

197



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

“ANALISIS DE RECEPCION DEL ARQUETIPO TELEVISIVO”

TESIS QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
PRESENTA

IVETT ALEJANDRA SALCEDO OROPEZA



ASESORA: MTRA. FRANCISCA ROBLES

MEXICO, D. F.

2002

TESIS CON
FALLA DE ORDEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Paginación

Discontinua

Dedicatoria

A mis padres.

*Por haberme dado la vida
y brindarme su amor
incondicional.*

A mis hermanos.

*Por ser parte de la alegría
de mi existencia.*

A todos aquellos que forman parte importante de mi vida

Agradecimientos

A Francis.

*Por su apoyo y paciencia
para hacer posible la
culminación de este
proyecto.*

A cada uno de los que colaboraron en este trabajo

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO:

1. USOS Y GRATIFICACIONES EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN 1

- 1.1 Usos del mensaje televisivo 6
- 1.2 Creación de arquetipos televisivos 12
- 1.3 La imagen femenina 16

CAPITULO:

2. LA ANOREXIA, ¿ENFERMEDAD SOCIAL O RESPUESTA AL ARQUETIPO FEMENINO? 20

- 2.1 Condición femenina y culto al cuerpo 27
- 2.2 ¿Qué es la anorexia? 32
- 2.3 Factores de influencia en los trastornos alimentarios (anorexia) 40
- 2.4 Grupos vulnerables 46

CAPITULO:

3. AGENTES REFORZADORES DEL ARQUETIPO FEMENINO 52

- 3.1 Moda (indumentaria) y modelos mediáticos 52
- 3.2 Publicidad adelgazante 59
- 3.3 El mundo de las telenovelas 63

CAPITULO:

4. ANÁLISIS DE RECEPCIÓN DEL ARQUETIPO FEMENINO TELEVISIVO EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES 69

- 4.1 Recepción televisiva 69
- 4.2 Hablan las adolescentes 72
 - 4.2.1 Veo y Siento 74
 - 4.2.2 La obsesión 75
 - 4.2.3 El "beneficio" 75
 - 4.2.4 El conflicto interno 76
 - 4.2.5 La presión 78
 - 4.2.6 Los prejuicios 79
 - 4.2.7 Los efectos 79
- 4.3 Hablan las adolescentes enfermas 80

CONCLUSIONES 93

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se abordará el tema de la anorexia como uno de los trastornos alimentarios más graves en la actualidad, y que afecta el desarrollo tanto individual como colectivo, principalmente de las mujeres adolescentes.

Ello ante su vulnerabilidad como grupo social inmerso en un mundo plagado de presiones en torno al cuerpo femenino, provenientes de las distintas instituciones sociales y culturales que componen nuestra sociedad (la familia, la escuela y los medios de comunicación).

De ahí que, en el primer capítulo, abordaré el tema de los usos y gratificaciones en los medios de comunicación, considerados como instituciones sociales que nos identifican como una sociedad moderna, razón por la cual hacer uso de ellos es inevitable y, hasta cierto punto, necesario para nuestra vida diaria, sin olvidar, desde luego, que su uso está siempre ligado a una finalidad concreta, que va desde la mera información hasta la distensión o evasión.

En este contexto es importante reconocer que la televisión tiene, aquí y ahora, un lugar privilegiado en el gusto de la sociedad y, por consiguiente, en su uso y en el reforzamiento de la ideología dominante.

También hablaré de cómo, al igual que los demás medios, el uso de los mensajes televisivos obedece a una serie de intereses y necesidades propias de los individuos, mismas que los sitúan como parte activa en el desarrollo del proceso de comunicación colectiva que se establece entre emisor y receptor.

Dentro de este proceso existe una relación causa-efecto, sin embargo, en nuestro estudio, se considerarán los fundamentos básicos de la teoría de los Usos y Gratificaciones para determinarla, ya que aquí el receptor tiene la capacidad de seleccionar, es decir, "la audiencia tiene ciertas expectativas hacia los medios, y en particular hacia la televisión, y que esas expectativas influyen en la selección del medio y del programa". (VILCHES, 1993:49)

Posiblemente el uso de la televisión como aparato electrodoméstico se encuentre también ligado a sus características físicas y al poco esfuerzo que representa prenderla. No obstante, el uso de sus contenidos, es decir, su selección, está ligada y motivada más por factores de tipo emocional y social.

Además de los mensajes verbales, la pequeña pantalla tiene el don de la imagen, gracias a la cual el mundo puede ser visualizado de una forma "más real", sobre todo para las nuevas generaciones, que se han desarrollado dentro de una cultura visual, por lo que, a través de la televisión, experimentan un conocimiento inmediato o directo del mundo que los rodea, convirtiéndose en uno de los referentes más importantes de su experiencia personal y social.

"Las imágenes en la comunicación de masas se transmiten en forma de textos culturales que contienen un mundo real o posible, incluyendo la propia imagen del espectador" (VILCHES,1991:9), por lo que, la representación del mundo que vemos en la televisión, contiene una carga importante de elementos subjetivos, personales, ideológicos, sociales y culturales de quien la construye, y es captada con esta misma carga de elementos subjetivos propios de cada receptor, suscitándose entonces una confrontación entre la realidad mediática y la realidad social.

En la parte final del primer capítulo se hará referencia a la creación de arquetipos televisivos a partir de las imágenes de la televisión, que son, por sí mismas, mensajes, aunque en su forma no verbal, pero que en ocasiones se tornan más atractivos para los receptores y llegan a convertirse en sus arquetipos o modelos a seguir, y en consecuencia, en un instrumento más del aparato ideológico dominante.

Principalmente nos referimos a la imagen femenina actual (delgada, atlética, andrógina, estética) promovida principalmente por la televisión, aceptada socialmente, y que ha colocado a la apariencia física en un plano preferente.

Es necesario destacar que no sólo la imagen, sino también la identidad femenina siempre han estado determinadas a partir de una perspectiva de género, y aunque estos modelos culturales han evolucionado, los cambios no han sido de fondo porque se le sigue considerando un objeto de deseo, belleza y sensualidad para el otro, y de reproducción.

Con ello me refiero a la ideología patriarcal que prevalece en nuestra sociedad, la cual determina el ser, el valer, la identidad y vida propia de las mujeres, con la finalidad de satisfacer los intereses y necesidades masculinos, sin importar las consecuencias o efectos que puedan desencadenar, como en este caso particular, la anorexia y sus implicaciones, tales como el culto al cuerpo, los factores de influencia y los grupos vulnerables, temas de los cuales nos ocuparemos en el segundo capítulo.

Es preciso destacar que, hoy en día, las características de esta nueva imagen femenina son bastante alejadas de nuestra realidad social, es una imagen delgada, casi esquelética, andrógina, pero a la cual se le han atribuido valores sociales como la belleza, el éxito, la felicidad, aceptación, modernidad y juventud, valores que repercuten en la percepción que las mismas mujeres tienen sobre su cuerpo y, a partir de ello, su valor propio como "seres humanos".

Lo anterior está relacionado con los diversos factores de influencia y presión que incitan a muchas mujeres, desde la adolescencia, a rendirle culto a su cuerpo, considerándolo un objeto que les permitirá alcanzar la plena felicidad, no obstante los sacrificios y peligros (anorexia) a los que se tengan que exponer.

Se determinó concentrar la presente investigación en mujeres adolescentes, no por casualidad, sino porque se trata de un modelo o arquetipo que afecta fundamentalmente al género femenino y a su imagen física corporal, dándonos la pauta para pensar en esta etapa de desarrollo, en la cual se presentan una serie de cambios emocionales y físicos - convirtiéndose en un grupo vulnerable- que obligan a situar la atención en el cuerpo y en la nueva situación social, llámese integración, aceptación e identidad con nuevos grupos.

La gravedad del asunto radica en que el nuevo modelo ideal femenino promovido en nuestra sociedad, está siendo utilizado por las adolescentes como su "yo ideal", pero un "yo ideal" fantástico, inalcanzable, originando un inquietante brote de anorexia y bulimia, enfermedades clasificadas dentro de los trastornos alimentarios, es decir que generan problemas con la ingesta o no de alimentos.

"Aunque en México no haya cifras oficiales sobre estas enfermedades, debido a que puede confundirse con la desnutrición ante los altos índices de marginación, estudios recientes revelan que tres de cada diez mujeres sufre uno de estos trastornos. Más aún, existen documentos con datos alarmantes que hablan de siete anoréxicas o bulímicas por cada diez". (LILIANA MARTÍNEZ, AL NATURAL: 4)

En el capítulo tercero hablaremos de los agentes reforzadores del actual arquetipo femenino de belleza, es decir, de la continua repetición de estos modelos en la programación televisiva, llámese telenovelas, publicidad, series, etc., y de sus efectos, que no sólo alcanzan a las adolescentes, sino que actúan sobre la ideología y conducta de la sociedad en torno a este nuevo modelo estético femenino, convirtiéndose en parte de nuestra cultura.

"La cultura -considerada desde una perspectiva antropológica- se interpretaría desde dos distinciones básicas: un sistema de instituciones materiales y otro sistema de significados, símbolos y valores, que establecerían las reglas de adaptación y de relación del grupo en las interacciones y en sus relaciones con la Naturaleza y con los otros grupos". (MUÑOZ,1995:231,232)

Tomando en cuenta en nuestro trabajo la interpretación de la cultura como un sistema de significados, símbolos y valores, se deduce la importancia o, mejor dicho, el papel que todas las instituciones que la conforman -familia, escuela, religión- juegan en la promoción y difusión de este nuevo arquetipo de belleza, al grado de ser considerados fuertes elementos de presión social sobre este grupo tan vulnerable: las adolescentes.

Lo anterior está íntimamente relacionado con la condición femenina, determinada socialmente a través del tiempo, en donde la mujer tiene que enfrentarse a su papel reproductivo y a su papel como objeto de belleza, aunque no podemos olvidarnos de la perspectiva de género que caracteriza esta división y asignación de roles sociales.

Se retomará el papel que juega la televisión en la imposición de estos modelos femeninos, a través de sus agentes reforzadores como la moda, la publicidad "light" y las telenovelas, que son, en gran medida, contenidos dirigidos a la comunidad femenina.

En el cuarto y último capítulo se analizarán algunos aspectos que intervienen en el proceso de recepción televisiva, proceso mediante el cual percibimos la realidad mediática contraponiéndola a nuestra realidad social.

Retomando el fenómeno de la recepción, escucharemos las voces de un grupo de adolescentes que nos hablarán de su sentir frente a este nuevo modelo de belleza femenino que aparece por todos lados, convirtiéndose en un constante factor de presión con el cual tienen que vivir y enfrentar "gracias" a esta cultura de la delgadez acogida por nuestra sociedad.

Este grupo de adolescentes cuentan con una edad promedio de 16 años y son estudiantes de preparatoria, por lo cual cumplen con el perfil perfecto que necesitamos para obtener información realmente apegada a lo que es nuestro objeto de estudio, la recepción del arquetipo televisivo, ya que diariamente se desenvuelven y conviven en un ambiente (la escuela y los amigos) en el cual, a su edad, la atención sobre la apariencia física es fundamental.

Se les aplicó un mismo cuestionario a todas, y al final fue posible detectar una serie de sentimientos compartidos entre ellas, en torno a los malestares y conflictos que sufren como consecuencia de ésta ideología importada por los medios de comunicación, en donde el valor de una mujer se mide a partir de sus medidas corporales y de su apariencia física.

Desgraciadamente, este modelo corporal femenino extremadamente delgado, cada vez está más arraigado dentro de nuestra sociedad, ocasionando un grave brote de anorexia en nuestras mujeres, especialmente adolescentes, que con tal de ser aceptadas por la sociedad y los grupos con los cuales conviven, son capaces de sacrificar su salud y su vida.

Los efectos de esta ideología pueden notarse en las siguientes frases tomadas de los testimonio de mujeres en un programa televisivo en el cual se anuncian productos para bajar de peso: "Adelgazar te cambia la vida... te da seguridad... la obesidad te aumenta años... te da la apariencia de cansancio, pesadez, lentitud... te deprime, baja tu autoestima... afecta tu sensualidad como mujer... cuando adelgazas te enfrentas a una nueva vida... descubres que eres una persona más atractiva, interesante... todo te queda... tu cuerpo se ve más juvenil... te hace una mujer sumamente feliz".

CAPÍTULO 1. USOS Y GRATIFICACIONES EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Ver la televisión es, hoy en día, una de las actividades más comunes de un alto porcentaje de nuestra sociedad, puede incluso compararse con un "ritual", pues "acompaña gran parte de nuestras actividades cotidianas, estructura nuestra manera de comer, de vestir, de relacionarnos con las personas y los objetos en determinados espacios y tiempos definidos". (ZIRES,1986:9)

Por ello sus mensajes pueden ser considerados de muy largo alcance, en tanto los efectos que causan en nosotros los espectadores, primero a nivel individual y después como miembros de una sociedad, mismos que están condicionados por un gran cúmulo de factores psicológicos y sociales.

Lo importante aquí es describir algunos de los elementos que motivan el uso de la televisión, y cómo se da este proceso de comunicación en donde el individuo interactúa con el medio, considerando, en esta investigación, que los espectadores son seres activos, con necesidades propias que guían sus acciones, las cuales pueden verse satisfechas, en parte, a través de la televisión, porque como se señala, "el uso de un determinado medio está en función de la gratificación que se busca y/u obtiene y del esfuerzo que pueda suponer para el individuo el exponerse al medio o a determinado contenido". (FERNÁNDEZ y otros,1991:21)

Poco a poco comenzaremos a vislumbrar esa estrecha relación que vincula a las necesidades individuales con la frecuencia de uso de determinado medio y no de otro, y también con la selección de los contenidos o mensajes de los mismos, en este caso de la televisión.

Ello nos da la pauta para hablar también de esa condición del uso de los medios -en tanto su facilidad o comodidad- es decir, del esfuerzo que amerite su uso por parte del espectador. En este ámbito la televisión tiene una gran ventaja, la imagen, que le permite establecer no sólo una comunicación verbal, sino también una comunicación de tipo visual, lo cual hace que sea más atractivo su uso, pues la imagen tiene el poder de excitar nuestros sentidos con gran facilidad, de despertar en nosotros fuertes emociones e incitarnos a determinadas acciones. Simplemente, puede exaltar los rincones más íntimos del ser humano, su mente y su alma.

Asimismo, es importante destacar el papel de la televisión como una representación de la realidad mediática, que nos confronta con nuestras vivencias diarias, generándonos falsas expectativas y creándonos nuevas

necesidades, siempre con la disculpa de entretenernos, relajarnos e informarnos.

Entonces, inmersos en este mundo actual, los medios de comunicación masiva son instituciones inherentes a nuestra sociedad, ya que forman parte de nuestra vida cotidiana. Especialmente la televisión es un medio "necesario", ya que es utilizado, de acuerdo a la presente investigación, como referente en nuestra vida personal y social, es el contacto con otros mundos, invadiendo cada vez más nuestra intimidad, nuestra vida familiar, laboral y nuestros sentimientos.

La razón principal es que en ellos podemos encontrar información de todo tipo, para todos los gustos y necesidades: noticias, ciencia, tecnología, moda, diversión, entretenimiento, la vida de la farándula, en fin, una gran diversidad de programas, a través de los cuales se va estableciendo una relación muy estrecha entre el público receptor y los emisores (los medios), generándose así un importante proceso de comunicación colectiva.

Aquí es importante definir la palabra comunicación, "cuyo significado literal es quehacer común. De esta forma existe comunicación, siempre y cuando dos personas interactúen e, intencionalmente o sin intención, negocien el significado de un determinado fenómeno". (PEARSON, et al, 1993 :29).

Sin embargo, hablar de comunicación colectiva nos remite inmediatamente, como señala Wilbur Schramm, a un órgano de comunicación o a una persona institucionalizada (representantes de los medios), como fuente principal.

Es decir, "el proceso de la comunicación colectiva se desarrolla de igual forma que la comunicación interpersonal; la diferencia es el mayor número de individuos y elementos que intervienen en ella. La fuente transmite un cúmulo de mensajes en forma masiva, cifrado para un público distante y heterogéneo, que es el destino". (TOUSSAINT,1995:23)

Por eso, con el paso del tiempo y la constante evolución de las sociedades, con todo lo que ello implica -cambios en las relaciones económicas, culturales, sociales, descubrimientos científicos, avances tecnológicos, etc., este proceso de comunicación se va haciendo cada vez más complejo, dando lugar a los estudios sobre comunicación masiva a partir de enfoques sociológicos, antropológicos, psicológicos y económicos, de acuerdo al momento histórico en el que se desarrollan y a la propia transformación de los medios.

Dentro de esta lógica evolutiva de las sociedades, encontramos que, “a partir de mediados de la década de los años cincuenta, el estudio de las funciones de la comunicación de masas sufrió una importante transformación mediante la incorporación de una nueva perspectiva al análisis funcional: ¿qué usos realiza la audiencia de los mensajes massmediáticos? ¿qué gratificaciones obtiene de estos usos particulares?” (SAPERAS,1992: 108)

Este nuevo enfoque o teoría, conocida como de los Usos y Gratificaciones, tiene como base al Funcionalismo comunicacional, cuyos principales exponentes son Lasswell, Wright, Lazarsfeld y Merton.

Tanto Lasswell como Wright sostienen que, “la sociedad se entiende como un organismo en el cual los medios de comunicación actúan de la misma manera que lo hacen los estímulos que provocan en los animales una respuesta de defensa de la especie”. (MORAGAS,1985: 166)

Significa entonces que, los mensajes transmitidos por los medios cumplieran con la función de establecer conductas generalizadas entre los individuos de cada sociedad, es decir, se creía que existían conductas iguales por parte de los receptores.

Más tarde, Lazarsfeld y Merton descubren un nuevo efecto en esta relación, la “disfuncionalidad como elemento correctivo siempre dentro del conformismo de fondo característico del funcionalismo” (MORAGAS,1985: 167), o sea, un público pasivo que actuaba en consecuencia de los mensajes transmitidos por los medios, individuos manipulables, sin capacidad de elección de acuerdo a sus propios intereses y necesidades.

Sin embargo, el descubrimiento de las disfunciones en la comunicación masiva da la pauta a una nueva idea sobre los efectos en una sociedad, a partir de los mensajes (estímulos) de los medios, es decir, la teoría de que a determinado estímulo corresponde una determinada reacción va quedando atrás, dando inicio a nuevos estudios en torno a esta relación entre medios y sociedad.

Lo anterior sirve como base al enfoque de Usos y Gratificaciones para plantear la importancia del estudio de los individuos, no como una colectividad pasiva y homogénea, sino como individuos con necesidades específicas y con la capacidad de hacer uso de los medios para satisfacerlas, por ejemplo de información, entretenimiento, integración e interacción social, liberación emocional, cambiando con ello la perspectiva clásica del estudio de los efectos.

Este nuevo enfoque de estudio "no presume una relación directa entre mensajes y efectos, sino que postula que los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto" (MORAGAS,1985: 254), ya que los individuos son usuarios activos de los medios y sus mensajes en función de sus propias necesidades, gustos e intereses.

La Teoría de los Usos y Gratificaciones parte de los siguientes supuestos básicos (MORAGAS, 1985,259-261):

- *Se concibe al público como activo, es decir, una parte importante del uso de los medios masivos se supone dirigido a unos objetivos (McQuail, Blumler y Brown, 1972); buena parte del consumo de los medios masivos puede ser considerada como una respuesta a las necesidades sentidas por el miembro de la audiencia, ya que, dadas las disposiciones psicológicas y los papeles sociales, el espectador experimenta o confía experimentar alguna forma de satisfacción de necesidades mediante sus conductas en el uso de los medios de comunicación; McQuail, Blumler y Brown (1972) se refieren al uso de los medios como "un proceso interactivo, que relaciona el contenido de los medios con las necesidades, percepciones, papeles y valores individuales, y con el contexto social en el que una persona está situada".*

- *En el proceso de la comunicación masiva, corresponde al miembro del público buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios; Katz, Gurevitch y Haas (1973) "sostienen que la gente acomoda los medios a sus necesidades más de cuanto puedan los medios supeditar a la gente", Lundberg y Hulten (1968), "es el receptor quien determina primordialmente que un proceso de comunicación ocurra o no".*

- *Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades, variando el grado en que pueden ser adecuadamente satisfechas por el consumo de los medios masivos.*

- *Muchos de los objetivos del uso de los medios masivos pueden derivarse de datos aportados por los mismos integrantes individuales del público, es decir, las personas son suficientemente concientes como para poder informar sobre sus intereses y sus motivos en casos determinados, o cuando menos para reconocerlos cuando se ven confrontados con ellos en una formulación verbal inteligible y familiar.*

- *Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran en sus propios términos las orientaciones del público.*

Tomando en cuenta lo anterior, encontramos varias constantes, las necesidades propias de los individuos, los medios como una fuente importante y accesible a todos para buscar la satisfacción de estas, y los factores sociales, psicológicos y personales, que nos permiten tomar decisiones y actuar en consecuencia.

Ahora bien, el hablar de necesidades nos remite a los diversos factores que las provocan, desde los biológicos hasta los sociales y culturales, y que, para efecto de nuestro estudio, son estos últimos los más importantes; también existen muchas fuentes de satisfacción de éstas (entre ellas los medios de comunicación masiva), la familia, la escuela, amigos. Finalmente, para alcanzar esa satisfacción, hacemos uso de aquello que más convenga a nuestros intereses y que se ajuste a lo que buscamos.

Como ya se había mencionado, la constante transformación que sufren las sociedades implica un cambio en la ideología de los individuos, en sus costumbres, perspectivas de vida, sus normas y sus valores, es decir, no son los mismos rasgos los que caracterizan a la década de los 50s, 60s, 70s, a los que nos distinguen actualmente.

Uno rasgo propio de nuestra sociedad actual es el auge de los medios de comunicación y el uso de la imagen, ambos como parte imprescindible en nuestra vida moderna.

Siendo así, los distintos medios de comunicación, cada uno con sus propias características técnicas y de contenido, se convierten en una de las fuentes de satisfacción de necesidades más importantes, tanto por su accesibilidad como por el nuevo ritmo de vida, que muchas veces no permite una adecuada comunicación o relación entre el individuo, la familia, la escuela y los amigos, los cuales constituyen otra fuente de satisfacción de necesidades muy importante, pero que dejan el "camino libre" a los medios, permitiéndoles ocupar un lugar privilegiado en la vida de los individuos, principalmente de niños y adolescentes.

La otra parte importante es que nos encontramos inmersos en una cultura visual, en donde todo está sustentado con imágenes; los mensajes visuales llegan a tener más relevancia que los mensajes verbales, pues estos implican un menor esfuerzo para el receptor, haciéndolos así más atractivos.

Esto nos da la pauta para cuestionar el papel de la Televisión, es decir, su importancia y el uso que de ella hacen los individuos en la actualidad.

1.1 USOS DEL MENSAJE TELEVISIVO

"... no se entiende sólo por televisión la mera técnica de transmisión, sino que se hace referencia a una oferta periódica de programas, diversificada en diferentes canales y formas de emisión, y en la que se puede elegir a una institución pública que pretende tener una autoridad y es discutida desde el punto de vista político; así como una actividad cotidiana para ocupar el tiempo libre (incluidas sus consecuencias sobre la vida familiar e individual), cuya proporción cuantitativa queda demostrada ya por su relevancia y su omnipresencia en la sociedad." (KAGELMAN,1986:61)

Ciertamente, la televisión es uno de los medios masivos más gustados por la gente, ya sea por sus características físicas, aspectos técnicos, tamaño y costo, o por sus contenidos, aunado al gran atractivo que representa el mensaje televisivo sustentado con imágenes, las cuales complementan este proceso de comunicación colectiva. En pocas palabras, ver la televisión forma parte de la actividad cotidiana de nuestra sociedad, aunque en grado y con objetivos muy diversos.

Siendo así, podemos partir de dos instancias, "un sustrato material (condiciones tecnológicas del medio, características del aparato físico receptor, condiciones de recepción, empresas productoras) y una instancia imaginaria (conjunto de normas y saberes más o menos concientes e inconscientes que rigen la producción, transmisión y recepción de los mensajes, espacio de juego, de múltiples flujos de identificaciones y proyecciones)". (ZIRES,1986:5,6)

La primera instancia nos remonta al surgimiento de la televisión como un "sistema de envío y recepción de señales (...), aparece como medio de transmisión casi instantánea de una sucesión de 25 imágenes por segundo que forman un movimiento regular. Una cámara, un sistema de barrido, un generador de señales de sincronización, un emisor y un receptor forman la estructura de un soporte de transmisión televisiva". (VILCHES,1993: 17,18)

Esta parte técnica, por llamarlo de alguna manera, no nos dice nada, aparentemente, sin embargo, la situación y condiciones históricas en que nace la televisión dan la pauta para vislumbrar los alcances en el plano económico, social, cultural y hasta psicológico -tanto individual como colectivo-, que tendría la televisión.

Significa entonces que, sus recursos técnicos pueden ser usados para manipular la "realidad" que nos presenta, ya sea a través de encuadres, tomas, movimientos de cámara, etc. (todo esto lleva implícito el manejo de

la imagen), es decir, desde el primer momento es posible alterar y manipular la realidad, aun sin tomar en cuenta los programas o contenidos televisivos, con la finalidad de provocar determinados efectos en los receptores.

En otras palabras, "las formas técnicas de la comunicación masiva alteran el contenido de la experiencia de la vida cotidiana. En la actualidad, los medios técnicos son capaces de trasladar impresiones simbólicas mundialmente, y ello en una proporción cada vez más intensa". (STEVENSON,1995:181)

No obstante, debemos tomar en cuenta que la comunicación de masas "funciona en medio y a través de un nexo de factores e influencias mediadoras. Este nexo es la cultura de la colectividad. En este sentido nuestra comprensión de la "pragmática, que tiene que ir más allá de la teoría matemática de la comunicación..." es decir "la comunicación masiva no induce fácilmente a los individuos a cambiar sus ideas porque las ideas no pertenecen a los individuos. Pertenecen, en cambio, a los individuos en grupos: grupos de amigos, grupos familiares y profesionales ... La receptividad a la comunicación está determinada por las expectativas de los grupos de personas ... por lo tanto los medios de comunicación no pueden, por sí mismos afectar a la gente y provocar cambios culturales, sino que deben operar como parte de un ambiente cultural general". (SMITH,1997:188-189)

Ahora bien, la segunda instancia (contenidos) nos permite reflexionar sobre los mensajes televisivos, los cuales obedecen a aspectos emotivos, valores, creencias, clases sociales e ideología, y es en función de ello que se crean y se perciben los mensajes mediáticos.

"El sujeto televidente participa en la construcción de los programas televisivos... no está a la espera de una infusión de imágenes que van a dibujar toda su mente: él posee las suyas, posee un conjunto de vivencias anteriores al hecho televisivo que están presentes y actúan en el momento de ver la televisión". (ZIRES,1986:7)

Esta instancia imaginaria es como un "espacio de juego e ilusión" (Winnicott en ZIRES,1986:13) que cada quien utiliza según sus intereses, necesidades, edad, sexo, clase social, tiempo libre y más.

* Pragmática: estudia la relación entre las señales y sus efectos sobre las personas.

La televisión es, por decirlo de alguna manera, el espacio en donde se lleva a cabo este juego entre los contenidos y los receptores (los televidentes), en el que cada uno de nosotros busca cierta recompensa, por eso cada quien escoge a lo que quiere jugar.

Por ejemplo, se puede jugar a ser el héroe o heroína de alguna serie televisiva, ya sea porque nos sentimos identificados con sus características físicas, emocionales, o ambas; porque nos gustaría ser como esos personajes; porque nos atrae su vida o su historia. Podemos también, en este juego imaginario, llenar espacios vacíos, es decir, llenar esa falta de compañía con la televisión, quien nunca nos dirá que no tiene tiempo para estar con nosotros.

En fin, son múltiples los motivos que orillan a los receptores a preferir tal o cual programa (o género televisivo); además, el televisor es incondicional, ver la televisión es una costumbre, un "ritual", pues como bien señala Margarita Zires, "se desconoce la historia de la televisión y de nuestra "televisación", la manera como entró en nuestras casas, empezó a estructurar nuestros tiempos, espacios, movimientos, a organizar nuestros encuentros familiares y se instaló como una especie de mejor amigo, el más seguro y constante". (1986:17)

Nos presenta el mundo de forma tan real, respaldado con imágenes, que captura nuestra atención con gran facilidad, y una vez inmersos en este mundo somos partícipes activos de él. Lloramos, reímos, sufrimos, soñamos, imaginamos, nos aconseja, nos informa, nos hace partícipes de otros mundos, nos ayuda a tener una mejor interacción con los demás, y todo de una manera divertida, sencilla y desde la comodidad de nuestro hogar.

Esto le ha concedido a la televisión el estatus de ser un instrumento capaz de modificar las conductas, costumbres, pensamientos y hasta sentimientos de una sociedad completa, porque cuenta con métodos bastante eficaces y sutiles (entre ellos la imagen) para que sus mensajes penetren hasta lo más íntimo de los individuos, causándoles diversos efectos, creándoles nuevas necesidades y "ayudándoles" a satisfacerlas a través de su uso.

