

Preocupación corporal y problemas relacionados con el peso en población masculina: un programa preventivo integrativo

Body preoccupation and weight-related problems in male population: a integrated preventive program

Marcela González¹, Eva Penelo², Mireia Romero¹, Teresa Gutiérrez¹,
Marisol Mora¹, Rosa M. Raich¹

Resumen

Objetivo: *Presentar el programa preventivo ampliado “Alimentación, modelo estético femenino y masculino en los medios de comunicación. Cómo formar alumnos críticos en la educación secundaria (AMFMM)”*, que en breve será administrado y evaluada su eficacia en una muestra piloto. **Método:** *A partir de una revisión bibliográfica se da cuenta del aumento de la preocupación corporal masculina y comportamientos de riesgo en torno al peso y al cuerpo. Se señala la importancia de desarrollar programas preventivos eficaces con metodologías y contenidos específicos dirigidos tanto a chicas como a chicos. Se presenta detalladamente el programa AMFMM, que mediante un diseño cuasi-experimental será administrado y evaluado en una muestra formada por 98 chicas y 78 chicos, con una edad media de 12,9 años, provenientes de cuatro escuelas (concertadas o públicas, escogida al azar); dos de las cuales conformaran el grupo experimental AMFMM, mientras las otras dos el grupo control.*

Palabras clave: Preocupación corporal. Modelo estético masculino. Programa preventivo. Problemas relacionados con el peso.

Summary

Objective: *To present the amplified preventive programme “Alimentation, female and male aesthetic model in the media: how to get pupils to think critically in secondary school”*, which in

¹Departament de Psicologia Clínica i de la Salut, Universitat Autònoma de Barcelona, España.

²Laboratori d'Estadística Aplicada, Departament de Psicobiologia i Metodologia de les Ciències de la Salut, Universitat Autònoma de Barcelona, España.

Correspondencia: Dra. Rosa M. Raich
Departament de Psicologia Clínica i de la Salut
Universitat Autònoma de Barcelona.
Facultat de Psicologia, Edifici B, Campus UAB (Campus d'Excel·lència Internacional), 08193 Bellaterra, España.
Email: rosa.raich@uab.cat

short is going to be applied and its effectiveness evaluated in a pilot sample. Method: Based on bibliographical review, the rise in body preoccupation in males and risk behaviours related to the body and weight are explained. The importance of developing effective preventive programmes aimed at girls and boys in content and method is highlighted. The programme AMFMM is presented in detail. It is going to be administrated and evaluated using a quasi-experimental design on a sample of 98 girls and 78 boys with a mean age of 12.9 years, from four different schools (state or state-subsidised schools, randomly chosen); two of them will form the experimental group AMFMM, whilst the other two will form the control group.

Key words: Body preoccupation. Male aesthetic model. Preventive programme. Weight-related problems.

Tal vez debido a la alarmante desigualdad de género en la prevalencia de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) (Sancho, Arija, Asorey & Canales, 2007) y las preocupaciones por la apariencia física y el peso (Raich, 2004; Raich, Mora, Torres & Sánchez-Carracedo, 2001; Thompson, Heinberg, Altaba & Tantleff-Dunn, 1999), diversas investigaciones e intervenciones preventivas han tendido a centrarse principalmente en mujeres y chicas (Daniel & Bridges, 2010; Neumark-Sztainer et al., 2006). Nuestro grupo de investigación no ha sido una excepción. De hecho, desde el año 2001, el grupo ha estado desarrollando y mejorando un programa preventivo dirigido a la población femenina, más vulnerable a los problemas relacionados con el cuerpo y el peso (Raich et al., 2008; Raich, Portell & Peláez-Fernández, 2010).

En este sentido, Hudson, Hiripi, Pope y Kessler (2007) señalan que la probabilidad de que las mujeres sean diagnosticadas de anorexia nerviosa, bulimia nerviosa y trastorno por atracón es de 1 a 3 veces más que los varones. Sin embargo, los varones son tres veces más propensos a presentar trastorno por atracón a nivel subclínico. Paralelo a ello, existe una creciente evidencia de que la preocupación por la imagen corporal masculina es un fenómeno que se está generalizando (Daniel & Bridges, 2010; Dittmar, 2008; McCabe & Ricciardelli, 2004).

Investigaciones en muestras norteamericanas, que hacen seguimientos de la preocupación corporal masculina y femenina en las últimas décadas, señalan que las mujeres presentan el doble de preocupación y malestar con la apariencia física que los hombres; aunque la preocupación y el malestar con el físico, por parte de los hombres, ha au-

mentado del 15% en 1972 al 43% en 1996 (Thompson et al., 1999). Estos estudios también indican que el 63% de los hombres están insatisfechos con su torso medio y el 45% con su tono muscular.

Las mujeres aspiran mayoritariamente a estar más delgadas y los hombres desean estar más fuertes y musculosos (Frederick et al., 2007; Grogan, 2008; Labre, 2005). Mientras ellas se preocupan más por la parte inferior del cuerpo, los hombres tienden a preocuparse más por la parte superior (Dittmar, 2008; Raich et al., 2001).

