la persona que coloca el piercing, para dejarlo holgado y al inflamarse la lengua, no sea comprimida). Se han publicado casos de pacientes fallecidos por una disnea (asfixia) debida a una inflamación o hematoma lingual rápidamente progresivo (Onutribé, 2000). La mayoría de los pacientes experimentan disfagia (dificultad para tragar) durante días o semanas, y disartria (dificultad para articular la palabra) transitoria.

A nivel del lóbulo nasal se han descrito menos problemas, casi todos infecciosos locales o generales, que en un 20% de los casos han obligado a retirar el pendiente, y en menos del 5% han producido alguna cicatriz o deformidad difícilmente reparable sin cirugía. Se sabe que el sitio que da menos problemas es el clásico lóbulo de la oreja (Onutribé, 2000).

A nivel lateral de la ceja pasa una rama del nervio facial, que en algunas ocasiones es dañada por el piercing, provocando una parálisis irreversible de parte de la musculatura de la cara. A este nivel existen los problemas comunes de todos los piercings; infecciones locales o generales, transmisión de enfermedades, hemorragias, hematomas e inflamación (Onutribé, 2000).

Por tanto, debe tenerse en cuenta que el piercing debe ser aplicado en un lugar higiénico y por personal experimentado, la persona debe ser informada de los riesgos posibles que corre. Si lo anterior no se toma en cuenta, puede ocasionarse el desarrollo de diversos padecimientos, de los cuales hay algunos que pueden poner en riesgo la vida, entre ellos se encuentran (www.salud.com/tu-salud):

Erisipela. Infección en la piel que se manifiesta con lesiones en forma de placas rojas, fiebre alta y escalofríos.

Hepatitis. Inflamación del hígado causada por el ataque de virus (A, B, C, D o E) que puede ocasionar que éste deje de funcionar.

Impétigo. Infección en la piel por infestación de bacterias que da lugar a la formación de ulceraciones y/o ampollas llenas de agua o pus.

Sida. Última fase de la infección por el virus de la inmunodeficiencia humana, que se caracteriza por destruir las defensas del organismo.

Tétanos. La bacteria causante de esta enfermedad generalmente se encuentra en el suelo, pero puede introducirse a heridas de cualquier parte del cuerpo, dando lugar a rigidez muscular, convulsiones e incapacidad para respirar

Por tanto, según Danny Yerna, citado en www.saludymedicinas.com.mx, especialista en body piercing del estudio Wakantanka, ubicado en la ciudad de México, "Las perforaciones corporales deben realizarse en establecimientos cerrados que sigan normas de higiene iguales a las de los consultorios dentales". Es importante destacar que un cirujano plástico también puede realizar este tipo de perforaciones, por lo cual muchas personas acuden a este tipo de especialista por ser más confiable.

La seguridad, resulta sumamente importante. Se debe tomar en cuenta que no es nada recomendable que las perforaciones se realicen con pistola, ya que "debido a su forma no es posible esterilizarla en su totalidad, por lo que este artefacto puede alojar al virus de la hepatitis C, el cual puede sobrevivir durante varias semanas", agrega Danny Yerna.

En cuanto a la joyería, la más recomendable es la elaborada en acero quirúrgico, titanio, niobio y oro no menor a 14 quilates, cuando la perforación ha cicatrizado completamente puede hacerse uso de aretes de otros metales.

2.6.3.4. PROCEDIMIENTO DEL PIERCING

Antes de someterse al proceso de perforación se debe tener la seguridad de no padecer ninguna enfermedad o infección, pues el hecho de sufrirla, aunque sea simple resfriado, implica el debilitamiento de las defensas y ello podría interferir de manera negativa en la cicatrización del piercing.

Danny Yerna, citado en www.saludymedicinas.com.mx, indica los siguientes pasos a seguir para llevar a cabo el procedimiento de instalación del piercing:

Una vez que se ha asegurado estar en perfecto estado de salud, se acude al estudio de body piercing, donde el operador, primero pregunta a la persona qué parte del cuerpo se desea perforar, da a conocer los pros y contras de ciertos aretes, se escoge la joyería más adecuada y se le informa que debe llenar una carta de responsabilidad, indicar su edad, afirmar si se encuentra en sus cinco sentidos y que está consciente de que el procedimiento puede causar problemas en el entorno familiar, escolar o laboral.

Posteriormente pasan al consultorio, donde se muestran los instrumentos a utilizarse, el especialista esteriliza sus manos con solución especial y se coloca guantes de látex nuevos. Se vierte en un pequeño vaso de plástico una sustancia (gludex o gafidex) para desinfectar la joyería, en otro se sirve agua purificada, al cual se traslada el arete para retirar los restos de los líquidos antes citados y así evitar que quemem la zona que se va a perforar.

Después se cambian los guantes, se limpia la piel y se marca con plumón especial o violeta de genciana el lugar donde va a quedar el arete; luego se sujeta el área con pinzas y se introduce la aguja, posteriormente el arete. Cuando finaliza el proceso, se desechan guantes, vasos y aguja a contenedores especiales en presencia de la persona, los instrumentos que no son desechables, son esterilizados; primero se desinfectan con soluciones microbidas y se introducen al autoclave (aparato que esteriliza mediante vapor saturado) se empacan en bolsas.

El body piercing nunca se realiza con anestesia, "pues por un lado, sólo los médicos están capacitados para aplicar inyecciones de novocaína (anestésico). Además, una perforación bien hecha duele menos que la administración de dicha sustancia. Ahora bien, respecto a las que se aplican en forma de spray o pomada no se recomiendan porque no causan efecto sobre la piel", acota Danny Yerna.

2.6.3.5. POSIBILIDADES DEL PIERCING

"En teoría es posible perforar cualquier parte del cuerpo que se pueda sostener con los dedos índice y pulgar, por ejemplo, ceja, nariz, labio, oreja, lóbulo, pezón, ombligo y algunas regiones en los genitales", afirma Karem Martínez, citada en www.saludymedicinas.com.mx.

Esta práctica ha sido muy representativa de las culturas antiguas, con diversos significados, pero en la actualidad cada quien le da la interpretación que desea. Por lo tanto, existen muchas zonas que pueden someterse a dicho proceso, y a partir de ello recibir un nombre específico. De acuerdo al libro "Perforaciones corporales: ritos, tradición, moda y dolor" escrito por Danny Yerna y la periodista Karem Martínez, las más comunes son:

Cartílago de la oreja. Siempre han estado presentes en la historia del hombre, principalmente con fines estéticos

Daith. Se coloca en el cartílago de la oreja que se sitúa justo arriba de la entrada al oído, sin embargo, no todas las personas tienen esta parte de tejido.

Rook. Una o más perforaciones en la parte de arriba y adentro de la concha de la oreja.

Ceja. Ha ganado mucha popularidad en los últimos años, pero durante la cicatrización sólo se recomienda el uso de argollas para facilitar la limpieza.

Lengua. Se recurre a ella para que funja como mecanismo de estimulación sexual, pero es muy importante que la realice un experto, porque una mala perforación en esta área puede derivar en la pérdida del sentido del gusto.

Labio. En la actualidad gozan de gran popularidad, pero fue común en muchas tribus alrededor del mundo.

Nariz. Se pueden usar argollas o broqueles en esta zona, pero es preferible utilizar argolla en su inicio, ya que es más fácil y cómodo para realizar la limpieza.

Septum. Se realiza en medio de los orificios de la nariz, abajo del tabique nasal.

Bridge horizontal. Consiste en perforar la piel del puente de la nariz, a la altura de las pupilas de los ojos.

Pezón. Tienen gran tradición y actualmente se practica por cuestiones eróticas.

Ombbligo. A través del tiempo se le ha considerado sensual, normalmente se realiza en la parte de arriba de la apertura y es una de las perforaciones más delicadas.

Mano. Se realizan en el tejido ubicado entre los dedos; conlleva muchas complicaciones para cicatrizar debido a que las manos están en contacto continuo con bacterias.

Príncipe Alberto. La perforación se realiza en el pene, pasa por la uretra (orificio por donde se excreta la orina y se eyacula semen) en la base del glande (piel que recubre la cabeza del pene), por lo que sólo debe hacerla un profesional.

Dydoes. Perforación lateral en el glande que permite recuperar las sensaciones placenteras que pudieron haberse perdido con la circuncisión (extirpación del tejido que cubre la cabeza del pene); además durante la penetración también resulta satisfactoria para la mujer.

Ampallang. Se perfora del centro del glande hacia arriba de la uretra, y se dice que incrementa la sensibilidad tanto para el perforado como para su pareja.

Clítoris. Las perforaciones en la zona genital más sensible de la mujer aún no son tan comunes debido a que pocas tienen esa estructura lo suficientemente larga (aproximadamente de 6 milímetros para colocarse un arete).

01785



Clithood. Se perfora el tejido ubicado sobre el clítoris y genera sensaciones placenteras al caminar o durante el acto sexual.

Triángulo. Se coloca en el tejido atrás del eje del clítoris y arriba de los labios menores (frente al hueso púbico) y es útil para la estimulación sexual.

Se considera que perforarse alguna parte del cuerpo no es una decisión que deba tomarse a la ligera, hay que pensar en las repercusiones sociales que esta acción conlleva y acudir a establecimientos seguros.

CAPITULO 3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO DE INVESTIGACION

La presente investigación es de tipo descriptiva. Es descriptiva porque se indican las características de la identidad de los jóvenes que practican el "piercing", y sus efectos en la parte psicológica y física. Por lo tanto, "en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (vélgase la redundancia) describir lo que se investiga." (Hernández, Fernández y Baptista, 2003:118).

En su dimensión descriptiva se seleccionaron una serie de cuestiones, conceptos o variables sobre piercing e identidad y sus características como reflejo de la conducta de las personas social y psicológicamente, cada una de estas características, con el fin, precisamente, de describirlas y analizarlas.

También cabe considerar que la investigación asume un enfoque cuantitativo – cualitativo; es decir, el enfoque es mixto. Se utilizaron técnicas de recolección de datos tanto cuantitativas como cualitativas; de esta manera, la información obtenida se corroboró teniendo en cuenta ambos aspectos.

3.2 POBLACION DE INVESTIGACION

La población está compuesta por los jóvenes que comprenden las edades de 18 a 25 años que practican el piercing en la ciudad de La Paz, y que viven en la zona sur central, más específicamente, la zona de Obrajes.

No se cuenta con una cifra que indique la cantidad de jóvenes que cumplan estas características, pero se estima por encima de 500 personas. Esta estimación se realizó de manera muy aproximada, tomando criterios geográficos, de edad, y frecuencia con la que se observa a jóvenes usando piercing. (1000000 habitantes/20 zonas/5 personas por familia/20 jóvenes que no usan piercing por cada uno que sí lo utiliza).

3.3 MUESTRA

“La muestra es una parte o un subconjunto representativo de la población” (Moya, 1998:7). El número de observaciones de la muestra será menor al número de observaciones posibles, esto permitirá generalizar las conclusiones que se realicen en la muestra para toda la población, ahorrando de esta manera tiempo, recursos y esfuerzo. El proceso que se realiza para obtener la muestra se llama “muestreo por conveniencia” (Moya, 1998:9), es decir, una muestra con características específicas como son los jóvenes que se practican el piercing y cuya referencia en edad y lugar están determinados.

Consecuentemente en la presente investigación la muestra esta constituida por 20 jóvenes que se practican el piercing en la zona sur central de la ciudad de La Paz (zona de Obrajes). Se decidió tomar esta cantidad de sujetos ya que fueron posibles de localizar en el contexto determinado, y cumpliendo con las características requeridas. Como lugar para tomar las encuestas se consideró la Universidad Católica San Pablo, verificando que las personas seleccionadas cumplieran con los tres requisitos imprescindibles para ser tomados en cuenta para la muestra: que efectivamente vivieran en la zona de Obrajes, que su edad estuviera entre los 18 y 25 años, y que utilizaran el piercing.

3.4. TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

"Para recolectar datos disponemos de una gran variedad de instrumentos o técnicas, tanto cuantitativas o cualitativas, y en un mismo estudio podemos utilizar de ambos tipos." (Hernández, Fernández y Baptista, 2003:344). Las técnicas que se utilizaron para la recolección de los datos fueron la investigación documental, la observación directa, la aplicación de cuestionarios, entrevistas y sesiones de grupos focales.

Con estas técnicas o instrumentos, se pretende investigar las características de la identidad social de los jóvenes que se practican el piercing y se hallan dentro la población de estudio. Mas específicamente, se pretende obtener datos acerca de las principales motivaciones que tienen los jóvenes para hacerse el piercing, la influencia de su grupo de amigos sobre ellos y las características de su comportamiento en las relaciones que tienen con su entorno.

3.5. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para recolectar la información necesaria para este estudio, se escogió una metodología en la cual se combinan instrumentos cuantitativos, como son las encuestas, e instrumentos cualitativos, como son las sesiones de grupo focal y las entrevistas.

3.5.1. ENCUESTAS

Una encuesta consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Se realizaron preguntas cerradas; es decir, las respuestas se seleccionan de una serie de opciones múltiples.

Cada encuesta o cuestionario presenta 27 preguntas, que se aplicaron a personas que pertenecen al grupo de estudio; es decir a personas que tienen entre 18 y 25 años de edad, que viven en la zona sur de la ciudad de La Paz, y que por supuesto, usen el piercing.

Cabe resaltar que la encuesta aplicada (presentada en el Anexo 3: Encuesta Validada), fue sometida a una prueba piloto de validación; es decir, se ejecuto y analizó para determinar si realmente medía lo que debería medir. Para esto, se aplicaron cinco encuestas piloto (ver Anexo 2: Encuesta Piloto), y después del análisis respectivo, se ajustó y modificó la encuesta en su versión final.

3.5.2. GRUPO FOCAL

Un grupo focal consiste en la reunión de un grupo pequeño de personas, en el cual los participantes conversan en torno a un tema específico, en un ambiente relajado y bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales.

Se realizó una sesión de grupo focal, en la cual intervinieron 3 personas, en este caso, dos muchachos (Pedro y Eduardo) y una chica (Fabiola), todos ellos del rango de edad requerido y que igualmente usan el piercing y viven en obrajez. Se les realizaron varias preguntas en torno a la temática del piercing, permitiendo

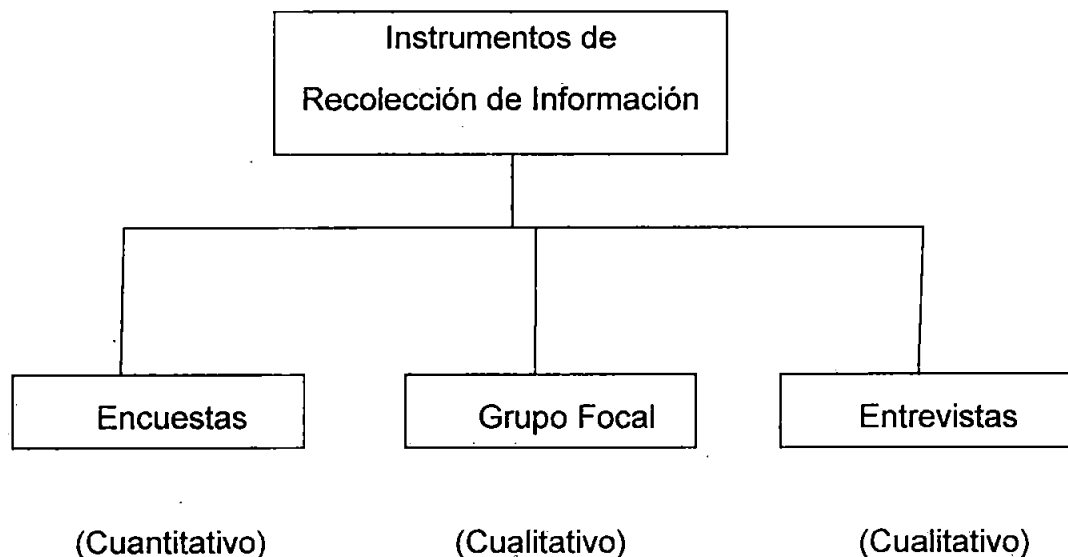
libertad en sus respuestas, aunque al mismo tiempo se guió la sesión hacia los temas en estudio.