Por lo tanto, citando a Guillermo Orozco, "en la medida en que la Televisión propone una serie de significaciones y sentidos, legítima discursos, propaga información, incluye y excluye a su parecer sujetos y acontecimientos, estimula emociones, provoca reacciones afectivas, induce al consumo, motiva a tomar determinadas posiciones intelectuales, disemina opiniones y sirve en general como fuente de aprendizaje y objeto

de polémica y de juicio, a la vez que desafía y compite con las tradicionales instituciones sociales, como la escuela y la familia; la televisión se instaura en el umbral del nuevo milenio como la gran industria cultural del futuro". (OROZCO,1994: 9)

Esta situación nos permite hacer una gran división entre dos mundos: un "mundo virtual" creado por los medios, y un "mundo real" creado por las instituciones sociales ya mencionadas. La coexistencia de ambos mundos nos abre una amplia gama de posibilidades de acción social, constituyéndose como agentes satisfactores de nuestras necesidades.

Siendo así, el uso que les damos tiene características muy personales, propias de cada individuo. Concretamente, la utilización de los medios se efectúa partiendo de determinadas necesidades, que pueden ser evidentes y otras no tanto. En este punto, Lorenzo Vilches destaca las siguientes necesidades individuales (1993:47):

- 1) Necesidades cognitivas.
- 2) Necesidades afectivas.
- 3) Necesidades de integración personal.
- 4) Necesidades de integración social.
- 5) Necesidades de distensión o evasión.

Es perfectamente perceptible que la necesidad de distensión o evasión es la que más se explota en los medios, o sea, el entretenimiento, el cual tiene prioridad en los contenidos de la programación televisiva. No obstante, "el predominio del entretenimiento en televisión es sólo una hábil manipulación y una ofuscación ideológica... Se trata de formas compensadoras (Dröge 1979) que la televisión proporciona constantemente para los sueños, las fantasías y la evasión individuales..." (KAGELMAN,1986:69)

Ciertamente, aunque la finalidad palpable sea proveer de momentos de relajación, diversión y distracción en los ratos de ocio, los medios tienen la capacidad no sólo de "informar", sino también de "formar" ideologías, costumbres y actitudes, dando paso a nuevas necesidades, y por lo tanto a nuevos usos de los medios, como lo vemos en la tipología de los usos de la televisión de McQuail, Blumler y Brown (en LOZANO,1996:83):

1. Diversión
 - a) Escape de la rutina
 - b) Escape de los problemas
 - c) Desahogo emocional

2. Relaciones personales

- a) Compañía
- b) Utilidad social

3. Identidad personal

- a) Referencia personal
- b) Exploración de la realidad
- c) Refuerzo de valores

4. Supervisión (información)

No obstante la capacidad que se le ha conferido al receptor de usar los medios de acuerdo a sus motivos y necesidades, sigue vigente la teoría de los efectos, aunque ya no se consideren como "manifestaciones manifiestas, esto es, inmediatas y observables a corto plazo" (KAGELMAN, 1986:66), sino que ello depende de otras variables que se pueden observar en el momento de la recepción de los mensajes televisivos.

De acuerdo con esta tipología de Usos de la Televisión, la imagen, como característica propia de este medio, y de nuestro objeto de estudio, puede ser significativa en el uso de los mensajes televisivos como referentes personales, es decir, de identificación personal, fortalecimiento o manipulación de actitudes.

La identidad personal es aquello que nos identifica como únicos, lo que nos diferencia de los otros, son nuestras características propias como individuos, tanto físicas como psicológicas. Por lo tanto, confiar a la televisión nuestra identidad personal, con todo lo que ello implica, es decir, imitar conductas, actitudes o características físicas, puede resultar peligroso, ya que no siempre podemos cumplir con las expectativas de vida que nos presenta este "mundo virtual" mediático, sobre todo a través de sus imágenes.

Para las nuevas generaciones la televisión representa una parte fundamental de su desarrollo, en cuanto a diversión, aprendizaje, información, ideología, valores, etc., pues es, por así llamarlo, una ventana que les permite acercarse y conocer otros mundos con mayor facilidad y, en cierto modo, en una forma "real" gracias a sus imágenes, que ejercen una atracción singular sobre ellos.

Es importante señalar que los medios de comunicación "contribuyen, por un lado, a que se transmitan las actitudes y los prejuicios arraigados en el sistema de normas sociales; pero, por otro lado, también pueden

transformar las actitudes transmitidas –como, por ejemplo, las ideas estereotipadas sobre los roles de cada sexo– al transmitir contenidos no estereotipados y que difieren, de un modo limitado, de las normas y prejuicios sociales”. (Roberts y Bachen 1981, en KAGELMANN, 1986:45)

Por eso, el papel de la imagen televisiva es fundamental, ya que a través de ella pueden construirse arquetipos y/o estereotipos, usados por los individuos de acuerdo a sus necesidades más importantes, y cuya existencia obedece a un sistema ideológico social determinado por el modo de producción que, según Marx, determina dialécticamente la base de las producciones mentales (ideología).

Dicho de otra manera, “el sistema económico ha logrado crear, en la gran mayoría de los miembros de la sociedad, la aceptación y la interiorización de valores susceptibles de institucionalizarse en estructuras de comportamiento colectivo, como ya fue percibido por Fromm en su artículo: *Conciencia y sociedad industrial*”. (MUÑOZ,1995:210)

Ahora bien, tanto el arquetipo como el estereotipo pueden describirse desde la perspectiva de la psicología social y desde una perspectiva sociológica, siendo esta última la que permite definir a los estereotipos como “imágenes falseadas de una realidad material o valorativa, que en la mente popular o de grandes masas de población se convierte en modelos de interpretación o de acción. Estas imágenes se han transmitido de generación en generación, o se captan en el medio existencial mismo, pero en relación con los intereses socioeconómicos partidarios del status quo”.

Ciertamente, los estereotipos son patrones de conducta heredados de generación en generación, y se mantienen gracias a la costumbre o repetición, con la finalidad de mantener los intereses de los grupos de poder y el equilibrio y funcionalidad social y cultural, a pesar de llegar a parecer incongruentes de acuerdo a la evolución de las sociedades.

En cambio, los arquetipos, a pesar de ser también modelos de conducta, son modelos de creación mediática nueva, y cuya existencia implica el surgimiento de nuevas jerarquías de necesidades, valores, actividades y creencias; todo ello gracias a los medios y a su poder masificador dentro de las sociedades.

Entonces, “los arquetipos tendrían la misión de generar una experiencia de la realidad estereotipadas que culminaría en un sistema de creencias en consonancia con las simbólicas de tipo primitivo”. (MUÑOZ,1995:226)

Sin embargo, no podemos olvidar que, irremediablemente, existe una ideología dominante por parte de quienes tienen en sus manos el poder de los medios, una ideología que no corresponde a la realidad general de los individuos y que va creando necesidades que no pueden ser siempre satisfechas, provocando efectos negativos en algunos sectores de la sociedad.

Dicho lo anterior, "parece posible la conclusión de que, en la "era de la televisión", la sociedad industrial tiene en realidad algo así como una cultura común que es la que proporcionan los medios de esparcimiento", o "se considera que la industria cultural proporciona el equivalente moderno de los temas de mito y romance que ofrecen pautas arquetípicas para guiar el espíritu humano". (MCQUAIL, 1969:102 y 104)

1.2 CREACIÓN DE ARQUETIPOS TELEVISIVOS

Hemos observado lo importante que son en nuestros días los medios de comunicación masiva, y también el gran poder que tienen sobre los individuos como tales y como sociedad. Es decir, son considerados incluso como una gran Industria Cultural, teoría propuesta por Adorno y Horkheimer a partir del análisis sociológico-filosófico, que dio origen a la Escuela de Frankfurt.

"...los trabajos de Adorno (...) tocan cuestiones permanentes para el debate sobre los medios de comunicación tales como la cuestión de los efectos (y el tema de la manipulación de las conciencias por la publicidad y la ficción) y los conceptos referentes a los géneros culturales y massmediáticos (los presupuestos culturales de los espectadores y los estereotipos en los productos y contenidos)". (VILCHES, 1993:88)

Es fundamental señalar que el individuo es un ente conformado por una instancia psíquica que abarca sus funciones sensitivas, afectivas y mentales, por lo tanto, a diario vivimos situaciones acompañadas de emociones y sentimientos que nos hacen concientes de nosotros mismos y de los demás.

A nivel emocional, el individuo es más susceptible de manipulación por parte de agentes externos -como los medios de comunicación- que a través de sus mensajes e imágenes, van logrando establecer arquetipos que pueden o no pertenecer a nuestra realidad personal, o estar o no a nuestro alcance, ya que representan "otros contenidos, interpretaciones y perspectivas que los que se pueden vivir personal y directamente", es decir "transforman las proyecciones colectivas ideales que también se almacenan en los individuos como vivencias que se pueden experimentar

somáticamente: los niños ya no consideran a sus padres y abuelos, adultos reales y palpables, como mediadores entre el interior y el exterior, entre el hogar y el mundo, sino a la televisión..." (KAGELMANN,1986: 168,169)

Puede entonces sugerirse que, "los medios de comunicación estructuran la vida diaria (...); mediante su oferta formalmente diversificada, se pueden definir y afirmar roles sociales específicos de cada grupo, generación o sexo, en los que evidentemente se basa la identidad social no sólo de los jóvenes (...) valiéndose de determinadas necesidades..." (KAGELMANN, 1986:168, 169) convirtiéndose en una fuente de presión social de gran alcance.

Ya dentro de este contexto, es imprescindible hablar de los arquetipos, que según Carl Jung pueden definirse como "patrones de comportamiento" (WAUTERS,1998:16), que en este caso los medios de comunicación se encargan de promover para establecerlos como modelos a seguir o patrones de conducta, integrándolos como parte de la ideología dominante impuesta por esta enorme industria cultural.

Desgraciadamente existe un gran abismo entre el mundo virtual de los medios y el mundo real de la sociedad, existen contradicciones que generan conflictos sociales graves. Un ejemplo muy claro de las contradicciones entre ambos mundos es la representación de la imagen femenina actual, que mucho tiene que ver con la formación de arquetipos.

Desde el punto de vista etimológico, arquetipo proviene del latín archetypum, y éste del griego arkhétipon, "modelo original", compuesto de árkho "soy el primero" y typon "tipo", es decir, ejemplar, modelo, ideal, ejemplar, espejo.

En un nivel más profundo, "los arquetipos constituyen una proyección universal de los pensamientos y emociones colectivas de la humanidad llamados comúnmente el inconsciente colectivo. Nos proporcionan modelos de aquello que somos, y de aquello en lo que esperamos convertirnos". (WAUTERS, 1998:25)

"En Freud, lo inconsciente, aunque aparece ya -al menos metafóricamente- como sujeto actuante, no es sino el lugar de reunión de esos contenidos olvidados y reprimidos, y sólo a causa de éstos tiene una significación práctica (...) Un estrato en cierta medida superficial de lo inconsciente es, sin duda, personal. Lo llamamos inconsciente personal. (...) Los contenidos de lo inconsciente personal son en lo fundamental los llamados complejos de carga afectiva, que forman parte de la intimidad de la vida anímica. En

cambio, a los contenidos de lo inconsciente colectivo lo llamamos arquetipos.” (JUNG, 1997:9,10).

“Los arquetipos han surgido del núcleo mismo de la experiencia humana y representan las cualidades positivas y negativas que hay dentro de cada uno de nosotros. Los arquetipos están encarnados en los caracteres que aparecen en los mitos y el folclor de todas las edades la bella princesa, la bruja malvada, el caballero con armadura resplandeciente, y mucho más. También son las proyecciones de encanto y de emoción que vemos hoy en día en el cine y en la televisión. (WAUTERS, 1998:14)

En efecto, la creación de arquetipos y la industria cultural mediática tienen una profunda relación, ya que estos modelos constituyen es sí poderosos creadores y difusores de la ideología dominante, y como señala Adorno, alteran la conciencia colectiva, la alienan.

Esto sucede en función de que toca puntos muy sensibles de nuestro aparato psíquico, nuestras emociones, es decir, en esos personajes ideales, con características físicas, emocionales, conductuales y materiales, determinadas por los diferentes momentos históricos, se reflejan las cualidades máximas de la condición humana, acentuando también así su contraparte, es decir sus defectos, que son características reprobables y, en consecuencia, nos imponen modelos de conducta a seguir.

Ahora bien, el caso concreto de la televisión como creadora de arquetipos es muy importante, ya que a través de la imagen logra penetrar con gran facilidad en la conciencia de los individuos, gracias a esa cualidad de realismo que le es inherente, permitiéndole así “reflejar” o, mejor dicho, representar situaciones de la vida cotidiana con las que podemos sentirnos identificados, por un lado.

Por el otro, es posible que ésta supuesta representación de la realidad, que como ya dijimos, pertenece a la realidad de quienes tienen es sus manos el manejo de los medios y que buscan, a través de ellos, perpetuar su ideología, sea causa de conflictos de identidad, prejuicios y valores, tanto como individuos y como sociedad.

Podemos citar aquí una frase de Adorno “la meta, la de poder repetir en una imagen (...), captable por todos los órganos, la totalidad del mundo sensible (...), se ha aproximado mediante la televisión, y permite (...) introducir en este duplicado del mundo, y sin que se lo advierta, lo que se considere adecuado para reemplazar al real”. (Adorno 1969, en VILCHES, 1993:91)

Es decir, la constante promoción de estos arquetipos o modelos ideales en la televisión, logrará que poco a poco vayamos adoptando como propio este mundo mediático. Sin embargo, el enfrentamiento entre ambos mundos afecta seriamente la percepción de la realidad, desencadenando graves problemas sociales.

El éxito de estos modelos ideales (arquetipos) está relacionado con el manejo emocional de nuestro inconsciente, en relación a los mitos y símbolos existentes desarrollados desde el hombre primitivo, pero ahora reproducido y difundido por los medios, particularmente por la televisión.

La creación de dioses, mitos y símbolos, es una necesidad latente en el imaginario humano. El mismo hombre primitivo tenía la necesidad de crear dioses para encontrar una explicación "lógica" a determinados fenómenos naturales, mejor dicho, elevar a fenómenos como el fuego, el viento o el agua a una categoría de dioses; posteriormente se crearon ídolos y símbolos, que eran igualmente venerados, por ejemplo, el símbolo de la cruz cristiana, el símbolo del nazismo, el propio Hitler se convirtió en un mito, etc.

Así, poco a poco, los medios de comunicación se fueron convirtiendo en creadores y promotores de mitos, símbolos y arquetipos, los cuales han ido invadiendo y cambiando las ideologías en las distintas sociedades en las que aparecen, creando en consecuencia una cultura de masas.

"El pensamiento mítico, en definitiva, se origina como interpretación ideal de la estructura ontológica -real- que media entre sujetos y objetos. Las categorías de pensamiento mítico-simbólicas se derivan de relaciones efectivas concretas. (...) El mito, el sistema mitológico, en cuanto producto mitificador y simplificador de las conciencias, ofrece la posibilidad de crear una cosmovisión en la que los acontecimientos se perciban desde las coordenadas ideológicas del sistema de poder". (MUÑOZ, 1995:236-237)

Lo anterior tiene que ver directamente con la imagen o imágenes, que una vez más nos muestran su gran poder sobre la conciencia de los individuos. Esto se ve reflejado sabiamente en los proverbios: "santo que no es visto no es adorado", "hasta no ver no creer", "ojos que no ven, corazón que no siente", y otros, que de manera muy simple enaltecen o reflejan el papel tan importante que la imagen visual tiene para el hombre.

A partir de ello podemos inferir el éxito y alcances de la televisión, "pequeña pantalla en color que satisface, con creces, los deseos neoplatónicos de Plotino. Al redescubrir el tejido sin costura de lo visible, nos devuelve la emoción de la presencia inmediata. De la misma manera

que el oro de los mosaicos bizantinos vehiculaba directamente las energías divinas hacia el creyente, la brillantez plana del mosaico televisión, sin sombras ni valores, nos comunica lo en sí luminoso del mundo". (DEBRAY, 1992:252)

Lo que vemos en la televisión es una representación del mundo, los arquetipos forman parte de esta representación, juegan con nuestras emociones, con nuestros sentimientos, con nuestras frustraciones y nos muestra alternativas, nos permite escapar por un momento de la realidad. No obstante, no sólo nos deja ver, sino que "la televisión catequiza. Se dirige al deber más que al ver, hace un deber de hacernos ver todo lo que cuenta. Encarna el Juicio de la Sociedad..." (DEBRAY, 1992:266)

Entonces, los arquetipos representados, a nivel individual, se convierten en nuestro modelo ejemplar, nos dicen cómo debemos ser físicamente, cómo debemos comportarnos, y lo más importante, si así lo hacemos, obtendremos nuestra recompensa, pertenecer al mundo "perfecto", conseguir todo lo que queramos y ser felices, como lo son aquellos personajes que aparecen en la televisión.

En otras palabras, al determinar o dar por hecho el cómo se debe ser en la actualidad, ocasiona sentimientos de frustración por no reunir las características que se nos requieren a través de los modelos ideales televisivos, lo que nos presiona socialmente y nos crea la necesidad de pertenencia a este mundo virtual aceptado socialmente, todo como consecuencia lógica de su constante promoción.

1.3 LA IMAGEN FEMENINA

Desde siempre, en nuestro país, ha existido una gran división entre lo femenino y lo masculino, la mujer y el hombre, y producto de ello es la asignación de roles específicos para cada género, pero lo más trascendente es que el establecimiento de estos roles obedece a una ideología masculina.

Podríamos asegurar que, aun hasta nuestros días, por regla general, a la mujer se le considera un "sujeto" al servicio de la reproducción y del hombre, pero a su vez debe cumplir también con su papel de objeto de deseo y objeto sexual para el otro.

Esto no tiene que ver precisamente con las condiciones biológicas de cada sexo, sino más bien con situaciones sociales, económicas y culturales de cada sociedad y de determinado momento histórico, razón por la cual "la relación entre los géneros, las relaciones entre los sexos se convierten entonces en una categoría social..." (RAMOS, 1992:13)

Sin embargo, como en todo, existen transformaciones que influyen en las normas y valores de las sociedades, propiciando la evolución y cambio de, en este caso, los modelos de conducta de los individuos que las conforman.

Es decir, el papel de la mujer en nuestra sociedad ha tenido ciertos cambios con respecto al siglo XIX, en donde su capacidad reproductiva era lo que las definía como tales, y era el pretexto para mantenerlas dominadas por los hombres, además de considerarla un ser inferior y débil por sus características biológicas.

Aunque desde esa época ya existían mujeres que cuestionaban el papel que le era asignado arbitrariamente, con el paso del tiempo empezaron a surgir movimientos importantes que cuestionaban la situación de las mujeres, es decir el feminismo, el cual busca mejorar la situación de la mujer en la sociedad y sus derechos.

"...el feminismo de los años setenta formuló la categoría del patriarcado, es decir, la manifestación y la institucionalización del dominio masculino sobre las mujeres y los niños en la familia, y por extensión el dominio del hombre sobre la mujer en la sociedad como causa central de la opresión de la mujer. Otra explicación de la existencia del patriarcado ha sido la objetivación sexual de la mujer. De acuerdo con esta perspectiva, mientras la mujer sea objeto sexual antes que persona, existirá el patriarcado." (RAMOS, 1992:15,16)

Esto último nos da la pauta para poder explicar y comprender, porque razón la imagen femenina que nos presentan en los medios esta cargada de una profunda ideología masculina o patriarcal, que consiste en un sistema de dominación por parte de los hombres, en donde las mujeres tienen como función fundamental ser "madresposas".

Además, en sociedades patriarcales "la mujer aparece como un *mal necesario*, puesto que no se puede prescindir de ella, se trata de limitar al máximo su dominio, de reducir el alcance de sus poderes y, finalmente, de imponerle una imagen de sí misma que aparece como negativo del hombre". (TUBERT,1991:194)

Es verdad que se habla, en la actualidad, de la liberación femenina del yugo del hombre, de que se han ganado derechos importantes, de una mujer más independiente, integrada a la fuerza de trabajo, con capacidad de decisión sobre su cuerpo y su sexualidad; pese a ello, podemos observar que en la televisión, principalmente, y en medios alternos como las revistas femeninas y la publicidad, la imagen femenina sigue siendo usada

como un objeto de belleza, un objeto sexual para atraer la atención del otro, ya sea con fines de consumo o como modelos ideales de conducta y de estatus.

Ciertamente nos muestran a una nueva mujer, una "mujer actual", con mayor poder de decisión, pero con un tinte latente del discurso *masculino, que sin duda pretende continuar su dominación sobre el mundo *femenino.

Hemos hablado de la televisión como una poderosa industria cultural capaz de modificar conductas, valores e ideologías, gracias a las cualidades técnicas que le son inherentes: la imagen y el amplísimo poder de manipulación de la misma para lograr determinados objetivos.

Aunado a ello, cuenta con la capacidad de mostrarnos el mundo con realismo, haciéndonos partícipes de su ubicuidad, de su omnipresencia, otorgándonos así cierto control del mundo, porque nos informa, nos divierte, nos "educa", y a la vez nos enseña formas ideales de vida, que por lo general pertenecen sólo a este mundo virtual, no a nuestra realidad.

Estos modelos ejemplares son los arquetipos, que están íntimamente ligados a la ideología dominante y al uso de la imagen. En este sentido, la imagen femenina ha sido explotada al 100%, desde todos los tiempos por los diferentes medios de comunicación, con sus respectivos cambios hasta nuestros días, pero con el mismo distintivo, como un objeto sexual y de belleza para atraer la atención de los demás.

"...la forma en que están representadas la mujeres en los medios de comunicación es el resultado de una interacción de fuerzas que moldean la realidad social. Los medios de comunicación producen sistemas de mensajes y símbolos que crean o estructuran las imágenes predominantes de la realidad social afectando así al proceso de cambio social". (CEULEMANS, et al, 1980:7)

Lo importante aquí es destacar, principalmente, cómo es representada la mujer en este mundo binario: mujer-hombre; femenino-masculino; bueno-malo; bonito-feo; éxito-fracaso; gordo-flaco.

O, podríamos decir: mujer-hogar, mujer-hijos, mujer-hombre, mujer-belleza, mujer-pureza, mujer-objeto, mujer-sexo.

*Los rasgos femeninos son: la belleza, suavidad, dependencia, ternura y servidumbre.

*Los rasgos masculinos son: experiencia, fuerza, ambición, dominio y poder.

O, actualmente: mujer-madre-esposa o mujer-independiente-trabajadora-exitosa.

Todas estas combinaciones las podemos ver en la programación de la televisión, en revistas, en la publicidad, pero siempre destacando su papel como objeto de belleza, para agradar al otro, al hombre, que supuestamente, a final de cuentas, es su único camino a la "felicidad". Aún hoy en día impera esta norma social.

Aunque actualmente las perspectivas de vida de la mujer se han ampliado hacia su superación y realización personal, ambos logros tienen su precio, y este precio está ligado a la belleza física, a la belleza corporal.

La reproducción de este complejo mundo está a cargo de los medios de comunicación, que gracias a su alcance pueden manejar y moldear las conciencias de los individuos, a través de la creación de nuevos modelos de belleza femeninos, cuya característica primordial en la actualidad es la delgadez, el cuerpo perfecto, que es y será la clave del éxito femenino, convirtiéndose en una presión social de grandes dimensiones.

Ciertamente, los medios se convierten en un factor importante de la transmisión de puntos de vista e ideologías, propias y ajenas, es decir, tienen el poder de importar modelos extranjeros, que en el caso del ideal femenino de belleza proviene de países anglosajones como Alemania, Gran Bretaña y otros, pero principalmente de Estados Unidos, convirtiéndose en modelos que van marcando la pauta que el resto de la población sigue acriticamente.

Este modelo corporal "más o menos -más- androgeneizante está plenamente instaurado, asumido e interiorizado por el común de nuestras mujeres y, por lo tanto, de nuestras adolescentes, aunque esta imagen no corresponde a la realidad de la mujer mexicana, por lo tanto el precio para lograrlo es aún más alto y peligroso.

La adopción de este modelo específico extranjero obedece a que "en mayor o menor medida, todos y cada uno de nosotros estamos viviendo y compartiendo el sentimiento de que la delgadez corporal se asocia de algún modo a la belleza, elegancia, prestigio, higiene, juventud, autoestima alta, aceptación social, estar en forma, e incluso a virtud y búsqueda de perfección". (TORO,1996:312)

Esto produce, especialmente en las mujeres, "la necesidad, el deseo imperante de ser-para-los-otros". (Basaglia,1983: en BARRANCO,2002:16)

CAPÍTULO 2. LA ANOREXIA, ¿ENFERMEDAD SOCIAL O RESPUESTA AL ARQUETIPO FEMENINO TELEVISIVO?

El momento histórico en el que vivimos nos obliga a hacer uso de los diversos medios de comunicación. Sin embargo, la convivencia con la televisión resulta ser más atractiva para niños y adolescentes debido al encanto que ejerce sobre las nuevas generaciones la comunicación visual, las imágenes televisivas específicamente, porque como señala McLuhan, "la televisión -de todos los medios- es la más integradora de todos nuestros sentidos, pues conjuga la palabra, la imagen, el sonido y la acción en sus mensajes... No es pues sorprendente que sea un medio fascinante para la mayoría de las personas". (FERNANDEZ, et.al, 1999:34)

Esto la convierte en una creadora y difusora de ideologías, imágenes, conductas estereotipadas, símbolos, etc., que son utilizados como puntos de referencia dentro de cada sociedad, particularmente de niños y adolescentes, quienes empiezan a conocer, a explorar el mundo.

En otras palabras, "el desarrollo de los medios tecnológicos de intercambio de imágenes e información ha tenido un profundo efecto en el siglo XX. De una cultura decimonónica impresa y oral, ha surgido una cultura electrónica que contribuyó a sustentar relaciones intersubjetivas a través del tiempo y el espacio. Hoy nuestra experiencia cotidiana rebosa en imágenes y perspectivas distantes de los lugares en que vivimos, trabajamos y amamos...Esas comunidades imaginarias pueden ser experiencias transitorias que concentran nuestra atención sólo por breves periodos, o también pueden ser un lugar de sentimientos de identificación más intensos. Los medios masivos nos ofrecen ritualmente información sobre formas de vida radicalmente diferentes de las nuestras". (STEVENSON, 1995:289)

El caso específico de los adolescentes, quienes experimentan una serie de cambios, tanto físicos como emocionales, mismos que definirán su personalidad posteriormente, es fundamental en este estudio, pues considero que es una etapa en la cual se desarrolla una necesidad de identificación personal y social con el objetivo de lograr la aceptación social en todos los grupos en que se desenvuelve, familiar, escuela, amigos, pareja. Esto la convierte en una necesidad emocional y social.

Ahora bien, este mundo que nos presentan los medios, esta realidad virtual, es percibido de manera distinta por cada individuo de acuerdo a su propio contexto (o mediaciones como las llama G. Orozco), por lo tanto nos lleva a pensar en una relación causa-efecto "entre el contenido de los medios y el comportamiento de los receptores" (DOELKER, 1982:163), pero

con la variante de considerar el uso y sus efectos en relación a las necesidades e intereses propios de cada individuo.

Es verdad que esta necesidad de aceptación o pertenencia a algún grupo es una necesidad emocional y social característica del ser humano, sin embargo las condiciones para que esto suceda han cambiado, es decir, la aceptación social depende ahora de los nuevos valores (además de los valores morales ya establecidos), de valores superficiales en torno al cuerpo, a su estética, a su belleza, y que le vienen como anillo al dedo a la televisión.

La razón es simple, hablar de corporeidad nos remite a imágenes, por lo tanto esta nueva imagen corporal femenina, la de moda, la delgada, la perfecta, la deseable por todas -y todos-, es explotada al máximo por la televisión, convirtiéndose en el modelo ideal que toda mujer debe alcanzar para tener éxito en esta vida moderna, provocando serios problemas sociales.

La *anorexia es uno de ellos, ya que tomando en cuenta el uso del mensaje televisivo como referente de identidad, a partir de esta mujer arquetípica, **esbelta, casi esquelética, andrógina, atlética, se ha convertido en una enfermedad de gran auge contemporáneo, que afecta principalmente a las mujeres adolescentes en esa búsqueda desenfrenada de la delgadez como medio para alcanzar el éxito y la aceptación social.

De este modo, los medios de comunicación como industria cultural cada vez más poderosa, nos muestran realidades muy diversas, muchas de las cuales están fuera de nuestro alcance, no nos pertenecen, pero se promueven a tal grado que llegamos a aceptarlas como propias.

Este espejismo mediático, con su realismo, poco a poco se va apoderando de nuestra mente, sentimientos, emociones y valores, ocasionando serios problemas sociales al enfrentarnos al mundo real.

*La anorexia es un trastorno grave de la conducta alimentaria en la que la persona que la padece pierde un peso inferior al que sería de esperar por su edad, sexo y altura. El peso se pierde por ayunos o reducción extrema de la comida, pero casi el 50% de las personas que la padecen usan también el vómito autoinducido, el abuso de laxantes y/o diuréticos, y el ejercicio extenuante para perder peso.

** Estas son únicamente las características físicas, pero no podemos olvidar además, en el caso de Kate Moss (supermodelo inglesa del a década de los 90's), "su aspecto hosco y retraído y su aire callejero y de agotamiento, su porte malhumorado y su apariencia áspera - pero - tierna, combinados con su figura delgada y de niño... han dado a las diversas imágenes ... un tono de ambigüedad y androginia, una vaguedad sexual que aparece estrechamente ligada a sus afecciones melancólicas y distantes".