Hace más de dos décadas, Toro, Castro, García, Pérez y Cuesta (1989) advirtieron que cerca del 60% de los jóvenes españoles menores de 18 años habían realizado dieta con el fin de adelgazar. Y agregaron, que aproximadamente el 50% de dicha población se identificaba idealmente con un patrón estético notablemente más delgado y estilizado que el suyo, expresando disconformidad con su imagen y rechazo parcial, o total, a su cuerpo. Recientemente, la *Fundación Imagen y Autoestima* (2008) ha señalado que más de un 65% de los adolescentes españoles están insatisfechos con su cuerpo.

Paralelamente, al aumento de la preocupación corporal masculina, nos encontramos con una progresiva exposición pública del cuerpo masculino, un fenómeno no visto anteriormente. Según Brower y Leon (1999), la mera exposición a los anuncios –en televisión, radio, Internet, vallas publicitarias, cines, revistas, tiendas y comercios– es sorprendente. Las estimaciones sugieren que la exposición ha alcanzado un récord de consumo en las sociedades desarrolladas, donde muchas personas llegan a ver hasta 3000 anuncios al día.

Los medios de comunicación promueven valores y maneras de ser, y determinados tipos de cuer-

po asociados a cada género mediante mensajes que invitan, tanto a mujeres como a hombres, a consumir. Con los cambios de rol de género de los últimos 40 años (Thornton & Maurice, 1997), los medios de comunicación también hacen aparecer valores que antiguamente sólo se relacionaban con el género opuesto, ampliando así el mercado por ambos lados. De este modo, los hombres también se encuentran sometidos a una especie de persecución publicitaria constante a través de los medios de comunicación, que pretende fomentar el consumo masivo de productos y servicios relacionados con la industria de la belleza. Particularmente, en su caso se representa un ideal musculado inalcanzable para la mayoría de ellos.

Además, si consideramos la creciente evidencia de que la exposición a los medios de comunicación influye sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de las personas (Dittmar, 2008), no es de extrañar que la preocupación por el atractivo físico se esté transformando en un tema central para muchos hombres. Chicos y hombres jóvenes aspiran a tener un torso superior bien tonificado, delgado y con forma de V, como signo de masculinidad y virilidad. Les gustaría ser más corpulentos de lo que son, sobre todo en la parte superior del cuerpo (Stanford & McCabe, 2002). De hecho, algunos de ellos llegan incluso a niveles desadaptativos, como los descritos en el denominado complejo de Adonis (Pope, Phillips & Olivardia, 2000).

En la misma línea, se podría entender el cambio en la población típica que consulta por intervenciones de cirugía estética. Sarwer, Magee y Clark (2004), en un estudio sobre medicina cosmética en el primer país del mundo en intervenciones de esta naturaleza, advierten que en la última década los pacientes son cada vez más jóvenes, estando casi el 70% de los pacientes comprendidos en el rango de edad entre los 19 y 50 años. También se observa un aumento en el porcentaje de pacientes masculinos a niveles jamás observados (15%). España, por su parte, es el primer país europeo en este tipo de intervenciones y el cuarto del mundo, liderando también el ranking de operaciones de cirugía estética entre jóvenes de 18 a 21 años (Toro et al., 1989).

A la luz de estos datos, cobra mucha importancia el hecho de apostar por la prevención, ense-

ñando a jóvenes estudiantes de ambos sexos a analizar y deconstruir (Derrida, 1971, 1985, 1989) los ideales sociales de la imagen corporal y los mensajes mitificados de los medios de comunicación. Sin embargo, tal como hemos señalado anteriormente, muy pocos programas de prevención universal han incluido a chicas y chicos (Jones et al., 2008; Kater, Rohwer & Levine, 2000; Neumark-Sztainer et al., 2007; Richardson, Paxton & Thompson, 2009; Smolak, Levine & Schermer, 1998; Wilksch, Durbridge & Wade, 2008; Wilksch & Wade, 2009). Los principales logros de estos programas apuntan a mejorar la imagen corporal, aumentar el conocimiento acerca de los TCA, aumentar la satisfacción corporal en adolescentes de ambos sexos. Estos programas también han tenido efectos específicos en las participantes femeninas, ayudándolas a evitar la realización de dietas no supervisadas. Por otra parte, el aspecto físico y la capacidad atlética se han vuelto menos importantes entre los participantes masculinos y femeninos. Lamentablemente, no todos estos cambios han demostrado un efecto a largo plazo.

No obstante, en el seguimiento a 30 meses del programa preventivo: “Alimentación, modelo estético femenino y medios de comunicación: Cómo formar alumnos críticos en la educación secundaria”[®] (Raich, Sánchez-Carracedo & López-Guimerà, 2008), desarrollado por nuestro equipo, observamos que sus dos versiones basadas en la alfabetización en medios (la primera versión trata alfabetización en medios y a la segunda se le agrega un módulo de conocimientos en nutrición) son efectivas en la reducción de las actitudes alimentarias de riesgo y de la interiorización del modelo estético, idealizado tanto en chicas como chicos escolarizados (González, Penelo, Gutiérrez & Raich, 2011).