3.5.3. ENTREVISTAS

Una entrevista se define como la conversación entre una persona (entrevistador) y otra (entrevistado). En el presente estudio, se aplicó una entrevista estructurada; es decir, las preguntas se preparan con anterioridad y se utilizan como guía para la realización de la misma.

Se realizaron dos entrevistas a dueños de locales que aplican el piercing, preguntándoles aspectos relacionados a las características de sus clientes, y motivaciones que los mismos tienen para acudir a sus locales.

Esta información recolectada de esta manera, se analizó e interpretó, y se esquematiza en el siguiente gráfico:



3.6. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN

Las etapas que se siguieron en la presente investigación fueron las siguientes:

- **Recopilación de datos.** Se aplicaron las técnicas e instrumentos de recolección de datos: Instrumentos cuantitativos: la encuesta (cuestionarios) e instrumentos cualitativos: observación directa del comportamiento y actitudes de estos jóvenes frente a la práctica del piercing, entrevistas y sesiones de grupos focales.
- **Procesamiento de Datos.** Se realizaron análisis e interpretación de datos, sistematización de los mismos, para obtener información clara y ordenada.
- **Formulación de conclusiones y recomendaciones.** A partir de la información obtenida, se formularon conclusiones que responden a los objetivos de la investigación y recomendaciones que sugieran posteriores estudios.

CAPITULO 4. RESULTADOS

4.1. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados del análisis e interpretación de la información obtenida a través de los distintos instrumentos.

En las encuestas se realizó un análisis cuantitativo, aplicando algunos conceptos de estadística descriptiva para obtener resultados, que después se comparan con los resultados del análisis cualitativo aplicado a los apuntes del grupo focal y las entrevistas.

4.2. INTERPRETACION DE ENCUESTAS

En primer lugar se realizó una tabulación de las veinte encuestas aplicadas a personas que usan piercing, hallándose para cada una de las 27 preguntas, la frecuencia absoluta de las distintas respuestas, el porcentaje (o frecuencia relativa), y graficándose este último para ilustrar visualmente los resultados. También se obtuvo la moda (el valor con más frecuencia) como medida de tendencia central para cada pregunta. Finalmente se realizó una interpretación de estos valores.

Pregunta

¿Sabe Usted de Donde Proviene el Piercing?

1

a Estados Unidos

b Europa

c Australia

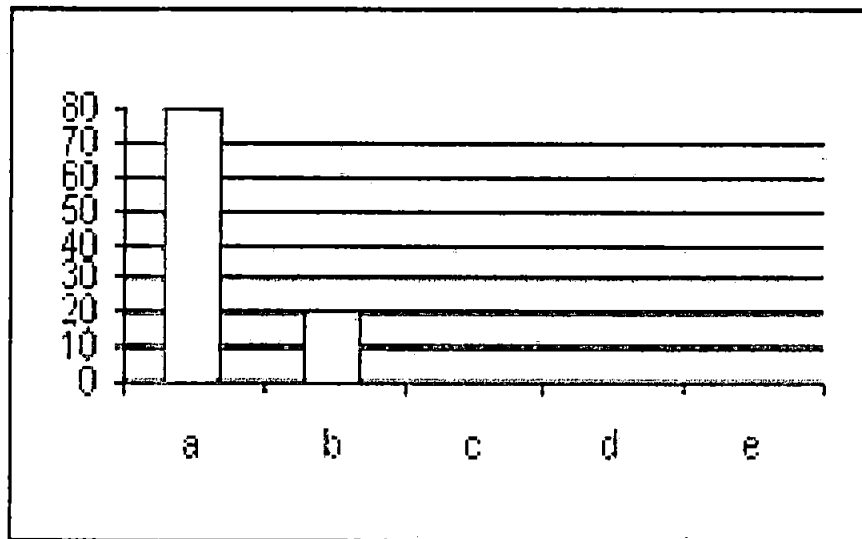
d Canadá

Frecuencia

Porcentaje

Moda:

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	16	4	0	0	0	20
Porcentaje	80	20	0	0	0	100
Moda:	a Estados Unidos					



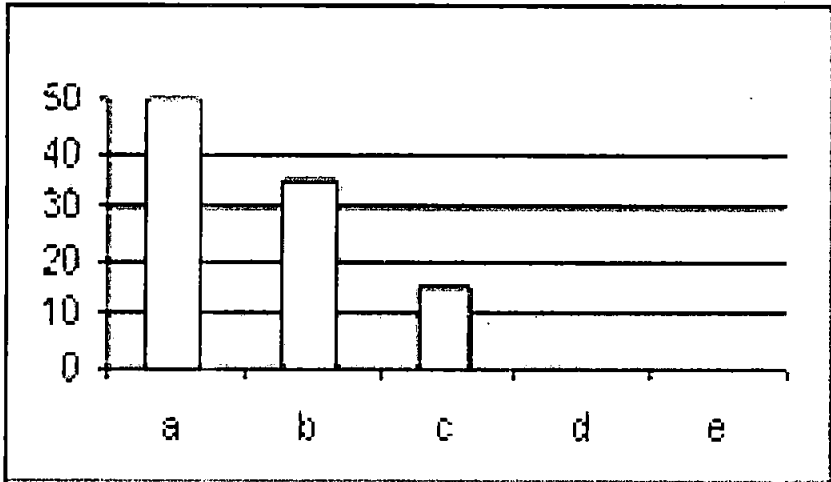
Interpretación

Como se puede ver el 80% de los encuestados optaron por la opción de Estados Unidos como lugar donde fue creado el piercing, un 20 % dijo en Europa y ninguno afirmó Australia u otros.

Pregunta **¿Como considera usted el piercing?**

- 2
- a Sensual
 - b Rebeldía
 - c Decorativo

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	10	7	3			20
Porcentaje	50	35	15	0	0	100
Moda:	a Sensual					



Interpretación

Se puede ver que el 50% optaron por la opción de que el uso del piercing es sensual, y un 35 % lo considera como rebeldía y solo el 15 % como un adorno o decorativo.

Pregunta ¿Por qué escogió perforarse esa zona?

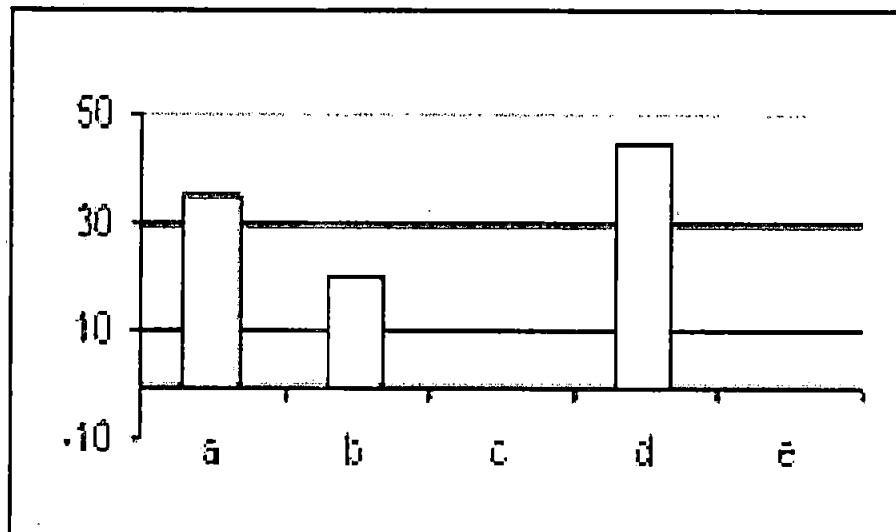
3 a Gusto

 b Comodidad

 c Utilidad

 d Moda

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	7	4	0	9	0	20
Porcentaje	35	20	0	45	0	100
Moda:	d Moda					



Interpretación

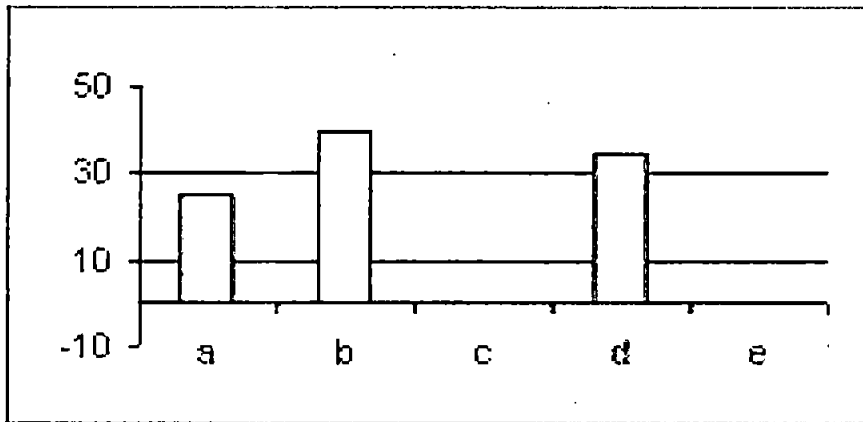
Poco mas de un tercio de los encuestados sostuvieron que depende de la moda la zona donde eligen realizarse la perforación, llama la atención que un tercio opino que fue por utilidad, y menos de un tercio por comodidad

¿Cómo se sentía usted con su cuerpo antes de realizarse

Pregunta el piercing?

- 4
- a Cómodo
 - b Llamativo
 - c Feo
 - d Agradable

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	5	8	0	7	0	20
Porcentaje	25	40	0	35	0	100
Moda:	b Llamativo					



Interpretación

Nótese que un 40% respondió que se sentía Llamativo sin el piercing, un tercio respondió que se sentía Agradable sin el piercing y el resto que se sentía cómodo.

¿Cómo se siente con su cuerpo después de realizarse el piercing?

Pregunta

5

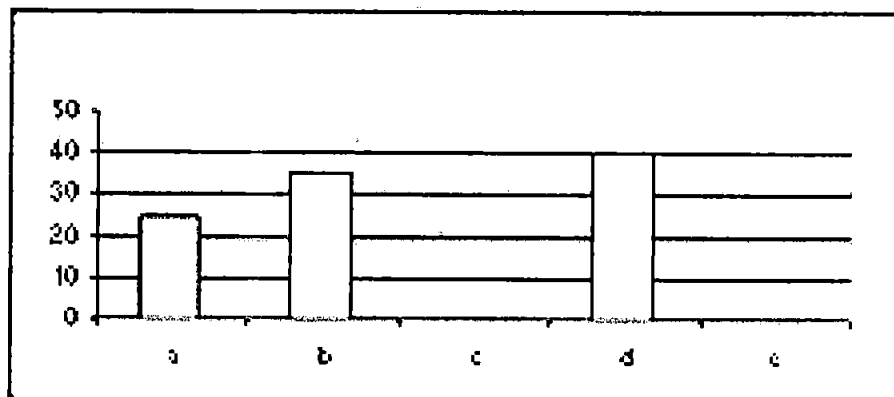
- a Cómodo
- b Llamativo
- c Feo
- d Agradable

Frecuencia

Porcentaje

Moda:

a	b	c	d	e	Total
5	7	0	8	0	20
25	35	0	40	0	100
d Agradable					



Interpretación

Prácticamente mas de un tercio se sintió agradable después de colocarse el piercing, llama la atención que ninguno se sintió Feo, como ocurrió al principio.

Pregunta Usted se considera una persona:

6

a Extrovertida

b Equilibrada

c Introversa

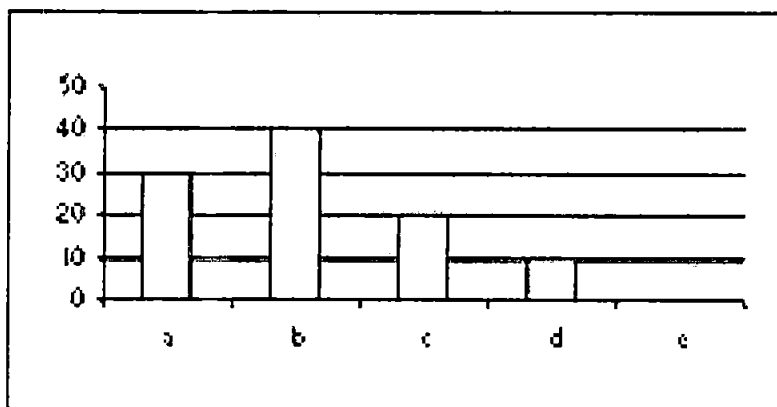
d Indiferente

Frecuencia

Porcentaje

Moda:

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	6	8	4	2	0	20
Porcentaje	30	40	20	10	0	100
Moda:	b Equilibrada					



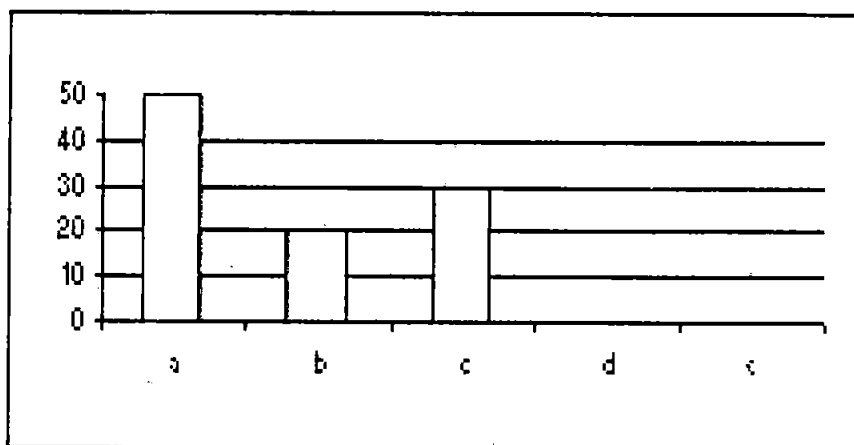
Interpretación

Un 40% de los entrevistados se siente una persona equilibrada, nótese que un tercio se siente extrovertida, y no está lejos el 20% de los entrevistados, que afirman ser introvertidos.

Pregunta 7 ¿Cómo cree que influye la practica del piercing en la personalidad del Joven?

- a La Belleza
- b El Poder
- c Social
- d Realidad Cultural

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	10	4	6	0	0	20
Porcentaje	50	20	30	0	0	100
Moda:	a La Belleza					



Interpretación

Nótese que la influencia en un 50% es la belleza, pero curiosamente el 30% cree que influye en la realidad social del joven y el 20% afirma que esta relacionado con el poder.

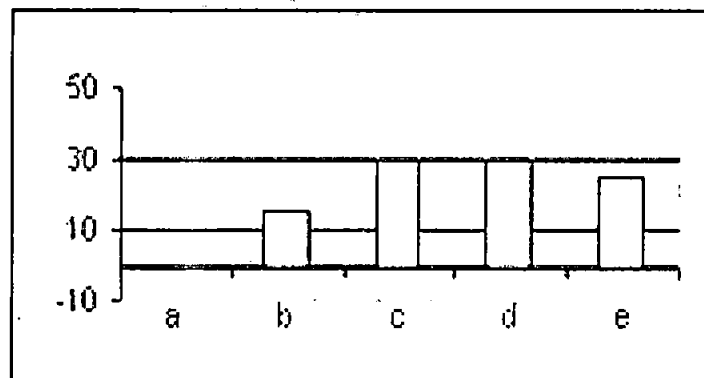
¿Usted relaciona la perforación corporal con la autoestima?