Ahora bien, hablando de valores, en nuestra sociedad capitalista uno de los valores más importantes es el dinero, puesto que vivimos en un mundo consumista, en donde la compra y venta de mercancías es un hecho cotidiano. Ello nos remite a hablar del peso en tanto moneda de pago, pero que, además, lleva implícitos otros valores sociales como estatus, poder, seguridad y aceptación.

Por otro lado, no sólo el peso monetario tiene un valor significativo en nuestra sociedad capitalista, existe también el peso corporal, que es también, hoy en día, un elemento clave en la vida de los individuos, pues en cierta forma representa los mismo valores que el primero, es decir, seguridad personal, éxito, aceptación social y belleza.

El mundo contemporáneo se ha volcado hacia la simplificación de la vida cotidiana, todo se transforma en "light" (ligero, sencillo), y transportando estas características al cuerpo, lo podemos interpretar como esbelto, delgado, ágil, siendo ya una condición "necesaria" para tener un lugar en el mundo moderno, en el mundo del éxito, de la belleza y de la felicidad. Así lo establece la ideología dominante difundida por los medios, que afecta principalmente a las mujeres, ya que el cuerpo femenino siempre ha sido objeto de dominación masculina.

En cierto modo esto se ha convertido en una exigencia social, ya que de una u otra forma influye en todos los ámbitos en los que nos desarrollamos, desde la familia, amigos, escuela, pareja y laboral, además de que es una constante en los mensajes televisivos.

Esta nueva imagen corporal tiene consecuencias muy alarmantes a nivel social, ya que los individuos que pertenecen a una sociedad influenciada por estos modelos estéticos llegan a enfrentar diversos problemas de identidad al no ser como lo exige la norma social.

Buena parte de estos conflictos se sitúan en los niveles de aceptación en los ámbitos ya mencionados. Por ejemplo, quién no se ha topado con trabajos en los cuales es requisito tener un cuerpo delgado para ser contratado; en la familia puede darse una situación de preferencia o comparación entre hijos; en el entorno de la amistad puede ser un condicionante para poder pertenecer a cierto grupo; en la relación de pareja pudiera convertirse en un elemento de chantaje, dominación, maltrato y burla.

Todas estas situaciones tienen consecuencias psicológicas, emocionales y físicas que desencadenan esta enfermedad conocida actualmente como anorexia, primero a nivel personal, a nivel individual, pero a final de

cuentas se convierte en una grave enfermedad social que responde a diversos factores de influencia como la familia, amigos, hasta los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, particularmente por la televisión, porque, a través del uso de imágenes, se ha transformado en un poderoso formador de arquetipos, mismos que se establecen ante los individuos como modelos a seguir, ya sea para satisfacer sus necesidades individuales o sociales, creadas o propias, y de acuerdo a sus objetivos.

Hemos llegado aquí al problema medular de nuestro estudio, los arquetipos televisivos, que son una de las causas principales del aumento preocupante de casos de anorexia en mujeres adolescentes, principalmente, aunque existen otros factores causales como la personalidad y el entorno familiar, que en su momento señalaré.

Retomando un poco lo que ya se habló en el primer capítulo, los arquetipos son, según Jung, patrones de comportamiento, pero no sólo eso, recordemos que también "constituyen una proyección universal de los pensamientos y emociones colectivas de la humanidad, llamados comúnmente el inconsciente colectivo". (WAUTERS,1998:25)

Hablar de arquetipos televisivos nos remite inmediatamente a modelos de conducta ideales, representados a través de imágenes perfectamente cuidadas y orientadas a mantener la ideología hegemónica en la sociedad.

En este contexto es importante destacar el papel de la mujer, ya que esta ideología hegemónica o dominante está basada en la dicotomía básica hombre-mujer, a partir de la cual se hacen evidentes las "diferencias físicas en tamaño y fuerza, en el aspecto de sus genitales y por consiguiente en sus papeles en la reproducción", y "solemos creer que estas diferencias aparentes son absolutas e inmutables" puesto que "machos y hembras, se nos dice a menudo, tienen temperamentos fundamentalmente diferentes y se contraponen también en los terrenos del deseo, las cualidades de sus sentimientos y emociones, de la personalidad, de la capacidad de aprender, y de las aptitudes". (MARTÍN y BARBARA VOORHIES,1978:10)

No obstante lo anterior, existe una asignación de roles otorgada social y culturalmente, es decir, funciones o comportamientos ideales determinados. A la mujer se le asigna el papel de esposa y madre (objeto de belleza y reproducción); al hombre el papel de proveedor, por lo tanto de portador del poder y la autoridad.

Es por ello que tradicionalmente, en los medios de comunicación, se exhibe a la mujer como un sujeto de consumo de todo tipo de artículos

para el hogar, de belleza, vestidos. También ha sido explotada como objeto sexual y de belleza, teniendo que enfrentarse constantemente a mensajes que le recuerdan (le exigen) su condición de mujer, sus obligaciones y, por si fuera poco, le dicen cómo debe lucir, cómo debe verse físicamente, tiene que seguir un modelo impuesto y aceptado socialmente.

Aquí es importante aclarar que al hablar de roles sociales ya estamos haciendo referencia a la categoría de género, y "los papeles de los géneros, al igual que otros muchos rasgos sociales, experimentan cambios en respuesta a las nuevas condiciones". (1978:21)

En este caso podemos percibir un pequeño cambio, aunque no de fondo, en relación a la imagen y papel de la mujer proyectado en la televisión principalmente, y que se registra en la participación de la mujer en la fuerza de trabajo, como proveedora, a la par del cuidado y atención de su hogar, de esposo e hijos, y ahora, en mayor grado, de su apariencia físicas, pero de acuerdo al modelo ideal femenino promovido por los medios.

Como señala Kùcehnhoff, "junto a la imagen tradicional del ama de casa y la madre, ha aparecido una imagen nueva, moderna, si bien igualmente desfigurada, de la [mujer joven, guapa, soltera y aparentemente independiente], cuya ocupación y problema principal es la relación con los hombres y el establecimiento de una relación de pareja". (en KAGELMANN, 1986:266)

El impacto de estas imágenes femeninas ideales, y de las imágenes en general, obedece a que se dirigen a la parte emocional del ser humano, por lo cual se les puede analizar con mayor facilidad a partir de las teorías sobre la mitología antigua o del simbolismo, ya que su fuerza radica en penetrar en las fantasías, en los sueños, en el recuerdo, o sea, en entidades emocionales.

"Las representaciones mitológicas se edifican sobre una concepción antropomórfica de la realidad. Las acciones planificadas y sistematizadas de la racionalidad no existen en la interpretación de la experiencia mítica. La vida, como en las etapas más arcaicas de la Historia humana, soporta el "capricho de dioses", o de las fuerzas "sobrehumanas", sin una posibilidad mínima de comprensión intelectual". (MUÑOZ, 1995:237)

Esta concepción antropomórfica concibe la divinidad a imagen del hombre, por lo tanto podríamos entender esto como la capacidad del hombre para alcanzar o igualar las cualidades de una divinidad, de un ser superior.

Así es como funcionan los arquetipos, como dioses a los que llegamos a idolatrar, ya sea por su belleza física y superficial, o por sus sentimientos, carisma, por sus virtudes, o por ambas. A estos arquetipos televisivos generalmente los usamos como ejemplo para conformar nuestra personalidad y lograr parecerlos, hasta físicamente, a estos héroes mediáticos, que poseen algo de lo que nosotros carecemos pero anhelamos, y se nos convierte en una necesidad que buscaremos satisfacer a toda costa.

"Los mitos antiguos y las películas modernas como Braveheart (1995), nos hablan del héroe capaz de superar una serie de hazañas en búsqueda de la totalidad espiritual y emocional, ya sea en la forma de un tesoro escondido o en la de una princesa encantada. Con frecuencia a estos buscadores se les otorga un conocimiento especial o alguna ayuda por parte de algún Sabio anciano, de un Mago o de una vieja Bruja... Tales mitos quedan incorporados en la cultura como formas de enseñar a la gente acerca de la sabiduría y de la virtud... y los mitos revelan también el nivel de desarrollo de la sociedad". (WAUTERS,1995:25,26)

Los mitos antiguos siguen formando parte de nuestra cultura, a través de la literatura, el teatro, el cine, y sus características o cualidades trascienden a lo largo del tiempo como base de la conducta deseable del hombre, no obstante también surgen nuevos elementos que modifican la vida del ser humano.

Aquí es importante hablar de los símbolos como "signos que se han convencionalizado cultural e históricamente. Cada sociedad (...) genera unos modelos simbólicos sobre los que se asienta un segundo nivel: el de sus valores, sus reglas y sus normas". (MUÑOZ,1995:229)

Por lo tanto, como lo menciona esta misma autora, "sociedad y simbolismo son inseparables, ya que el código simbólico determina en gran medida el código de conducta social".

La gran mayoría de los análisis sociológicos clasifican en 4 tipos de sistemas el funcionamiento simbólico de la sociedad: (MUÑOZ,1995:230,231)

- a) Los símbolos que estructuran las solidaridades grupales e individuales (los roles)
- b) Los símbolos que determinan la organización jerárquica y de poder (status)
- c) Los símbolos que enlazan el pasado con el presente (integración)

- d) Los símbolos que establecen y sacralizan los seres, fuerzas y creencias sobrenaturales (socialización entre los individuos).

Por consiguiente, "la adquisición de la cultura predominante, la adaptación al entorno social y la asimilación de fundamentos valorativos dependen de la eficacia de la mediación significativo-simbólica". (MUÑOZ,1995:231)

Del mismo modo se han creado los arquetipos televisivos, que son una mezcla entre los mitos y los símbolos, ya que una parte invoca aquellas cualidades deseables en los individuos, y a su vez son símbolos que tienen un significado específico en nuestro momento, además de que, gracias al auge y alcance de los medios de comunicación, son aceptados y utilizados socialmente como modelos de conducta a seguir.

Particularmente el arquetipo femenino contemporáneo que nos presenta la televisión, es una construcción mediática que explota los "ideales y modelos occidentales de belleza femenina, ajenos a la idiosincrasia de la mujer mexicana" (MÁRQUEZ,1980:3), así como a sus características físicas, culturales, alimenticias, creando falsas expectativas, que en su mayoría desencadenan situaciones de frustración con efectos graves como la anorexia, ya que no es posible acceder fácilmente a este modelo estético de moda, el ideal de belleza femenina actual.

Es importante señalar que estos modelos femeninos obedecen a un discurso patriarcal preocupado por mantener su dominio sobre el sexo femenino, ya que a pesar de haber ganado espacios importantes dentro de la sociedad, ahora la mujer tiene que enfrentar esta nueva exigencia en torno a su imagen y a su cuerpo, delgado y estético, y por lo tanto bello y perfecto.

Esta ideología se difunde a través de los medios, que poco a poco van creando esta nueva necesidad a través de los arquetipos, pero también nos ofrece la "solución" y nos hace parte del mundo feliz de las personas que cuentan con dichas características.

Por lo tanto, podemos decir que el cuerpo femenino ha sido mitificado, su delgadez es ahora el símbolo de la belleza femenina ideal, el cual toda mujer debería preocuparse por alcanzar, sin importar consecuencias como la anorexia.

2.1 CONDICIÓN FEMENINA Y CULTO AL CUERPO

“La forma femenina de la vida humana, quiero decir esa forma personal, empieza por la corporeidad, porque la realidad humana es intrínsecamente corpórea. Más aun, la corporeidad es la forma primaria en que encuentro al otro, y es mi propia corporeidad la que hace que las demás cosas –y por supuesto los otros hombres- la tengan. Yo encuentro todo lo humano partiendo del cuerpo... soy corpóreo, estoy constituido en y por mi corporeidad”. (MARIAS,1980:142)

Tomando en cuenta la corporeidad como forma primaria de encontrar al otro, podemos comprender que, a partir de las diferencias biológicas entre el cuerpo femenino y masculino, se han definido sus representaciones, significados y usos sociales correspondientes, es decir, la diferencia sexual es la que va a determinar el papel de hombres y mujeres dentro de la sociedad.

“Partir del planteamiento de que la sexualidad es un cuerpo construido biológica y culturalmente, en donde cada individuo atribuye significados y valores a la experiencia de su sexo, permeados por la dimensión del género como lógica cultural de la diferencia sexual, lleva a considerar a la esencialización de la feminidad y de la masculinidad. Así, el cuerpo es moldeado por la cultura y repercute en la forma de pensarnos, de autoconcebimos y de construir nuestra propia imagen”. (ZAMORA BETANCOURT, TRIPLE JORNADA, 5 MARZO 2001)

Dicho lo anterior, podríamos considerar que la anorexia es una enfermedad derivada de esta nueva ideología, en donde la preocupación por el peso y la imagen corporal se encuentra presente especialmente entre las mujeres, que hasta podría considerarse como “una parte normal de la experiencia femenina... constituiría algo así como una preocupación normativa”. (Silberstein, et al, en TORO, 1996:138)

Sin embargo, no debemos olvidar que a través de los años el cuerpo femenino ha sido objeto de presiones y dominación masculina, y ha sido utilizado como objeto de belleza, como objeto sexual y de reproducción, en donde siempre ha estado presente el discurso masculino, patriarcal, que hasta la fecha se niega a perder su poder.

Muestra de ello, finales del siglo XIX, en donde las mujeres comenzaban a cuestionarse sobre el papel que les estaba prescrito, y que dentro de la sociedad victoriana, dominada por los varones, se constituyó como una crisis. A partir de ello se da “la institución de la [[histeria]] como

explicación de la mayor parte del comportamiento [desviante] femenino del siglo XIX es representativa de todo este cuerpo de opinión que localizaba el centro de la existencia de las mujeres en sus capacidades reproductivas. [Histeria] se convirtió en el término general que englobaba a aquellos problemas femeninos generalmente atribuidos a la propensión de las mujeres modernas del siglo XIX a desafiar su [naturaleza],... y por ello se constituían como una amenaza para los mismísimos cimientos de la sociedad victoriana..., para el orden social dominante". (USSHER,1991:22)

Esta nueva "enfermedad" creada por la sociedad victoriana, nos revela el ingenio del mundo masculino para someter a toda costa al sexo femenino a su dominio, justificando a las mujeres de ideas revolucionarias al hacerlas pasar como víctimas de sus propios cuerpos, es decir, regidas por su situación biológica, al grado de considerar lo [histórico] como sinónimo de [femenino].

"Emotividad, labilidad e irracionalidad se combinaban para producir la personalidad histérica, que se consideraba tan inherentemente poco fiable como inherentemente femenina". (USSHER,1991:22)

Tenemos entonces que la histeria, como una "enfermedad nerviosa" provocada supuestamente por los fenómenos biológicos inmanentes a la mujer (menstruación, reproducción, menopausia), era el castigo a que estaban destinadas aquellas mujeres que contradecía el orden social imperante, el cual confinaba a la mujer para la reproducción y el ámbito doméstico, ésta era la "buena" mujer victoriana.

Así pues, aquellas mujeres inconformes o con ciertos ideales, fueron etiquetadas como locas o histéricas, sin embargo eran las que poseían una amplia educación, eran solteras y tenían ambiciones de independencia.

Cabe destacar entonces la importancia de la categoría de género, ya que a partir de ésta se da por hecho que "la visión del mundo se organiza según las diferencias biológicas en relación con la reproducción y la producción. Es decir, el sexo se esgrime como un elemento legitimador de relaciones sociales, relaciones entre los géneros en el ámbito político y económico. Masculino y femenino son, en suma, conceptos relacionados con la norma del orden social, del ejercicio del poder, de la distribución de la riqueza". (RAMOS,1992:22,23)

Por lo tanto, la historia de la mujer, mejor dicho, la condición de la mujer y la representación del cuerpo femenino están íntimamente ligadas con las relaciones de género, como una construcción social dada en un tiempo y espacio determinados, o sea histórica y culturalmente.

Por ejemplo, ya hemos hablado de las características morales de la mujer del siglo decimonónico, que son patrones ideológicos establecidos, en este caso por la sociedad burguesa: las mujeres debían mantener sin tacha su honor, ser sumisas y servir incondicionalmente al marido.

Mientras que, por otro lado, sus características corporales responden, en primer lugar, a su condición reproductiva, por lo que su complejión era preferiblemente robusta, por lo tanto resistente y sana.

Como señala el Dr. Juan Eduardo García, médico endocrinólogo, "las mujeres tenían derecho a desmayarse, pululaba la histeria en el mundo occidental, y en ese escenario se valía tener esta fragilidad femenina, y solamente algunas mujeres tenían que recurrir a otras expresiones de sufrimiento producto de la desadaptación del acto de crecer, y lo expresaban de una manera tan flagrante como puede ser un estado de desnutrición o un estado de anorexia. Pero la gran mayoría de las mujeres podían seguir comiendo chocolates y desmayarse si era necesario, porque se valía ser mujer. Sin embargo, la escena actual de la anorexia ha cambiado por completo, el glamour que se puede observar es evidente, ahora lucen incluso como modelos, como arquetipos a seguir por el resto de la sociedad, por el resto de las mujeres, por el resto de las jóvenes".

En este contexto se hace posible equiparar esta nueva enfermedad, la anorexia nerviosa, con la histeria en el siglo XIX, en la medida en que obedecen a una categoría de género, que está presente el discurso patriarcal que ahora determina la objetivación sexual de la mujer.

Podemos considerar así los usos habituales del cuerpo de la mujer "para reproducir dos arquetipos primordiales: la maternidad (en sus vínculos con la religión o con su inseparable facultad natural) y la forma de un objeto erótico (desde la sublimación proyectiva de la imaginación masculina)". (ZAMORA BETANCOURT, TRIPLE JORNADA, 5 MARZO 2001)

El cuerpo femenino concebido como objeto erótico; la nueva concepción de la belleza femenina que exige una imagen corporal esbelta, delgada; la promoción de estos modelos estéticos en los medios de comunicación y la aceptación de los mismos por la sociedad, son el principal detonante de la anorexia en la actualidad.

Esta es una presión social constante que ocasiona fuertes prejuicios sobre nuestro propio cuerpo, genera insatisfacción y preocupación por nuestra apariencia externa corporal, al grado de llegar a sentirnos deformes, insatisfechas, infelices y rechazadas por la sociedad, orillándonos a

transformar nuestros hábitos alimenticios con la única finalidad de perder peso, de adelgazar.

Cuando este propósito se vuelve obsesivo, ya no sólo actúa la presión social, sino que también intervienen factores emocionales que poco a poco van trazando el camino directo a un padecimiento anoréxico.

La clave está en que "la relevancia del cuerpo femenino suele ser, en todas las culturas, significativamente superior a la del masculino, tanto a ojos de la propia mujer como de quienes la rodean. En la práctica totalidad de las culturas, la belleza física de la mujer recibe una consideración más explícita que la del hombre. El atractivo de éste suele depender más de sus habilidades y poderes que de su complexión y aspecto físicos (Ford y Beach, 1951). En lo que concierne a la mujer, sus funciones procreadoras y alimentadoras, por un lado, y sociosexuales, por el otro, constituyen los cimientos de tal relevancia corporal. (TORO, 1996:54)

Aquí existe una contradicción, es decir, ambas funciones se contraponen en la actualidad, ya que la mujer, en su papel reproductivo, adquiere características corporales que nada tienen que ver con el modelo ideal, tal pareciera que sólo se le permite engordar cuando está embarazada. Pero al mismo tiempo tiene que ser atractiva para el otro en tanto su función socio-sexual, ocasionando conflictos internos en la mujer con respecto a su cuerpo y su papel en la sociedad.

No obstante, sabemos que existen culturas o subculturas en donde la concepción de la belleza y atractivos femeninos son totalmente distintas, por ejemplo, en pueblos como los chucekes, los kidatsas, los pukapukanos y los tongas, en donde creen que la mujer hermosa ha de ser relativamente alta y de complexión vigorosa; en los pueblos primitivos, actuales y anteriores, una mujer gruesa ha constituido y constituye una señal de estatus elevado, de prestigio; otros parecen ser amantes de la delgadez como las mujeres tongas, quienes guardan dieta para mantener una línea esbelta, ya que en su sociedad se cree que las mujeres pierden en gran medida su atractivo si sus abdómenes son voluminosos. (TORO, 1996:56,57)

Así que, hablar de belleza es hablar de una infinidad de factores que la determinan en cada cultura, sin embargo, sí podemos asegurar que algunos cambios que se generan en torno al cuerpo femenino obedecen a "incrementar el atractivo sexual y social". (TORO, 1996:57)

Generalmente el aumento del atractivo sexual se relaciona con el aumento o modificación de determinadas partes del cuerpo femenino, que por lo

regular, en el mundo occidental, son los senos, las nalgas, la cadera, y en otras culturas lo son los pies, el cuello y las orejas, las zonas corporales que gozan de un gran atractivo sexual, y por lo mismo son las que concentran más la atención social respectiva, o sea que se le otorgan valores sociales al cuerpo, determinados a su vez por un tiempo y momento histórico específico.

Josep Toro hace una pequeña reseña histórica de las transformaciones del cuerpo femenino a partir de los años veinte, en donde, dice, el "ánfora" fue sustituida por el "tubo"; en la década de los treinta el cuerpo de la mujer se liberó parcialmente del cerco de los ceñidos y recuperó el desiderátum de una cintura estrecha; tras la Segunda Guerra Mundial, las piernas ocuparon un lugar central en preocupación y miradas; en la década de los cincuenta se promovieron dos tipos distintos de estética corporal femenina, uno incluía un busto sumamente generoso, opulento, una cintura muy estrecha, ceñidísima y unas caderas de notable envergadura, con nalgas oscilantes al caminar sobre elevados tacones. Marilyn Monroe y Jane Mansfield fueron quienes encarnaron con más rigor este modelo corporal, y actitudinal, mismo que convivía con un modelo de formas nada opulentas, tendente a lo rectilíneo, cuando no a la delgadez extrema, que era representado por Grace Kelly y Audrey Hepburn. Estas últimas, sus cuerpos y sus actitudes implicadas, entrañaban una estética y un erotismo claramente aristocráticos, de clase.

Las medidas de las Misses América eran 91-58-90, lo que da todavía una idea de la rotundidad de las curvas premiadas. "Sin embargo, hasta la llegada del mundo moderno, apenas se encuentran culturas en que sus miembros pretendan incrementar su atractivo socio-sexual mediante la reducción o disminución de las dimensiones globales del cuerpo... tórax, abdomen, cintura pelviana (y muslos) no parecen haber sido objeto de manipulación estética de carácter adelgazante hasta la edad contemporánea". (TORO,1996:57)

Esto parece iniciarse con la llegada de los años sesenta, con el fenómeno [Twiggy], una joven inglesa francamente esquelética, que a sus 17 años se introdujo en el mundo de la moda americana y europea y que fue un fenómeno social de indudable relevancia. Sus medidas era 79-56-81, dimensiones francamente escuálidas, pero que gracias a la eficacia de los medios de comunicación logró constituirse como una peculiar estética corporal en el mundo femenino que modificó criterios y valores. Sólo así puede entenderse la abolición del cuerpo normal como modelo estético y su sustitución por lo que, en el mejor de los casos, no era sino la representación de la minoría más extrema de la población general en lo que concierne a peso y estructura corporal. (TORO,1996: 133,134)

Esta es la nueva concepción de la estética corporal femenina, la delgadez, que es ahora el parámetro a través del cual medimos nuestro atractivo, autovaloración y aceptación, y también servirá de parámetro a otros para calificarnos. Este es el nuevo yugo que nos imponen los hombres, ahora no sólo debemos ser ejecutivas o profesionistas, sino que también nos exigen cumplir con el papel de madres y esposas bellas para agradar y mantener la atención del hombre, o aspirar a ser elegidas y alcanzar la "realización femenina".

2.2 ¿QUÉ ES LA ANOREXIA?

La anorexia se ha convertido en uno de los trastornos alimentarios más preocupantes en nuestros días, porque afecta a uno de los grupos más importantes de la sociedad, las mujeres.

Particularmente las adolescentes son el blanco perfecto de esta enfermedad, y esto gracias a su edad y características, es decir, se encuentran en una etapa en la que experimentan una serie de cambios físicos, mentales, emocionales, entre otros, que las hacen sujetos de mayor vulnerabilidad ante dichos estímulos.

La anorexia nerviosa no es una enfermedad nueva, ya que datan de la Edad Media, y quizás antes, los primeros casos conocidos, aunque era más bien conocida como "anorexia santa", la cual implicaba al ayuno como parte de la conducta ascética o restrictiva que practicaban en la época, puesto que se creía que esto conducía a la perfección espiritual.

"La palabra anorexia era utilizada desde siempre en la literatura médica, haciéndola sinónimo de falta de apetito, de acuerdo con el significado del vocablo griego anorektous. En diccionarios médicos del siglo XVII se utilizaba como denominación de la inapetencia y de ciertos trastornos del estómago". (TORO,1996:28)

"Entre 1870 y 1900 se produce el cambio que conduce a hablar generalmente de las [muchachas ayunadoras]. El espiritualismo victoriano era, no obstante, un terreno abonado para la gestación y motivaciones e interpretaciones religiosas" (TORO,1996:31), las cuales, junto con la rígida moral de la época impulsaban el comportamiento anoréxico de las mujeres.

En el siglo XIX, Ernest Charles Lasague, un gran psiquiatra francés, aseguró que "la anorexia histérica se inicia entre los 15 y 20 años a consecuencia de algún género de emoción posiblemente relacionada con la transición a la edad adulta" (TORO,1996:32)

Más tarde, William Withey Gull, médico nacido también en el siglo XIX (1816), hacia 1873 había utilizado el término de [apepsia histérica], que después cambia por [anorexia].

La importancia de los aportes de estos dos médicos radica en que ambos creen que en el trastorno se produce una falta de apetito y no un trastorno digestivo. Asimismo, Gull rechazó el término [histérica] sustituyéndolo por [nerviosa], al negar la implicación del útero en la anorexia y defenderla del sistema nervioso; además dijo que el trastorno también podía afectar a varones. (TORO,1996:34)

Actualmente los trastornos de la alimentación en general, y la anorexia en particular, constituyen uno de los problemas sociales más importantes y peligrosos de nuestra era moderna.

La anorexia nerviosa es uno de los desórdenes alimentarios con cada vez más difusión entre hombres y mujeres en nuestro país. Esta es una enfermedad muy compleja propiciada por diversos elementos, convirtiéndose en un problema que para salir se necesita apoyo y comprensión.

Los criterios diagnósticos más difundidos de Anorexia Nerviosa proceden del DSM-IV, Diagnostic and Statistical Manual o Mental Disorders (Manual Estadístico y Diagnóstico de Enfermedades Mentales), y sus **síntomas** son:

- A.** Rechazo contundente a mantener el peso corporal en o por encima del valor mínimo normal, considerando la edad y la estatura, o fracaso en mantener el aumento de peso esperado en el periodo de crecimiento, resultando un peso corporal en ocasiones hasta de un 15% debajo del peso necesario.
- B.** Miedo intenso a subir de peso, incluso estando por debajo del peso normal.
- C.** Alteración en la percepción del peso, tamaño o forma corporal: siempre se ven gordos o desproporcionados, a pesar de estar excesivamente delgados.
- D.** Amenorrea: cese de la menstruación (pérdida de por lo menos tres ciclos menstruales consecutivos).

Tipos de Anorexia.

1. Anorexia de tipo restrictivo: se da cuando la persona simplemente come muy poco o casi nada, restringiendo al máximo su ingesta calórica, con una alarmante y consecuente pérdida de peso.

2. Anorexia de tipo "Atracón-purga": se da cuando la persona se ha involucrado regularmente en atracones de comida o en conductas de purga (por ejemplo, vómito autoinducido o uso inadecuado de laxantes, diuréticos o enemas), a pesar de consumir muy pocas calorías, sin confundir con la bulimia. (FUNDACIÓN CBA,2001)

Para poder detectar con mayor facilidad a una persona con problemas de anorexia deben tomarse en cuenta las siguientes conductas:(LILIANA MARTÍNEZ, AL NATURAL, V.1: 2001)

*Prohibirse ciertos alimentos, realizar dietas muy severas.

*Rituales obsesivos con la comida: contar las calorías, desmenuzar los alimentos en porciones muy pequeñas, preparar comida para otras personas y negarse a comerla.

*Temor intenso a engordar. Mantener el peso corporal por debajo de los valores normales.

*Miedo a verse obligado a comer en fiestas de cumpleaños, celebraciones y reuniones sociales.

*Actividad física excesiva.

*Taparse el cuerpo con ropa muy holgada.

*Negación a mostrarse en traje de baño.

*A veces realizan ingestas compulsivas de comida (atracones), luego de lo cual aparecen conductas compensatorias como vómito y uso de laxantes ó diuréticos para eliminar lo ingerido.

*Abuso de endulzantes.

Dicho lo anterior, la anorexia nerviosa se puede definir como "una pérdida significativa del peso corporal (superior al 15%), habitualmente fruto de la decisión voluntaria de adelgazar. El adelgazamiento se consigue suprimiendo o reduciendo el consumo de alimentos, especialmente los que engordan, y con cierta frecuencia mediante vómitos autoinducidos, uso indebido de laxantes, ejercicio físico desmesurado, consumo de anorexígenos y diuréticos, etc." (TORO,1996,7)

La comida es aquí el elemento clave, por lo que no está de más hablar un poco de ello, no precisamente como un conjunto de productos que nos sirven para alimentarnos y nutrirnos, sino como un acto vital y social tan antiguo como la misma vida, y que los mismos hombres primitivos realizaban, aunque con objetivos y significados "sociales" muy distintos a los actuales.

Sabemos que cualquier ser vivo debe alimentarse para mantenerse como tal, mantenerse con vida. Todos tenemos esa necesidad de comer, el alimento o comida nos es imprescindible para, por lo menos, "llegar a esa deseable plenitud denominada salud" (TORO, 1996:1), nos nutre, siempre y cuando sea en cantidad suficiente y variada.

Esta es la función primordial de la alimentación, es decir, proveer al hombre o a cualquier ser vivo de lo más elemental para sobrevivir, y lo más importante es que no se trata de un hecho aislado de los demás, porque desde bebés precisamos de una madre que satisfaga nuestra necesidad de alimento.

Es por demás señalar que "aprendemos a alimentarnos en contacto con otras personas. Desde el nacimiento, comer es un acto social, y esta socialidad del comer se mantiene a lo largo de toda la vida, hasta el punto que, para el común de los miembros de nuestra sociedad, comer en solitario suele ser una práctica incómoda, ligeramente *desasosegante, revestida de una leve sensación de tristeza que acompaña la privación social... Cabe asegurar que el hecho de comer reviste significados, se asocia a vivencias distintas de lo estrictamente nutricional". (TORO, 1996: 2)

No obstante, las circunstancias en que se da este acto varían de acuerdo a la sociedad y momento histórico en que se viva, lo cual conlleva también a otorgarle diversos significados, que van desde el simple hecho de alimentarse, hasta significados sociales, como puede verse a continuación: (Contreras,1993; en TORO,1996:3)

1. Satisfacer el hambre y nutrir el cuerpo.
2. Iniciar y mantener relaciones personales y de negocios.
3. Demostrar la naturaleza y extensión de las relaciones sociales.
4. Proporcionar ocasiones para actividades comunitarias.
5. Expresar amor y cariño.
6. Expresar individualidad.
7. Proclamar la distintividad de un grupo.
8. Demostrar la pertenencia a un grupo.
9. Hacer frente al estrés psicológico o emocional.
10. Significar estatus social.
11. Recompensa o castigos.
12. Reforzar la autoestima y ganar reconocimiento.
13. Ejercer poder político y económico.

*No así en algunas culturas anglosajonas como Canadá, Inglaterra, Alemania, en donde comer solitariamente es una práctica común.

14. Prevenir, diagnosticar y tratar enfermedades físicas.
15. Prevenir, diagnosticar y tratar enfermedades mentales.
16. Simbolizar experiencias emocionales.
17. Manifestar piedad o devoción.
18. Representar seguridad.
19. Expresar sentimientos morales.
20. Significar riqueza.

Dicho lo anterior, podríamos hacer referencia a la similitud que el comportamiento anoréxico tiene con una tradición o costumbre que en sus inicios tuvo un carácter meramente religioso, el ayuno, que posiblemente sea un buen punto de partida para explicar esta grave enfermedad social conocida en nuestros tiempos como anorexia, y que quizá sea su principal antecedente.

El ayuno, practicado por muchas personas de distintas religiones, hablemos del cristianismo, el catolicismo, los judíos, por ejemplo, es el acto voluntario de dejar de comer. Esta práctica tan antigua en todo el mundo generalmente tiene un mismo objetivo, es una forma de limpiar el alma, de pagar las culpas, es un sacrificio que hacen los individuos para alcanzar la salvación y la felicidad divina.

Lo anterior nos lleva a considerar el ayuno como una práctica ascética (entendiéndose por ascetismo aquellas prácticas de penitencia con fines espirituales o religiosos) que coincide con "hechos iniciados durante la Edad Media, especialmente entre 1200 y 1500, coincidiendo con la aparición de las órdenes mendicantes". (TORO,1996:18), que fueron órdenes religiosas fundadas o reorganizadas en el siglo XIII, que hacían profesión de pobreza absoluta, y las más antiguas son las carmelitas, los franciscanos, los dominicos y los agustinos.

"Catalina de Siena, Verónica Giuliani (Santa Verónica), María de Oignies, Beatriz de Nazaret, Margarita de Yperen, Juliana de Lieja, Columbia de Rieti e Ida de Lovaina" son algunas de las mujeres religiosas más significativas y conocidas que llevaban a cabo este tipo de prácticas ascéticas en sus órdenes, el ayuno voluntario". (TORO,1996:18)

Claro, los ejemplos de mujeres ayunadoras son tantos como los años que han transcurrido desde que se inició esta práctica, ya que hasta nuestros días sigue vigente y aun guarda ese significado tan importante de alcanzar una cierta pureza del cuerpo y del alma, esto desde el punto de vista religioso.

"En casi todas las religiones, el ayuno, total o parcial, está relacionado con celebraciones (La Pascua Cristiana). Los antropólogos parecen dar por establecido que en las sociedades preindustriales, con su perenne escasez de recursos, hombres y mujeres debían adaptarse a los ritmos naturales de escasez y abundancia (que alguna vez la había). Las oscilaciones entre saciedad y hambre parece que les llevaban a establecer ayunos voluntarios, creyendo que así podían conseguir de los dioses sueños y visiones, salud, buena suerte o fertilidad. Los ayunos de carácter penitencial o propiciatorio probablemente nacieron de este especial sentido del ritmo de la naturaleza. Si la naturaleza, de manera errática e imprescindible, humilla a las personas por el hambre, éstas pueden humillarse o castigarse a sí mismas antes de que lo haga Dios mediante igual procedimiento". (TORO, 1996:4)

Posteriormente "la institucionalización y la socialización de la iglesia católica supuso el establecimiento oficial del ayuno obligatorio, la ascesis obligatoria". (TORO, 1996:20)

Hasta aquí, hasta la Edad Media, la única explicación que puede dársele a estas conductas es a partir de la religión, no había otro motivo, no tenían otra razón de ser. Sin embargo, con el paso del tiempo, alrededor de 1850, encontramos a una mujer, "Sissi, Emperatriz de Austria, la mujer más bella de Europa, que cuentan tenía una obsesión: no superar los cincuenta kilos (media 1.72 m)". (RAIMBULT,1991:57)

La vida de Sissi, Emperatriz de Austria, nos da prueba de su obsesión, ya que "se imponía dietas alimenticias dacronianas, contentándose con un solo alimento (que podían ser huevos, lácteos, naranjas o jugo de carne) (...), una actividad física desmedida que jamás se cansa. Instala una sala de gimnasia en su tocador, algo que jamás se había visto antes, y durante largas horas se ejercita en los aparatos de gimnasia antes de tomar un baño frío y emprender, según la época, ejercicios ecuestres, en los que agota a los mejores jinetes, y luego largos paseos a pie de más de seis horas..." (RAIMBULT,1991:57-58)

Su forma de vida era totalmente diferente a la que practicaba la aristocracia en ese tiempo, mujeres regordetas cuya única actividad era abrir y cerrar la sombrilla, lo cual nos indica, sin embargo, que su obsesión por cuidar su cuerpo no obedecía precisamente a una moda de mujeres delgadas, al contrario, la caracterizaban mujeres de compleción robusta, por lo tanto no podemos inferir que se trate de una actitud obligada o impulsada por la sociedad en que vivió.

Cuenta su historia que siempre se vio sometida a la presión política que le implicaba su papel de Emperatriz, actividades obligadas, por lo tanto para ella resultaban aburridas y de poco agrado.

Además de estas presiones reales, Sissi se enfrentó, desde temprana edad, a la pérdida de sus seres queridos, sus hijos, Sofía y Rodolfo, heredero del trono; su primo Luis II de Baviera; su cuñado Maximiliano, ejecutado en México; a su hermana Helena, etc., por lo cual se dice que "ella misma sueña con morir desde la más temprana adolescencia". (RAIMBULT, 1991:58)

No obstante, el comportamiento anoréxico en ella se da a partir de la muerte de una de sus dos pequeñas hijas, Sofía, lo cual significó un gran dolor y un castigo por contradecir las costumbres de la realeza, que separaron a Sissi de sus hijas desde pequeñas para vivir y ser educadas por su abuela, situación que le parecía injusta, es decir, a partir de factores psicológicos.

Finalmente logra, después de una lucha desesperada, "que sus hijas acompañen a la pareja imperial durante el primer viaje oficial de Sissi a Hungría, cuando Sofía ya tenía dos años y medio. En el viaje, Sofía muere a los pocos días, debido probablemente a que Gisela, su hermana menor, le transmitió una enfermedad infantil de la que acababa de curarse (...). La muerte de su hija es, de algún modo, un castigo por haber trastornado los principios de su suegra: y la homonimia de los nombres no permite evitar preguntarse: ¿por qué no murió la otra?". (RAIMBULT, 1991:67)

El motivo de este comportamiento alimenticio, considerado ya anoréxico, está muy lejos de tener cualquier relación con los motivos religiosos, aunque también, en cierta forma, se plantea como una especie de pago por una culpa, tal vez de carácter espiritual, de índole psicológica, sin llegar a considerarse importantes las presiones sociales en torno al tamaño corporal, es decir, no había una preocupación visible de miedo a engordar.

El caso de la anorexia en la actualidad también podría explicarse a partir de sentimientos de culpa (por no ser como a los otros les gusta), inspirados muchas veces por la familia, los amigos y los modelos promovidos por los medios de comunicación, que constantemente presionan a las adolescentes en pro de esta nueva cultura de la delgadez del cuerpo femenino, y según la cual de ello depende el éxito y la aceptación social.

Por lo tanto, los factores que influyen en la decisión por adoptar un comportamiento anoréxico varían de acuerdo al momento histórico en que se viva, a las necesidades individuales o personales (creadas o no

socialmente), a la ideología dominante, que influye directamente en el aparato psíquico de la mujer.

No hace falta mucho esfuerzo para darnos cuenta que la anorexia es uno de los trastornos alimentarios más frecuentes y preocupantes en nuestros días, como lo demuestran los estudios realizados por la Fundación Internacional CBA, en donde los resultados indican que en los últimos años la incidencia de estos trastornos ha aumentado de una manera alarmante.

Por ejemplo, "el estudio más reciente (1988), realizado en diversas secundarias y preparatorias de la ciudad de México, demuestra que el 87% de las adolescentes (en edad promedio de 15 años) han realizado dietas restrictivas para bajar de peso; 11% de ellas se han provocado el vómito; el 8% han usado laxantes y el 21% han utilizado diuréticos para tratar de controlar el peso. Asimismo, el 27% de las encuestadas han usado pastillas para bajar de peso.

La incidencia se encuentra en todos los estratos socioeconómicos de la población y en edades cada vez más tempranas. Esta situación es grave, ya que los trastornos de la alimentación son las únicas enfermedades mentales (catalogadas en el DSM-IV) que por sí solas pueden llevar a quienes las padecen a graves complicaciones médicas e incluso a la muerte". (FUNDACIÓN CBA,2001)

La anorexia puede ser descrita como una "falacia psicosemántica", "es una enfermedad en la que el concepto de la persona total se halla tan confundido, tan dialécticamente dividido, que el "yo pronombre" puede, a la vez, estar eligiendo vivir, en tanto yo, y escogiendo morir, en tanto cuerpo, sin importar qué tan inconscientes puedan ser esas decisiones... tanto el suicidio de tipo esquizoide como la anorexia nerviosa, implican una negación de la realidad que depende de la aceptación de un resquebrajamiento entre el yo y el cuerpo, y la cual sólo es posible a través de la paradoja. (MacLeod,1981:88 en TURNER,1989:226)

La anorexia puede entonces contemplarse "como un ejercicio de la mente sobre el cuerpo, de la cultura sobre la naturaleza". (TURNER,1989:226)

2.3 FACTORES DE INFLUENCIA EN LOS TRASTORNOS DE LA ALIMENTACIÓN (ANOREXIA)

“Trazar la historia de los conceptos referidos a la anorexia significaría escribir la historia de la evolución de la psiquiatría y del psicoanálisis, de las ciencias biológicas y sociales, de sus interacciones a lo largo de los siglos XIX y XX, es decir, de la difícil comprensión del paso de lo fisiológico a lo psíquico y viceversa (RAIMBULT,1991:13), y por qué no también hablar del ámbito social, dadas las características atribuidas a la corporeidad femenina en nuestra sociedad contemporánea, y todo lo que ello implica.

En la actualidad existen muchos más factores de influencia que inducen a las adolescentes, y en menor porcentaje adolescentes hombres, a una conducta anoréxica, ya no se trata de presiones religiosas, ni de responsabilidades políticas, sino de una nueva cultura corporal basada en la estética femenina, que únicamente se logra teniendo un cuerpo delgado y esbelto, como diría Josep Toro en su libro “El cuerpo como delito”, “sólo mostrando con total sinceridad la estructura ósea, por supuesto sin una brizna de grasa y con el mínimo de magro...”.

Es importante explicar que “los Trastornos Alimentarios se desarrollan por una combinación de condiciones psicológicas, familiares, biogenéticas y socioculturales. Sentimientos de inadecuación, depresión, ansiedad, soledad, así como problemas familiares y relaciones interpersonales; otros factores que los desarrollan son la idealización de las personas delgadas y la búsqueda de un cuerpo perfecto en la cultura contemporánea.

Son desórdenes psicológicos que se reflejan en un comportamiento problemático respecto a la comida por el temor a engordar. Son provocados por todo tipo de entorno y puede llegar a ser muy dolorosa la relación con la comida, lo cual se refleja en excesos, tanto de ingesta como de falta de ésta”. (FUNDACIÓN CBA: 2001)

Hasta aquí podemos ver, a grandes rasgos, que los factores de influencia en el desarrollo de un trastorno alimentario como la anorexia, provienen desde lo psicológico hasta lo social, incluyendo en ellos a la familia, amigos, pareja, que forman parte de la vida de toda persona.

Y por si fuera poco, la ideología que promueven y refuerzan los medios de comunicación masiva, principalmente la televisión, en torno a la delgadez corporal femenina como la moda estética contemporánea.

FACTORES FAMILIARES	FACTORES SOCIOCULTURALES	FACTORES BIOGENETICOS	FACTORES PSICOLÓGICOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Familia rígida 2. Sobreprotectora 3. Límites confusos 4. Falta de privacidad e independencia 5. Poca o nula resolución de conflicto 6. Negación de conflicto bajo fachada de perfeccionismo y amor 7. Lealtad al grupo 8. Controladores y muy demandantes 9. No hay expresión abierta de los deseos y conflictos 10. Alianzas secretas entre los miembros de la familia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presión social para ser delgada 2. Confusión de roles sexuales 3. Alta presión para sobresalir 4. Énfasis en la delgadez como modelo de belleza, popularidad, control y éxito. 5. Estigma hacia la obesidad 6. Obesidad vista como fracaso, falta de control, falta de cultura, fealdad y soledad 7. Bombardeo de mensajes de la industria de la dieta a través de los medios de comunicación 8. Alta competencia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metabolismo 2. Alto riesgo a desarrollar trastornos del estado de ánimo 3. Adicciones en padres o familiares cercanos 4. Distribución de la grasa 5. Gen de la obesidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trastorno de la personalidad 2. Trastorno de ansiedad 3. Trastorno del estado de ánimo 4. Trastornos somatomorfos 5. Trastorno obsesivo-compulsivo 6. Trastornos disociativos 7. Trastorno por estrés postraumático

La familia, como célula social y principal grupo humano proveedor de los más importantes satisfactores, tanto en el terreno afectivo (amor, comprensión, seguridad, apoyo) hasta el ámbito, podría decirse material (alimento, techo, vestido y educación) es la principal institución social, pues en ella se forman y desarrollan los seres humanos que conforman las sociedades.

Es el lugar donde se aprenden los valores, donde se forja la personalidad de cada individuo como ente social, como persona, donde adquiere "sentimientos e ideas que tiene sobre sí mismo, *autoestima*; las formas que desarrolla la gente para expresar lo que quieren decirse el uno al otro, *comunicación*; las *normas* que utiliza la gente para actuar y sentir, que llegan a constituir eventualmente el sistema familiar, las relaciones de la gente con los demás y con las instituciones fuera de la familia, *enlace con la sociedad*. (SATIR, 1986:3)

La buena realización de todo esto es lo que conforma una personalidad psíquica sana y, como afirma Virginia Satir, cualquiera que sea la educación que se imparta dentro de la familia, ésta se verá reflejada en la sociedad que se forme. Y las instituciones, tales como escuelas, iglesias, comercios y gobierno, son, por ende, extensiones de formas familiares hacia formas no familiares.

En el ámbito que nos ocupa, la familia es también donde se establecen las costumbres alimenticias y el lugar donde se le otorgan diversas significaciones al acto de comer. Esto se transmite desde la relación que se establece entre una madre y su hijo, desde bebé.

Es aquí, señala el Dr. Juan Eduardo García García, médico endocrinólogo, donde encontramos el meollo del asunto de los trastornos alimentarios, en este fenómeno que es la relación madre-hijo, en donde la mujer, la mamá, transmite muchísimas cosas a un pequeño, o a una pequeña que empieza a crecer, y es ahí, donde si hay un defecto o una falla, en la etapa adolescente muchas mujeres empiezan a expresar esas insuficiencias en su ser, para ser mujer como hoy se exige ser mujer, empiezan a padecer, a expresar algún trastorno como la anorexia y la *bulimia.

Lo anterior podemos considerarlo todavía dentro del concepto tradicional de lo que es una familia, porque no hay que olvidar que también la familia

*La bulimia es un trastorno severo de la conducta alimentaria, en la cual muchos individuos, casi siempre mujeres, presentan frecuentes episodios de voracidad, vomitan habitualmente o, más raramente, toman laxantes o diuréticos para prevenir el aumento de peso. El vómito es autoinducido y generalmente se produce cada día. La bulimia va acompañada de un miedo enfermizo a engordar.

ha sido susceptible a los cambios sociales, económicos y culturales a través del tiempo, y son, casi con seguridad, estos cambios los que afectan en forma grave el buen desarrollo de los individuos en el núcleo familiar, que a pesar de todo sigue siendo la base.

Desde el Porfiriato, la familia, pero principalmente la madre, fue reconocida como la primera educadora de los hijos, y hasta la fecha “la norma social imperante... sobre todo en los países en desarrollo, dicta que el deber de la mujer es el de procreadora, educadora y socializadora de los niños; la principal responsable de formar la personalidad de los hijos, además de ser la garante de transmitirle la cultura y la estructura social que ella, a su vez, asimiló de su familia nuclear”. (BARRANCO,2002:1)

Sin embargo, “como toda experiencia vital, la familia no ha permanecido al margen de las transformaciones sufridas por la sociedad en las últimas décadas, y en especial, a partir de la incorporación de la mujer al mundo laboral (...) vivimos en una sociedad en la que todo lo que era concebido para permanecer unido se separa... el hombre no es necesariamente padre de familia, el marido no es el padre, el compañero de la esposa no es el esposo...” y así, poco a poco, a lo largo de la exposición, se va desdibujando la idea de la familia como espacio natural, identificándola más bien con ese “espacio conflictivo del nuevo mundo”, espacio de “despotismo paterno o despotismo privado”, de “amor corruptor”, en donde todo son rivalidades como la supremacía del hombre contra la mujer, las rivalidades sexuales, los dobles códigos de conducta o los conflictos que surgen entre paternidad y maternidad solitarias”. (FERNÁNDEZ, Reforma, 18 mayo 2001)

Estas situaciones a las que se enfrenta la *familia nuclear han deteriorado mucho, en la actualidad, su papel como formadora de la personalidad de los hijos, dejando esta responsabilidad a otras instancias como la escuela, los medios de comunicación, principalmente.

Además de la familia, que es donde se inicia la buena o mala formación psíquica de un individuo, existen otras instancias que la van moldeando de acuerdo a sus propios intereses, por ejemplo, los amigos, la pareja, la religión y los medios de comunicación, que se constituyen como factores socioculturales de influencia en los trastornos de la alimentación.

* La familia nuclear es “una pareja casada o conyugal y sus descendientes, es la unidad predominante tanto en lo sexual como en lo referente a la reproducción, así como la principal unidad de integración social”. (MARTÍN Y BARBARA VOORHIES,1978:13)

Esta transformación de la familia tiene una estrecha relación con el uso de los modelos mediáticos como patrones de conducta, ya que la mujer, quien tiene a su cargo el cuidado de sus hijos -incluyendo la alimentación- al incorporarse al mercado laboral, se ha visto en la necesidad de simplificar y optimizar el tiempo en su papel de portadora y alimentadora de los hijos, dando espacio a una nueva industria alimentaria.

La nueva industria alimentaria está basada en la tecnología, que "permite producir alimentos completamente sintéticos (Gruhier,1989) ... carne a partir de despojos y vísceras: entrecots de lucerna, garantizados sin colesterol... el pavo, el pollo, la ternera, la zanahoria, la manzana... son auténticos mutantes... se alejan cada vez más de la naturaleza ... la tecnología alimentaria manipula todos los caracteres sobre los que se basa el reconocimiento de los alimentos: forma y apariencia, textura, color, olor, gusto, etc.". (ARECHIGA y Beltrán,1997:35,36)

No obstante, su aceptación y consumo se deben a la rapidez y facilidad de preparación, a los componentes nutricionales que ofrecen, sin arriesgar nuestra imagen corporal (productos "light") y muchas ventajas más, que tomando en cuenta el nuevo rol de la "mujer moderna", poco a poco van desplazando a la comida como una actividad común y de cohesión familiar, dando lugar a cambios en el terreno de valores y actividades.

Esto es aprovechado por los medios, en este caso específico por la televisión, para influir sobre las actitudes y valores en relación a los alimentos, e imponer con mayor facilidad esta nueva ideología en la que el cuerpo femenino delgado es el más atractivo, por lo tanto el que más éxito, popularidad y aceptación social tiene.

En este orden de ideas, todos sabemos que los medios de comunicación ocupan ya un lugar primordial en las sociedades contemporáneas, forman parte de la vida cotidiana de los individuos, en ellos basan muchas de sus experiencias, toman ejemplos de vida, retoman ciertas conductas, adquieren muchos de sus ideales y sueños, se informan, se divierten, se hacen acompañar durante las actividades que realizan, entre muchas otras cosas (son, por decirlo de cierta manera, los usos que hacen de los medios), y claro, todo ello otorga satisfacciones a nivel personal en distintos ámbitos de la vida, llámese profesional, emocional, físico, etc.

Esto depende directamente de las necesidades de cada grupo social, porque los medios están al alcance de todos y son, generalmente, quienes difunden la información "más importante", la moda ligada generalmente al mundo del espectáculo, el glamour, el vestir, los nuevos descubrimientos científicos y tecnológicos, los nuevos productos para adelgazar, es decir, lo

que aparece en los medios es un modelo a seguir o lo que da pauta a tal o cual ideología social.

En este caso específico, son quienes han dado origen a este culto al cuerpo, a la delgadez femenina, ya que es lo que más se explota en este momento en programas y publicidad, básicamente televisivos, porque está íntimamente ligado a la imagen.

Así, el pertenecer a un grupo de amigos puede estar condicionado por la apariencia física, es decir, debes ser delgada y vestir a la moda para que seas aceptado en un grupo determinado. Es una mentalidad que podemos notar a simple vista, por lo regular vemos grupos de adolescentes que tienen características similares entre sí, podríamos decir que son grupos más o menos homogéneos.

También, por qué no, puede que exista una relación, ya sea de amistad o amorosa, en la que participen personas con características corporales opuestas (gordo-delgado), pero en la cual la persona delgada jugará un papel dominante sobre su opuesto, en todos aspectos, es decir, será el que reciba las atenciones, será objeto de admiración, de éxito y felicidad.

Todo este tipo de situaciones afectan inconscientemente el plano emocional de aquellas personas que no reúnen estas características ideales, afectando principalmente su autoestima, pues son presiones sociales generalizadas que orillan a muchas jóvenes a adoptar conductas desviadas en el plano alimentario, que es, a final de cuentas, el gran problema: si como engordo, si dejo de comer adelgazo y puedo alcanzar las características físicas deseables, las que le gustan a todos, y con ello tendré éxito y me aceptarán en todos lados.

Como ya se había mencionado, esta nueva ideología en torno al cuerpo, la importancia que ha adquirido la apariencia física actualmente, el culto a la delgadez, al cuerpazo, a la cinturita, a la musculatura, se ha convertido en una necesidad vital, sobre todo para las adolescentes, quienes viven una etapa de cambios corporales y emocionales, y son bombardeadas por este tipo de imágenes ideales en la televisión (los arquetipos), y que usan como ejemplo para determinar su identidad personal (ajena) y así poder cubrir sus necesidades afectivas y de integración social (aceptación social).

La necesidad de integración social siempre ha estado presente en la humanidad, sin embargo, lo que ha cambiado son las condiciones para que ello se de, es decir, ahora depende de nuestra imagen corporal, la cual debe ser como el ideal promovido por los medios y aceptado socialmente.

Este nuevo modelo ideal está cargado de significados creados cultural e históricamente, pero como señala Gabriela Berlanga, psicoterapeuta de la Fundación Internacional CBA para la Prevención y Tratamiento de Anorexia, Bulimia y Comer compulsivo A.C., “no solamente es ver a la modelo flaca con el galán al lado, con mucho dinero, vestida padrísimo, es decir, el sinónimo de delgadez lo relacionamos con éxito, con popularidad, con aceptación social, con glamour, y eso no es cierto, no sabemos la realidad de la vida de esa modelo”.

En otras palabras, en la televisión nos presentan “la realidad”, pero se trata de una realidad manipulada, una realidad mediática, virtual, que lleva implícito el sello de la ideología de quienes tienen en su poder el manejo de los medios, pero que, desgraciadamente, poco o nada se parece al mundo social en el que vivimos y al que nos enfrentamos a diario.

La confrontación entre ambas realidades es lo que va generando conflictos de identidad, a nivel social e individual, va creando necesidades, como tener un cuerpo delgado, y por lo tanto atractivo y bello para los demás, provocando este tipo de trastornos (anorexia) en las adolescentes principalmente, como uno de los recursos más fáciles para alcanzar su objetivo, la delgadez, y poder disfrutar de las “recompensas”.

2.4 GRUPOS VULNERABLES

La recepción de esta nueva ideología corporal transmitida y difundida especialmente por la televisión, a través de arquetipos o modelos ideales femeninos, está condicionada por mediaciones que intervienen de manera directa o indirecta sobre los diversos grupos que conforman una sociedad.

Aquí, las mediaciones de referencia (sexual) y las institucionales (instituciones sociales: familia, escuela, etc.) tienen una relación directa en este trastorno de la alimentación de que ya hemos hablado, puesto que confluyen en él componentes sociales y de género, los cuales están enmarcados dentro de estas mediaciones.

Estos nuevos elementos no permiten reafirmar que las adolescentes son el grupo más vulnerable ante el constante bombardeo de imágenes ideales, fortalecidas por esta gran industria cultural que es la televisión, y que, sin duda, crea grandes conflictos emocionales en el inconsciente (femenino) que, según Victoria Sendón de León, es materia caótica dispuesta para ser simbolizada y que ha sido totalmente colonizada por la ley del Padre, por su palabra. Esto quiere decir que aprendemos a hablar, a crecer, a trabajar, a amar a través de los mitos, los valores, el Derecho, las

prioridades o las conveniencias de lo masculino. (SENDON, Triple Jornada, 3 Septiembre, 2001)

Siendo la anorexia una enfermedad en la que se sobrevaloran las dimensiones del cuerpo, que es ya una alteración de la imagen corporal, y que durante la adolescencia se convierte en uno de los componentes con más valor para la mujer, nos enfrentamos nuevamente a presiones sociales y de género en torno a la condición femenina.

Para el Dr. Juan Eduardo García, “el problema está fundamentalmente en ese acto de hacerse ser humano adulto, de hacerse mujer, y voy a decir todo el tiempo la palabra mujer, porque la gran mayoría de los expertos, hoy por hoy, están convencidos de que los trastornos alimentarios son una problema de género, porque es diferente hacerse mujer a hacerse hombre. Esta situación de diferencia es lo que condiciona que los trastornos alimentarios aparezcan en las mujeres. La anorexia y la bulimia son trastornos fundamentalmente de lo femenino”.

Esta situación de hacerse mujer inicia en la adolescencia, con la menarquía,; en ella las muchachas adolescentes y jóvenes experimentan cambios corporales como crecimiento del busto, ensanchamiento de las caderas, etc., que la van constituyendo como una mujer, y con ello empieza a dejar de ser una niña.

Todos estos cambios obligan a que nuestro cuerpo sea objeto de mayor atención y, en la actualidad, de preocupación, pues nuestra nueva imagen corporal se convierte en nuestra “autoimagen” que, posteriormente será objeto de evaluación.

Durante esta etapa de desarrollo se presentan cambios emocionales, que coadyuvan a la vulnerabilidad o sensibilidad de las jóvenes adolescentes ante las presiones sociales en torno al ideal femenino vigente en el medio social en que viven y que rinde culto a la delgadez.