Pregunta

8

- a Demasiado
- b Bastante
- c Indiferente
- d Poco
- e Nada

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	0	3	6	6	5	20
Porcentaje	0	15	30	30	25	100
Moda:	c,d Indiferente , Poco					



Interpretación

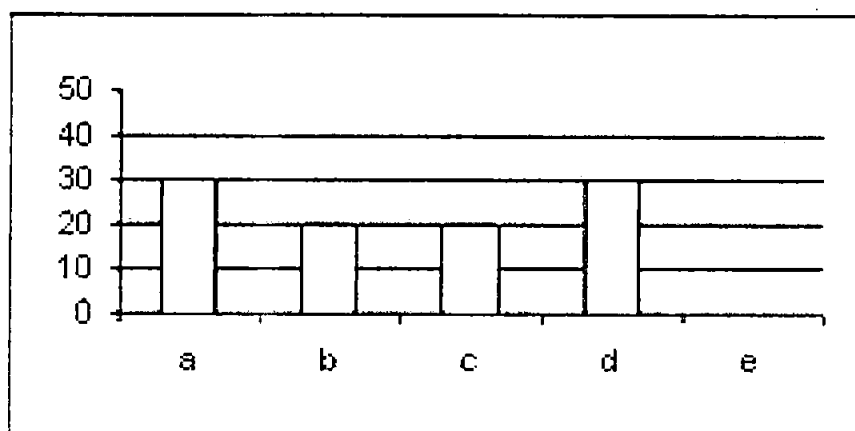
Prácticamente llama la atención que un 60%, dividido en 30% cada uno, no relaciona el piercing con la autoestima, y el 25% no lo relaciona para nada ni toman en cuenta dicha relación.

Pregunta ¿Cuál es la razón por la cual se realizó el piercing?

9

- a Moda
- b Rebeldía
- c Curiosidad
- d Mejorar la imagen

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	6	4	4	6	0	20
Porcentaje	30	20	20	30	0	100
Moda:	a,d Moda, Mejorar la imagen					



Interpretación

El 30% de los encuestados dijo que el colocarse piercing es una moda, y otro 30% lo toma como mejoramiento de imagen, el otro 20% lo hizo por rebeldía o curiosidad.

Pregunta ¿Quién o que lo motivo a colocarse un piercing?

10

a La publicidad

b Los amigos

c La pareja

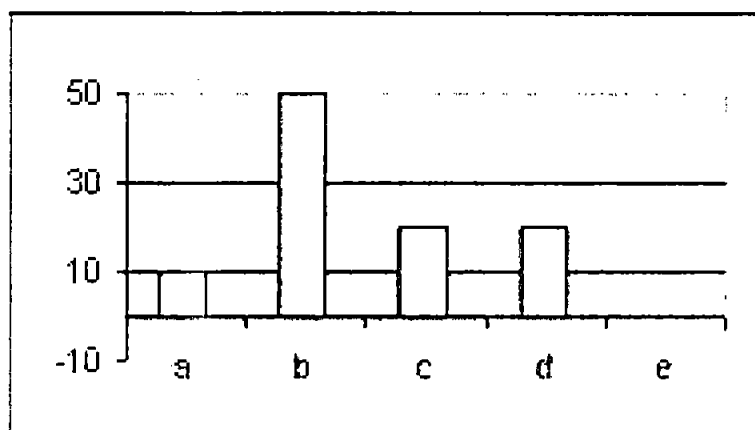
d Todas las anteriores

Frecuencia

Porcentaje

Moda:

a	b	c	d	e	Total
2	10	4	4	0	20
10	50	20	20	0	100
b Los Amigos					



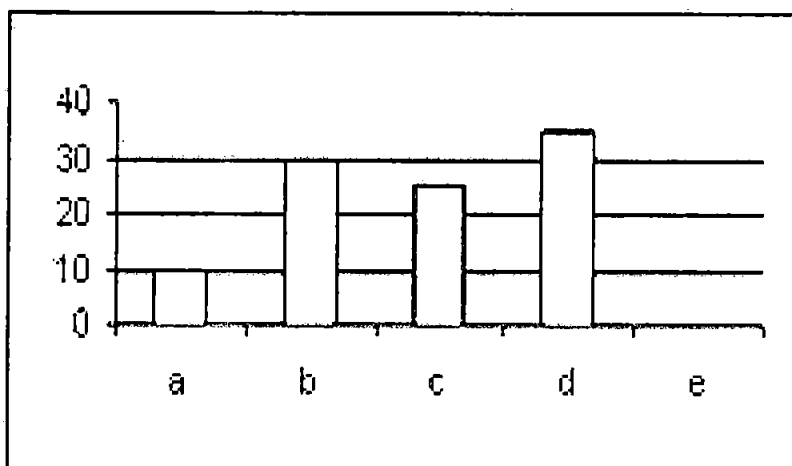
Interpretación

Llama la atención que en su mayoría (50%) la persona fue incentivada por un amigo(a), el 20% por su pareja, curiosamente solo el 10% lo hizo por la publicidad.

¿Con que frecuencia ve usted diariamente televisión?

- Pregunta 11
- a 6 horas o mas
 - b 4 horas
 - c 2 horas
 - d 1 hora
 - e ninguna

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	2	6	5	7	0	20
Porcentaje	10	30	25	35	0	100
Moda:	d 1 Hora					



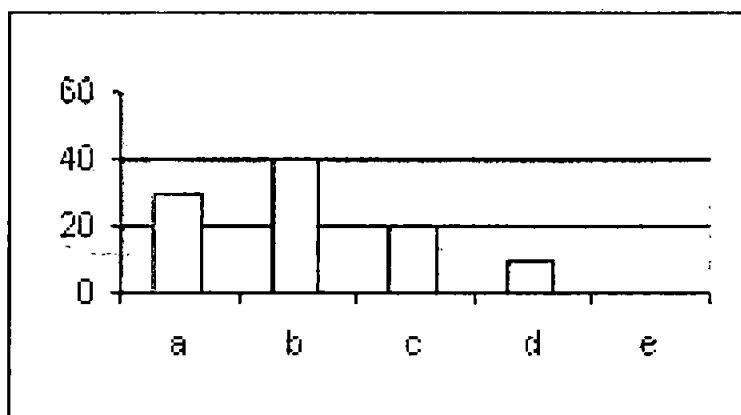
Interpretación

Entre los jóvenes encuestados un tercio ve por lo menos una hora de televisión, curiosamente el 10% mas de cinco horas al día, y llama la atención del 30% que ve 4 horas la TV.

Pregunta 12 ¿Cuando usted ve en la televisión a una persona famosa con piercing cree que es?

- a Llamativo
- b Sensual
- c Indiferente
- d Desagradable

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	6	8	4	2	0	20
Porcentaje	30	40	20	10	0	100
Moda:	b Sensual					



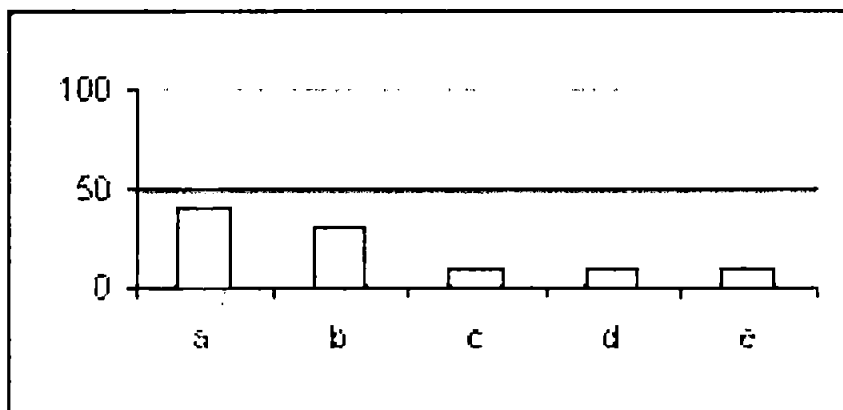
Interpretación

Los jóvenes consideran sensual el uso del piercing en alguien famoso, un 30% lo ve llamativo, y solo el 10 % lo considera desagradable.

Pregunta ¿Cuánto influyen los medios de comunicación
13 en la practica del piercing?

- a Demasiado
- b Bastante
- c Indiferente
- d Poco
- e Nada

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	8	6	2	2	2	20
Porcentaje	40	30	10	10	10	100
Moda:	a Demasiado					



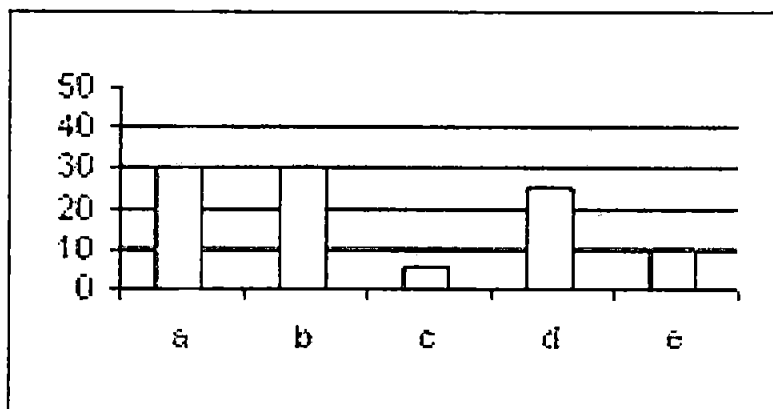
Interpretación

Nótese que el 40% de los encuestados opinan que los medios influyen demasiado, y esto casi se equipara con el porcentaje de quienes piensan que influyen Bastante.

Pregunta 14 ¿Cree usted que la perforación corporal puede traer complicaciones fisiológicas?

- a Mucho
- b Suficiente
- c Indiferente
- d Poco
- e Nada

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	6	6	1	5	2	20
Porcentaje	30	30	5	25	10	100
Moda:	a,b Mucho, Suficiente					



Interpretación

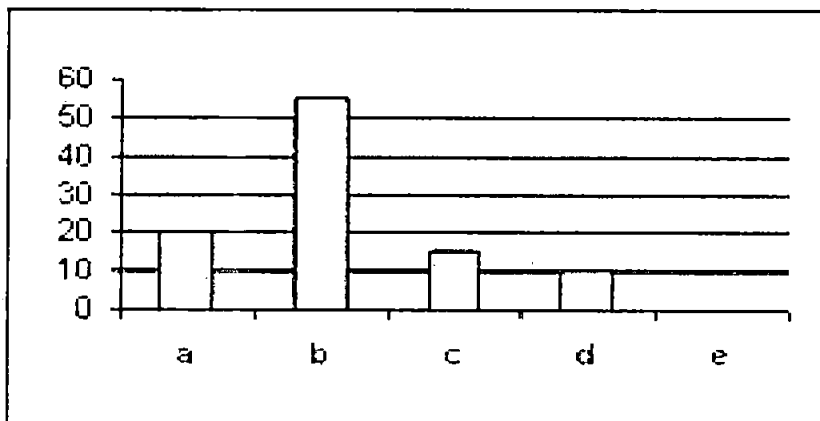
Llama la atención que la respuesta se divide en un 30% entre mucho y suficiente, teniendo conocimiento sobre las consecuencias, pero el restante 25% considera pocas las complicaciones del piercing.

Pregunta 15 ¿Por qué cree que en la Juventud se presenta con mayor frecuencia el piercing?

- a Confusión
- Búsqueda de
- b identidad
- c Rebeldía
- Baja
- d autoestima

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	4	11	3	2	0	20
Porcentaje	20	55	15	10	0	100

Moda: Búsqueda de b identidad



Interpretación

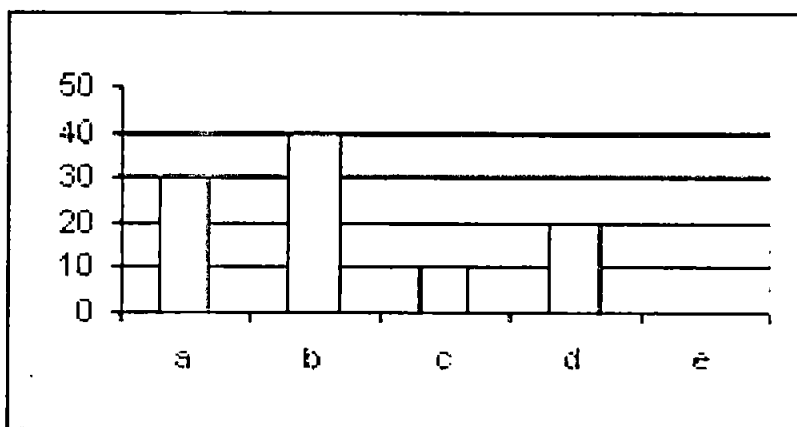
Llama la atención que el 55% de los encuestados piensan que la búsqueda de identidad es la razón principal para usar piercing, y solo el 20% opina que por confusión, mientras que debido a una baja autoestima ocurre con el 10%.

Pregunta ¿Cuál es su Hobby?

16

- a Escuchar música
- b Hacer deporte
- c Actividades manuales
- d Ver televisión

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	6	8	2	4	0	20
Porcentaje	30	40	10	20	0	100
Moda:	b Hacer Deporte					



Interpretación

Curiosamente menos de la mitad, es decir el 40% realiza deporte, y no muy el lejos el 30% escucha música en sus tiempos libres, solo el 20% que ve televisión en su tiempo libre

Pregunta Para usted, la juventud es:

17

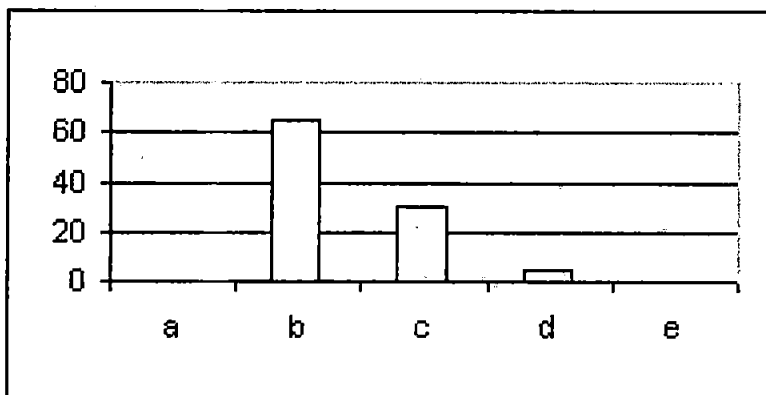
- a Carencia
- b Periodo de cambios
- Afirmación de la
- c identidad
- d Crisis existencial

Frecuencia

Porcentaje

Moda:

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	0	13	6	1	0	20
Porcentaje	0	65	30	5	0	100
Moda:	b Periodo de cambios					



Interpretación

Más de la mitad coincidió en que la juventud es un periodo de cambios, es decir el 65% de los encuestados; un 30% la considera como afirmación de la identidad y solo el 5% como una crisis existencial.

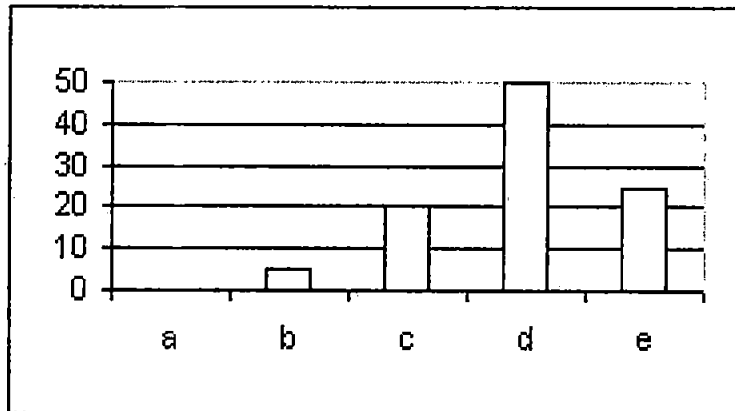
¿Cree usted que las perforaciones corporales ocasionan alguna secuela física a largo plazo?