Como señala Jane Ussher, “la idea e imagen del cuerpo femenino perfecto ejerce una omnipresente influencia en la conciencia de las mujeres y comienza a crear conflicto por primera vez durante la pubertad”. (1991:60)

Tenemos entonces que la mujer arquetípica de la televisión, la cual posee un cuerpo perfecto –modelo estético corporal vigente-, sirve a las adolescentes para “comparar su imagen (mental) corporal, y cuyo modelo asume plenamente, anhelando y procurando que su cuerpo, renovado y recién estrenado, se aproxime máximamente a aquel”. (TORO,1996:10), es decir, “las mujeres están interiorizando el mensaje de que el cuerpo

natural no es presentable ni atractivo y es necesario cambiarlo". (USSHER, 1991:60)

Como bien señala el doctor Juan Eduardo García, en esta delgadez extrema no deja de haber cierta sensualidad, pero está sujeta solamente a las cámaras o a las fotografías, en donde la gente luce tan bien, tan deseable, como modelo a perseguir, pero todos sabemos lo que hay detrás de todo este trabajo, toda esa falta de ser humano que está representado.

Inevitablemente esto nos obliga a pensar en esa ideología en la cual la mujer es utilizada como un objeto sexual, un objeto erótico, en ese proceso de cosificación de la mujer en una cultura patriarcal.

"La representación de la mujer parece estar condicionada históricamente por un observador masculino, que se constituye en uno de los elementos de dicha representación. Podríamos afirmar por tanto que las mujeres son representadas de una manera diferente de lo masculino -no porque lo femenino sea diferente de lo masculino- sino porque se asume que el espectador ideal es masculino y la imagen de la mujer está diseñada para agrardarle". (LUNA,1996:27)

Es en este punto donde interviene el "patrón mental de género" (OROZCO,1991:32), patrón con el cual crecemos y aprendemos que vivimos en un mundo dividido en hombres y mujeres, en azul y rosa, en donde están claramente definidos los roles que cada uno debe desempeñar, y como apunta el mismo Orozco, "ser hombre o mujer tiene implicaciones específicas en el proceso de percepción en general, y en particular en el proceso de la recepción televisiva". (1991:32)

Por lo tanto, este elemento está presente en el proceso de recepción de los arquetipos televisivos femeninos en las mujeres adolescentes, pues desde niñas han sido educadas para agrardar al otro, al hombre, y en esta edad, en la que se ven envueltas en una serie de cambios físicos (corporales) y emocionales que las convertirá o definirá como mujeres adultas, las bombardean con imágenes femeninas ideales, delgadas, que interiorizan con mayor facilidad, convirtiéndose esto en un anhelo absurdo que las obliga a ir en contra de su naturaleza corporal, desarrollando en ellas comportamientos anoréxicos.

Todo ello para qué, pues para obtener "el pasaporte a la felicidad: es a través de su cuerpo como atraerán a un hombre, que debería ser su principal objetivo. Esta actitud, que es inculcada en la adolescencia, reverbera a lo largo de toda la vida de una mujer, resultando en una

preocupación constante por su peso y aspecto y una insatisfacción con su cuerpo". (USSHER,1991:61)

Haré aquí un paréntesis porque es necesario destacar que este modelo corporal de moda, extremadamente delgado, joven y sexual, en torno a la mujer, adoptado de los Estados Unidos principalmente, va en contra de nuestra constitución física racial, determinada por nuestra dieta básica - rica en azúcares, grasas y granos- por nuestra genética y el medio ambiente.

Estos factores son los que determinan nuestra constitución física racial, alejada de los parámetros del cuerpo femenino ideal que promueve la televisión.

Por el otro lado tenemos también a las instituciones sociales, en las que los individuos nos relacionamos y nos comunicamos a lo largo de toda nuestra vida, por ejemplo la familia, la escuela, el trabajo, la iglesia, y que, lógicamente, son productoras, al igual que los medios de comunicación, de sentidos y significados (son las llamadas mediaciones institucionales), es decir, van formando nuestra personalidad, nuestra identidad.

Cada una de ellas cuenta con un espacio y tiempo propios, y también con sus propios valores, sentidos y significados, los cuales buscan infundir en los individuos que las conforman.

"La influencia de las instituciones sociales constituye entonces una mediación en el proceso de la recepción televisiva, tanto como la televisión "media" la interacción del televidente en otras interacciones y momentos. Las diversas mediaciones institucionales pueden ser anteriores, simultáneas o posteriores al tiempo de estar frente a la pantalla. Mucho de lo que el televidente "trae" a ella es resultado de su interacción y aprendizaje anterior en otras instituciones sociales y mucho de lo que "lleva" a esas otras instituciones es sacado de la televisión, "negociado", quizá apropiado y reapropiado una o varias veces". (OROZCO,1991:35,36)

Esto tiene una importante relación con las teorías sobre la socialización, en las cuales se intenta describir cómo crece el individuo en su entorno y cómo se relaciona con él, y en la actualidad los medios de comunicación forman parte de ese entorno, por lo que también son instancias socializadoras de gran trascendencia, principalmente para los jóvenes.

La vulnerabilidad de los adolescentes ante los mensajes mediáticos radica en que vivimos inmersos en una era en donde la comunicación a través de los medios se ha vuelto de vital importancia, es decir, "ayudan a

incrementar el acopio de conocimientos que los grupos sociales tienen entre sí, pero han hecho innecesario el contacto verdadero". (SENNETT,1978:349)

Además, en el caso específico de nuestro estudio, la televisión ha constituido uno de los principales medios para conocer la "realidad" por parte de los jóvenes, y a partir de esa "realidad" transforman la suya propia y adquieren conductas e identidades ajenas.

La televisión, gracias a su omnipresencia, ha llegado a ocupar un lugar aun más importante que algunas de las instituciones sociales ya mencionadas, especialmente ha desplazado a la familia, que es el núcleo en donde inicia la conformación de la personalidad de los individuos, a través de la comunicación y el amor, y que se ve reflejada en todos los ámbitos en que interactuamos.

Sin embargo, la modernidad ha deformado el papel original de la familia, ya no es fácil lograr este proceso de intercambio de información para la vida cotidiana, cediendo así el lugar a la televisión, que es parte de nuestra intimidad, pues la tenemos dentro de nuestro hogar, y va llenando vacíos de interacción, logrando imponer con mayor facilidad sus propias significaciones.

Podemos decir entonces que:

1. Los medios de comunicación son un importante factor socializador, tan sólo porque absorben una parte considerable del tiempo de recreación y reproducción de la población.
2. Los contenidos de los productos de los medios de comunicación contribuyen sobre todo a la formación de unos conocimientos y una conciencia en los adolescentes... les ofrece modelos por los que se orientan.
3. Un factor decisivo para el tipo y la calidad de los efectos socializadores de los medios de comunicación es el contexto en que se [consumen], esto es, los padres, el peer group, el entorno social. (Schorb, en KAGELMAN,1986:287)

En este caso, la televisión en particular se ha encargado de socializar esta nueva imagen femenina ideal, delgada, bella, que afecta directamente a las mujeres adolescentes, quienes atraviesan por una etapa de cambios corporales críticos que las obliga a volcar toda la atención a su cuerpo, provocándoles conflictos debido al confrontación entre la realidad mediática y su realidad social.

Esta mitología televisiva en torno al ideal femenino "conlleva a la aparición de valores y actitudes específicas" (MUÑOZ,1995:223), por ejemplo, la sobrevaloración de la apariencia física femenina, los prejuicios en torno al volumen corporal y, en consecuencia, trastornos del comportamiento alimentario como la anorexia, y hoy en día en las edades más tempranas.

"Puede que el caso de la adolescente anoréxica sea un ejemplo de un extremo en un continuo, la reacción extrema ante la llegada de la menstruación y los cambios corporales que tienen lugar durante la pubertad. Hay, sin embargo, muchas mujeres jóvenes en otros puntos del continuo, tal vez no intentando controlar sus cuerpos mediante la abstinencia alimenticia, pero igualmente angustiadas e impreparadas para la transformación en mujer. No es de extrañar que sea así, dada la presencia de una ideología condenatoria y la ausencia de construcciones positivas del cuerpo femenino y la reproducción dentro del discurso que rodea a las mujeres" (USSHER,1991:62), una sociedad en la que predominan los criterios masculinos de la estética, en donde el miedo a engordar rige sus vidas.

CAPÍTULO 3. AGENTES REFORZADORES DEL ARQUETIPO FEMENINO

No obstante la aceptación social de este nuevo modelo estético femenino, es necesario destacar la existencia de agentes cuyo objetivo es reforzar esta ideología en torno al cuerpo de la mujer.

Entre ellos encontramos el mundo de la moda en el vestir, lo cual afecta de manera directa nuestra visión y concepción corporal, nos invita a un mundo en el que la apariencia externa es el centro de atención, y nuestro cuerpo es el principal portador de todo aquello que lo haga verse más bello, más atractivo, según las normas socioculturales imperantes.

De ahí la explotación y bombardeo de imágenes de cuerpos delgados, porque sin necesidad de ser muy observadores, podemos darnos cuenta que la moda en el vestido parece estar dirigida o creada para mujeres virtuales, es decir, para aquellas que reúnen los requisitos del ideal mediático.

A esto debemos agregarle el papel reforzador de la publicidad en general y de la publicidad "light" (productos ligeros, bajos en calorías y grasas, útiles en el control del peso corporal), a través de la cual se nos plantean opciones que nos permitirán acceder a un cuerpo ideal y, por lo tanto, al mundo de la felicidad y el éxito promovido fuertemente en los medios, especialmente por la televisión, gracias al importante alcance de la imagen visual.

Finalmente hablaremos en este capítulo de otro mundo, el mundo de las telenovelas, que son un "género de esta industria cultural, y como todo género, está cruzado y tramado por 3 instancias: su producción industrial, su textualidad y las expectativas de las audiencias". (1996:13)

Es en torno a las expectativas del televidente que se establecen vínculos emotivos muy fuertes con los contenidos, generando o reforzando modelos de conducta y valores, y hoy en día en las llamadas telenovelas juveniles se establece, además, este nuevo modelo corporal de belleza femenino, no sólo como modelo a imitar, sino como un nuevo valor social.

3.1 MODA (INDUMENTARIA) Y MODELOS MEDIÁTICOS

¿La moda de la anorexia o la anorexia de moda?. Desde cualquier punto de vista, moda y anorexia son parte de este nuevo engranaje cultural que proclama la delgadez como ideal estético de belleza femenina, a capricho de unos cuantos. Así que, el cuerpo femenino se convierte una vez más en el blanco perfecto de la moda de la ideología dominante.

Hemos señalado de antemano que el cuerpo es moldeado por la cultura y repercute en la forma de pensarnos, autoconcebirnos y de construir nuestra propia imagen; por lo tanto podemos decir que el cuerpo también está condicionado a un proceso de socialización.

“En términos sociohistóricos, el cuerpo no es necesariamente el organismo animado individual, puesto que aquello que puede constituir un cuerpo es un efecto de la interpretación social”. (TURNER,1989:85)

Particularmente el cuerpo femenino, a través del tiempo, ha sido objeto de una mayor atención social en tanto su belleza y su estética, relacionadas directamente con la atracción sexual.

La explicación puede estar en lo que señala Julián Marías, en el cuerpo de la mujer hay lo que podríamos llamar una alusión permanente a su condición femenina... la mujer, como tal mujer, se anuncia en cada uno de sus miembros o facciones, está presente en todas partes de su cuerpo (1980:143) y, por supuesto, en sus actitudes.

Esto tomando en cuenta los dos hechos básicos de la condición femenina: la natural (maternidad, etc.) y lo simbólico (objeto sexual, de belleza), que nos permite referirnos principalmente a la apariencia física, corporal y actitudinal o de comportamiento social. Aquí, el vestido, el calzado, los gestos y el maquillaje, resultan significativos, claro, de acuerdo a las valoraciones sociales, y por lo tanto subjetivas, del cuerpo.

“Durante decenas de milenios la vida colectiva se desarrolló sin culto a las fantasías y las novedades, sin la inestabilidad y la temporalidad efímera de la moda, lo que no quiere decir sin cambio ni curiosidad o gusto por las realidades de lo externo. Hasta finales de la Edad Media no es posible reconocer el orden mismo de la moda, la moda como sistema, con sus incesantes metamorfosis, sus extravagancias. La renovación de las formas se convierte en un valor mundano, la fantasía despliega sus orificios y sus exageraciones en la alta sociedad, la inconstancia en materia de formas y ornamentaciones ya no es la excepción sino la regla permanente: ha nacido la moda.” (LIPOVETSKY,1990:23)

Sin embargo, la moda en el vestido, al igual que el ideal estético femenino (hoy anoréxico), obedece a una pequeña parte de la sociedad, es decir, a las clases poderosas. Generalmente las ideologías se transmiten en sentido descendente, de las clases altas se van transmitiendo a las bajas, y por lo tanto la indumentaria femenina (y en general) esta cargada de significaciones sociales impuestas arbitrariamente a través de los años.

Según Gilles Lipovetsky , la moda en sentido estricto apenas sale a la luz antes de mediados del siglo XIV, momento en que se impone esencialmente por la aparición de un tipo de vestido radicalmente nuevo, diferenciado sólo en razón del sexo: corto y ajustado para el hombre, largo y envolviendo el cuerpo para la mujer.

No obstante, es importante señalar que una de las características del vestido en cualquier época, además de brindar protección y abrigo, ha sido la de actuar como elemento básico en la estratificación social, o sea, es considerado un distintivo de clase, de rango, claro, a partir del mundo de las apariencias, lo cual nos habla del importante papel social y estético que tiene a su cargo.

Una vez impuesta esta diferenciación en el vestido entre ambos sexos, y si hacemos referencia directa a la importancia de la apariencia femenina, podemos encontrar todo tipo de elementos que acompañan a la indumentaria femenina, por ejemplo accesorios de ornato, peinados, maquillajes, en fin, una serie de artículos que junto con el vestido y determinados comportamientos (actitudes, gestos), tienen como finalidad principal resaltar la belleza de la mujer, y que se hizo extensivo a toda la evolución de las modas futuras hasta el siglo XX.

“El vestido femenino es así mismo ceñido y exalta los atributos de la feminidad: el traje alarga el cuerpo por mediación de la cola, resalta el busto, las caderas, el arco lumbar. El escote destaca el pecho; en el siglo XV incluso el vientre se pone de relieve por medio de pequeñas bolas prominentes, escondidas bajo la ropa...” (LIPOVETSKY, 1990:30)

Sucesivamente se van dando cambios en las características del vestido femenino en cada etapa de la historia, en las diferentes culturas, mismos que están sometidos, como ya se había dicho, a la “evolución de la estética corporal” y a las distintas concepciones del atractivo femenino. Por ello es importante retomar la crónica que hace Josep Toro en su libro, “El cuerpo como delito” (1996: 59-71):

En la Edad Media, la mujer reproductora y su correspondiente figura constituyeron el patrón dominante; el vientre de la mujer debía ser ostensiblemente redondeado, símbolo de su fertilidad. El aprecio por la gordura implicaba el rechazo de la delgadez, es decir, la huída del hambre, la enfermedad y la pobreza.

En esta época del medioevo, durante sus principales centurias, la túnica era la prenda de vestir prototípica de hombres y mujeres. Las mujeres la

llevaban atada por debajo del pecho, lo que permitía ponerlo de relieve, aunque no en cuanto a su función suscitadora de atención social.

Posteriormente, a partir del siglo XIV, con la ya mencionada diferenciación del vestido masculino y femenino, entraña intentos sucesivos de mejorar la estética de la apariencia, en razón también del tránsito de una vida feudal aislada, a una vida colectiva y colectivizada propia de los burgos.

La aparición de las sociedades cortesanas renacentistas otorgan al cuerpo significados desconocidos en la Europa Medieval, el mantenimiento o mejora del estatus social se atribuye a una persona en función de su porte, habla, maneras y aspecto, (Elías,1983), dando inicio a una cultura individualista.

Durante los siglos XV a XVIII la mujer gruesa continuó siendo modélica, su función reproductora proseguía impregnando su imagen social. La mujer hermosa era una matrona rolliza dotada de senos llenos, alimenticios (Fallon,1990), las caderas también debían ser voluminosas, por lo que, bajo las faldas, solían disponerse unas contundentes almohadillas, además de otros aditamentos como las mangas anchas, por ejemplo, que indican la poca preocupación por mostrar su auténtica silueta.

En esta época se dieron otros cambios como a mediados del siglo XVII, cuando el escote sufre una modificación, se amplía, por lo que, en consecuencia, cuello y busto pasaron a ocupar un primer plano en la estética corporal social. Y es lógico pensar que también en las preocupaciones subjetivas de las mujeres.

Toda esta moda de cubrir el cuerpo con telas sobre telas, que impedía imaginar la silueta natural, cambió el 14 de julio de 1789 cuando el pueblo de París asaltaba La Bastilla: había comenzado la Revolución Francesa. Las ansias de libertad, los deseos de igualdad, el rechazo de la aristocracia, componentes del movimiento revolucionario, tuvieron su manifestación en la moda. Los vestidos debían manifestar la naturalidad del cuerpo, un cuerpo que igualaba a todas las clases sociales.

Era la denominada en Francia [moda desnuda], que consistía en una reducción radical de las vestimentas y la no ocultación sistemática de las formas corporales. Es curioso destacar que esto se produce paralelamente al inicio de la definición científica de [varón] y [hembra] en diferencias biológicas (siglo XVIII).

Un dato paralelo importante para nuestra investigación es también, durante el siglo XVIII, la alimentación y su relación con la clase social, con el refinamiento. Las formas en la presentación e ingestión de los alimentos permitían al burgués distinguirse significativamente del pueblo llano. En consecuencia se estableció la noción de que un paladar refinado es incompatible con una cantidad excesiva de comida.

Es aquí donde se sitúan las primeras transformaciones del cuerpo redondeado, hacia uno delgado, como modelo a seguir y como distintivo de clase, pero sin dejar de resaltar puntos clave como la cadera, las nalgas y los muslos.

Hacia mediados del siglo XIX ya no sólo se insinuaba el cuerpo femenino en su parte superior, con el [talle de avispa], sino que ahora la falda se estrechaba exageradamente hasta los pies, modelando las caderas y muslos.

Es hasta principios del siglo XX que la moda toma partido por el cuerpo delgado y alargado, empieza la preocupación por la esbeltez y el uso del "corsé [sin vientre], que hubo de llenar la misión de oprimir el cuerpo y las caderas como mejor pudiese. Esta prenda contribuyó esencialmente al logro de la línea recta, que había de retocar todas las redondeces, todas las exuberancias, las blanduras, hasta no dejar más que un palo vertical desde los hombros hasta la orla de la falda". (Von Boehn, 1994; vol. VIII:156-158)

Con todo lo anterior y sin necesidad de un gran esfuerzo, podemos inferir la importancia del elemento visual en todo este cúmulo de elementos que están ligados a la moda: el cuerpo femenino, los patrones estéticos de belleza, el vestido, sus significados y la sociedad misma.

Todo ello nos remite a la imagen, a la apariencia externa, a prejuicios y más, pero la imagen femenina corporal, su apariencia y su representación, está ligada íntimamente a la mirada del otro, es decir, ligada al placer de ver, pero también al placer de ser mirado, de exhibirse a la mirada de los demás. "La moda no crea todas las piezas del narcisismo, lo reproduce de forma notable". (LIPOVETSKY, 1990:42)

Es por ello que ahora la televisión, y los medios de comunicación masiva en general, juegan un papel decisivo en la difusión de la moda como parte de una ideología dominante preocupada únicamente por sus intereses materiales y de consumo.

La televisión nos brinda un gran espectáculo a través de sus imágenes visuales, nos permite de manera "real" conocer otros mundos, sus características, sus costumbres, su forma de vestir, etc., es decir, difunde y populariza todo tipo de imágenes del mundo.

Por supuesto, una de las imágenes que podemos observar en la televisión es la femenina y, en consecuencia, su vestimenta, que gracias a la difusión de los medios se transforman en modelos a seguir.

Las famosas pasarelas, en donde se muestran las tendencias de la moda en el vestir, son doblemente "peligrosas" dentro de nuestro objeto de estudio. Esto porque las modelos que protagonizan estas exhibiciones de moda en nuestros días se convierte, primero, en modelos corporales a seguir, y después en modelos del vestir, razón por la cual son uno de los factores sociales que mayor influencia tienen sobre las adolescentes, que son un grupo muy susceptible a los estímulos externos en torno al cuerpo, debido al proceso de búsqueda, identificación personal y social por el que atraviesan.

Actualmente, "la invasión y difusión de las imágenes, interactuando con el desarrollo de los mercados y la producción en serie, ha facilitado la impregnación colectiva, rápida e inmediata, de modelos textiles y corporales". (TORO,1996:239)

Estas mujeres de pasarela, llamadas modelos, son eso, modelos ideales, que no simplemente actúan como soporte físico para lucir o modelar las prendas de vestir, sino que modelan su cuerpo, sus características corporales, sus actitudes, estableciendo así los patrones de estética corporal femenina y que en la actualidad son lo que se ha denominado el "andrógino delgado" (TORO,1996:241) o extrema delgadez.

Este mundo de belleza femenina ideal, el mundo de la moda, aparece rodeado de prestigio, éxito y dinero, y como señala Lipovetsky, "los decretos de la moda consiguen extenderse gracias al deseo de los individuos de parecerse a aquellos a quienes juzga superiores, a aquellos que irradian prestigio y rango. En la base misma de la difusión de la moda se halla el mimetismo del deseo y de los comportamientos... se han movido pues las ondas de la imitación." (1990:43)

Podemos observar que una gran mayoría de las modelos presentan una delgadez que raya en lo patológico, pero sin embargo son cuerpos "modélicos" (TORO,1996:239), que ejercen una poderosa influencia en el sexo femenino de una manera, y masculino, de otra. Estos cuerpos modélicos también podemos encontrarlos en actrices, cantantes,

(generalmente en gente pública del mundo del espectáculo) y cada vez más en las actrices adolescentes de hoy en día.

En pocas palabras, generalmente se asocia a la bellaza con la juventud, por lo tanto el culto al cuerpo lleva implícito el culto a la juventud. En consecuencia, al aparecer modelos cada vez más jóvenes en la televisión, con las características corporales ideales aceptadas y difundidas en la actualidad (delgadez extrema), las expectativas de las adolescentes se sitúan fácilmente en estos modelos estéticos y que día con día aumentan las cifras de adolescentes con trastornos alimentarios tan graves como la anorexia.

Como señala la psicoterapeuta Gabriela Berlanga, "muchas de las modelos, de hecho el 80% de ellas, tienen un trastorno alimentario y no te lo dicen, y muchas de ellas apenas y pueden caminar en la pasarela, muchas de ellas han estado internas, no sólo por trastornos alimentarios (anorexia y bulimia principalmente), sino por adicción, y nunca te lo platican. O sea que, cuando te dicen, mira, ve a esa modelo, ve qué guapa está, el galanazo que trae, no te dicen lo que ven detrás de la vida de estas niñas.

Todo porque el modelo de belleza ha cambiado. Si nos remontamos a los años cincuenta y sesenta, con Marilyn Monroe, el cuerpo de Marilyn Monroe, para una modelo de ahorita, sería gordo, tendría que bajar alrededor de 18 kilos para poder ser una modelo actual".

Así como este ejemplo que cita la Lic. Berlanga, hay miles, y no en esa época, sino ahora, en nuestro tiempo, ya que este sistema de valores, esta ideología en torno a la estética corporal femenina, están alejados de la anatomía promedio en nuestro país, por eso la gran mayoría de mujeres que no poseen un cuerpo de modelo ("ideal"), y principalmente las adolescentes que están convirtiéndose en mujeres, interiorizan a tal grado estas presiones sociales, relacionadas fundamentalmente con la aceptación social, que se convierten en blanco perfecto de la anorexia.

El Dr. Juan Eduardo García comenta que "se ha pretendido reducir este trastorno de la anorexia y la bulimia a una instancia bastante ridícula, decir que todo es producto de la imposibilidad que tienen las mujeres para mantenerse jóvenes y comer lo que se les antoja, lo que les va deteriorando, les va deformando la idea de qué es un alimento bueno, de qué es un alimento malo, y se van volviendo personajes que buscan siempre los alimentos que son bajos en calorías, alimentos que son "light", y que de esta manera les permite buscar esos arquetipos de belleza ahora tan promovidos".

La palabra que realmente les parece producir horror a las anoréxicas, continúa el Dr. García, es *la grasa*, “la grasa les da miedo, asco, desprecio, todas las expresiones emocionales desfavorables se empiezan a vincular con este asunto. Empiezan a surgir alimentos buenos, estos sí se pueden consumir, estos sí son saludables, estos no tienen colesterol, estos no hacen daño, y estos sí me permiten aspirar al modelo de belleza que se está promoviendo”.

La promoción y difusión de valores y modelos relacionados con la estética de la delgadez, por parte de la televisión y los demás medios de comunicación; la moda del vestir, que en la actualidad pareciera que sólo está diseñada para aquellas mujeres delgadas, pues sus tallas son cada vez más pequeñas, unen sus esfuerzos para mantener esta ideología en torno al cuerpo femenino.

Además, con declaraciones como la del famoso diseñador de moda, Calvin Klein, “¡Yo no promociono ni estoy a favor de la anorexia. Pero creo que si voy a enseñar mi ropa, prefiero enseñarla en personas delgadas. La ropa sienta mejor a gente que cuida su cuerpo y que está delgada. La imagen es importantísima”. (en TORO,1996:244)

Esto no nos deja la menor duda acerca de la dimensión de este problema femenino, en donde la “realidad” es: gordo igual a feo, indeseable, torpe; y delgado es igual a bello, deseable, exitoso y feliz. El primer caso es un defecto social y el segundo una virtud social.

Así, moda y modelos corporales caminan de la mano en aras de fortalecer este mundo frívolo de las apariencias, y que son uno de los tantos factores detonantes de los trastornos de la alimentación en nuestra época, siendo las jóvenes adolescentes el principal grupo afectado por esta utopía mediática, ya que “el auge de estos modelos no existiría en absoluto sin el soporte y difusión casi universal suministrados por el mundo de la imagen”. (TORO,1996:244)

3.2 PUBLICIDAD ADELGAZANTE

Según Alberto Dallal, la publicidad es “el acto de ofrecer a una comunidad elementos para su aceptación, compra o consumo mediante procedimientos –legales o ilegales, naturales o artificiosos- que hacen aparecer estos elementos como inherentes a las necesidades y a los derechos de la comunidad.” (1989:37)

La publicidad es una parte vital dentro de los contenidos de los medios de comunicación, y aun más en nuestras sociedades capitalistas

contemporáneas, en donde el consumo es la meta principal, y que se logra gracias a la producción de necesidades en los individuos que conforman una sociedad y "solucionándolas" con sus productos.

Como todos sabemos, los medios de comunicación son el vehículo idóneo para la publicidad, sin embargo, la publicidad televisiva adquiere un valor más importante debido a que la televisión, como señala Sartori (en BARRANCO,2002:48) ha transformado al *homo sapiens* -producto de la cultura escrita- en *homo videns*, porque la palabra, según él mismo, ha sido destronada por la imagen y el sonido.

Es decir, la publicidad televisiva, a través del uso de imágenes y sonidos, invade y seduce rápidamente nuestros sentidos, logrando así su cometido, vender sus productos.

Sin embargo, sabemos que no únicamente vende productos, sino también "servicios, ideas, actitudes y formas de ser" (MÁRQUEZ,1980:13), las cuales van moldeando o cambiando nuestra cultura, valores, ideología, etc.

Hablábamos también de que la publicidad crea necesidades en los individuos, mismas que "son producto de su constitución fisiológica y sus relaciones económicas y sociales de los hombres (...) las cuales pueden ser satisfechas con objetos materiales, tales como vestidos, casas, libros, etc., pero también por satisfactores inmateriales como lo es el cariño, afecto, ilusiones, amor y felicidad." (MÁRQUEZ,1980:13)

Como ya se mencionó, vivimos inmersos en una sociedad en donde predomina una cultura de la delgadez femenina como patrón o modelo de belleza, por lo tanto el adelgazamiento y el adelgazar se han convertido en verdaderos artículos de consumo actualmente, dando cabida a un amplísimo mercado de productos para alcanzar este objetivo, utilizando a la mujer como objeto sexual o de belleza, que refuerzan aun más esta necesidad de perder peso o de no engordar, basado esto en un discurso sexista, es decir, en la relación hombre-mujer, sujeto-objeto, autoridad-dependencia, que podría resumirse, en lo que toca a nuestra investigación, como la "obligación" de la mujer a estar siempre bella para el hombre, ese debe ser su objetivo primordial, conquistarlo para alcanzar su máxima realización.

Es por eso que la representación de la mujer como objeto sexual "la explotación del cuerpo femenino en la publicidad como elemento decorativo o como un medio de atraer la atención, disminuye la propia

estima de la mujer e ignora otros aspectos de la personalidad de las mujeres y de su potencial humano.” (CEULEMANS,1980:11)

El afán o la insistencia en la belleza femenina, y ahora esta promoción de la cultura de la delgadez como modelo corporal estético a través de los medios masivos, a través de imágenes visuales y mensajes verbales, han sido capaces de conseguir el “lavado de cerebro (mejor dicho, el *ensuciado de cerebro*), que tan peligroso está resultando para la salud mental y somática de una parte importante de la población.” (TORO,1996:238)

Esta obsesión por adelgazar ya está instalada en la “genética juvenil” (EL PAIS SEMANAL, 23 JULIO 1993) que es la causa directa de trastornos mentales de muy difícil solución como la anorexia.

Sabido es por todos que, para alcanzar este objetivo (perder peso), es necesario hacer grandes sacrificios: el primero, cambiar nuestros hábitos alimenticios, en la mayoría de los caso; someternos a ejercicios físicos rigurosos; tomar o hacer remedios caseros; consumir fármacos para perder peso, para que se nos quite el hambre y para quemar grasa.

Todo ello se conjunta para dar pie a las dietas y al consumo de productos light, bajos en calorías, que prometen la disminución del peso corporal, remodelación de la silueta, tonificación de músculos, productos que ya constituyen un mercado estable dentro de nuestra sociedad, gracias al capitalismo, que como señala Turner, “logra la mercantilización de las fantasías y los placeres (...) por conducto del supermercado, publicidad, consumo de masas.” (1989:53)

Su éxito se debe al importante papel de la publicidad, al uso, dentro de ella, de modelos ideales de belleza, es decir, que cumplen con las características corporales aceptadas y promovidas socialmente, y lo más importante, manipulan esta preocupación por la obesidad.

“Vivimos en una época muy sensual, en la que los cuerpos lo venden todo. Lo mismo un coche que la moda” (TORO,1996:240), y tanto más estos productos adelgazantes, que únicamente reiteran lo ya dado, el prestigio del cuerpo delgado, que también ya ha sido interiorizado individual y colectivamente.

Las fantasías y anhelos reforzados por la publicidad, tienen que ver con ese mundo de las apariencias, de la imagen exterior que ya se ha mencionado, es decir, “la publicidad se ha esforzado en enunciar proposiciones de talante verosímil que afirme la innegable calidad de los productos (...), presentando los testimonios de grandes estrellas o

individuos comunes en [escenas cotidianas]... o sea, mostrar no tanto hechos verificables como declaraciones de apariencia verosímil, más o menos creíbles (...). La estética sigue siendo el eje principal en el trabajo publicitario... la publicidad poetiza el producto y la marca, idealiza lo ordinario de la mercancía... el arma clásica de la seducción y la belleza no ha dejado de ser ampliamente explotada." (LIPOVETSKY,1990:211-213)

Aquí podemos hablar de un doble impacto, primero porque al hablar del cuerpo humano inmediatamente nos remitimos a su imagen, y en el caso de la representación del cuerpo femenino en la publicidad de productos adelgazantes, es inmanente remitirnos a nuestro sentido visual, que es seducido por estas imágenes gracias a la manipulación sutil de que son objeto, aprovechando la ya arraigada preocupación femenina por reducir el tamaño del cuerpo.

La manipulación de las imágenes de las mujeres, no sólo en la publicidad, tiene que ver con técnicas de iluminación, encuadres, etc., bien conocidas por los publicistas, por ejemplo: "pese a la delgadez de la modelo, el fotógrafo sabe qué postura debe adoptar, cómo debe contraer el abdomen, cómo puede conseguir un busto que parezca suficiente aunque en realidad no lo sea". (TORO,1996:245)

Sin embargo, estas imágenes que vemos en los medios audiovisuales las interiorizamos automáticamente, ni siquiera pensamos que tan reales puedan ser, simplemente las transportamos a nuestros sueños e ilusiones y, por lo tanto, nos hacen presa fácil de ese mundo virtual que tan lejos está de la realidad de la mayor parte de nuestra sociedad.

Es importante hacer un pequeño paréntesis, nunca debemos olvidar que ésta es una nueva exigencia masculina, nos dice como debemos vernos para agradarles. Es ese "mirar masculino" condicionante" (ZAMORA, 5 marzo: 2001), el que está detrás de nuestra concepción como mujeres, de los condicionamientos culturales sobre nuestro cuerpo y su representación.

Dicho esto, y retomando la idea anterior, no podemos pasar de largo el hecho de que en este juego de verdades a medias (de seducción) el potencial ganador es ese gran mercado del adelgazamiento, que tiene como única finalidad vender lo más que se pueda, ningún interés tiene en el beneficio o resultados obtenidos por los individuos que los consumen, y tampoco en los efectos contraproducentes que se puedan desencadenar a partir de ellos, como pueden ser frustraciones y depresiones.

Hablar de dietas restrictivas, de la utilización de productos *light*, de adelgazar, de dejar de comer productos que engordan, nos indica ya una preocupación por nuestra imagen corporal, por su tamaño, su belleza y sobre todo por el miedo a no ser aceptadas socialmente y convertirnos en objetos de burla si engordamos.

La presencia arraigada de esta ideología estético-corporal femenina es explotada al cien por ciento en la publicidad adelgazante, nos recuerdan constantemente los beneficios a que nos haremos acreedoras si usamos sus productos, porque ellos nos permitirán aspirar a una figura ideal y que a los hombres les gusta; pero si no, tendremos que sufrir las consecuencias (rechazo, depresión, soledad).

Por si fuera poco, "la publicidad de alimentos *normales* (auténticamente alimenticios) también está dirigida preferentemente a las mujeres. En la medida en que resulte eficaz -y no hay razones para pensar que no lo sea-, la mujer queda situada en una posición sumamente conflictiva: a la vez debe comer productos alimenticios y productos ligeros, debe mantener (o incrementar) su peso y reducirlo, debe obedecer a un tipo de publicidad o seguir lo apuntado por el otro... En términos de psicopatología, la mujer queda situada entre la anorexia y la hiperfagia compulsiva". (TORO, 1996:261)

John Berger reconoce las contradicciones sujeto-objeto a las que se enfrentan las mujeres y que se hallan inherentemente presentes en cualquier análisis del cuerpo femenino... no podemos escapar de la dicotomía de ser vigiladas, catalogadas y caracterizadas y, sin embargo, simultáneamente, observarnos a nosotras mismas, situarnos a nosotras mismas en el esquema de cosas." (USSHER, 1991:32)

Por último, "al igual que la moda no puede disociarse de la estética de la persona, así también la publicidad funciona como cosmético de la comunicación." (LIPOVETSKY, 1990:213)

3.3 EL MUNDO DE LAS TELENVELAS

Ver la televisión es una de las actividades más generalizadas en nuestra sociedad actual (y en varias partes del mundo), porque como señala José Saborit, ocupa un lugar hegemónico en la creación del universo visual que nos rodea y del que diariamente obtenemos gran parte de los datos que determinan nuestra imaginación, nuestra concepción general del mundo y de nosotros mismos. (1994:13)

En ella podemos encontrar todo tipo de contenidos, por ejemplo, noticiosos, de entretenimiento, culturales, científicos y muy pocos educativos, y la publicidad, que gracias a la característica intrínseca audio-visual de la televisión, permite transmitir múltiples mensajes a través de palabras e imágenes, causando al espectador una especial fascinación, captando su atención, sentimientos e ilusiones.

De igual forma la televisión, como parte de la industria cultural, al representar una realidad representa al mismo tiempo toda una ideología que se transmite en sus contenidos y que busca la hegemonía de la sociedad para mantener el orden y control social.

En palabras de José Saborit, "todos los programas propagan valores, pautas y modelos de comportamiento, que con mayor o menor evidencia enuncian el entramado de leyes que velan por la producción, reproducción y mantenimiento del sistema económico, cultural y social en cuyo seno se han generado." (SABORIT,1994:21)

Esto último nos permite aterrizar en lo que conocemos como géneros televisivos, heredados del teatro y la literatura, los cuales cumplen con diversos objetivos y, por lo tanto, están dirigidos a determinados públicos, de acuerdo a su contenido.

"Los géneros son las marcas o etiquetas de los programas y una forma de organización, regulación y jerarquización de los temas, significados y discursos de un producto serial (Attallach,1984; en VILCHES,1993:158-158). Dentro de estos géneros encontramos las famosas y tan gustadas telenovelas, que invaden desde hace varias décadas gran parte del tiempo televisivo y de muchos hogares mexicanos, y cuyos antecedentes son el folletín literario, la fotonovela y la radionovela.

No obstante esta división de géneros televisivos, en la mayoría de los estudios relacionados con las imágenes y mensajes difundidos por los medios (por supuesto incluyendo a la televisión), parecen coincidir, como señala Olga Bustos, en que la forma estereotipada en que son proyectadas las imágenes y mensajes contribuyen a mantener y perpetuar los roles de género asignados a las mujeres (de esposa-madre-ama de casa), así como la valoración que se les da sobre todo por su cuerpo y otras características consideradas "femeninas", como ternura, pasividad y seducción. (TARRES,1992:113)

De acuerdo a lo planteado en nuestro estudio, recordemos que el uso y recepción de los contenidos televisivos están directamente relacionados con la categoría de género o "patrón mental de género", establecido

socialmente a partir de las diferencias biológicas entre hombres y mujeres y sus funciones naturales.

Por consiguiente, "por género se está entendiendo la red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, sentimientos, valores y actividades diferenciadas entre hombres y mujeres, a través del proceso de construcción social (...) que ocurre dentro de las esferas macro y microsociales como el Estado, el mercado de trabajo, la escuela, los medios masivos de comunicación, las leyes, la casa, la familia y las relaciones interpersonales." (TARRES,1992:115)

Sin embargo, dentro de todas las esferas mencionadas, los medios de comunicación, y muy especialmente la televisión, por su omnipresencia y espacio íntimo que ocupa en nuestro hogar, es uno de los aparatos socializadores más poderosos, pues logra que todo este sistema ideológico y de valores formen parte de la propiedad común, colectiva, influyendo así en la conciencia de los individuos.

Dicho lo anterior, retomamos ahora los géneros televisivos, y por supuesto uno de los más importantes para nuestro trabajo, la telenovela, que siempre ha tenido muy buena aceptación sobre todo por el público femenino.

Su estructura obedece al formato de la serialidad y sus contenidos pueden clasificarse dentro del género dramático literario. Ambos son puntos clave para mantener cautivos a los televidentes.

Las telenovelas son dramas, los cuales "se originan a partir de situaciones de conflicto (...) y proceden hasta su desenlace a través de conductas convencionales públicamente ejecutadas... Categorías como escenario, actores, tramas, representaciones, personajes, escenas, nos permiten explorar el rol que cada uno de los personajes juegan en determinada escena, cuáles son las expresiones que suprimen y el por qué las disimulan, cómo proyectan sus vivencias socio-afectivas, sus carencias, sus frustraciones, cómo se oscurecen, niegan o se cancelan determinados vínculos, qué tipo de relación establecen los personajes, cómo se relacionan para que la vida colectiva parezca lo que parece." (OROZCO,1994:93,94)

Podemos apreciar claramente en las telenovelas la aparición de todos los estereotipos sociales y, en la actualidad, la aparición de arquetipos creados por los medios. Su uso está determinado por la ideología dominante y dirigido al reforzamiento de los roles sociales, es decir, mantener la división de géneros, lo propio masculino y lo propio femenino.

Las historias de las telenovelas resultan sumamente atractivas por sus argumentos y temas "reales", como infidelidades, romances, alcoholismo y drogadicción, que juegan con las realidades y fantasías de sus receptores, que las más de las veces se sienten identificados con tal o cual personaje y en consecuencia modifican sus conductas, creencias, actitudes y formas de pensar para encontrar la solución a sus problemas comunes, pero reales.

Para alcanzar este objetivo será necesario seguir capítulo a capítulo la historia, porque sólo se podrá comprender en su conjunto, por eso en cada capítulo se añadirá información que poco a poco irá desenredando las situaciones de conflicto. Esto la coloca dentro de la tipología de las series en televisión.

A raíz de este seguimiento diario, nos volvemos cómplices o partícipes de las emociones, ansiedades y placeres vividos por estos personajes, que representan determinadas realidades sociales, creando vínculos de afectividad y de deseo.

En este orden de ideas, Olga Bustos cita a Galindo cuando dice que "el mundo social que se muestra en la telenovela no es el mundo real por fuera de ella, es otro mundo y el mismo; mundo representado, mundo imitado, que aporta elementos tan reales como los del mundo real, porque tanto el mundo por fuera como el de dentro adquieren sentido en el mundo imaginario. El mundo de la no telenovela y la telenovela se componen imaginariamente en un solo registro. Esta es la importancia del análisis de los elementos que aporta la telenovela, esa forma discursiva particular que se combina con la vida particular de millones de personas para formar sus mundos imaginarios." (Galindo, en TARRES, 1992:119)

Desde siempre se ha creído que la telenovela es un género que sólo las mujeres prefieren y ven, además que son mujeres dedicadas 100% al hogar y a su familia. Sin embargo, ahora podemos encontrar un nuevo tipo de telenovela, la telenovela juvenil, en donde se tocan temas que atraen especialmente la atención de los y las adolescentes, por ejemplo las relaciones entre padres e hijos, los ambientes escolares, los antros de moda y, por supuesto, las relaciones amorosas y sexuales entre los jóvenes de hoy.

En estas telenovelas juveniles, como en todas, ocurre lo mismo pero en diferentes contextos y con diferentes personajes. No obstante el amor, la bondad, la maldad, los sufrimientos y los engaños, el final feliz siempre llega, y día a día lo esperamos ansiosamente, compartimos las mismas

emociones. Es por eso que “los personajes o estereotipos no son personajes que viven un proceso de desarrollo y cambio, sino depósitos o cajones de emociones. El programa aparece ante nuestros ojos como una especie de cómoda o cómodo armario lleno de múltiples cajones en donde podemos guardar nuestros objetos más o menos idealizados o rechazados”. (ZIREZ,1986:50)

Estas idealizaciones o rechazos se centran en las apariencias físicas, en la vestimenta, en la aceptación de los demás como parte de un grupo de amigos y así atraer la atención de un hombre guapo. “Amigas y rivales” y ahora “El juego de la vida”, son los ejemplos más recientes y típicos de este tipo de situaciones, que atraen la atención de un público cada vez más joven.

Queda claro que existe la consigna de reafirmar y mantener esta diferencia de los roles masculino y femenino dentro de nuestra sociedad, pero también es cierto que se está promoviendo la valoración de la mujer más como un objeto de belleza, como un objeto sexual.

El arquetipo estético femenino, cuyo cuerpo delgado y atlético lo caracteriza, es el que encarnan los personajes principales (adolescentes) de estas representaciones de la realidad social, sirven para promover y reforzar esta ideología de la delgadez, por lo tanto, son factores de influencia directa sobre las adolescentes, quienes utilizan estas imágenes como referentes ideales para conformar su identidad como mujeres.

En ellas depositan sus sueños, sus ilusiones, sus fantasías, y fomentan ese proceso de imitación que, tomando en cuenta las características físicas de la joven ideal y todo lo bueno que les rodea, las orilla a tomar decisiones drásticas y peligrosas que terminan en trastornos alimentarios muy graves, y que poco a poco se van convirtiendo en una condición común entre las adolescentes.

Esto va creando prejuicios y actitudes en torno a las personas obesas, gordas, y las delgadas. Estos primeros por lo regular son objeto de burlas, son rechazados por los demás, su vida transcurre en lamentaciones, tristeza, depresión, representando siempre un papel secundario, casi insignificante y dentro de lo gracioso, lo cómico, lo chistoso.

Tenemos aquí un claro ejemplo de lo anterior: “en 1995, Sheyla dejó su natal Sinaloa para participar en el Concurso Valores Juveniles, donde pese a que su voz impactó, obtuvo el segundo lugar: “Muchos me comentaron que no había ganado por gorda, lo cual no tiene sentido porque sólo deben fijarse en la voz. De por sí, desde siempre me he encontrado con que la

gente no quiere a las gordas.. Si supieran la cantidad de veces que me ofendieron. Somos blanco de muchas burlas, como si fuéramos de otro planeta. Afortunadamente he encontrado cabida en algunos programas donde siempre requieren a una gordita, por eso me siento bien". (TVNOTAS,25 septiembre,2001:27)

Este tipo de actitudes hacia lo que es considerado opuesto a lo bello, a lo aceptado, a lo estético, son cada vez más generalizadas entre los jóvenes, y como dice Blanca Muñoz, "los estereotipos, los arquetipos, y en general toda la mitología que el grupo juvenil maneja son el reflejo fiel de la frecuencia continua de los mensajes mediados." (MUÑOZ,1995:227)

Finalmente, las telenovelas forman parte del mundo del entretenimiento que nos ofrece la televisión, "se trata de [formas] compensadoras (Dröge,1979) que la televisión proporciona constantemente para los sueños, las fantasías y la evasión individuales, y a las que, a la vista de la creciente adversidad de las circunstancias, nunca se puede renunciar...". (KAGELMAN,1986:69)

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RECEPCIÓN DEL ARQUETIPO FEMENINO TELEVISIVO EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES

Este sencillo análisis de cómo un grupo de adolescentes reciben o perciben el arquetipo femenino televisivo, tiene como objetivo principal arrojar una pequeña parte de la realidad de estas jóvenes ante un nuevo modelo femenino impuesto en la actualidad, y las consecuencias o problemas a los que les conduce esta situación.

Para ello se realizaron entrevistas y pláticas con un grupo de adolescentes entre los 14 y los 16 años, con la finalidad de obtener información más relevante en cuanto a sus vivencias personales y sus problemas reales frente a este patrón de belleza.

Estas entrevistas o pláticas nos dan un resultado más cualitativo, es decir, más apegado a sus historias personales, a los problemas que enfrentan vívidamente, una especie de historia de vida "que ofrece un atractivo nuevo por su aspecto documental... por su utilidad para captar información relevante a ciertos problemas teóricos que confluyen en la relación entre tiempo biográfico y tiempo histórico-social". (BALAN,1974:?)

"La historia de vida según Howard Becker, permite formular en forma aguda los aspectos subjetivos que generalmente se dan por supuestos y, más concretamente, dan pie a la comprensión de los procesos subyacentes de toda forma organizativa". (BALAN,1974:?)

La estructura de estas pequeñas historias de vida será enriquecida con casos verídicos obtenidos a través del internet y de contactos obtenidos en este medio, en una especie de foro de discusión, opinión y experiencias en torno a la recepción de este arquetipo y sus consecuencias.

4.1 RECEPCIÓN TELEVISIVA

Hablar de recepción televisiva es un tema algo complicado, ya que en el proceso de recepción interviene una gran cantidad de elementos que la afectan o modifican, desde personales, por ejemplo estado de ánimo, necesidades y actitudes, hasta sociales como la ideología imperante en nuestro entorno.

En otras palabras, "participar en una realidad medial significa contraponer a ésta la realidad de uno mismo. No existe ninguna recepción de las exhibiciones de los medios sin que por parte del espectador (...) se desencadenen múltiples imaginaciones y procesos vivenciales".(DOELKER, 1982:157)

Con esto se puede inferir que, de ninguna manera, el proceso de recepción es algo automático y homogéneo desde el momento de encender el televisor, es decir, que causa el mismo efecto en los receptores.

Tomando en cuenta la Teoría de los Usos y Gratificaciones, el uso de la televisión obedece a sujetos activos, con necesidades e intereses propios, o sea que "la entrega a los medios debe considerarse como nexo de unión entre los intereses y las orientaciones individuales del individuo y la situación dada de su entorno" (DOELKER, 1982:165)

Más aun, en este mundo contemporáneo, aumentan día a día nuestras necesidades, sean o no de carácter vital, por lo que los usos que cada individuo da a la televisión son cada vez más diversos.

Todos, como sujetos sociales, pertenecemos a diversas organizaciones o "instituciones sociales" como las llama Guillermo Orozco, es decir, la familia, la escuela y la religión, en donde convivimos con otros sujetos sociales con características propias, y que, en gran medida, nos influyen o forman parte de nuestras experiencias cotidianas.

Estas experiencias tan heterogéneas se confrontan con aquellas que tomamos o adquirimos en los medios de comunicación, específicamente de la televisión como una gran industria cultural "productora de sentidos y significados" (OROZCO, 1991:27) en el momento de iniciarse la interacción, es decir, tomar la decisión de ver la televisión en una hora x, durante un tiempo x, ver un programa x en un canal x y apagarla.

Si fuera así, la recepción sería algo fácil de analizar porque se limitaría a los momentos en que se está frente al televisor. Sin embargo, como señala Guillermo Orozco, "la recepción es un proceso, no un momento (...) la recepción se asume como un proceso que antecede y prosigue al acto de ver televisión. Cuando se está frente a la pantalla se tiene una relación directa con el mensaje televisivo; sin embargo, la relación no acaba cuando el televisor está apagado, aunque se vuelva indirecta". (OROZCO, 1991:55)

Por ello, para los estudiosos de la recepción televisiva, la búsqueda de los efectos ha sido el objeto predominante, pero tomando en cuenta que esta interacción entre el televidente y la televisión está cargada de lo que Orozco señala como "mediaciones", y que intervienen directa o indirectamente en este proceso.

Las mediaciones que intervienen en nuestra percepción de la realidad mediática, según Orozco son las siguientes:

-La mediación cognoscitiva.- implica todo aquello que incide en el proceso del conocimiento (la racional, lo afectivo y lo valorativo).

-La mediación cultural.- la cultura determina el desarrollo específico de destrezas cognoscitivas particulares (capacidad analítica, deductiva, inductiva, etc.) es decir, todo individuo es producto y miembro de una cultura, misma que está presente en sus interacciones sociales y especialmente en su interacción con la televisión.

-Mediaciones de "referencia".- incluye las diversas "identidades" del sujeto receptor: cultural, sexual, étnica, socioeconómica y hasta su procedencia geográfica inciden diferencialmente en este proceso.

-Mediaciones institucionales.- aquí se encuentran las "instituciones sociales" en donde el sujeto interactúa, recibe, intercambia y "produce" sentidos y significados: se comunica (familia, vecinos, trabajo, escuela, religión).

-Mediaciones videotecnológicas.- tenemos aquí los recursos videotecnológicos que como medio técnico tiene la televisión y que hacen posible una naturalización de la significación de la realidad a través de la creación de noticias; la presencialidad del receptor (testigo presencial de los acontecimientos que se ofrecen a la pantalla); construcción de verosimilitud (aparencia de verdad) y la apelación emotiva (construir climas emocionales a los mensajes televisivos).

Para efectos de esta investigación se aplicarán más a fondo las mediaciones de referencia y las relaciones institucionales, pues son las más determinantes directamente con nuestro objeto de estudio, los arquetipos televisivos, su uso y sus efectos.

Inevitablemente la creación de arquetipos televisivos tiene una conexión directa con las mediciones de "referencia" ya mencionadas, la identidad cultural y sexual de los individuos.

En primer lugar, los arquetipos, como ya se dijo, están creados con base en una ideología masculina, o como llaman las feministas, el discurso patriarcal, que sitúa a la mujer como un objeto de belleza, un objeto sexual, por lo que ser hombre o ser mujer influye directamente con nuestra percepción de la realidad televisiva que, a final de cuantas no es sino una realidad virtual que se enfrenta a nuestra realidad social.

El discurso patriarcal, que es la ideología dominante todavía en la actualidad, "ha erigido al sexo masculino como signo fundamental de su

poderio y como punto de partida para la conformación del sujeto mediante el ejercicio de su sexualidad, regulado y manifestado a través de sus instituciones: Familia, Estado e Iglesia, cuyo resultado es el control social de hombres y mujeres pero, específicamente, el dominio del cuerpo de la mujer". (BARRANCO, 2002:16)

Esto es posible porque dentro de nuestra cultura, desde pequeños, como señala Orozco, desarrollamos el "patrón mental de género" (OROZCO,1991:32). Desde temprana edad crecemos con la idea de un mundo bipolar, lo masculino y lo femenino, lo azul y lo rosa, es decir, todo está dividido en él y ella, cada mundo con sus características propias y bien definidas en todos los ámbitos de la vida.

Dicho lo anterior, y sin mayor esfuerzo, aterrizamos directamente en las mediaciones institucionales, familia, escuela y amigos, organizaciones sociales que determinan, modifican o influyen nuestra conformación como individuos sociales, pues invariablemente forman parte de la vida de cada individuo.

Ahora bien, hasta aquí estamos situados en el mundo real, en la realidad social, sin embargo, en la actualidad se tiene que librar una lucha cada vez más fuerte con la televisión y los medios en general, pues se han conformado como instituciones culturales que con rapidez van ocupando espacios en nuestra vida cotidiana, o sustituyendo aquellos que van dejando vacíos, logrando perturbar a los individuos y alcanzar la hegemonía.

Por otro lado, además de las características que rodean a la televisión, mismas que la han convertido en el centro de atención de muchos estudios por sus alcances sociales, económicos y culturales, los estudios de recepción televisiva se tornan muy importantes debido a que el acto de ver la televisión se ha transformado en un "ritual" (ZYRES,1986:9) de la sociedad moderna, pero el meollo del asunto está en "las relaciones de causa efecto entre el contenido de los medios y el comportamiento de los receptores". (DOELKER,1982:163)

4.2 HABLAN LAS ADOLESCENTES

Una primera realidad es la existencia de la televisión como una gran industria cultural de nuestro tiempo, porque en ella, como lo señala José Saborit, "la promoción de productos o ideas es altamente frecuente; todos los programas propagan valores, pautas y modelos de comportamiento, que con mayor o menor evidencia enuncian el entramado de leyes que velan por la producción, reproducción y mantenimiento del sistema

económico, cultural y social en cuyo seno se han generado". (Saborit, en BARRANCO,2002:49)

Dicho lo anterior, no podemos negar que su influencia sobre la sociedad es palpable, aunque es preciso recordar que a pesar de la existencia de esa relación causa-efecto, dentro de esta investigación tiene una pequeña modificación, pues se considera a los receptores como seres activos, con necesidades e intereses que los motivan a hacer uso de la televisión y seleccionar sus contenidos, con el objetivo de obtener alguna gratificación; nos referimos aquí al enfoque de los Usos y Gratificaciones, del cual parte este trabajo.

Otra realidad derivada de la primera es la existencia de los arquetipos, y en particular el modelo ideal femenino, que realmente funciona como modelo a seguir por las mujeres, modificando sus conductas y hasta su físico con tal de lograr ser como ellos, sin medir las consecuencias.

La otra realidad es lo que realmente pasa por la mente de las adolescentes cuando se sientan frente al televisor y ven estas imágenes femeninas en todo tipo de programas (telenovelas, comerciales, series).

Para poder detectar esta realidad con un matiz más humano, se hicieron una serie de preguntas a un grupo de 22 adolescentes en edad promedio de 16 años, estudiantes de preparatoria y, lo más importante, inmersas en este mundo que hoy en día impone a la mujer una nueva imagen corporal.

Este grupo de adolescentes está conformado por Pao, Eva, Jessica, Sulemi, Ma. Elena, Diana, Ana, Gaby, Juliana, Aurora, Karla, Fer, Luz, Lore, Coco, (A1) Rosy, (A2)Valeria, (A3) Jennifer, (A4) Claudia, (A5) Angy, (A6) Irene, (A7) Sofía, a quienes se les cuestionó lo siguiente:

- 1.- ¿ Qué caracteriza a la "mujer ideal" que hoy en día promueven los medios ?
- 2.- ¿ Qué sentimientos, sensaciones, emociones les provoca ver imágenes de mujeres sumamente delgadas en la televisión ?
- 3.- ¿ Encuentran alguna relación directa entre el modelo femenino promovido por la televisión y el problema de la anorexia ?
- 4.- ¿ Qué significado tiene para ustedes el ser delgado ?
- 5.- ¿ Es para ustedes una necesidad ser o estar delgadas ?
- 6.- Además de los medios ¿ sienten que existen otros factores de presión?
¿ cuáles ?
- 7.- Todo esto causa prejuicios, mencionenme algunas frases que ejemplifiquen este tipo de actitudes en torno a la gente gorda o flaca.
- 8.- ¿ Conoces algún caso cercano de anorexia ? Menciónalo.

Sus respuestas son el reflejo quizás de una pequeñísima parte de la realidad que enfrentan las mujeres adolescentes, pero nos permite adentrarnos más allá de los meros datos estadísticos, en el sentir y sufrir en carne propia las presiones sociales que establece el modelo corporal ideal vigente.

4.2.1 VEO Y SIENTO

El hecho de ver constantemente este nuevo modelo corporal femenino en la televisión, no se limita al momento mismo de estar frente al televisor y verla, pues desde el primer instante empiezan a generarse opiniones cargadas de valores sociales en torno a este arquetipo femenino, como los que señalaron nuestras adolescentes:

"Bellas, delgadas, estéticas, exitosas, desenvueltas, admiradas y felices".

Una vez que se ha llevado a cabo el contacto visual de estas imágenes, se genera todo un proceso de interiorización que desencadena sentimientos diversos:

PAO: *Me siento bien.*

EVA: *A mí me hacen sentir bien.*

JESSICA: *Yo me siento presionada.*

SULEMI: *Yo también, y a veces siento que baja mi autoestima.*

MA. ELENA: *A mí me pasa lo mismo.*

DIANA: *Sí, a mí igual.*

ANA: *Hacen que mi autoestima ande por los suelos.*

GABY RAMOS: *A mí me sirven de ejemplo.*

JULIANA: *A mí me gustaría ser así .*

AURORA: *Antes hacía que mi autoestima bajara, pero de un tiempo para acá, cuando veo estereotipos de mujeres así, me da tristeza porque manipulan a las chavitas y a la vez las hacen consumir.*

ROSY, VALERIA, JENNIFER Y SOFIA: *Me hacen sentir presionada.*

4.2.2 LA OBSESION

El problema empieza cuando estos sentimientos nos rebasan y nos crean una obsesión, esa obsesión por tratar de imitar a ese modelo tan delgado que nos presentan en la televisión, que es, en opinión de estas jóvenes, una de las principales causas de problemas como la anorexia:

AURORA: Yo creo que en esta sociedad te llenan de información nociva para que pienses y actúes como todos y también con el fin de consumo. Es muy triste lo que ocasiona en algunas chavitas, porque pierden el sentido de su identidad personal.