Pregunta 18

18

- a Muy de Acuerdo
- b De acuerdo
- c Indiferente
- d desacuerdo
- Muy en
- e desacuerdo

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	0	1	4	10	5	20
Porcentaje	0	5	20	50	25	100
Moda:	d desacuerdo					



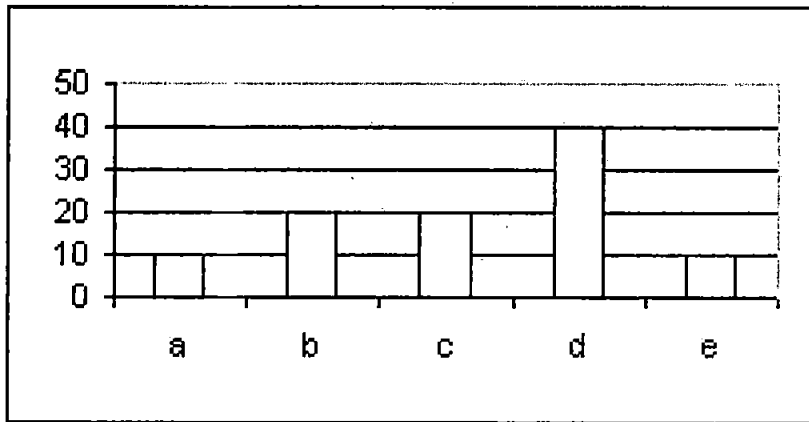
Interpretación

Llama la atención que la mitad de los encuestados no cree que traerá secuelas la perforación, solo un 5% esta de acuerdo o tiene noción del mismo.

Pregunta 19 ¿Usted conoce los riesgos que expone la perforación corporal?

- a Mucho
- b Suficiente
- c Indiferente
- d Poco
- e Nada

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	2	4	4	8	2	20
Porcentaje	10	20	20	40	10	100
Moda:	d Poco					



Interpretación

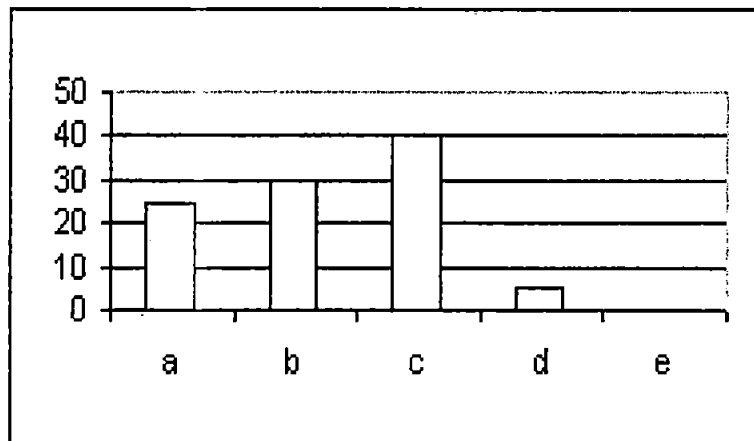
Entre los encuestados el 40% conoce muy poco sobre los riesgos de la perforación, solo un 20% conoce lo suficiente, llama la atención que un 10% lo bastante y otro 10% nada sobre los riesgos.

Pregunta ¿Qué Significa ser Joven?

20

- a Cambios Físicos
- b Cambios Psicológicos
- c Cambio de actitud
- d Madurez

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	5	6	8	1	0	20
Porcentaje	25	30	40	5	0	100
Moda:	c Cambio de actitud					



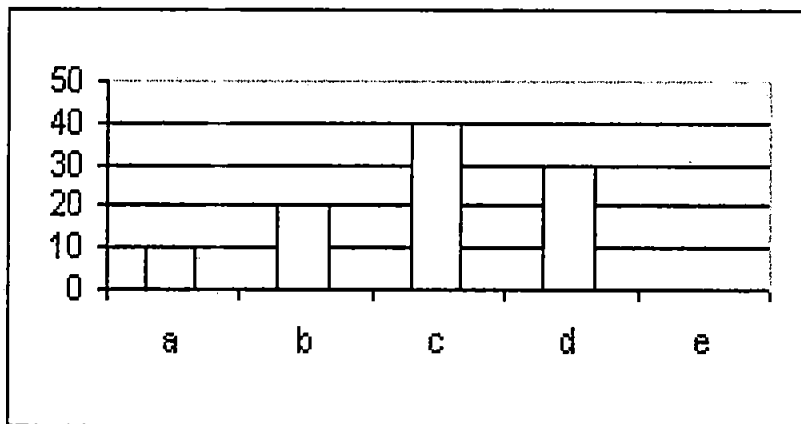
Interpretación

Prácticamente el 40% piensa que la adolescencia es un cambio de actitud, un 30% un cambio psicológico y solo un 5% lo relaciona con la madurez.

Pregunta ¿Dónde va usted a divertirse/rumbear?

- 21
- a Forum
 - b Discoteca de su Zona
 - c Discoteca zona central
 - d Equinoccio

	a	B	c	d	e	Total
Frecuencia	2	4	8	6	0	20
Porcentaje	10	20	40	30	0	100
Moda:	c Discoteca zona central					



Interpretación

El 40% de los jóvenes van a discos de la zona central y solo el 30% a discos de su zona, y un pequeño grupo de elite que va a forum (10%).

Pregunta Para usted, sus amigos son:

22

a Muy importantes

b Significativo

c Indiferentes

d Poco importantes

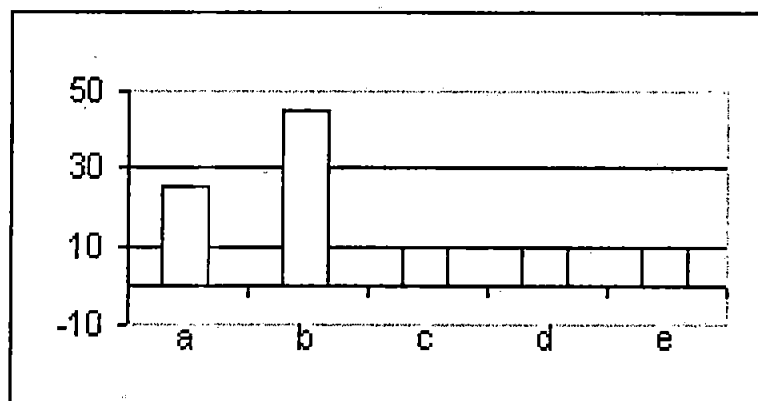
e Insignificantes

Frecuencia

Porcentaje

Moda:

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	5	9	2	2	2	20
Porcentaje	25	45	10	10	10	100
Moda:	b Significativo					



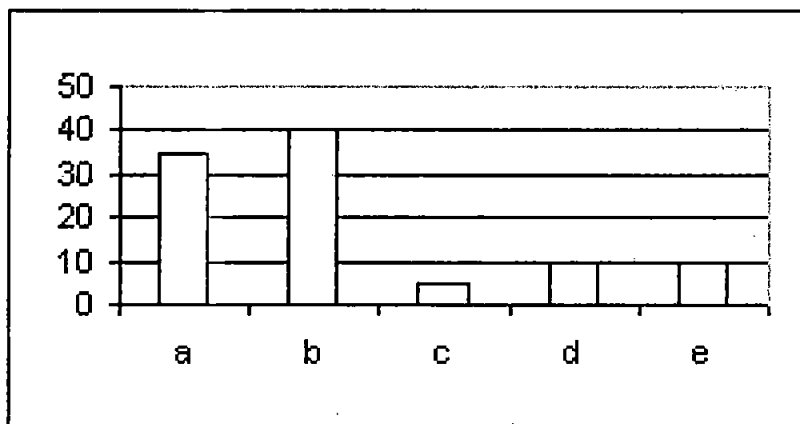
Interpretación

Para el 45% de los encuestados los amigos son significativos y para un 25% son muy importantes, totalmente opuesto al 10% compartido entre insignificantes o poco importantes.

Pregunta ¿Como es la relación con sus amigos en este tipo de practica?

- 23
- a Muy buena
 - b Buena
 - c Indiferente
 - d Regular
 - e Mala

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	7	8	1	2	2	20
Porcentaje	35	40	5	10	10	100
Moda:	b Buena					



Interpretación

Como se puede observar el 40% considera la relación con sus amigos, buena, referida a la práctica del piercing; el 35% muy buena y solo el 5% le es indiferente a su persona, compartiendo un 10% entre regular y mala.

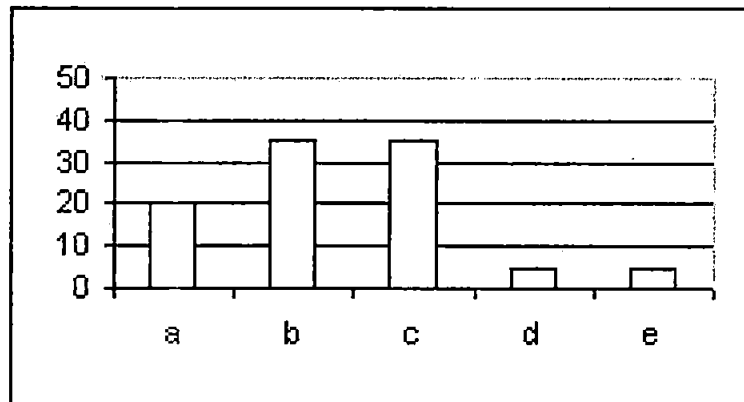
Pregunta 24

En su grupo de amigos, ¿Cuántos de ellos tienen piercing?

24

- a 8 o mas
- b 5
- c 3
- d 1
- e Ninguno

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	4	7	7	1	1	20
Porcentaje	20	35	35	5	5	100
Moda:	b,c 5 , 3					



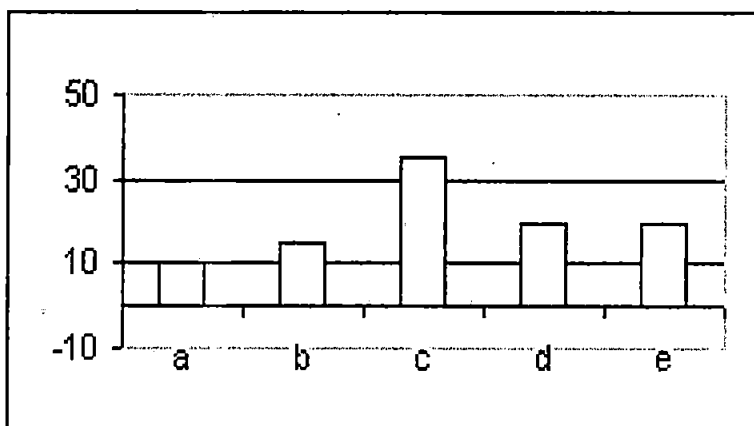
Interpretación

Nótese que dos tercios (35% c/u) de las personas tienen 5 o 3 amigos que usan piercing, el 20% tiene 8 o mas amigos que lo usan, llama la atención que solo el 5% no tiene ninguno.

Pregunta Su familia es:

- 25
- a Represiva
 - b Autoritaria
 - c Comprensiva
 - d Flexible
 - e Indiferente

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	2	3	7	4	4	20
Porcentaje	10	15	35	20	20	100
Moda:	c Comprensiva					



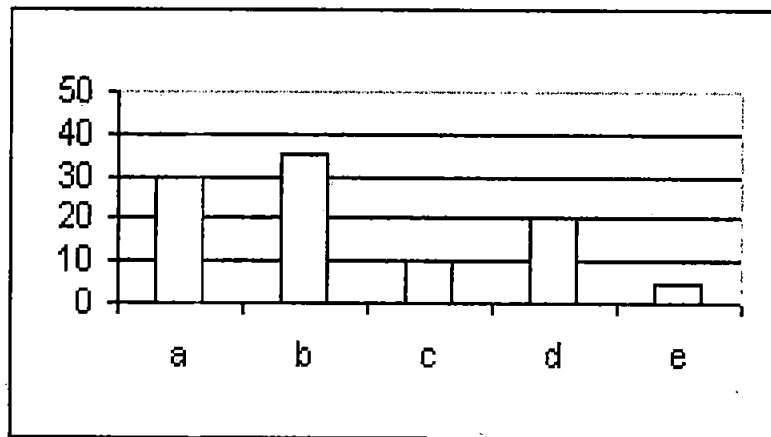
Interpretación

Las familias de las personas que usan piercing son en un 35% comprensivas, flexibles en un 20% y solo el 10% son represivas, llama la atención que un 20% de las familias es indiferente ante el uso del piercing.

Pregunta ¿Cómo es la relación con su familia?

- 26
- a Muy buena
 - b Buena
 - c Indiferente
 - d Regular
 - e Mala

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	6	7	2	4	1	20
Porcentaje	30	35	10	20	5	100
Moda:	b Buena					



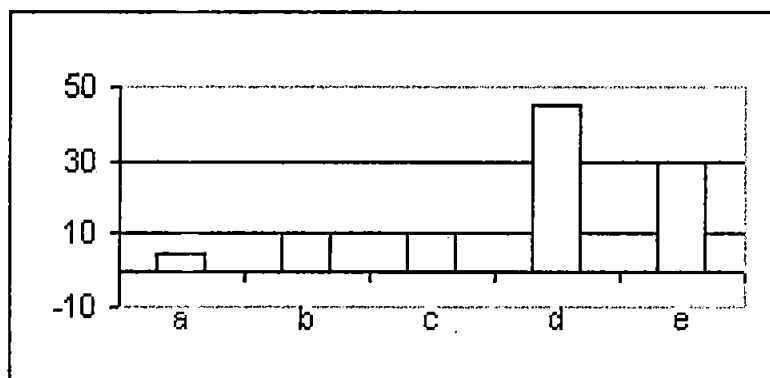
Interpretación

El 35% de los encuestados tiene una relación buena con su familia y el 30% una relación muy buena, pero el 10% y 5% lleva una relación indiferente o mala.

Pregunta 27 ¿Cree usted que la practica del piercing puede transgredir las normas?

- a Demasiado
- b Suficiente
- c Indiferente
- d Poco
- e Nada

	a	b	c	d	e	Total
Frecuencia	1	2	2	9	6	20
Porcentaje	5	10	10	45	30	100
Moda:	d Poco					



Interpretación

Tomando en cuenta las respuestas anteriores no es raro el resultado del 45% de los encuestados que respondieron que el piercing transgrede poco las normas, mientras que el 30% afirma que no transgrede nada; llama la atención que solo el 5% opina que es demasiada la trasgresión de las normas.

4.3. INTERPRETACION DE LA SESION DE GRUPO FOCAL

Se realizó una interpretación de las opiniones vertidas por los tres participantes del grupo focal, tomando en cuenta distintos aspectos como motivación, características personales y relación dentro del grupo de amigos al cual pertenecen, entre otras.

4.3.1. APUNTES EN TORNO AL GRUPO FOCAL

Fecha: 26 de Mayo de 2006

Horas: 19:00 a 20:30

Participantes:

- *Pedro, varón, tiene 25 años, vive en Obrajes, y usa el piercing en la lengua.*
- *Eduardo, varón, tiene 21 años, vive en Obrajes y usa el piercing en el lóbulo de la oreja.*
- *Fabiola, mujer, tiene 23 años, vive en Obrajes y usa el piercing en el ombligo.*

Preguntas para el Grupo Focal

(El desarrollo completo de las respuestas se puede observar en el

Anexo 5: DESARROLLO DE LA SESIÓN DEL GRUPO FOCAL)

¿QUÉ PIENSAN DEL PIERCING? ¿QUE OPINION TIENEN DE ESTA PRACTICA?

¿Y CÓMO SE ANIMARON A PRACTICAR EL PIERCING?

ACTUALMENTE, ¿USTEDES PERTENECEN A ALGUN GRUPO QUE PRACTICA EL PIERCING?

¿USTEDES CREEN QUE AL PRACTICAR EL PIERCING, SE IDENTIFICAN CON ALGO O ALGUIEN EN PARTICULAR?

¿Y QUE MAS ME PUEDEN DECIR AL RESPECTO, QUE OPINAN SUS PADRES, SU FAMILIA AL RESPECTO, QUE OPINAN DEL HECHO QUE USTEDES PRACTIQUEN EL PIERCING?

¿Y QUE TAL LOS AMIGOS Y AMIGAS, QUE OPINAN ELLOS DE LA PRACTICA DEL PIERCING POR PARTE DE USTEDES? ¿QUE PIENSAN ELLOS DEL HECHO QUE USTEDES USAN PIERCINGS?