SULEMI: Es verdad, porque los medios sólo te presionan para que sigas el modelo de las estrellas de moda.

MA. ELENA: Nos bombardean con esas imágenes, y queramos o no, sí nos repercuten.

DIANA: Eso hace que sientas presión en todos lugares.

ROSY: Eso se debe a que la televisión y todos los medios te desinforman y crean una imagen poco realizable y extrema del modelo de belleza femenino.

VALERIA: La verdad es que nos crean un falso concepto y nos hacen sentir que somos menos por no estar como ellas.

JENNIFER: Yo creo que si no existieran o si las modelos fueran gordas y no bellas, no tendríamos el concepto de que la mujer bella, exitosas y aceptada es la que tiene cuerpo de Barbie, o tal vez querríamos ser gordas y no bellas, por lo que sería ese el tipo de modelo a seguir por los medios de comunicación.

KARLA: En realidad siento que los medios de comunicación juegan un papel muy importante dentro de todo esto, ya que la televisión nos maneja pura gente delgada, y si en algún programa aparece una persona un poco gordita es a la que se insulta. También el lanzamiento de los productos "ligh" han hecho que nosotras como adolescentes los consumamos sin requerirlos.

4.2.3 EL BENEFICIO

Desgraciadamente esto es cierto, existe una discriminación y prejuicios en torno a las personas obesas, a partir por supuesto del ideal de belleza vigente en nuestra sociedad. A raíz de ello se va creando esa necesidad en las adolescentes de alcanzar ese patrón de belleza porque eso representaría obtener grandes "beneficios" como:

JESSICA: *Estar a la moda.*

SULEMI: *Estar a la moda, ser popular, admirada y aceptada.*

JULIANA: *Ser feliz, tener éxito, belleza y ser aceptada.*

MA. ELENA: *Ser aceptada, bella y estar a la moda.*

DIANA: *Ser aceptada y estar a la moda.*

FER: *Ser bonita, aunque puedes ser bonita y medio gordita.*

LUZ: *Ser aceptada y estar a la moda.*

ANA: *Sentirme bien conmigo misma.*

GABY: *Belleza.*

LORE: *Felicidad.*

COCO: *Aceptación.*

ROSY: *Aceptación.*

VALERIA: *Aceptación.*

JENNIFER: *Nada.*

CLAUDIA: *Aceptación y belleza.*

ANGELICA: *Felicidad.*

IRENE: *Felicidad.*

SOFIA: *Felicidad.*

EVA: *Parecerme a los famosos.*

4.2.4 EL CONFLICTO INTERNO

La aceptación y la felicidad son dos de las características más importantes atribuidas socialmente a la delgadez, además de la belleza, lo cual nos

induce a pensar en las consecuencias emocionales y sociales que implican estos nuevos valores atribuidos al cuerpo en la población adolescente:

AURORA: Creo que ahora ya no es una necesidad tan grande, aunque a veces sí me he sentido rechazada por mi apariencia física. Alguna vez sí lo fue y con mucha intensidad, cuando tenía como 13 años, pero me he salvado de sufrir, pero eso gracias a la educación que me han dado en mi hogar y a la concienciación de saber todo lo que hay detrás de una foto de un cuerpo bonito.

JESSICA: Para mí no es precisamente una necesidad estar como las modelos de belleza que aparecen en la televisión, porque no me he sentido rechazada, pero sí me ocasiona compararme con esas personas y provocarme una intención de cambiar mi cuerpo, pero no he llegado a extremos.

SULEMI: Aunque no sea una necesidad precisamente alcanzar ese modelo de belleza, pero sí influye en mis hábitos alimenticios y en mis costumbres. Y si me rechazan o no, yo siempre he dicho que la apariencia es una carta de presentación, pero sólo eso.

JULIANA: A veces siento que sí es una necesidad adelgazar y parecerme a los modelos que salen en la televisión, sobre todo cuando nada me queda o no puedo vestir y verme como yo quisiera, y esto me deprime bastante. También he tenido problemas de rechazo respecto a mi cuerpo, me han criticado, y es muy difícil sobrellevar esa situación.

MA. ELENA: Ser como esos modelos no se ha convertido precisamente en una necesidad, pero verlos me ha servido o me ha motivado para mantenerme saludable.

DIANA: A veces sí me crean esa necesidad porque me siento gorda y también porque me he sentido rechazada por mi apariencia física en varias ocasiones.

FER: Para mí no es una necesidad estar como los modelos delgados, pero practico ballet y a veces sí me gustaría no engordar, pero no me preocupa ni me presiono.

LUZ: No es precisamente una necesidad ser delgada, aunque sí me gustaría serlo, y creo que a veces me afecta mucho con respecto a mi persona, a veces me pongo de malas y cosas de esas. Yo también he sentido rechazo debido a mi apariencia física, porque hay grupos de personas que si ven gente no tan delgada la critican y se fijan en todo lo que comen.

ROSY: *No es una necesidad, pero sí me siento presionada e inconforme con respecto a mi físico, y he sentido ganas de querer ser más delgada y sonriente siempre.*

4.2.5 LA PRESION

Es verdad que estos arquetipos mediáticos son quienes han impuesto, en cierto modo, los patrones corporales deseables. No obstante hay infinidad de factores (como ya se vio en el capítulo 2) que coadyuvan a preservar su existencia, convirtiéndose también en elementos de presión como los que señalaron nuestras entrevistadas:

ROSY: *Yo creo que la presión viene de todos lados, debido a que el exterior, aunque es algo superficial, en esta sociedad es muy importante. En mi caso siento presión por parte de mis hermanos y la televisión.*

VALERIA: *A veces siento presión de mis hermanos, pero creo que tampoco por eso me voy a traumar.*

JENNIFER: *Tu misma te presionas a causa de lo que otros te dicen, y poco a poco te va influenciando.*

ANGELICA: *Mis amigos.*

SOFIA: *Mis amigos y mi abuela. Estar delgada, dietas, etc., es algo de lo que todo el mundo habla. También me siento presionada cuando la ropa no me queda y no me puedo vestir como yo quisiera y al compararme con algunas amigas.*

COCO: *Me siento presionada al lado de mis amigas, por su estatura o por la forma de su cuerpo.*

GABY: *Por mis amigos o compañeros de escuela, por su forma de ver y pensar con respecto a las mujeres.*

ANA: *Por mis amigos, familia y yo misma.*

LUZ: *Por mí misma, mi familia (tíos y primos) y mis amigos.*

AURORA: *Cuando mi mamá me dice que me veo mal vestida de tal forma e intenta proponerme otro tipo de ropa, aunque a veces tenga razón, sí me hace sentir mal.*

JULIANA: Por mis amigas, amigos, familia (tías y abuelos), y yo misma me presiono por eso que me dicen.

PAO: Mi hermano me dice a cada rato, órale, ya bájale a la comida.

4.2.6 LOS PREJUICIOS

Evidentemente que el modelo televisivo influye en la concepción que nuestra sociedad tiene con respecto al cuerpo femenino, a su belleza, a su sensualidad, sin importar las consecuencias y el daño, primero emocional y luego físico, ocasionado a las adolescentes con comentarios que oímos a diario y que muchas veces son el punto de partida para tomar una decisión.

PAO: ¡Oye, estas más gordita!

ANA: Cuánto tiempo sin vernos, ¡cómo has adelgazado!

JESSICA: Ya no comas tanto.

SULEMI: ¡Mira nada más esas llantitas!

LORE: Mira esa gorda, se ve horrible.

AURORA: Esos ropa sólo le quedan a las flaquitas.

JULIANA: Se te ve la llantita con esa blusa.

DIANA: Te sobran unos cuantos kilitos...

4.2.7 LOS EFECTOS

Gracias a este tipo de comentarios, cargados de prejuicios, que reflejan una serie de valores atribuidos socialmente al cuerpo, a la apariencia física, provocados por la imposición de estos modelos estéticos femeninos, los cuales no corresponden a nuestras características de raza, ni a nuestra dieta, han desencadenado una grave epidemia de adolescentes con anorexia y bulimia debido a este confrontación entre su realidad y la realidad virtual.

Por lo tanto, todas estamos expuestas a caer en este tipo de enfermedades causadas por múltiples factores, presión social, problemas personales, sociales, familiares, miedos:

JESSICA: *De ver ese modelo de belleza te entra el miedo a engordar, a que te rechacen, porque es algo que se esparce por toda la sociedad. Yo tuve una experiencia muy cercana de este tipo de problemas, mi hermana, que dejaba de comer o lo hacía muy poco, pero se provocaba el vómito. Ahora ya salió de eso, pero es difícil vivir en ese ambiente.*

JULIANA: *Cuando ves que no te pareces a las modelos te da miedo que te rechacen, que fracasas, porque a nuestra edad el no ser aceptados es como no poder ver o algo así, nos sentimos peor que cucarachas, y creemos que nadie nos va a querer así.*

Yo conozco una amiga que se llama Arlet y otra que se llama Claudia que tuvieron problemas de anorexia y bulimia, pero la causa fue que ambas tenían problemas familiares, que para contrarrestarlos lo hacían de esta forma.

SULEMI: *Mi hermana llegó a tener principios de anorexia porque trabajaba en una agencia de modelos y se presionaba mucho por eso.*

COCO: *Cada vez que veo chavas delgadas me comparo y a causa de eso ya no como igual que antes y mi mamá me dice que si sigo así voy a volverme anoréxica.*

4.3 HABLAN LAS ADOLESCENTES ENFERMAS

En esta parte nos ocuparemos del sentir de algunas adolescentes alcanzadas por los efectos de esta presión constante que gira en torno al cuerpo femenino, y que ahora “debe” cumplir con nuevas características físicas al estilo de la famosa modelo inglesa Kate Moss “quien se elevó a la fama como una modelo de primera categoría, y vilipendiada por los críticos por ser ultradelgada y por tener una actitud y una figura de “niño expósito”... en virtud de su apariencia abyecta... y una imagen macilenta y andrógina”.

Esta nueva estética corporal de la delgadez extrema, se ha convertido en un modelo, en una imagen determinante y definitiva de nuestra vida contemporánea, asociada indiscutiblemente con hambre, desórdenes alimenticios, sufrimiento, anorexia y bulimia, pero disfrazado como una vida color de rosa, rodeada de felicidad, éxito, belleza, aceptación, todo ello promovido por la televisión, la publicidad y aceptado socialmente.

Las cualidades atribuidas socialmente a esta nueva imagen corporal van construyendo mentalidades como: “la mujer anoréxica se conforma a los modelos aceptados de encanto femenino... el cuerpo delgado está mejor

dotado para el deseo... Al mismo tiempo (...) es un acto de rebelión adolescente frente al control de los padres". (TURNER,1989:225,226)

En el capítulo anterior pudimos adentrarnos en el sentir de un grupo de adolescentes que día con día luchan y sufren las presión sociales hacia su fisicalidad, hacia su cuerpo.

Sin embargo, la perspectiva de un grupo de adolescentes que sufren directamente los efectos de esta ideología, enfermas de anorexia, es aun más dramática y realmente preocupante, como podremos verlo en los testimonios de Caro (Layfan), Gaby R., Laura R., Diego P. y Anónimo.

El testimonio de Caro, cuyo nombre real es Layfan, lo obtuve a través de internet, en un foro de discusión sobre anorexia y bulimia. El motivo por el cual se negó a decirme su nombre verdadero en el foro fue por miedo a que alguien conocido se enterara del problema que tenía. Posteriormente las pláticas que sostuvimos fue vía e-mail, y en ese momento tuvo la confianza de decirme que en realidad su nombre es Layfan.

Es por ello que presento su testimonio en tres fragmentos, pues considero importante destacar que el miedo a aceptar la anorexia como enfermedad, es un grave problema que obstaculiza el poder brindarles el apoyo necesario.

Gaby R. , Laura R. y Anónimo fueron contactados personalmente.

Diego P. es un testimonio rastreado en internet.

CARO (LAYFAN):

Hola, soy Caro, en realidad ni siquiera sé por qué escribo, es que estoy muy confundida, porque una vez soñé que una persona me preguntaba si tenía un problema de alimentación porque estaba muy delgada, y cuando desperté me molestó el comentario. La verdad es que no creo estar delgada, aunque mis compañeras dicen lo contrario (peso 55kg. y mido 1.60).

Pasó algo menos de una semana y el sueño me seguía molestando, hablé con una persona muy querida y luego ya no seguí pensando en eso (la conversación me ayudó mucho). Pero bueno, la verdad es que me molesta (me pongo nerviosa) que me digan que soy anoréxica, si en realidad no estoy enferma.

Bueno, en realidad he vomitado un par de veces, he tomado laxantes y he dejado de comer un par de días, un par de veces. Me molesta que al sentarme o ponerme un pantalón se me marque un rollo.

Desde que me cambié de casa me molesta ser rellenita, tal vez porque no me siento bien con nada, ni conmigo misma, toda la gente que quiero se va (se cambia de colegio o cambia de relación, conversamos menos, hay menos confianza).

Me siento sola, triste, sin amigos, y aunque me encanta el tema de la anorexia, la bulimia y la obesidad (quiero estudiar nutrición y dietética) me pongo nerviosa cuando me hablan del tema. No sé que me pasa, y espero que alguien me ayude. Besos, Gracias.

LAYFAN:

Hola, primero que nada debo decirte que mi nombre no es Caro, te explico: Soy chilena y mis papás son chinos, mi nombre es Layfan y no lo puse así en el foro por miedo a que alguien que me conozca pueda entrar en la página y saber lo que me pasa.

Segundo: Yo NO SOY ANOREXICA, y que quede claro. Lo que pasa es que hace como tres años y medio me cambié de casa (tenía un restaurante chino y vivía en el segundo piso de ahí, en el centro de la ciudad). Me cambié a la casa de mi tío mientras al lado terminaban mi casa definitiva.

Desde que me cambié de casa me preocupa mucho mi figura, he comido chocolate laxante (de hecho hoy comí el último pedacito que me quedaba) y he vomitado (pero no me gusta, prefiero dejar de comer).

Creo que desde siempre mis familiares en Viña del Mar me dicen siempre que los visito que estoy gorda, pero desde el cambio de casa me lo tomo más en serio y me deprimó, me siento como una vaca.

Una vez soñé que una profesora me decía que estaba muy delgada y que creía que yo tenía algún problema alimenticio, el sueño me molestó mucho y no me dejaba pensar en clases. Lo conversé con una profesora (no la misma del sueño) y se me pasó.

Mis compañeras dicen que estoy flaca y yo no me veo tan así, peso 55 y mido 1.60m. , lo cual se considera normal, pero me veo gorda, y te lo repito: NO SOY ANOREXICA, aunque a veces actúe como tal. Me molesta que me digan (aunque sea de broma) que tengo anorexia, no sé, me pongo nerviosa. No creo llegar a tener anorexia algún día, porque creo que una "vacuna" contra la anorexia es estar informada, y a mí me encanta el tema, de hecho quiero estudiar nutrición y dietética.

En conclusión, NO SOY ANOREXICA, me deprimó con mi cuerpo y me encanta el tema, y ni siquiera sé por qué escribo esto. Pero queda claro que el cambio de casa me hizo muy mal, y me pongo a llorar a veces en las noches, porque me cambié a un barrio muy feo y pobre.

LAYFAN:

Los desórdenes alimentarios son una epidemia en el último tiempo. Se habla de anorexia, bulimia y de obesidad. La anorexia se encuentra en el diccionario como "disminución o pérdida del apetito", tal vez para algunos esto no es correcto; entendemos por anorexia la distorsión de la imagen corporal (posiblemente por razones sociales) y como respuesta a esto el negarse a comer.

En la bulimia la distorsión de la imagen corporal está presente, pero la respuesta a esto es diferente: comen cantidades sorprendentes de comida (generalmente hipercalórica), luego viene un sentimiento de culpa (en el interior se pregunta "¿y ahora, qué hago?") y finalmente se inducen el vómito.

La obesidad también es una enfermedad, pero la imagen corporal no se ve distorsionada. Generalmente las personas que engordan no tienen hábitos de alimentación, y/o no tienen tiempo para preparar una comida nutritiva y balanceada, por lo cual consumen a diario la famosa fast-food, lo que al mismo tiempo es una fat-food rica en grasas e hipercalórica. Es así como van acumulando día a día pequeñas cantidades de grasa que reposan en distintas partes del cuerpo, y que a corto plazo forman una gran masa de grasa, difícil de eliminar en esta sociedad que nos presiona y da menos tiempo para cosas que no tengan relación con el trabajo.

Se considera una persona con sobrepeso cuando su Índice de Masa Corporal (IMC) es igual o superior a 25 y obesa, cuando supera el 28. Muchas veces se dice que en los tratamientos de la anorexia y bulimia se necesita gran apoyo psicológico, pero se deja de lado a las obesas, quienes también se sienten aislados socialmente por no ser igual al estereotipo de hombre y mujer que la misma sociedad -incluyendo a los obesos- ha establecido.

Podemos creer que toda la culpa de esta epidemia es de nuestra sociedad, que no nos deja tiempo para uno mismo y nos hace creer que el mundo es de los delgados, pero los problemas de anorexia y bulimia empiezan por la familia, principalmente con padres posesivos, que manejan la vida de sus hijos como quieren, estos últimos creen que no pueden ser capaces de controlar nada, excepto su cuerpo; sienten rechazo a todo, incluso a su imagen corporal, y es así como empiezan a enfermar, todo esto crece cuando los amigos se empiezan a ir y la familia lo critica todo.

Los obesos son los más rechazados por la sociedad, un gran porcentaje de deserción escolar ocurre en adolescentes obesos, y otro gran porcentaje de gente desempleado es obesa. Aunque no nos detenemos a pensar el daño psicológico que sufre esta gente, así es; los niños caen en depresión cuando escuchan alguna ofensa de parte de sus compañeros ("eres una bola de grasa"), los adolescentes pueden llegar a sufrir anorexia o bulimia y los adultos prefieren encerrarse en sus casas para no ser rechazados cuando caminan por la calle.

Tenemos claro que estas enfermedades son muy diferentes, pero el daño psicológico es muy grande en las tres. Debemos cambiar el pensamiento de la sociedad que dice que el mundo es de los delgados, porque es mentira; no importa cómo es nuestro cuerpo, siempre tendremos una vida exitosa y feliz.

Aprendamos a comer, disfrutar de la comida, no abusar de ella y compartir con los que más queremos, porque luego será muy tarde y nos daremos cuenta de que la vida es corta y siempre estuvimos preocupadas de nuestro exterior para agradarle al resto, y lo que realmente importa es cómo nos sentimos nosotras mismas por dentro.

GABY R.:

Mi problema no fue por influencia de la televisión, más que nada era por un problema que yo tenía, problemas familiares.

Más que nada yo creo que fue porque, bueno, mi papá siempre me ha dicho lo que debo de hacer, me ha regido mi vida, y últimamente yo no estaba de acuerdo con eso, siempre me decía lo que tenía que hacer, tomaba las decisiones por mí, y como que eso no me parecía, y yo creo que este fue un camino, tomar una decisión mía, por mí, en mi cuerpo, dejar de comer.

Bueno, yo no fui anoréxica cien por ciento, como otros casos, yo no comía, pero tomaba una manzana al día, un jugo al día, ó 2, no llegaba al nivel o al punto de no comer nada.

Esta decisión la tomé porque mi papá siempre me exigía que comiera; él es una persona que come muchísimo, no desayuna, bueno, desayuna un jugo y ya, pero en la tarde come mucho, y en la noche, es lo que me desespera de él, que se sienta a ver la televisión y come tacos de carne asada, y quiere que nosotras comamos lo mismo, y a mí no me parece, porque no es el mismo organismo, cada quien digiere diferente cantidad de comida. Todavía, aparte de eso, vete a la cama con la carne asada, o sea, no.

Yo ya estaba explotando, llegó un punto en el que ya no puede, mi mamá y yo empezamos a platicar y le dije, sabes qué, tengo este problema por esto, por esto y por esto, y fue cuando me apoyó.

Yo empecé con este problema a los 20 años. Mi mamá fue la que se dio cuenta de que yo estaba sacando la comida o que de plano no comía, porque cuando ellos me daban de comer, yo lo sacaba todo, provocándome vómito, entonces se dio cuenta, habló conmigo y yo no quise pedir ayuda, porque eso implicaba que llamaran a mi papá, entonces, como choco mucho con él, somos del mismo carácter, y para evitar problemas, yo me comprometí a que ya no lo iba a hacer.

Yo llegué a pesar 45 kilos y ahorita peso 51, o sea que sí subí, pero aun así, a pesar de eso, a pesar de lo que me diga mi papá, yo cuidó mi salud, y pues ya, si al momento de cuidar mi salud peso 51, pues ya que remedio. También esto implica muchas cosas, puede ser una persona saludable y todo, pero no estar esbelta, eso depende de cada organismo.

Siento que los modelos femeninos que presentan en la televisión, por un lado están bien, y por el otro no. Por un lado están bien porque hay personas que sí se mantienen delgadas, pero porque hacen ejercicio, llevan una dieta balanceada, que el médico se las señala. Pero por el otro lado no, porque hay muchas jóvenes que actualmente dice, bueno, ella está delgada, yo también voy a ser delgada, pero no toman las mismas normas que las otras, o sea, no llevan un control médico ni hacen ejercicio ni nada por el estilo, sino que ellas deciden adelgazar para verse bien.

Yo creo que esto es mucho influencia de la televisión e influencia de los jóvenes, de los hombres, porque muchos hombres, bueno, yo lo he visto con mis compañeras, oye, ya viste, qué buen trasero, que no se qué, esta súper delgada, en cambio, ven pasar a una gordita y dicen, ¡no!, esa parece un cochino, o sea que nada más se fijan en lo físico, pero no se fijan en lo interno. Puede ser muy bella, muy alta, delgada, etc., pero puede ser una persona de lo peor.

También en la ropa, en la moda, cada vez todo es más pequeño, ya sacan modelos más esbeltos, más pequeños.

Yo creo que la anorexia abarca varios aspectos, así como pueden ser aspectos familiares y sea un escape de ellos, y no precisa las drogas, el tabaco, el alcohol, sino que es otro escape.

Otro aspecto que influye en lo que es la anorexia son los medios de comunicación, porque todas las chicas que pasan son delgadas, con buena figura, y como lo dije anteriormente, hasta la ropa, tu dices, bueno, es que esto no me va a quedar, y eso también influye en las personas, la sociedad ya está haciendo a un lado a las gordas y se está yendo por el camino de las esbeltas.

Es difícil imaginar cómo son las personas delgadas que ves en la televisión. Una personas puede aparentar que es feliz, pero por dentro puede estar destrozada, entonces, según lo que te dan a entender, quizá sí sea feliz o quizá este delgada para que sea aceptada por los demás.

Además, el modelo que te presentan en los medios nada que ver con nuestra cultura, aquí la mayoría somos chaparritos y tenemos una dieta totalmente diferente y más que nada porque es la dieta básica del mexicano, la típica tortilla, frijoles y huevo, para las personas que no tienen más dinero para poder comprar cosas más saludables o más nutritivas y complementarias en su alimentación.

Yo creo que el nivel socioeconómico tiene mucho que ver, porque si todos tuviéramos un nivel económico bueno, todos tendríamos una mejor alimentación y una mejor salud, ya que abarcaría una mejor dieta, una dieta balanceada, ya que comeríamos pescado, frutas, verduras, les alcanzaría para eso y otras cosas.

Aparte, otro aspecto que interviene mucho, bueno, yo así lo considero, es que ya ahorita la mamá ya no tiene tiempo de hacer nada, ya con su trabajo, va

a trabajar, regresa a la casa y ya los hijos también están descuidados. Entonces, su dieta son sopas Maruchan, McDonalds, y eso afecta la alimentación de los jóvenes y eso ocurre mucho en México, porque ahorita ya hay un gran porcentaje de personas que están obesas por lo mismo, porque no tienen una buena alimentación.

En los scouts me decían que ya estaba muy delgada, pero yo sentía que no, yo decía no, cómo crees, yo quería estar más y más delgada, pero llega un punto en que te pones a pensar y dices, bueno, si estoy aquí es por algo, tengo un objetivo en la vida, y la que me hizo reaccionar fue mi mamá.

Y más que nada también me dijeron que fuera con un psicólogo porque yo soy muy, bueno, retengo todo lo que me dice mi papá, y no se me olvida, o sea lo tengo guardado.

Mi papá era una persona muy muy delgada, hasta cuando se casó era muy delgado, y mi mamá también, pero ahorita, con el trabajo, de que ya no le da tiempo de ir, también era muy atlético, ya no le da tiempo de ir al gimnasio, y entonces pues se han descuidado.

Bueno, no están gordos, están llenitos, y yo eso es algo que he visto, y todavía lo sigo medio pensando, que no quiero llegar a los cuarenta o cincuenta años con esa figura. Por eso quiero llevar un régimen bien, desde ahorita, cuidarme bien desde ahorita.

Porque es típico que después de que te casas, pues ya te descuidas y engordas, o sea, no por el hecho de que te cases debe ser motivo de que tú te descuides.

Yo considero que eso no tiene nada que ver, depende de la persona, que quiera hacer ejercicio, porque si la persona no quiere aunque tú la animes, pues de nada sirve.

De hecho, todavía tengo muy baja mi autoestima, está muy baja, y si he llegado a desesperarme, entonces, una forma de desahogarme de todos mis problemas pues fue eso, dejar de comer, a lo mejor no me iba a ayudar, pero sí era un desahogo. Todo mundo me impone lo que tengo que hacer, o todo mundo me dice lo que tengo que hacer, cómo debo de vivir mi vida, por qué, entonces tomé ese camino, es como decir, bueno, todo mundo me dice lo que tengo que hacer pero aquí yo estoy tomando la decisión de que quiero hacer eso.

Yo estoy recibiendo apoyo en la UNAM, es algo personal, de hecho yo hablé con ellos y les dije que no llamaran a mis papás, porque yo se que si mi papá se llegaba a enterar pues él también iba a bajar su autoestima, iba a pensar que había fallado como padre, y mil cosas.

La influencia del ambiente social tiene mucho que ver, porque los chicos, mis compañeros, siempre hablan de la chica flaquita. También como que te influyen los medios, te influyen tus amistades, tus familiares, también en

cierto aspecto, como que te llegan a decir, oye ya estas gordita, deja de comer, siempre comparan lo delgado y lo gordo.

Yo, en mi caso, definiría la anorexia como una salida a todos mis problemas y en general una enfermedad. Yo digo que más que nada, ahorita, en la actualidad, es influencia de los medios de comunicación, amigos y familiares.

LAURA R.:

Mi problema es que yo fui al Centro de Salud porque mi estómago no retiene alimentos, o sea, como algo y a la media hora empiezo a vomitar la comida, entonces yo fui por ese síntoma. Yo le decía al doctor que no retenía alimento, y me dijo que tenía principios de anorexia.

Entonces me empezaron a meter medicamento y algún tratamiento, y parece que ahorita ya empiezo a retener un poco más los alimentos.

Mi problema empezó porque yo tengo 3 bebés, me paro en la mañana y no desayuno, luego no como, luego medio meriendo o algo así, entonces había veces que me pasaba hasta 3 días sin comer, cuando andaba muy atareada, entonces ya cuando yo quería empezar a comer, pues ahí empecé con esa sensación de no retener los alimentos, me sentía pesada, me dolió el estómago, comía y era como si me hubieran echado una piedra en el estómago, sentía mi estómago muy mal, y al poco tiempo empezaba con las náuseas.

Yo no me lo provocaba, era algo de mi organismo, por eso fui al doctor y me dijo que empezaba con principios de anorexia y que me la estaba provocando yo, yo le dije que no, que la verdad es que yo no lo hacía, bueno, que sí, dejaba de comer porque de repente no quería engordar, y no puedo engordar porque padezco de abscesos de grasa en el cuello, entonces de ahí empecé yo a dejar de comer, no comía, no voy a subir de peso y a quererme cuidar.

Además de este problema que yo tengo, creo que los medios de comunicación, y las modelos que te presentan como ideales sí influyen en los padecimientos de anorexia en algunas personas, aunque en mi caso no es así.

Yo, antes de tener a mis bebés (tengo 3, uno de 10 años, de 8 y 5 años), no me preocupaba por mi peso, pero cuando me embaracé sí me dio miedo de quedar gorda, desde ahí fue cuando empezó más mi preocupación por engordar, porque tengo una hermana que es más chica que yo, y era mucho más delgada que yo, pero cuando tuvo a su primer bebé se puso gordísima.

Yo al verla decía, ¡nooo!, yo no quiero estar así, yo no quiero quedar igual, yo quiero ser una Barbie, (risas). Entonces, cuando me embaracé empecé a dejar de comer, no comía comida chatarra, ni tortilla, no comía pan, sólo me la pasaba comiendo fruta, verdura cocida y cosas así. Después me dijeron

que eso no era una buena alimentación, que necesitaba tomar leche, una alimentación más completa. Entonces dije, bueno, no me queda de otra.

Pero de mi primer y segundo embarazo nunca tuve problemas de gordura, pero del que sí parecía que quería engordar fue de mi hija, la última. Fue cuando yo empecé a bajarle a la comida, como es muy difícil hacer dietas, empecé a dedicarme más al quehacer, a andar con ellos para arriba y para abajo, a hacer ejercicio y todo, pero bajé la alimentación.

Ahora me cuido de no comer grasa, no como pan, en la mañana, por ejemplo, mi almuerzo es un café, es lo único que me tomo en la mañana, o un té, y me apuro, empiezo a hacer el quehacer.

Además de que no me da tiempo de comer, porque también se me hace tarde porque tengo 2 hijos en la mañana y uno en la tarde y todo se me junta. Tengo que hacer de comer, esto, y lo otro, y no tengo tiempo como para sentarme a comer. Cuando estoy haciendo la comida medio la pruebo y ya. En la noche, igual, me pongo a revisar las tareas y todo eso, y no ceno, sólo me tomo un vaso de leche o café, y a veces un pan.

Y a partir de todo eso tengo este problema, ahorita ya no vomito, pero por lo mismo, porque no como mucho.

Pero en la clínica me dijeron que tenía principios de anorexia y el doctor me dijo que yo me lo provocaba, que me metía el dedo. Yo le dije que no, que yo no hacía eso de meterme el dedo, simple y sencillamente deje de comer, o sea, como que no me daba por la comida.

Entonces el doctor me mandó medicamento antes de cada alimento y como que medio me ayudaba.

Después me dijo: "ustedes chiquillas, con tal de guardar la línea se provocan sus enfermedades", me mandó a hacer más análisis y me dijo, bueno, no entiendo, de repente tu estómago retiene y de repente no retiene, eres medio extraña. Entonces opté por ya no ir, porque yo sentía que me estaba diciendo marciala, desde entonces ya no voy y tampoco estoy tomando medicamento, pero sigo con lo mismo de que casi no como, y no como porque cuando siento que como de más, tengo inmediatamente la sensación de haber comido en exceso y vomito.

Por eso, si yo me paso de lo que te dije que como o me pongo a comer las tres veces al día, siento horrible, entonces por eso no lo hago, porque así estoy más tranquila con mi estómago porque no vomito.

Yo no pienso que sea ningún problema ser gorda o flaca, porque por decir, las personas, bueno, personalmente pienso que de nada te sirve tener un buentísimo cuerpo y muy mona si no eres capaz por dentro como cualquier otra persona, que aunque este gordita tiene mejores sentimientos que tú, o es más capaz que tú, o algo en especial que tú no tengas, aunque seas la gran modelo, porque lo que me pasa a mí es horrible.

Al principio dices, bueno, qué me importa, yo quiero estar delgada, así pensaba yo antes de casarme, como a los 16 ó 17 años, pero ahora que tengo 3 bebés sí me preocupa que me digan que estoy anoréxica y que podría llegar a tener otros problemas a consecuencia de eso, entonces piensas, bueno, tengo 3 bebés, cómo es posible, me puedo morir de eso, y qué culpa tienen mis hijos de que yo quiera estar flaca. Y mis hijos qué, entonces cuando me dijeron eso sí me preocupé.

Por eso yo creo que no vale la pena arriesgarte, yo creo que haciendo ejercicio y llevando una buena alimentación sí lo logras.

Hubo un tiempo que sí subí de peso, hasta mi esposo me decía, oye, ya estás bien cachetona, te vas a poner como tu hermana Sandra, y yo pensaba, ¡nooooo!, y sí me decía que estaba gorda. Fue cuando empecé a irme a correr, al gimnasio y cosas así.

Pero de nada me sirvió ir al gimnasio porque llegaba con más hambre y comía más, entonces empecé a engordar más, y empecé a intentar otra cosa, dejar de comer, bueno, de cenar, aunque a veces sí dejo de comer las tres veces al día..

Lo que realmente me preocupaba de mi esposo es que no le gustara y buscara en la calle lo que no tenía en su casa. Ese sí era mi problema, si yo engordo, porque yo se que a él le gustan las mujeres delgadas, y me decía, el día que engordes te dejo.

De repente como que me frustró que me dijera que estaba gorda y que me iba a dejar. Pero eso fue en mis mejores años, cuando recién me case, a los 17.

Al principio sí me preocupaba eso, y decía, no, yo tengo que estar delgada a como de lugar, tengo que mantenerme bien, entonces fue por eso que también empezó mi problema por dejar de comer bien. A veces en una semana sólo hacía una comida, o igual un desayuno, pero empecé con mareos y otros problemas, te causa realmente muchos problemas.

Pero yo creo que estos problemas o preocupaciones por el peso empiezan en la secundaria, debido al desarrollo y todo eso, y a la mayoría de niñas de esa edad sí les afecta.

DIEGO P.:

Ella tiene 21 años, estudia en la universidad, tuvo que cambiar de carrera, cuando la conocí, ella se negó a dejarse conocer diciendo que me haría mucho daño, que era mejor que me alejara. Pero le demostré mi apoyo incondicional y nos volvimos novios.

Una vez salimos, me contó todos sus problemas; su papá a veces no llegaba a la casa porque es alcohólico, su mamá en sus depresiones se ha querido suicidar, y ella siempre se siente mal con lo que sucede, que tenía problemas con la comida. Una vez que me enteré de esto, lo primero que hice

fue consultar sobre el tema con psicólogos amigos, y me contaron que esto era muy grave, que podía llevar a la muerte.

Así que me propuse apoyarla en todo, y ella me empezó a contar toda su historia del problema con la anorexia. Primero no sabía qué tenía, estaba segura que lo que tenía era bulimia, pues siempre comía en exceso para luego vomitar todo. Luego me confesó que usaba laxantes cuando no podía vomitar.

Llevaba haciendo esto desde que salió del colegio hace casi 4 años, me contó que a los anteriores novios los amenazaba con terminar si contaban algo de su problema. También me dijo que según su estado de ánimo podía pasar semanas enteras sin comer, tan sólo con una Coca-cola diet.

Cuesta trabajo entender a una persona así, porque cada vez que salíamos a comer, al momento ella no podía soportar la comida y tenía que ir al baño...Era una lucha constante porque comiera algo. Así que decidí dar otro paso más y le conseguí toda la información que pude de su problema, traté de concienciarla de que era de acción inmediata o que corría peligro de muerte, que su cara pálida, que esos moretones que le salían constantemente, que la caída del cabello, eran consecuencia de su enfermedad y que podía empeorar.

Pero ella siempre me contestaba que estaba bien, que ella lo podía manejar. Hasta que un día me di cuenta que ella no podía manejar el problema, no resistí más y le conté a su mamá bajo el riesgo de perderla, porque así me lo había dicho.

Desde ese momento los papás poco le creyeron, en vez de apoyarla más, lo que hicieron fue controlarla más, obligándola a comer, y la vigilaban cuando comía. Una persona con este trastorno alimentario tiene una autoestima tan baja, que cualquier situación por insignificante que sea la va a afectar demasiado.

Convencí a la mamá (por obvias razones el papá no tenía ni idea, y esto fue un motivo más para que la mamá le echara la culpa al papá de todo lo que pasaba allí) de que consiguiera tratamiento profesional. Yo ya había encontrado una psiquiatra especialista en tratar estos casos de anorexia nerviosa, así que la convencí de que fuera, claro que después de que ella se diera cuenta de lo que le estaba sucediendo, empezó a bajar dramáticamente de peso, casi 8 kilos en menos de dos meses, y lo peor es que ella todavía se seguía viendo gorda.

Cada vez esta visión era más radical, siempre se veía gorda, todavía necesitaba adelgazar más, para que fuera aceptada socialmente; además pasaba horas enteras en el gimnasio para adelgazar aun más. Nadie la convencía de que estaba bien así con su figura, o de que yo la quería por lo que era, no por su físico.

Finalmente fue al psiquiatra, fue un gran paso, desde ese momento las cosas empeoraron, porque fue el destapar constantemente lo que más le

dolla, en especial la relación con sus padres. El cambio fue progresivo, fue dejando los laxantes, comía muy poco pero ya dejaba algo, por lo menos ya soportaba las ensaladas y las frutas.

El último capítulo de la relación fue cuando las cosas no andaban bien (según ella), consiguió otra persona y me puso "los cachos", me dolió mucho pues había confiado mucho en ella y le había dado demasiado, como a nadie.

Estábamos hablando por teléfono aclarando las cosas, cuando se quedó callada, y luego de un rato empezó a decir que le ardía, no supe que hacer, había empezado a hacerse cortes en la muñecas, con algo, no supe con qué, así que me calmé, dejé de reclamarle y nos quedamos de ver al otro día. Cuando la vi, tenía sus mangas que no le dejaban ver sus muñecas, se había tratado de suicidar, y al ver los rasguños que tenía me impactó bastante.

No supe que hacer. Le conté a la psiquiatra y ésta llamó a su mamá y le contó todo. A veces pienso que hubiera sido preferible no hacerlo, pues al hablar esa noche se odió con toda su alma, como iba a confiar en mí si todo el tiempo la iba a defraudar, contándole a los demás lo que le pasaba.

Ahí terminó todo, las esperanzas de volver se esfumaron, pero yo no entendía cómo por hacer lo correcto iba a ser tan odiado. Lo peor es que todavía la quiero y estoy muy mal por eso, porque a pesar de todos esos problemas que la rodeaban, también fue un apoyo para mí en mis momentos difíciles. Incluso me atreví a ir al psiquiatra el cual me ayudó a superar una difícil comunicación que mantenía con mis padres.

Me di cuenta que las personas con estos trastornos tienen otros valores, tienen otra forma de ver la vida, sufren de baja autoestima y necesitan de apoyo constante, pues ésta es la forma que tienen de desahogarse. Que nunca se va a mejorar alguien completamente de esta enfermedad, y que el apoyo es constante.

Quiero que los demás conozcan mi caso, pues aprendí una nueva forma de ver la vida, entender las cosas y manifestarlas. En estos momentos estoy dispuesto a ayudar a alguien con este problema que necesite ayuda, creo que lo que viví es valioso para compartirlo con los demás, y aconsejar a los que rodean a esa persona, que lo que ella necesita es un apoyo, una comprensión infinita, y nunca obligarle a comer, tan sólo hacerlo cuando ella quiera.

ANÓNIMO:

Yo conozco un caso muy cercano de las consecuencias de los nuevos modelos femeninos de moda.

Tuve una alumna, yo fui maestra de chocolate artístico, era una niña que iba en quinto año y empezó con ese problema de no querer comer, y muy seguido su mamá me decía, oiga maestra, hable usted con ella, no quiere comer, seguido se me desmaya.

Después de un tiempo la tuvieron que llevar a Nutrición, y fue un problema muy feo porque la niña tuvo que estar hospitalizada, le afectó mucho, tuvo que estar en nutrición, le hicieron transfusiones, estuvo muy mal.

Ahorita parece que ya empieza a agarrar el hilo de que se tiene que cuidar y que no es precisamente que tenga que estar delgada, porque además ella no es gorda, tiene un cuerpo que no va a engordar, su cara es fina también, sus rasgos son finos.

Bueno, he platicado mucho con ella y tal parece que empieza a comprender mejor. Lo que yo le digo, más que nada, es que debería tomarse amor y cariño por ella misma, no por querer ser una modelo, o como Thalia, o de esas artistas de la televisión.

La niña me decía, es que yo no quiero engordar, tengo amigas gordas y mis amigos les hacen burla, no las quieren. Entonces yo le decía, sabes por qué pasa eso, porque ellos no tienen cerebro, son huecos, aparte no tienen sentimientos, y si tú te vas a poner en el plan de hacerles caso, pues no vas a llegar a ningún lado.

Parece que sí se está componiendo, pero le está costando mucho trabajo. Ahorita ya entró a secundaria pero no se ha repuesto totalmente.

Por ejemplo, hace poco se quiso meter a jugar fútbol, y le dije que para que pudiera entrar debía de comer mejor, de tener condición, de estar fuerte, tenía que recuperarse más, llevar una buena alimentación. Al principio sólo jugaba 15 minutos, y poco a poco se iba aumentando hasta que ya se encontraba mejor.

La conocí muy de cerca también porque iba en el salón de mi hijo y me llevaba muy bien con su mamá, a veces me la encargaba, y hasta el maestro me consultaba a mí cualquier problema sobre ella. Me decía muy seguido, es que no quiere comer, vomita la comida, se me desmaya, y me dice que ella no quiere estar gorda. Hasta que un día el maestro me dijo, "necesito que la mande a un tratamiento". Yo parecía su mamá.

Como la niña me tenía confianza, aceptó muchos consejos que yo le daba, aunque fue difícil porque ella estaba totalmente influenciada por todo ese ambiente que te dice que tienes que estar flaca.

Yo le diría que no por dejar de alimentarte vas a obtener un buen cuerpo, al contrario, yo siento que para poder adelgazar necesitas llevar una buena dieta, balanceada, hacer ejercicio. De nada te sirve adelgazar si tu cuerpo se va a poner enfermo.

Lo más importante es que aprendan a quererse, a valorarse y aceptarse como son, porque cuando eres de tal o cual manera, no puedes hacer otra cosa, aunque trates de imitar, porque por más que quieras ser una modelo, si no tienes una complexión adecuada, un físico y una estatura, no vas a poder serlo.

CONCLUSIONES

Las presentes conclusiones pretenden ser más una reflexión en torno a las nuevas exigencias que la "mujer moderna" debe cumplir actualmente, además de los patrones de conducta ya establecidos y aceptados cultural y socialmente.

Tenemos, aunado a esta presión social que recae directamente sobre las mujeres, la presencia de los medios de comunicación masiva que, vistos como una gran industria cultural, cuentan con el poder de modificar, mantener o distorsionar la percepción que la sociedad en general tiene respecto a la condición femenina.

Me refiero a este término (condición femenina) porque considero que engloba a la mujer desde una perspectiva tanto biológica como cultural, es decir, la define a partir de sus características reproductivas dirigidas a la maternidad, mismas que sirven de base o pretexto para determinar su papel como "individuos" sociales, con particularidades como sumisión, ternura, obediencia, incondicionalidad, dependencia, belleza, sensualidad y sexualidad, de y para los otros.

Me reservo aun utilizar el concepto "sujeto social", porque todas estas etiquetas impuesta al sexo femenino provienen de una ideología y un sistema de valores que considera a la mujer, fundamentalmente, como un objeto de reproducción, es decir, como sinónimo de madre. En otras palabras, "la ideología imperante en este orden representa - y aun construye- a la mujer siempre como madre... sitúa a la feminidad en el lugar de la maternidad, definida como maternidad biológica...". (TUBERT,1991:220)

Independientemente de las cuestiones biológicas que otorgan a la mujer la posibilidad de ser procreadoras de la especie humana, este aspecto ha sido utilizado a conveniencia de las sociedades patriarcales para imponerla como la función natural que definirá su ser-mujer.

Sin embargo, la fórmula ideal en esta cuestión es la de "madresposa", papel o función que sirve y obedece a los intereses y necesidades de la ideología patriarcal, y que sujeta a la mujer a una condición de "opresión, subordinación y explotación". (ROMO,2001:9)

Dicho lo anterior, podemos hacer referencia a otro de los aspectos que dentro de esta investigación tienen un peso importante, la perspectiva de género, a través de la cual puede explicarse, en cierta medida, el problema central que nos ocupa, la anorexia como uno de los trastornos

alimentarios más graves de nuestra era, y que afecta mayoritariamente a la población femenina en edad adolescente.

Hablar de género implica hablar de sexo, y viceversa, aunque es importante dejar bien claro que "el sexo se refiere a una categoría biológica, masculina y femenina, determinada por la perspectiva del cromosoma sexual XX en las mujeres y el cromosoma XY en los hombres", mientras que "el género, habitualmente, se considera como el conjunto de conductas aprendidas que la propia cultura asocia con el hecho de ser un hombre o una mujer". (PEARSON, et al, 1993:27)

Este conjunto de conductas las observamos y la aprendemos desde el momento en que nacemos, hombre o mujer; a partir de ello cómo nos viste, cómo nos tratan y cómo nos educan en el seno de nuestra propia familia; posteriormente las aplicamos, pero también aprendemos nuevas en la escuela, con amigos, en la religión y, en un grado cada vez más alto, a través de los medios de comunicación masiva, especialmente de la televisión.

Es importante retomar el papel femenino ideal de la "madresposa", porque de él derivan cuestiones fundamentales como la importancia de la apariencia física para atraer a un hombre, que será el padre de sus hijos y el proveedor de su hogar, por lo tanto será quien tenga el poder y la autoridad sobre ella, "su mujer".

No obstante, en la actualidad, la mujer ha entrado en este rol de proveedora, es decir, se ha incorporado a la fuerza de trabajo asalariado, ha conquistado espacios sociales importantes que antes parecían estar dispuestos sólo para los hombres, ha logrado ser más independiente, pero no gratuitamente.

Ahora tiene que enfrentarse a una nueva exigencia que tiene que ver con la apariencia física, que en la actualidad se ha convertido en un factor determinante en la relación con los otros, en la aceptación social, que es un elemento vital en la vida del ser humano como ser social.

Desde siempre, el cuerpo del hombre como especie ha estado ligado a los cambios socioculturales de cada época, y al incremento del atractivo sexual, pero la mujer, considerada como objeto de belleza, ha sido siempre el blanco perfecto para aplicarlos e imponerlos.

El modelo estético femenino vigente, que no pertenece a nuestras características raciales, es promovido por nuestras instituciones sociales

como la familia, la escuela, y la televisión específicamente, que además de retomarlos, lo refuerza, lo modifica y nos lo entrega.

¿Por qué la televisión?, porque como señala Olga Bustos, "la televisión representa en la actualidad uno de los medios más importantes y de mayor alcance e impacto en la sociedad... ya que preferentemente está en los hogares". (en TARRES,1992:116)

No podemos negar entonces que al hablar de la televisión y de sus mensajes, nos adentramos a un mundo sumamente complejo, cargado de ideas y valores que incurrir en el sentir, actuar y pensar de los receptores.

En este caso la televisión hace uso de la imagen femenina, exaltando sus características físicas, explotando sus cuerpos, haciéndolos bellos, atractivos y sensuales a partir de su pequeñez en medidas, tipo "Barbie", pero además de esta extrema delgadez, la estatura alta y la tez blanca (este arquetipo televisivo pertenece al estereotipo de la clase alta, al estereotipo de la cultura anglosajona).

La importación de este modelo corporal femenino, cargado de valores sociales tales como la belleza, la aceptación social y la felicidad, propicia la confrontación de nuestra propia realidad con la realidad virtual televisiva, en la medida en que se generan prejuicios sociales en torno a quienes no reúnen estas características, ocasionando graves problemas de identidad, principalmente en la adolescencia.

Es durante esta etapa cuando se experimenta constantemente esa necesidad de identidad personal y de aceptación social, ya que "cuando empieza el cambio de niña a mujer y el cuerpo femenino evoluciona más rápido que la mente y sus emociones" (MENDOZA,2001:38), es fácil tener sentimientos confusos y fijar nuestras expectativas en modelos falsos, que se interiorizan al grado de apropiarse de esta realidad virtual ajena a la suya, generando falsas expectativas y nuevas necesidades.

Son nuestras propias necesidades e intereses los que nos motivan a actuar de tal o cual forma, a utilizar las diferentes fuentes de satisfacción entre las que se encuentran la familia, los amigos y los medios.

Esta nueva necesidad en torno al cuerpo delgado, permite que el arquetipo televisivo actúe como un referente personal muy cercano en la adolescencia, ya que cada vez son modelos que se representan en edades más tempranas, incitando a una identificación más cercana con la población joven.

La constante presión social sobre el cuerpo femenino y la aceptación social, se han convertido en preocupaciones primordiales, ya que se le han atribuido valores como la felicidad, el éxito y la belleza, ocasionando severos conflictos de identidad que perturban nuestra estabilidad emocional y abren la puerta a los trastornos alimentarios.

Ciertamente, como señala Mario Benedetti, "si la historia es de alguna manera el cuerpo de la identidad social, el cuerpo de la identidad individual tiene a menudo relación con el cuerpo mismo [...] cada uno de nuestros cuerpos no famosos de seres no conspicuos, tienen asimismo su manera de presionarnos, de condicionar nuestra vida espiritual, de hacernos más libres o más esclavos".

(BENEDETTI, 1994:368)

BIBLIOGRAFÍA

- AGUADED, José Ignacio (1999); Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva, España, Paidós.
- ARECHIGA, Julieta y Miriam Beltrán (1997); Significación sociocultural de la variación morfológica, México, UNAM.
- BALAN, Jorge y otros (1974); Las historias de vida en las ciencias sociales. Teoría y técnica, Argentina, Nueva Visión.
- BARRANCO Lagunas, Ma. Isabel (2002); Impacto de los estereotipos de la maternidad en los anuncios publicitarios de la televisión comercial en el horario triple A del canal 2. Televisa, México, FCP y S, Maestría en Ciencias de la Comunicación, UNAM.
- BEAUVOIR, Simone de (1981); El segundo sexo, Buenos Aires, Siglo XXI.
- BERTINI, F. y otros (1991); La mujer Medieval, España, Alianza Editorial.
- CEULEMANS, Mieke y Guido Fauconnier (1981); Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social. Compilación y análisis de los documentos de investigación, Francia, UNESCO.
- DEBRAY, Régis (1994); Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente, España, Paidós.
- DOELKER, Christian (1982); La realidad manipulada. Radio, Televisión, Cine, Prensa, España, Gustavo Gili.
- FERNÁNDEZ Collado y otros (1999); La televisión y el niño, 4ta. ed., México, Colofón.
- GALLARDO Cano, Alejandro (1998); Curso de Teorías de la Comunicación, 2da. reedición, México, Cromocolor.
- GARCÍA Calderón, Carola (1980); Revistas femeninas: la mujer como objeto de consumo, México, El caballito.
- GAUTHIER, Guy (1992); Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido, España (2da edición), Cátedra.
- GETINO, Octavio (1996); La tercera mirada. Panorama del audiovisual latinoamericano, Argentina, Paidós.

GUBERN, Roman (1988); Mensajes Icónicos en la cultura de masas, España, Lumen.

IBAÑEZ Brambila, Berenice (1997), Manual para la elaboración de Tesis. México, Trillas.

IPARRAGUIRRE, Hilda y Mario Camarena (1997); Tiempo y significado, México, Plaza y Valdés.

JUNG G., Carl (1era edición, 1970; 6ta reimpresión 1997); Arquetipos e inconsciente colectivo, España, Paidós.

KAGELMANN H.; Jürgen (1986); Psicología de los medios de comunicación, Barcelona, Gerd Wenninger Herder.

LIPOVESTKY, Gilles (1990); El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas, Barcelona, Anagrama.

LOZANO Rendón, José Carlos (1996); Teoría e investigación de la comunicación de masas, México Alhambra Mexicana.

LUNA, Lola (1996); Leyendo como una mujer la imagen de la Mujer, España, Anthropos.

MARIAS, Julián (1980); La mujer en el siglo XX, España, Alianza Editorial.

MARQUEZ Elenes, Laura (1980); Mujer. Historia y condición de la mujer. El uso de la imagen de la mujer como objeto sexual en la publicidad de revistas femeninas, Tesis inédita de licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, México, UNAM.

MARTÍN, Kay y Barbara Voorhies (1978); La mujer: un enfoque antropológico, España, Anagrama.

MAZZIOTTI, Nora (1996); La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina, Argentina, Paidós.

McQUAIL, Denis (1969); Sociología de los medios masivos de comunicación, Buenos Aires, Paidós.

MIJARES Roque, Evangelina (1989), La soltera independiente: ¿un nuevo estilo de vida?, Tesis inédita de Licenciatura en Sociología, FCPyS, UNAM.

MOLES A., Abraham (1991); La imagen. Comunicación funcional, México, Trillas.

MONTERO, Sergio (1995); Taller de investigación en comunicación I. La investigación: una búsqueda apasionante, México, FCPyS: SUA, UNAM.

MORAGAS Spa, Miquel de (1981); Teorías de la comunicación. España, Gustavo Gili.

MUÑOZ, Blanca (1995); Teoría de la pseudocultura. Estudios de sociología de la cultura y de la comunicación de masas, España, Fundamentos.

MUÑOZ Razo, Carlos (1998); Cómo elaborar y asesorar una investigación de Tesis, México, Pearson.

OROZCO Gómez, Guillermo (1991); Recepción televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio, México, Universidad Iberoamericana.

----- (1994); Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva, México, Universidad Iberoamericana, Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, Dirección de Investigación y Posgrado.

----- (1994); Televisión y producción de significados: (tres ensayos), México, U de G.

PEARSON, Judy, et al. (1993); Comunicación y género, España, Paidós.

PIERRE Albert y Andre Jean Tudesq (1982), Historia de la Radio y la Televisión, México, FCE.

RAIMBULT, Ginette (1991); Las indomables figuras de la anorexia, Buenos Aires, Nueva Visión.

RAMOS Escandón, Carmen (1992, 1era edición); Género e Historia: La Historiografía sobre la mujer, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Antologías Universitarias.

RODRÍGUEZ Dorantes, Cecilia (1994); Entre el mito y la experiencia vivida: Mujeres jefas de familia divorciadas, separadas y abandonadas. Análisis del proceso a través del cual las mujeres se convierten en jefas de familia, Tesis Doctorado, México, FCPyS: División de Estudios de Posgrado, UNAM.

SABORIT, José (1994); La imagen publicitaria en televisión (Tercera edición), España, Cátedra.

SAPERAS, Enric (1992); La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos: Una introducción crítica, Barcelona, PPU.

SATIR, Virginia (1986); Relaciones humanas en el núcleo familiar, México, Pax.

SCHMELKES, Corina (1988); Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis), México, Harla.

SENNET, Richard (1978); El declive del hombre público, Barcelona, Península.

SMITH G., Alfred (1977); Comunicación y Cultura 3: semántica y pragmática, Argentina, Nueva Visión.

STEVENSON, Nick (1995); Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva, Argentina, Amorrortu.

TARRES, Ma. Luisa (1992); La voluntad de ser Mujer en los noventa, México, El Colegio de México.

TORO, Josep y Enric Vilardell (1987); Anorexia Nerviosa, España, Ediciones Martínez Roca.

TORO, Josep, (1996); El cuerpo como delito. Anorexia, bulimia, cultura y sociedad, España, Ariel.

TOUSSAINT, Florence (1995); Crítica de la información de masas, México, Trillas.

TUBERT, Silvia (1991); Mujeres sin sombra. Maternidad y tecnología, España, Siglo Veintiuno.

TURNER, Bryan S. (1989); El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social, México, FCE.

USSHER, Jane (1991); La psicología del cuerpo femenino, España, Alianza Editorial.

VILCHES, Lorenzo (1991); La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión, México, Paidós.

----- (1993); La televisión. Los efectos del bien y del mal, España, Paidós.

WAUTERS, Ambika (1998); Los chakras y los arquetipos. Un viaje hacia el autodescubrimiento y la transformación, España, EDAF.

ZIRES, Margarita (1986); El ceremonial televisivo, un espacio de juego e ilusión, México, UAM-Xochimilco.

ZORRILLA Arena, Santiago y Miguel Torres Xammar (1992); Guía para elaborar la Tesis, México, McGraw-Hill.

HEMEROGRAFIA

AL NATURAL, v.1. Marzo 2001, México, PRANC.

FERNÁNDEZ Cueto, Paz (2001); "Familia y Modernidad", Reforma, México, 18 de mayo.

HOLTZ de Ennis, Victoria (2001); "Lucha contra los desórdenes alimenticios en nuestro país", El Universal, 28 de mayo.

SENDON de León, Victoria (2001); "Los desafíos del feminismo para el s.XXI", Triple Jornada, Suplemento feminista de La Jornada, 3 de septiembre.

----- (2001); "Midas y Narciso", Triple Jornada, Suplemento feminista de La Jornada, 3 de septiembre.

ZAMORA Betancourt, Lorena (2001); "El desnudo femenino. Una visión de lo propio", Triple Jornada, Suplemento feminista de La Jornada, 5 de marzo.

ENTREVISTAS

Lic. Gabriela Berlanga (psicoterapeuta), en la Fundación Internal. CBA, México, 16 de agosto de 2001

Lic. Guadalupe Herrera (nutrióloga), en la Fundación Internal. CBA, México, 06 de septiembre de 2001.

Laura Rodríguez (testimonio), en su domicilio, México, 03 de diciembre de 2001.

Gabriela Ramos (testimonio), en su escuela, México, 16 de noviembre de 2001.

Layfan (testimonio), vía internet, 07, 10 y 15 de diciembre de 2001.

Diego p. (testimonio), vía internet, 20 de agosto de 2001.

CONFERENCIAS

Dr. Juan Eduardo García García (endocrinólogo), Coordinador de Endocrinología de la Clínica de Trastornos Alimenticios del Instituto Nacional de Nutrición, conferencia sobre "Trastornos alimentarios" en: Campaña 4 días por tu salud/ALIVIANATE, FCPyS, 28 de agosto de 2001.

DOCUMENTOS VIRTUALES

[http://www.ciudadfutura.com/psico/articulos/trastornos_alimentarios.](http://www.ciudadfutura.com/psico/articulos/trastornos_alimentarios)

http://www.ciudadfutura.com/psico/articulos/envid_delgadez.htm

http://www.geocities.com/newmodel_1999/bulimia/#bulimia

http://www3.planalfa.es/corazonistas/trabajosweb/www_anorexia/anorexia.htm

<http://www.ciudadfutura.com/psico/index.html>

<http://www.melodysoft.com/cgi-bin/foro.cgi?ID=Anorexia>

http://www.geocities.com/newmodel_1991/bulimia/#bulimia

<http://www.ciudadfutura.com/psico/articulos/trastornos-alimentarios.htm>