4.3.2. ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL

4.3.2.1. Con respecto a la opinión general que tienen de la práctica del piercing.

	Atractivo Físico	Elemento de Sensualidad	Moda
Frecuencia de Mención	3	1	1

Los tres individuos coinciden en que el piercing hace ver a la persona más atractiva, más "bonita" en palabras de la muchacha. Uno de los varones insiste

fuertemente con respecto a la sensación física que produce el piercing, especialmente al momento de besar (tiene el piercing en la lengua). El otro varón afirma que el piercing es mas como una moda, a la que se le da demasiada importancia.

4.3.2.2. Con respecto a sus motivos para realizar el Piercing en su cuerpo.

	Influencia de Amigos	Influencia de los Medios de Comunicación
Frecuencia de Mención	3	3

Las tres personas coinciden en que se animaron a realizar el piercing por influencia o recomendación de algún(a) amigo(a). Asimismo, los tres coinciden en que también la televisión (y otros medios) y las figuras de personas famosas que se presentan en ella, influyen mucho al momento de decidir hacerse el piercing, como una imitación de sus "ídolos".

4.3.2.3. Con respecto a la pertenencia a algún grupo que practica el piercing.

	No pertenecen a ningún grupo	Pertenece a un grupo que practica el piercing
Frecuencia de Mención	2	1

Dos de los individuos afirman no pertenecer formalmente a un grupo que practique el piercing como distintivo principal. El tercer muchacho afirma que él si pertenece a un grupo así, y que en el mismo, se discrimina a las personas que no usan piercing.

Se refuerza la temática de que el piercing hace ver a las personas más atractivas, y que es asimismo una expresión de la personalidad individual y un distintivo de pertenencia a algún grupo.

4.3.2.4. Con respecto a la relación del piercing con la personalidad y la afirmación de la misma.

	Tiene mucho que ver con la personalidad	No es tan importante para la personalidad
Frecuencia de Mención	2	1

Dos de las personas afirman que el piercing tiene mucho que ver con la personalidad, pues es una expresión del deseo de destacar dentro de un grupo, o de resultar más atractivo a las personas del sexo opuesto. Uno de los muchachos piensa que no es tan importante, y que el uso del piercing solo pertenece a una etapa: la adolescencia/juventud.

4.3.2.5. Con respecto a la identificación que supone el Piercing con alguien o algo específico.

	Se sienten identificados con el atractivo físico	Se sienten identificados con la moda
Frecuencia de Mención	3	1

Los tres coinciden que de manera directa o indirecta se identifican con ideas tales como el atractivo físico o la moda, y finalmente de manera consensual establecen que esa identificación puede ser explícita, en grupos organizados, o puede tener un carácter implícito y manifestarse como una simple coincidencia de gustos con otras personas.

4.3.2.6. Con respecto a la opinión de sus familias en cuanto al uso del piercing por parte de ellos.

	Padres tienen opinión negativa	Padres indiferentes con respecto a este punto
Frecuencia de Mención	2	1

Dos de los participantes afirman que en su entorno familiar, sus padres tienen una opinión algo negativa en cuanto a que ellos practiquen el piercing; en uno de los casos, debido a que el padre supone que la hija resulta muy

provocativa para los chicos al usar la perforación corporal. En el otro caso, la madre del muchacho lo critica por el estilo de vida que lleva, en cuanto a la juerga y las anochecidas, que la madre relaciona con la pertenencia del hijo a su determinado grupo de amigos (que practican piercing). El otro muchacho afirma que su familia no opina negativamente del hecho que él use piercing, y que no por ese detalle, su estilo de vida se ve afectado.

4.3.2.7. Con respecto a la opinión de sus amigos en cuanto al uso del piercing por parte de ellos.

	A la mayoría de los amigos les agrada el hecho	A la minoría de sus amigos les parece feo o inadecuado el uso
Frecuencia de Mención	3	3

Las tres personas coinciden en que a la mayor parte de sus amigos, les agrada el hecho de que ellos usen piercing, les parece atractivo y muy de moda. También coinciden en que a algunos de sus amigos (la minoría) el piercing les parece feo o apropiado solo para adolescentes. Se habla de la influencia que ejercen los amigos, que es fuerte, pero también coinciden en que la decisión final la toma cada uno.

4.4. INTERPRETACION DE ENTREVISTAS

Se realizaron dos entrevistas a dueños de locales que aplican el piercing, para poder "cruzar" respuestas; es decir, verificar si las respuestas obtenidas de distintas fuentes coinciden en esencia, y de esta manera obtener una confiabilidad en los resultados.

Guía de Preguntas realizadas en las entrevistas.

(El desarrollo completo de las respuestas se puede observar en el Anexo 5: Desarrollo de Entrevistas a dueños de locales que realizan piercing)

- ¿Podríamos empezar con la entrevista? ¿A que actividad se dedica aquí en su local?
- ¿Durante cuanto tiempo viene realizando estas actividades?
- ¿Dónde aprendió a realizar la aplicación del piercing?
- ¿Quiénes son sus clientes principales?
- ¿Cuál es el rango de edad de la mayor parte de sus clientes?
- ¿Cuál es el nivel socioeconómico de sus clientes?
- ¿Cuánto cuesta la aplicación de un piercing?
- Y según su criterio, ¿Cuál es la principal motivación que tienen estos adolescentes y jóvenes para realizarse el piercing, específicamente?
- ¿Usted cree que las personas que vienen aquí, mayormente quieren verse mejor, físicamente?
- Y que hay de las motivaciones relacionadas con la identidad que buscan los jóvenes, ¿cree que el piercing ayuda también a afianzar su identidad?
- ¿Cree usted que muchas de las personas que vienen aquí a requerir sus servicios vienen motivados o influenciados por su grupo de amigos o amigas?

- ¿Y cree usted que se forman grupos específicos de personas que practican el piercing, algo así como grupos que tienen dentro de sus normas el realizar esta practica como parte de los requisitos para pertenecer al grupo?
- ¿Cree usted que los medios, como la televisión o las tecnologías como el Internet influyen en la toma de decisión de los jóvenes para realizar esta práctica del piercing?

4.4.1. INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS (2) A DUEÑOS DE LOCALES QUE APLICAN EL PIERCING

4.4.1.1. Con respecto a las actividades que se realizan en el local.

	Piercing	Tatuajes
Frecuencia de Mención	2	1

Uno de los entrevistados afirmó dedicarse tanto a la aplicación del piercing como a los tatuajes en el cuerpo. El otro propietario afirmó dedicarse exclusivamente al piercing.

4.4.1.2. Con respecto al tiempo que viene realizando las perforaciones corporales.

	Menos de 5 años	Mas de 5 años
Frecuencia de Mención	1	1

Uno de ellos afirmó estar ejerciendo esta actividad alrededor de 2 años, mientras que el otro señaló un periodo de 7 años, aproximadamente.

4.4.1.3. Con respecto al lugar o las circunstancias en las que aprendió a aplicar el piercing.

	Formal	Informal
Frecuencia de Mención	1	1

El primero afirmó aprender la aplicación del piercing en Los Ángeles, EE.UU., mientras que el segundo dijo aprender a partir del uso seguido por parte suya y después la de sus amigos, aquí en La Paz, Bolivia.

4.4.1.4. Con respecto a quienes son los principales clientes.

	Adolescentes y Jóvenes	Personas Pudientes
Frecuencia de Mención	1	1

Uno de ellos afirmó que sus principales clientes eran los jóvenes y adolescentes, mientras que el otro hizo referencia al nivel socioeconómico de la gente, afirmando que eran personas pudientes y que querían estar a la moda.

4.4.1.5. Con respecto al rango de edad de los clientes.

	Menores A 13 años	De 13 a 29 años	Mayores a 29 años
Frecuencia de Mención	0	2	0

Ambos coinciden en que el rango de edad pertenece a los adolescentes o jóvenes, desde los 13 hasta los veintitantos años. Afirman que los casos que salen de este rango de edad no son muy comunes.

4.4.1.6. Con respecto al nivel socioeconómico de los clientes.

	Clase Baja	Clase Media	Clase Alta
Frecuencia de Mención	0	2	2

Ambos coinciden en que se trata de gente de la clase media o alta, mayormente jóvenes de las zonas Sur, Sopocachi o Miraflores.

4.4.1.7. Con respecto al precio que tiene para los clientes la aplicación del piercing.

	Precio Menor a Bs 80	Precio de Bs 80 a 560	Precio Mayor a Bs 560
Frecuencia de Mención	0	2	1

Ambos coinciden en que depende mucho del diseño, tamaño y cantidad de material empleado. Uno de ellos brinda el rango desde Bs. 80 hasta Bs 400 o más, mientras que el otro entrega este rango: de Bs 120 hasta Bs 560 o más.

4.4.1.8. Con respecto a su opinión referida a la motivación que tienen los jóvenes para realizarse el piercing.

	Llamar la atención	Atractivo Visual	Moda
Frecuencia de Mención	2	2	2

Ambas personas coinciden en que los jóvenes se aplican el piercing para llamar la atención, verse más atractivos y estar a la moda.

4.4.1.9. Con respecto al hecho de que si los jóvenes quieren verse mejor físicamente a través del uso del piercing.

	Lograr mayor estética	Verse Distintos
Frecuencia de Mención	0	2

Afirman ambos que no es tanto el hecho de verse mas estéticos, sino distintos, llamativos, reafirmando la atracción mas que la estética.

4.4.1.10. Con respecto a la motivación relacionada con la búsqueda de identidad por parte de los jóvenes.

	Jóvenes buscan identidad	Jóvenes no buscan Identidad
Frecuencia de Mención	2	0

Ambos coinciden en que los jóvenes buscan algo o alguien con quien identificarse, y el piercing los ayuda en esto. A veces imitan a alguna persona famosa que usa piercing o lo hacen para resaltar más en su grupo de amigos o conocidos, a veces incluso por presión de los mismos.

4.4.1.11. Con respecto a que si los amigos/as de los clientes los motivan a efectuarse un piercing.

	Motivados por amigos	Amigos no influyen
Frecuencia de Mención	2	0

Ambos afirman que sí, normalmente vienen entre dos o más personas, y recién se animan a efectuarse el piercing. Muchos de ellos son referidos por clientes antiguos.

4.4.1.12. Con respecto a la formación de grupos específicos de personas que tienen el uso de piercing como requisito para pertenecer a él.

	Grupos específicos son comunes	Grupos específicos no son comunes
Frecuencia de Mención	0	2

Uno de ellos afirma que existen casos como un grupo de personas que vienen a hacerse el piercing al mismo tiempo, y que forman una especie de "pandilla". Los dos afirman que a parte de estos casos especiales, lo más común es que vienen grupos o parejas de amigos/as que si influyen en la decisión de aplicarse el piercing, pero que no tienen un grupo específico.

4.4.1.13. Con respecto a la influencia de los medios (televisión, Internet) sobre la decisión de los jóvenes de aplicarse el piercing.

	Medios influyen muchísimo	Medios influyen poco
Frecuencia de Mención	2	0

Ambos individuos coinciden en que los medios influyen muchísimo en los adolescentes y jóvenes, en general, y también específicamente en su decisión de usar el piercing, ya que tienden a imitar a personas que admiran o a enterarse de lo último en la moda a través de estos medios.

CAPITULO 5. CONCLUSIONES

Al finalizar este estudio se tienen las siguientes conclusiones, basadas en el cumplimiento de los objetivos planteados. Estas conclusiones se basan en el análisis de los datos y la información obtenida en los resultados.

Entre las principales motivaciones que tienen los jóvenes para hacerse el piercing, se determinaron:

- Como principal razón para aplicarse y utilizar el piercing, se tiene el deseo de mostrar y sentir "sensualidad", especialmente orientada hacia la atracción del sexo opuesto.
- El hecho de sentirse más atractivo(a) motiva grandemente al (la) joven, de tal modo que pretende llamar más la atención de las demás personas.
- Asimismo, la moda influye grandemente en los jóvenes, siendo el piercing un elemento que se ha extendido mucho hoy en día.
- También se considera el hecho de la identificación que buscan los jóvenes en torno a una idea o ideal, principalmente de belleza, atracción física o sensualidad.

Con respecto al comportamiento que manifiestan los grupos de jóvenes que se practican el piercing, se determinaron las siguientes características:

- En la mayor parte de los casos, los jóvenes pertenecen a grupos de amigos en los cuales, el uso del piercing es valorado pero no es una regla establecida formalmente; es decir no obligan o presionan explícitamente a las personas

para usar el piercing, pero las personas que lo hacen, destacan dentro del grupo.

- En algunos casos la búsqueda de identidad se torna muy acentuada, siendo que se forman grupos específicos que tienen entre otras características comunes, el hecho de usar el piercing. Los miembros del grupo presionan a los integrantes del mismo a efectuarse el piercing, para confirmar su pertenencia al mismo, gozando de mayores privilegios cuando lo hacen y siendo penalizados (no se los toma muy en cuenta) cuando no lo hacen.
- En menor proporción, existen algunos casos en los cuales los jóvenes se aplican el piercing como una muestra de rebeldía, en señal de protesta contra algo, normalmente, las normas establecidas por la sociedad, en este caso, referidas a la estética o moda.

En torno a la influencia ejercida por los grupos de amigos sobre los jóvenes, para lograr que se realicen el piercing, se identificaron los siguientes resultados:

- La principal influencia se debe al entorno de amigos y amigas que usan el piercing, y que sugieren hacerlo a sus conocidos.
- También es importante la influencia de los medios de comunicación, principalmente la televisión, en la cual se muestra a mucha gente famosa usando, entre otros elementos, el piercing. Se determinó que la imagen física de personas que se toman como referencia, influye mucho sobre todo en los jóvenes, que tienden a imitarlos.
- El internet asimismo es de vital importancia en cuanto que permite a los jóvenes obtener información e imágenes en torno a todo lo referente a la moda y practicas específicas de la misma, dentro las cuales se incluye el piercing.

En conclusión, se establecieron las características principales de la identificación social de los jóvenes de 18 a 25 años que se practican el "piercing" (perforación en el cuerpo), que viven en la zona sur central de la ciudad de la Paz (Zona Obrajes). En resumen, entrelazando los anteriores aspectos mencionados, se tiene:

- Los citados jóvenes en su mayoría pertenecen a la clase social media o alta, con una capacidad de gasto relativamente alta.
- Tienen un estilo de vida acomodado, entre sus principales obligaciones se hallan los estudios, y entre sus principales preocupaciones se hallan la moda, la apariencia, la búsqueda de identidad en su grupo de amigos y amigas, y la relación que tienen con el sexo opuesto.
- Asimismo, estos jóvenes siempre buscan destacar dentro de su grupo de amigos o conocidos y llamar la atención a las personas.
- Los jóvenes del estudio tienden a ir en contra de las normas establecidas, en este caso de la estética o formalidad en la apariencia física; en este sentido muestran un cierto grado de rebeldía.
- La relación que sostienen los jóvenes con su familia varía en general entre regular y buena, tomando en cuenta la aceptación de la misma referida al uso del piercing. Existen algunos casos en los cuales las familias mantienen cierto grado de oposición debido a que creen que sus hijos tienen tendencia a relacionarse con un círculo de amigos no conveniente para ellos.

CAPITULO 6. RECOMENDACIONES

Se presentan las siguientes recomendaciones, basadas en aspectos interesantes que se pudieron observar en el presente estudio. Se pueden aplicar principalmente en estudios posteriores referidos a la búsqueda de identidad por parte de los jóvenes.

Sería interesante realizar un estudio acerca de la práctica del piercing en otras zonas de la ciudad, o tomando en cuenta otros estratos sociales. Incluso se podría variar la delimitación geográfica de la investigación y aplicarla en otras regiones del país. Así se podría determinar la importancia que va adquiriendo esta práctica en los tiempos actuales.

También se recomienda estudiar otras prácticas que pueden servir para describir el comportamiento y las actitudes de los jóvenes de esta edad, como ser el uso de tatuajes en el cuerpo, dado el hecho que esta práctica es similarmente usada como elemento de identificación individual o como elemento de identificación dentro de un grupo. De esta manera se podría conocer la identidad social de otros grupos de jóvenes.

Sería asimismo interesante analizar a mayor profundidad la influencia que ejercen los medios de comunicación social, como la televisión, sobre los jóvenes, tomando en cuenta que según este estudio, los jóvenes pasan muchas horas del día viendo televisión, y que toman decisiones muchas veces basándose en la imitación de roles o actitudes que observan en los medios de comunicación social.

Finalmente, también podría ser un tema de estudio futuro, la influencia de los medios electrónicos (como la televisión por cable, o el internet) en la identidad

social del joven boliviano, siendo que debido a su influencia, los jóvenes van adquiriendo una forma de pensar y un estilo de vida distintos a los que ofrece el entorno propio.

Los resultados obtenidos se pueden generalizar en un nivel limitado, debido a que la muestra se realizó de manera no probabilística, y por lo tanto no tiene una representatividad muy elevada. Se podrían extender los resultados para describir la identidad social de jóvenes en el mismo rango de edad, que usan piercing y que vivan en otras zonas o barrios de la zona sur, aparte de Obrajes, que fue la zona estudiada.

La investigación tuvo ciertas limitaciones, como ser la escasa cantidad de documentación específica referida al tema, o prácticamente la ausencia de estudios previos en el propio medio, la ciudad de La Paz. Esto limitó asimismo el tipo de investigación, que se constituyó en descriptivo y en algunos aspectos incluso como exploratorio.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. **ARDILA ESPINEL, Noe (1982) Implicaciones para la Psicología Transcultural.** Revista Latinoamericana en Psicología No. 14.
2. **BERGUER Y LUCKMAN (1988) La sociedad como realidad subjetiva.** México Mc Graw Hill
3. **CARTWRIGHT, D. Y ZANDER, A. (1976) Dinámica de Grupos.** Editorial Trillas, México.
4. **DÍAZ GUERRERO, ROGELIO (1984). Psicología de la Cultura Mexicana.** México Trillas.
5. **ERICKSON, E. (1974) Identidad, juventud y Crisis.** Buenos Aires. Paidós, Buenos Aires.
6. **EYZEINK, Sybil B.G. (1981) Un estudio Transcultural de la Personalidad.** Revista Latinoamericana No. 16 Inglaterra.
7. **HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. (2003) Metodología de la Investigación.** México. Ed. McGraw Hill.
8. **KRAUSKOPF, D. (1994) Adolescencia y Educación.** Madrid.
9. **KRAUSKOPF, D. (1997) Crisis Social y Dificultades en la Adolescencia.** Buenos aires. Panamericana.

10. KRAUSKOPF, D. (1995) **Dimensiones del Desarrollo en la Adolescencia**. Madrid O.P.S.
11. KRAUSKOPF, D. (1996) **Reflexiones y Precisiones sobre la Identidad y la Importancia de la Perspectiva Sociocultural en los Estudios de Población**. Madrid. FLACSO, FNUAP.
12. LEVENTON, Eva (1988) **El Adolescente en Crisis**. México. Pax México.
13. LIBREROS, Andrew (2000) **Psicología Social Contemporáneo**. México Mc Graw-Hill.
14. LOPEZ, Alex (2006) **Jailones, en torno a la identidad cultural de los jóvenes de la élite paceña**. Edobol. Bolivia.
15. LUTTE, G. (1991) **La Psicología de los jóvenes de Hoy**. Barcelona. Herder.
16. MARTIN-BARÓ, Ignacio (1989) **Sistema, Grupo y Poder. Psicología Social**. México.UCA.
17. MONTERO, Maritza (1984) **Alienación e Identidad Nacional**. Caracas EBUC.
18. ONUTRIBE, Steve (2000) **El Arte Corporal del Siglo XXI**. Madrid. Iberoamericana.
19. PAPALIA, Diane. (1998) **Desarrollo Humano**. Mc Graw-Hill México.

20. PERLMAN, Arnold (1987) **Psicología Social**. México Iberoamericana.
21. RODRIGO, Arnaldo (1985) **Características Culturales de Brasil**. Ámsterdam Cross Cultural.
22. ROM, HARE LAMB (1998) **Diccionario de Psicología Social**. México Paidós.
23. SALAZAR, José Miguel (1983) **Bases psicológicas del nacionalismo**. México. Trillas.
24. SALAZAR José Miguel (1983) **Viabilidad Psicológica del Latinoamericano**. Revista Internacional ciencias Sociales No. 15.
25. SALOM de Bustamante, C. (1981) **Hacia una Psicología del Tercer Mundo** México UNAM.
26. WEINSTEIN, J. (1992) **Riesgo Psicosocial en Jóvenes**. Santiago de Chile PREALC.
27. WORD, Ellen M. (1999) **Trabajo, Clase y estado en el Capitalismo Global** Colombia

REFERENCIAS EN INTERNET:

www.t1msn.com.mx/Salud/Tusalud/SaludMedicinas/

www.artehistoria.com/contexto/laaldeaglobal.htm

www.monografias.com/trabajos15/aldea-global/aldea-global.shtml#CULTURA

www.monografias.com/trabajos6/etic/etic2.shtml

ANEXOS

ANEXO 1: CRONOGRAMA DE TRABAJO DE LA INVESTIGACION

CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDADES	2005-2006									
	Sep.	Oct	Nov.	Dic	Ene.	Feb	Mar	Abr	May	Jun
1. Estudio descriptivo										
2. Diseño de Investigación										
3. Elaboración del Marco Teórico										
4. Recopilación de datos cuantitativos y cualitativos										
5. Análisis y tabulación de datos										
6. Elaboración del cuerpo del trabajo										
7. Revisión de borradores										
8. Revisión final y presentación										

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2: ENCUESTA PILOTO A PERSONAS QUE USAN PIERCING

(Se tomaron 5 encuestas)

ENCUESTA

Mediante el siguiente cuestionario se quiere conocer la opinión de usted sobre el uso y práctica del piercing "perforaciones corporales" (body piercing). Lea las siguientes preguntas y responda de acuerdo a su criterio.

Esta encuesta es confidencial y solo será conocida por el investigador.

SEXO _____ EDAD _____ OCUPACIÓN _____

TIEMPO DE HABERSE REALIZADO LA PERFORACION _____

PARTE DEL CUERPO PERFORADA _____

NUMERO DE PERFORACIONES _____

ESTABLECIMIENTO DONDE SE HIZO LA PERFORACION _____

1. ¿Sabe usted de dónde proviene el piercing?

- a. Estados Unidos
- b. Europa
- c. Australia
- d. Canadá
- e. Otros _____

2. ¿Cómo considera usted el piercing?

- a. Erótico.
- b. Agresivo.
- c. Étnico.
- d. Decorativo.
- e. Otras: _____

3. ¿Por qué escogió perforarse esa zona?

- a. Placer
- b. Comodidad
- c. Utilidad
- d. Moda
- e. Otras: _____

4. Como se sentía usted con su cuerpo antes de realizarse el piercing?

- a. Cómodo
- b. Llamativo
- c. Feo
- d. Agradable.

5. Como se siente con su cuerpo después de realizarse el piercing?

- a. Cómodo
- b. Llamativo
- c. Feo
- d. Agradable.

6. Usted se considera una persona:

- a. Extrovertida.
- b. Equilibrada.
- c. Introvertida.
- d. Indiferente.
- e. Otras: _____

7. ¿Cómo cree que influye la práctica del piercing en la personalidad del Adolescente/Joven?

- a. La belleza
- b. El poder
- c. Realidad social
- d. Realidad cultural
- e. Otros _____

8. ¿Usted relaciona la perforación corporal con la autoestima?
- a. Demasiado
 - b. Bastante
 - c. Indiferente
 - d. Poco
 - e. Nada
9. ¿Cuál es la razón por la cual se realizó el piercing?
- a. Moda.
 - b. Rebeldía.
 - c. Curiosidad.
 - d. Mejorar la imagen.
 - e. Otras: _____
10. ¿Quién o qué lo motivo a colocarse un piercing?
- a. La publicidad.
 - b. Los amigos.
 - c. La pareja.
 - d. Todas las anteriores.
 - e. Otras: _____
11. ¿Con qué frecuencia ve usted diariamente televisión?
- a. 6 horas o más.
 - b. 4 horas.
 - c. 2 horas.
 - d. 1 hora.
 - e. Ninguna.
12. Cuando usted ve en la televisión a una persona famosa con piercing, cree que es:
- a. Llamativo.
 - b. Sensual.
 - c. Indiferente.
 - d. Desagradable.
 - e. Otras: _____

13. ¿Cuánto influyen los medios de comunicación en la práctica del piercing?

- a. Demasiado
- b. Bastante
- c. Indiferente
- d. Poco
- e. Nada

14. ¿Cree usted que la perforación corporal puede traer algunas complicaciones fisiológicas?

- a. Mucho
- b. Suficiente
- c. Indiferente
- d. Poco
- e. Nada

15. ¿Porque cree que en la adolescencia/Juventud se presenta con mayor frecuencia el piercing?

- a. Confusión.
- b. Búsqueda de identidad.
- c. Rebeldía.
- d. Baja autoestima.
- e. Otras: _____

16. ¿Cuál es su hobby?

- a. Escuchar música. ¿Qué clase de música? _____
- b. Hacer deporte. ¿Cuál? _____
- c. Actividades manuales. ¿Cuál? _____
- d. Ver televisión.
- e. Otras: _____

17. Para usted la adolescencia/juventud es:

- a. Carencia
- b. Período de cambios
- c. Afirmación de la identidad
- d. Crisis existencial

18. ¿Cree usted que las perforaciones corporales ocasionan alguna secuela física a largo plazo?

- a. Muy de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Indiferente
- d. Desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

19. ¿Usted conoce los riesgos que expone la perforación corporal?

- a. Mucho
- b. Suficiente
- c. Indiferente
- d. Poco
- e. Nada

20. ¿Qué significa ser adolescente/joven?

- a. Cambios físicos
- b. Cambios psicológicos
- c. Cambio de actitud
- d. Madurez
- e. Otros _____

21. ¿Dónde va usted a divertirse/rumbear?

- a. Forum
- b. Discoteca de su zona
- c. Discoteca zona central
- d. Equinoccio
- e. Otros: _____

22. Para usted sus amigos son:

- a. Muy importantes
- b. Significativo
- c. Indiferentes
- d. Poco importantes
- e. Insignificantes

23. Cómo es la relación con sus amigos en este tipo de práctica?
- a. Muy buena
 - b. Buena
 - c. Indiferente
 - d. Regular
 - e. Mala
24. En su grupo de amigos, ¿cuántos de ellos tienen piercing?
- a. 8 o más
 - b. 5
 - c. 3
 - d. 1
 - e. Ninguno
25. Su familia es:
- a. Represiva
 - b. Autoritaria
 - c. Comprensiva
 - d. Flexible
 - e. In diferente
26. ¿Cómo es la relación con su familia?
- a. Muy buena
 - b. Buena
 - c. Indiferente
 - d. Regular
 - e. Mala
27. ¿Cree usted que la práctica del piercing puede transgredir las normas?
- f. Demasiado
 - g. Suficiente
 - h. Indiferente
 - i. Poco
 - j. Nada

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...

ANEXO 3: ENCUESTA VALIDADA A PERSONAS QUE USAN PIERCING

(Se realizaron 20 encuestas)

ENCUESTA

Mediante el siguiente cuestionario se quiere conocer la opinión de usted sobre el uso y práctica del piercing, denominado también "perforaciones corporales" (body piercing). Lea las siguientes preguntas y responda de acuerdo a su criterio.

Esta encuesta es confidencial y solo será conocida por el investigador.

SEXO _____ EDAD _____ OCUPACIÓN _____

TIEMPO DE HABERSE REALIZADO LA PERFORACION _____

PARTE DEL CUERPO PERFORADA _____

NUMERO DE PERFORACIONES _____

ESTABLECIMIENTO DONDE SE HIZO LA PERFORACION _____

1. ¿Sabe usted de dónde proviene el piercing?

- f. Estados Unidos
- g. Europa
- h. Australia
- i. Canadá

2. ¿Cómo considera usted el piercing?

- f. Sensual
- g. Rebeldía
- h. Decorativo.

3. ¿Por qué escogió perforarse esa zona?

- f. Gusto
- g. Comodidad
- h. Utilidad
- i. Moda

4. ¿Como se sentía usted con su cuerpo antes de realizarse el piercing?
- e. Cómodo
 - f. Llamativo
 - g. Feo
 - h. Agradable
5. Como se siente con su cuerpo después de realizarse el piercing?
- e. Cómodo
 - f. Llamativo
 - g. Feo
 - h. Agradable
6. Usted se considera una persona:
- f. Extrovertida.
 - g. Equilibrada.
 - h. Introversida.
 - i. Indiferente.
7. ¿Cómo cree que influye la práctica del piercing en la personalidad del Adolescente/Joven?
- f. La belleza
 - g. El poder
 - h. Realidad social
 - i. Realidad cultural
8. ¿Usted relaciona la perforación corporal con la autoestima?
- f. Demasiado
 - g. Bastante
 - h. Indiferente
 - i. Poco
 - j. Nada

4. ¿Como se sentía usted con su cuerpo antes de realizarse el piercing?
- e. Cómodo
 - f. Llamativo
 - g. Feo
 - h. Agradable
5. Como se siente con su cuerpo después de realizarse el piercing?
- e. Cómodo
 - f. Llamativo
 - g. Feo
 - h. Agradable
6. Usted se considera una persona:
- f. Extrovertida.
 - g. Equilibrada.
 - h. Introversida.
 - i. Indiferente.
7. ¿Cómo cree que influye la práctica del piercing en la personalidad del Adolescente/Joven?
- f. La belleza
 - g. El poder
 - h. Realidad social
 - i. Realidad cultural
8. ¿Usted relaciona la perforación corporal con la autoestima?
- f. Demasiado
 - g. Bastante
 - h. Indiferente
 - i. Poco
 - j. Nada

9. ¿Cuál es la razón por la cual se realizó el piercing?

- f. Moda.
- g. Rebeldía.
- h. Curiosidad.
- i. Mejorar la imagen.

10. ¿Quién o qué lo motivo a colocarse un piercing?

- f. La publicidad.
- g. Los amigos.
- h. La pareja.
- i. Todas las anteriores.

11. ¿Con qué frecuencia ve usted diariamente televisión?

- f. 6 horas o más.
- g. 4 horas.
- h. 2 horas.
- i. 1 hora.
- j. Ninguna.

12. Cuando usted ve en la televisión a una persona famosa con piercing, cree que es:

- f. Llamativo.
- g. Sensual.
- h. Indiferente.
- i. Desagradable.

13. ¿Cuánto influyen los medios de comunicación en la práctica del piercing?

- f. Demasiado
- g. Bastante
- h. Indiferente
- i. Poco
- j. Nada

14. ¿Cree usted que la perforación corporal puede traer algunas complicaciones fisiológicas?

- f. Mucho
- g. Suficiente
- h. Indiferente
- i. Poco
- j. Nada

15. ¿Porque cree que en la adolescencia/Juventud se presenta con mayor frecuencia el piercing?

- f. Confusión.
- g. Búsqueda de identidad.
- h. Rebeldía.
- i. Baja autoestima.

16. ¿Cuál es su hobby?

- f. Escuchar música.
- g. Hacer deporte.
- h. Actividades manuales.
- i. Ver televisión.

17. Para usted la adolescencia/juventud es:

- e. Carencia
- f. Período de cambios
- g. Afirmación de la identidad
- h. Crisis existencial

18. ¿Cree usted que las perforaciones corporales ocasionan alguna secuela física a largo plazo?

- f. Muy de acuerdo
- g. De acuerdo
- h. Indiferente
- i. Desacuerdo
- j. Muy en desacuerdo

19. ¿Usted conoce los riesgos que expone la perforación corporal?

- a. Mucho
- b. Suficiente
- c. Indiferente
- d. Poco
- e. Nada

20. ¿Qué significa ser adolescente/joven?

- f. Cambios físicos
- g. Cambios psicológicos
- h. Cambio de actitud
- i. Madurez

21. ¿Dónde va usted a divertirse/rumbear?

- f. Forum
- g. Discoteca de su zona
- h. Discoteca zona central
- i. Equinoccio

22. Para usted sus amigos son:

- f. Muy importantes
- g. Significativo
- h. Indiferentes
- i. Poco importantes
- j. Insignificantes

23. Cómo es la relación con sus amigos en este tipo de práctica?

- f. Muy buena
- g. Buena
- h. Indiferente
- i. Regular
- j. Mala

24. En su grupo de amigos, ¿cuántos de ellos tienen piercing?

f. 8 o más

g. 5

h. 3

i. 1

j. Ninguno

25. Su familia es:

f. Represiva

g. Autoritaria

h. Comprensiva

i. Flexible

j. In diferente

26. ¿Cómo es la relación con su familia?

k. Muy buena

l. Buena

m. Indiferente

n. Regular

o. Mala

27. ¿Cree usted que la práctica del piercing puede transgredir las normas?

Demasiado

a. Demasiado

b. Suficiente

c. Indiferente

d. Poco

e. Nada

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...

**ANEXO 4: TABULACION DE ENCUESTAS DE PERSONAS QUE USAN
PIERCING**

TABULACION ENCUESTA PIERCING

Pregunta	Opciones					Total
	a	b	c	d	e	
1	16	4	0	0	0	20
2	10	7	3	0	0	20
3	7	4	0	9	0	20
4	5	8	0	7	0	20
5	5	7	0	8	0	20
6	6	8	4	2	0	20
7	10	4	6	0	0	20
8	0	3	6	6	5	20
9	6	4	4	6	0	20
10	2	10	4	4	0	20
11	2	6	5	7	0	20
12	6	8	4	2	0	20
13	8	6	2	2	2	20
14	6	6	1	5	2	20
15	4	11	3	2	0	20
16	6	8	2	4	0	20
17	0	13	6	1	0	20
18	0	1	4	10	5	20
19	2	4	4	8	2	20
20	5	6	8	1	0	20
21	2	4	8	6	0	20
22	5	9	2	2	2	20
23	7	8	1	2	2	20
24	4	7	7	1	1	20
25	2	3	7	4	4	20
26	6	7	2	4	1	20
27	1	2	2	9	6	20

ANEXO 5: DESARROLLO DE LA SESIÓN DEL GRUPO FOCAL

Fecha: 26 de Mayo de 2006

Horas: 19:00 a 20:30

Participantes:

- *Pedro, varón, tiene 25 años, vive en Obrajes, y usa el piercing en la lengua.*
- *Eduardo, varón, tiene 21 años, vive en Obrajes y usa el piercing en el lóbulo de la oreja.*
- *Fabiola, mujer, tiene 23 años, vive en Obrajes y usa el piercing en el ombligo.*

Moderador (M): ¿QUÉ PIENSAN DEL PIERCING? ¿QUE OPINION TIENEN DE ESTA PRACTICA?

- Fabiola (F): A mi me parece que resulta atractivo y se ve muy bien.
- Pedro (P): Lo que más me gusta es la sensación que te da cuando besas, yo tengo el piercing en mi lengua.
- Eduardo (E): Yo creo que es algo que esta de moda, muchos chicos y chicas lo usan.
- P: Claro, y lo usan porque es algo bueno, te hace destacar mas y te produce otra sensación.
- F: Claro, los chicos se ven mas bonitos cuando usan el piercing
- E: Bueno, pueden verse bien, pero yo creo que no es lo mas importante, eso es lo que he estado pensando últimamente, a veces hacen demasiado show por esto del piercing, es un adorno mas.
- P: Pero es un adorno que te hace mas atractivo

- F: Si, aunque seas un poco feo, te puede ayudar a verte mejor, mas pintado.
- E: Bueno, eso si, puede ser

M: ¿Y CÓMO SE ANIMARON A PRACTICAR EL PIERCING?

- F: A mí, alguno de mis amigos lo tenía, y se veía muy bien, le daba un poco más realce a su personalidad.
- E: Yo la verdad, lo empecé por curiosidad, quería saber que se siente, me contaron buenas cosas, y si es interesante, pero no es algo de otro mundo.
- P: (Je); A mi igual, con unos amigos nos animamos a practicar, primero los tatuajes y luego el piercing.
- F: Yo creo que se puso de moda porque muchos cantantes de música lo usan, y se les ve muy modernos y todo eso.
- E: Si es cierto, la televisión y los medios en general influyen mucho, y uno a veces quiere imitar lo que ve en la tele.
- P: Bueno, pero la tele solo te da unas ideas, o sea, montón de ideas, pero no vas a ir imitando todo lo que ves, sino, todo sería un caos, la verdad es que solo imitas aquello que te gusta y que te parece bien.
- E: Pero si una persona que tu admiras, como un cantante famoso o un artista, los ves usando algo como esto, entonces, te motivas mas a usarlo, ¿no?, entonces depende mucho de lo que tu admires, o lo que te gusta, y como reaccionas ante ello.
- F: Si, la televisión o los amigos te pueden influir, pero finalmente eres tú el que decides si vas a usar algo o no, si es que lo vas a hacer.
- E: Bueno, eso es cierto, aunque se requiere mas madurez para eso, y cuando eres joven, muchas veces te dejas llevar por los amigos y lo que esta de moda.
- P: Bueno, si, eso es cierto.

- F: Si, las cosas de afuera te influyen pero eres tú el que decides, según tu grado de madurez.

M: ACTUALMENTE, ¿USTEDES PERTENECEN A ALGUN GRUPO QUE PRACTICA EL PIERCING?

- F: No, pues algunos de mis amigos y amigas usan piercing, pero no tenemos un "club oficial" o algo así, es algo más que cada uno tiene, y otros no.
- E: Yo igual, es algo casual, no es un requisito para pertenecer al grupo de amigos, cada uno tiene su mambo, y nadie te ralea o no por tener piercing u otras cosas.
- P: Bueno, en mi caso, aunque no lo digamos así de frente, como que cada uno tiene que usar el piercing para formar parte importante del grupo, si no lo tienes, igual puedes estar con nosotros, pero no te damos tanta bola, es como si no pertenecerías mucho al grupo, como si fueras un invitado pero no de los que siempre estamos por ahí, andando juntos.
- E: ¿Pero no crees que eso está mal? ¿No es medio feo que estén raleando a alguien por no usar el piercing?
- P: No, no los estamos raleando, pero es que se sienten más parte del grupo los que sí lo tienen, es como un carné de identidad que te hace pertenecer más comprometido al grupo, pero no nos rayamos si no lo quieres usar, pero te quedas un poco fuera del círculo que toma las decisiones (jaja)
- F: Ah entonces, si los ralean, indirectamente...
- P: Nomás tantito
- E: A eso me voy, no me parece que por algo tan superficial, ralees a la gente

- P: No es algo tan superficial, y repito que no hay mala onda con los que no lo usan, pero es algo que te distingue, te hace ver mejor y te hace tener más personalidad.
- F: Bueno, en lo que yo si estoy de acuerdo es en que si te hace ver mas atractivo y te distingue de los demás... Una vez yo ví a un chico en un boliche con el piercing en la ceja y se veía súper, me encanto, y hasta me anime a hablarle y me cayo rebién; creo que por ese detalle me llamó la atención y después hasta estuvimos juntos y todo...
- E: Ya ve, para eso nomás sirve, ¡para llamar la atención a las chicas!
(Risas)
- P: (Jeje), Pero eso no tiene nada de malo, eso es lo que todos queremos, llamar la atención a las chicas, o a las personas del sexo opuesto, ¿o no? ¿O vas a negarlo?
- E: No, esta bien, todos queremos llamar la atención y destacar con las minas, pero por otras cosas mas importantes pues, no porque uses el piercing, eso te hace mas bello o mas atractivo...
- F: No, claro que si, te hace mas atractivo, o tú cuando ves a una chica con piercing no te llama mas la atención, te parece que aunque no sea tan bonita, se ve bien, y tiene mas personalidad.
- P: Eso es lo que yo digo, que te hace tener mas personalidad, o que te hace destacar entre lo común de la gente, y a las chicas les gusta eso, un hombre diferente, o alguien que quiera destacar con su manera de ser, de vestir o de usar algo como el piercing.
- E: Eso esta bien, tu manera de ser, de comportarte, eso es mas importante que esto (apunta el piercing), yo también lo uso ocasionalmente, pero se que eso no me va a garantizar ligar con una chica, lo que mas me importa es mi personalidad, como las trato y todo eso.

- F: Pero ahí esta pues, el piercing es algo mas que se añade a tu personalidad, algo que te aumenta el atractivo personal que puedas tener, o en algún caso, que lo disimules (risas).

- M: BUENO, ENTONCES DICEN QUE EL PIERCING TIENE MUCHO QUE VER CON LA PERSONALIDAD QUE UNO TIENE, O QUE QUIERE AFIANZAR CON LOS DEMAS.

- E: No, yo creo que tiene que ver, pero no tanto, es una etapa nomás, cuando eres adolescente pruebas de todo, y quieres destacar de cualquier forma, pero solo es una manera de hacerlo, hay muchas maneras, la música, como te vistes, lo que haces, con quienes andas...

- F: Bueno, entonces estas diciendo que si tiene mucho que ver, porque hacerse un piercing claro que lo haces por verte y sentirte mejor, para destacar dentro de un grupo o para atraer a mas personas del sexo opuesto, y todas estas cosas tienen mucho que ver con la personalidad, o sea que vas afianzándote en todos esos aspectos, y te puede durar mucho tiempo, no solamente en la adolescencia o juventud, si tu realmente lo quieres.

- P: Bueno, yo creo que si tiene que ver mucho, aunque claro, yo pienso que mas en la adolescencia, cuando uno es chango, quieres tener amigos, chicas y todo eso, entonces el piercing te ayuda con eso, te hace, o te puede hacer mas popular.

- M: HABLEMOS AHORA EN CUANTO A IDENTIDAD, ¿USTEDES CREEN QUE AL PRACTICAR EL PIERCING, SE IDENTIFICAN CON ALGO O ALGUIEN EN PARTICULAR?

- P: Yo la verdad me identifico con lo que esta de moda, con lo que te puede hacer destacar y con lo que te hace sentir bien. Esa es mi posición.

- E: Yo no, creo que el piercing es algo muy particular en si mismo, yo puedo usar piercing y no identificarme con las demás personas que usan piercing, yo lo puedo hacer por un motivo y los demás por otro. Yo no pertenezco a un grupo específico que use el piercing, y no me pueden categorizar o etiquetar por el solo hecho que haya escogido usar un objeto de adorno o no.

- F: Bueno, tal vez tu caso sea distinto, pero hay mucha gente que usa el piercing y se identifica con algo, o pretende hacerlo, sea un grupo de joda, un movimiento de rebeldía o algo así, o también gente que lo usa para sentir mas placer o atractivo, en todo caso, aunque no formen un grupo de amigos, aun sin conocerse, están formando parte de un grupo que busca algo, que quiere demostrar algo o que simplemente les gusta lo mismo. Eso ya sería una identificación con una idea o forma de ser.

- P: Claro, aunque no se den cuenta, ya pertenecen a un grupo de jóvenes o personas que tienen los mismos gusto o que coinciden por lo menos en algo, que les gusta verse mejor o distinto, o les gusta sentir las mismas cosas.

- E: Pero entonces no es una identificación armada, organizada, sino simplemente una coincidencia de gustos, es como si a mi me gusta usar el color azul para vestir, y lo uso, no significa que estoy identificado con un grupo de personas que visten azul, sino que coincidentemente hay otras

personas, y seguramente muchas, que les gusta este color y por eso lo utilizan.

- F: Pero no siempre, hay también grupos organizados, digamos como pandillas o algo así, que además de usar piercing tienen otras ideas o cosas que comparten y entonces forman un grupo, y entonces se identifican con ese grupo, y el usar piercing es parte de lo que significa pertenecer a ese grupo.

- P: Exacto, yo como te dije, tengo un grupo que nos gusta siempre estar a la moda, no por estar no, sino porque nos gusta lo bueno, lo moderno y queremos destacar, no queremos ser como el común de la gente, sino que queremos ser distintos, ser nosotros mismos, tener mas personalidad, y entonces usamos el piercing y otras cosas, como tatuajes y otras, que ya son como símbolos que te hacen pertenecer al grupo, que te distinguen de los demás.

- E: Bueno, puede ser, aunque yo no me siento como parte de ningún grupo específico...

- P: Pero hay otros que si, y yo diría que muchos, lo hacen por ese motivo.

- F: Si, yo también creo que muchos chicos y chicas lo hacen por eso.

- M: Y QUE MAS ME PUEDEN DECIR AL RESPECTO, QUE OPINAN SUS PADRES, SU FAMILIA AL RESPECTO, QUE OPINAN DEL HECHO QUE USTEDES PRACTIQUEN EL PIERCING?

- F: Mmm... En mi casa no se rayan mucho, solo mi papá, que me dice a veces que me puede afectar algo en mi cuerpo el usar mucho este aro (en el ombligo). Pero la verdad yo creo que lo que mas le preocupa es lo que los chicos me anden chekeando, y mas esta parte del vientre, porque lo uso (el piercing). (risas leves)
- P: Jeje, si pues son celosos los papás... A mi no me dicen nada, claro a veces me dicen que por que salgo hasta tan tarde, que por que ando con ese grupo de amigos, que mas me hacen farrear y todo eso, pero no es tan directo con respecto al piercing sino a los amigos que tengo.
- E: Pero entonces si están criticando el piercing, o mejor dicho la filosofía que tienes, en la cual usas el piercing, eso de andar de joda, chupando y amaneciéndote y todo eso...
- P: Pero con o sin piercing, igual yo creo que los jóvenes nos gusta eso, entonces no me joden tanto por el piercing.
- E: Si, pero el piercing representa que perteneces a ese grupo, y todo lo que el grupo haga, tu tienes que hacer, sino te ralean, ¿no ve?, entonces el piercing influye para que te jodan en tu familia y te critiquen y todo eso...
- F: Bueno, pero eso ya es otro tema, la cosa es hablar de que te dicen tus familiares por usar el piercing.
- P: Si, esa es la pregunta, y a vos (Eduardo) ¿que te dicen?

- E: Bueno, en mi caso no hay lío, porque saben que soy un muchacho responsable, que estudio y que no por usar un aretito me voy a descarrillar, sino que es un asunto de moda y de querer verme así.
- F: Pero eso no significa que todos los que usan el piercing se vuelven así descarrilados o eso, yo conozco mucha gente que igual estudia o trabaja y que el piercing no les hace hacer nada malo.
- P: Si, es lo mismo que yo digo, no por usar piercing eres un loco o vago, hay de todo en este mundo, igual hay gente que farrea y hace macanas y no usan piercing...
- E: Bueno, eso si, es verdad...
- F: Si, Así es.
- M: ¿Y QUE TAL LOS AMIGOS Y AMIGAS, QUE OPINAN ELLOS DE LA PRACTICA DEL PIERCING POR PARTE DE USTEDES? ¿QUE PIENSAN ELLOS DEL HECHO QUE USTEDES USAN PIERCINGS?
- P: Pues a mí, la mayor parte de mis amigas y amigos les encanta, les parece "cool" y siempre causo buena impresión cuando me presentan gente nueva.
- E: A los míos les parece interesante, algunos me dicen que es para changos, pero yo creo que no tiene edad, es según lo que quieras expresar, y eso no tiene edad.

- F: Mis amigos tampoco se hacen lío, creen que es algo bonito, y que depende de cada quien, aunque claro, siempre hay algunos que dicen que no se ve bien, pero son los menos...
- P: Si, siempre hay gente que critica, pero lo interesante es que siempre critican lo novedoso, lo que sale fuera de las normas, es cuestión de tener personalidad y no dejarse influir por lo que te dicen...
- E: Pero eso de no dejarte influir es muy relativo, porque como decías, tu mismo empezaste con esto del piercing por la influencia de amigos, ¿no?
- P: No, pero eso es distinto, yo me metí en esto con unos amigos, pero no es que me deje influir por ellos, sino que yo quería esto y ellos también.
- E: Entonces hay influencia...
- F: Pero no manipulación, que sería distinto.
- P: Eso, eso mismo.
- E: Pues depende de cómo lo veas.

M: BIEN, POR ULTIMO, LES AGRADEZCO SU PARTICIPACION, Y ESPERO QUE TODOS HAYAMOS APRENDIDO Y COMPARTIDO COSAS QUE NOS HAGAN REFLEXIONAR MAS ACERCA DE ESTE TEMA TAN INTERESANTE. GRACIAS.

ANEXO 6: DESARROLLO DE LAS ENTREVISTAS (2) A DUEÑOS DE LOCALES QUE HACEN PIERCINGS

ENTREVISTA A UN DUEÑO DE LOCAL (LOCAL A) QUE APLICA EL PIERCING.

- Entrevistador (E): Buenas Tardes, podemos empezar con la entrevista... ¿A que actividades se dedica aquí en su local?
- Dueño (D): Buenas Tardes, me dedico principalmente a la aplicación de tatuajes en la piel y a la perforación corporal o piercing.

- E: ¿Durante cuanto tiempo viene realizando estas actividades?
- D: Ya casi son dos años, más o menos.

- E: ¿Dónde aprendió a realizar la aplicación del piercing?
- D: Yo aprendí a realizar el piercing cuando me encontraba en EE.UU., hace unos años atrás, cuando estaba en la ciudad de Los Ángeles. Esta era una práctica relativamente común en esa época.

- E: Y, ¿Quiénes son sus clientes principales?
- D: Bueno, la mayoría de las personas que vienen aquí son chicos y chicas, jóvenes, que quieren hacerse tatuajes o perforaciones corporales. Aunque también hay algunos adolescentes jovencitos o también algunos adultos.

- E: ¿Cuál es el rango de edad de la mayor parte de sus clientes?
- D: Como te decía, el rango de edad es de jóvenes, bueno, incluidos adolescentes, desde los 15 años hasta los veinticinco o treinta inclusive. Son los que mas piden estas cosas.

- E: ¿Cuál es el nivel socioeconómico de sus clientes?
- D: En general, viene gente de clase media para arriba, normalmente vienen de todas las zonas, aunque los que mas vienen son de las zonas residenciales, Sopocachi, Miraflores y también mucha gente de la zona sur, es gente que tiene plata, y normalmente es gente que no se hace tanto lío al momento de pagar.

- E: ¿Cuánto cuesta la aplicación de un piercing?
- D: El precio es variable según el lugar de perforación, el tamaño, la forma y la calidad de los materiales utilizados, de los aros y todo eso. Puede costar desde el más sencillo, unos 80 o 100 Bs hasta 400 o más.

- E: Y según su criterio, ¿Cuál es la principal motivación que tienen estos adolescentes y jóvenes para realizarse el piercing, específicamente?
- D: Bueno, sin duda yo creo que la mayor parte de estos jovencitos y chicas lo hacen para llamar la atención, para verse bien y sentirse atractivos; siempre es algo distintivo que te hace destacar y verte a la moda, yo creo que es eso.

- E: ¿Usted cree que las personas que vienen aquí, mayormente quieren verse mejor, físicamente?
- D: No solo es verse mejor, sino distinto, hay algunas personas que no son tan atractivas y se hacen el piercing para resultar mas lindos o lindas, pero también hay muchas muchachas y muchachos que si son pintudos y sin embargo quieren hacerse esto para distinguirse de los demás, para ser mas llamativos; es decir, no es que sean feos, ya son lindos, pero esto, además

de su atractivo físico les da mas realce, y eso yo creo que lo buscamos todos...

- E: Y que hay de las motivaciones relacionadas con la identidad que buscan los jóvenes, ¿cree que el piercing ayuda también a afianzar su identidad?
- D: Si, también, yo creo que también esta relacionado, porque los adolescentes siempre están al tanto, o quieren estar al tanto de todo lo que esta de moda, y esto los ayuda a sentirse bien consigo mismos, tal vez se identifican con muchos de sus "ídolos" como los que se puede ver aquí (muestra unos posters y fotografías de personas famosas usando piercing y tatuajes). Bueno, es cosa de identificarse con alguien que admiras y también tiene mucho que ver con el grupo de amigos que se tiene.

- E: Justamente mi siguiente pregunta viene a eso, ¿cree usted que muchas de las personas que vienen aquí a requerir sus servicios vienen motivados o influenciados por su grupo de amigos o amigas?
- D: Claro que sí, es obvio, la verdad es que la mayor parte de mis clientes nunca vienen aquí solos, siempre vienen acompañados por algún amigo o amiga, a veces con un grupo, y normalmente la persona que los trae ya se hizo el piercing antes, normalmente aquí mismo. La mayor parte de mis clientes son referidos y los traen aquí mis antiguos clientes, o sea que se va expandiendo esto de "boca en boca", como se dice.

- E: ¿Y cree usted que se forman grupos específicos de personas que practican el piercing, algo así como grupos que tienen dentro de sus normas el realizar esta practica como parte de los requisitos para pertenecer al grupo?

- D: Pues, sí, a mi me consta que existen algunos grupos de amigos que les exigen o alientan a que se apliquen el piercing, pero en la mayoría de los casos no es una obligación explícita, sino que mas bien es una decisión voluntaria, aunque siempre hay algún amigo o amiga que te influye y te anima a realizar esto de una vez, porque a veces piensas y dices, "si, lo haré alguna vez, mañana, etc.", pero vienen aquí con un amigo o amiga que les dice, "ya, de una vez, ahora o nunca". Y entonces la persona se anima. Es muy rara la persona que viene aquí sola y lo hace. Pero hay de todo. Una vez vinieron un grupo como de diez muchachos y todos se hicieron el piercing, era algo así como su "bautizo" para realizar actividades juntos.
- E: ¿Cree usted que los medios, como la televisión o las tecnologías como el Internet influyen en la toma de decisión de los jóvenes para realizar esta práctica del piercing?
- D: Definitivamente, los medios te influyen bastante, a veces demasiado diría yo, especialmente los videos musicales y las paginas de Internet donde se muestra a la juventud, cantantes o artistas que usan estas cosas, entonces se les llena la cabeza a los chicos y quieren imitar lo que ven. Yo no veo en esto nada malo, del piercing, por ejemplo, pero hay otras cosas en las cuales los medios afectan negativamente en los muchachos, como la drogadicción, la promiscuidad y otros vicios...
- E: Bueno, entonces le agradezco por brindarme parte de su tiempo y compartir esta información conmigo. Ha sido un gusto, muchas gracias.
- D: De nada, bueno, espero haber aportado con mis datos, y espero que su estudio vaya por buen camino.
- E: Gracias, hasta luego
- D: Hasta luego.

ENTREVISTA A UN DUEÑO DE LOCAL (LOCAL B) QUE APLICA EL PIERCING

- Entrevistador (E): Buenos días, ¿podríamos empezar con la entrevista? ¿A que actividad se dedica aquí en su local?
- Dueño (D): Buen día, como puedes ver, lo que hago aquí son perforaciones corporales (piercing), tanto en las orejas, cejas, labios, ombligo, etc. Donde quieras...

- E: ¿Durante cuanto tiempo viene realizando estas actividades?
- D: Uf... son muchos años ya, deben ser como unos 7 u 8.

- E: ¿Dónde aprendió a realizar la aplicación del piercing?
- D: La verdad es que yo empecé usando un piercing hace mucho tiempo, y me gusto tanto, que me entere más de eso, muchos de mis amigos también se animaron y resulta que un tiempo después ya estaba yo con mi equipo básico y comenzando esta actividad desde mi casa, aquí en La Paz, con amigos y conocidos. A partir de ahí creció hasta llegar a lo que ves ahora.

- E: Y, ¿Quiénes son sus clientes principales?
- En general viene gente que es nomás pudiente, porque los costos también así lo exigen. Son personas que quieren estar a la moda y que tienen el dinero para hacerlo.

- E: ¿Cuál es el rango de edad de la mayor parte de sus clientes?
- D: Es gente joven la que viene aquí, de 13 hasta veintitantos, la mayoría. A veces vienen algunas personas mayores, pero no es lo común. Yo diría que es gente de esta edad.

- E: ¿Cuál es el nivel socioeconómico de sus clientes?
- D: De clase media alta o alta, directamente, son jóvenes que tienen dinero y pueden ponerse uno o más piercings en su cuerpo. Como en todo hay excepciones, pero la mayor parte de la gente que viene aquí es así.

- ¿Cuánto cuesta la aplicación de un piercing?
- Pues varía desde unos 15 \$US hasta 70 o mas, porque hay personas que quieren varios anillos o aros, a veces los combinan con formas raras, y entonces el precio va subiendo. Pero es un servicio de calidad y los materiales son de primera, al igual que la higiene y todo eso. Hay que tener cuidado, porque si te vas a uno de esos lugares que te cobran barato, quien sabe si puedes pescar alguna enfermedad o algo. Aquí no es así.

- E: Y según su criterio, ¿Cuál es la principal motivación que tienen estos adolescentes y jóvenes para realizarse el piercing, específicamente?
- D: Es para mostrar, para hacer "show", todos quieren estar a la moda, mostrar lo que tienen o llamar la atención, y el piercing si que sirve para eso. Aunque hay algunos que lo hacen yo creo por rebeldía, por querer ser originales también.

- E: ¿Usted cree que las personas que vienen aquí, mayormente quieren verse mejor, físicamente?
- D: No tanto, porque muchos de los que vienen aquí ya son bastante atractivos, muchas chicas lindas también vienen. Es como te decía, para llamar la atención, más que nada.

- E: Y que hay de las motivaciones relacionadas con la identidad que buscan los jóvenes, ¿cree que el piercing ayuda también a afianzar su identidad?
- D: Bueno, esa es una pregunta interesante... Pues me parece que de una u otra forma puede ser así, porque eso de la adolescencia es algo bien jodido, uno prueba de todo, y con todos, y el hecho de usar un piercing te hace resaltar más, con las chicas o tu grupo de amigos, entonces yo creo que sí, que te ayuda a identificarte con algo o alguien en tu búsqueda de uno mismo, te hace sentir más importante y como que te dan más importancia en tu grupo de conocidos.

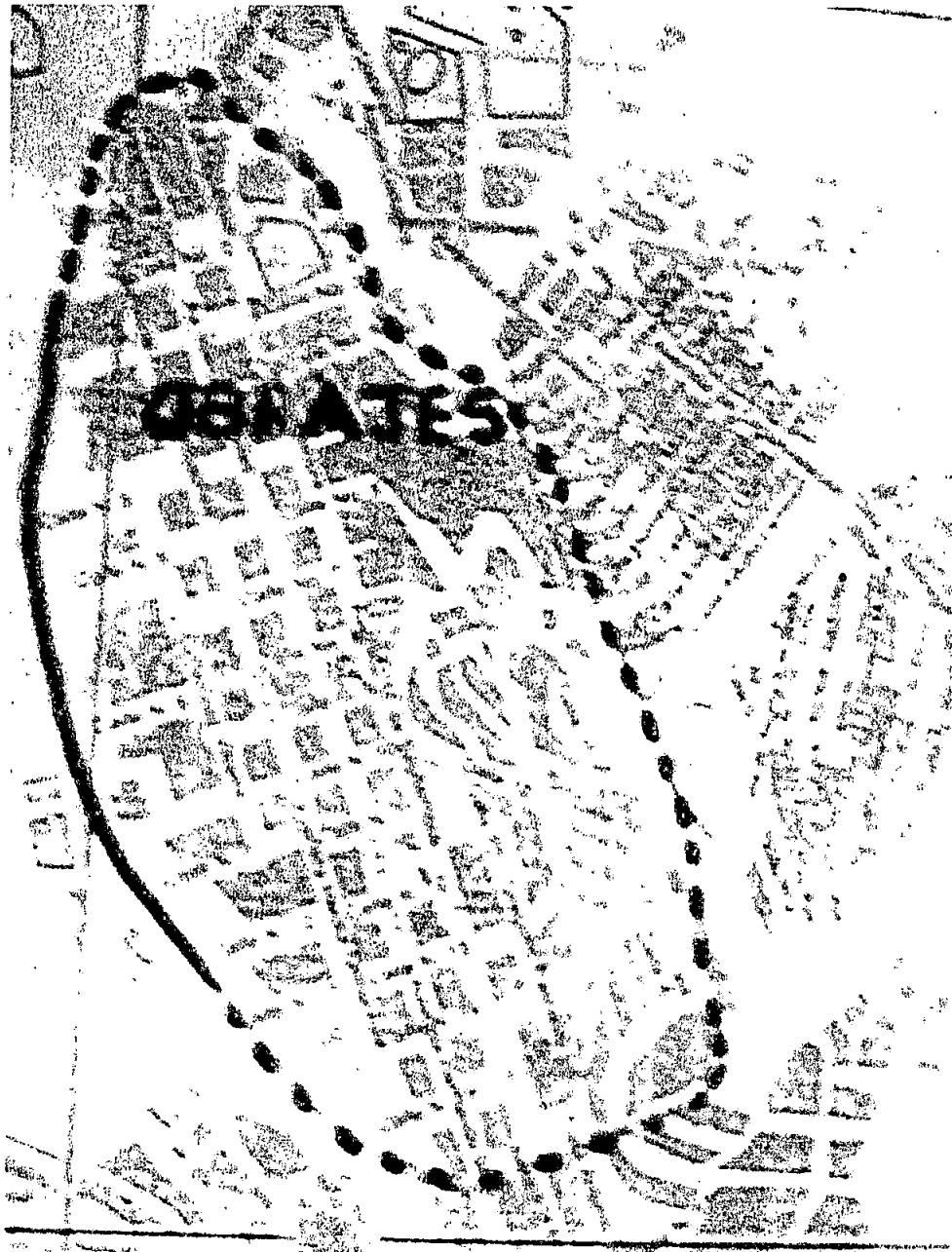
- E: ¿Cree usted que muchas de las personas que vienen aquí a requerir sus servicios vienen motivados o influenciados por su grupo de amigos o amigas?
- D: Sí, hay un dicho que dice "dime con quien andas y te diré quien eres", y eso se cumple aquí, como en todo. Casi siempre vienen entre dos o más personas a hacerse el piercing. Es interesante, creo que solitos no se animarían. La cosa es que normalmente vienen porque el amiguito o amiguita lo tienen y ellos no quieren quedar atrás...

- E: ¿Y cree usted que se forman grupos específicos de personas que practican el piercing, algo así como grupos que tienen dentro de sus normas el realizar esta práctica como parte de los requisitos para pertenecer al grupo?
- D: En general no, vienen más que todo personas de a dos, o alguna vez tres o cuatro, pero es más que todo un grupo de amigos que se dedican a estudiar juntos, o se conocen de la U o el colegio y creen que es divertido o está de moda el piercing, entonces se animan. Alguna vez, claro, vienen chicos de alguna pandilla o grupo así, que quieren hacerse un diseño

especial, con su logo y todo eso, también los atiende, claro, pero con mucho cuidado que no sean chicos que se dediquen a las drogas, violencia o algo parecido, porque no me gusta fomentar eso.

- E: ¿Cree usted que los medios, como la televisión o las tecnologías como el Internet influyen en la toma de decisión de los jóvenes para realizar esta práctica del piercing?
- D: Si, claro, hoy en día todo es televisión por cable, juegos en red o internet, ya no hay muchas actividades de otro tipo para los jóvenes. Y en todo eso que ven, les influye mucho lo que viene de otros países, del extranjero, siempre ha sido así, y el piercing no es la excepción... Entonces yo si creo que les influye mucho todo eso en la decisión de hacerse el piercing.
- E: Bien, entonces con eso llegamos al final de la entrevista. Muchas gracias por brindarme todos estos datos. Gracias, hasta luego.
- D: No hay problema, entonces que te vaya bien y para mi también ha sido interesante compartir lo que yo sé del tema. Gracias por todo, chao.

ANEXO 7: MAPA DE LA ZONA SUR CENTRAL (ZONA DE OBRAJES)



ANEXO 8: FOTOS DE PIERCINGS Y JOVENES QUE USAN PIERCINGS.