Los resultados anteriores son alentadores para la población femenina si se considera que el promedio de edad de la muestra coincide justamente con la de mayor riesgo de desarrollar un TCA (Stice, Shaw & Marti, 2007). Sin embargo, lo que resulta particularmente sorprendente es que haya tenido efectos (y a largo plazo) en la población masculina, puesto que ambas versiones del programa estaban diseñadas para las chicas. Esto despertó en el equipo la inquietud de incluir en el programa preventivo un módulo con contenidos específicos para los varones.

Así, considerando que los chicos están experimentando cada vez más factores de riesgo asociados a los TCA (Neumark-Sztainer et al., 2006; Richardson et al., 2009; Wilksch et al., 2008), y que las chicas y los chicos contribuyen a construir el entorno social del otro sexo, hemos desarrollado un módulo adicional de crítica al modelo estético masculino y de análisis al tratamiento de éste en los medios de comunicación. Además, hemos añadido una sesión de comparación por género. Esto nos permitirá avanzar hacia una intervención integradora, en un intento de alcanzar la paridad de género, también en la prevención y promoción de la salud para los y las jóvenes estudiantes.

En este sentido, el objetivo principal del programa preventivo ampliado, apunta hacia la identificación y crítica del modelo de belleza hegemónico, desarrollando habilidades de pensamiento crítico sobre la glorificación de la delgadez en chicas y sobre ideal musculado en chicos (Richardson et al., 2009), como una forma de resistencia a los mensajes socioculturales idealizados difundidos por los medios (Levine & Smolak, 2006). De este modo, el objetivo del presente artículo es presentar el programa preventivo ampliado: "Alimentación, modelo estético femenino y masculino en los medios de comunicación: Cómo formar alumnos críticos en la educación secundaria", que será prontamente administrado y evaluada su eficacia en una muestra piloto.

MÉTODO

El programa preventivo ampliado: "Alimentación, modelo estético femenino y masculino en los medios de comunicación: Cómo formar alumnos críticos en la educación secundaria", está pensado para ser aplicado en la escuela. Tal como lo hemos realizado anteriormente, la prueba piloto se llevará a cabo en la ciudad de Terrassa, puesto que contamos con el apoyo del IMSAB (Instituto Municipal de Salud y Bienestar Social) del ayuntamiento de dicha ciudad, y de cuatro escuelas que han accedido a participar. Mediante un diseño cuasi experimental se administrará y evaluará la eficacia del Programa AMEFMM. En esta prueba piloto, dos escuelas (concertadas o públicas, escogidas al azar) conformarán el grupo experimental AMEFMM, mientras que las otras dos escuelas formarán el grupo control (igualmente escogidas al azar entre las escuelas públicas y concertadas).

PARTICIPANTES

La muestra de adolescentes estará conformada por 98 chicas y 78 chicos con una edad media de 12,86 años de edad, estudiantes de 2º curso de ESO de cuatro escuelas concertadas y/o públicas de Terrassa.

INSTRUMENTOS

Datos socio-biográficos y antropométricos, versión juvenil.

Cuestionario EAT (Eating Attitudes Test; Garner & Garfinkel, 1979), en su adaptación española (Castro, Toro & Salamero, 1991). Este cuestionario consta de 40 ítems que evalúan y detectan personas en riesgo de tener un TCA. Resulta idóneo para identificar problemas alimentarios en poblaciones no clínicas, por lo que se considera como un buen instrumento de cribado.

CIMEC (Cuestionario de Influencias del Modelo Estético Corporal (Toro, Salamero & Martínez, 1994). El CIMEC fue elaborado para la evaluación del impacto que diferentes agentes sociales pueden tener en el desarrollo de las actitudes hacia el propio cuerpo. El CIMEC fue diseñado para ser aplicado a chicas adolescentes y mujeres jóvenes, con edades comprendidas entre los 12 y 24 años. La versión CIMEC-26 es la que presenta una mayor capacidad para discriminar entre grupos de pacientes y grupos no clínicos. El análisis factorial del CIMEC-26, reveló la existencia de cinco factores que explicaban el 52,7% de la varianza total. El factor I, Preocupación por la imagen corporal; el factor II, Influencia de los anuncios; el factor III, Influencia de los mensajes verbales; el factor IV, Influencia de los modelos sociales; y el factor V, Influencia de las situaciones sociales. El CIMEC-26 posee una consistencia interna satisfactoria. El punto de corte del CIMEC-26 es de 17-18 puntos, con una sensibilidad del 83,1% y una especificidad del 64,4%. Además de la versión para chicas hay una versión adaptada para chicos (CIMEC-V; Toro, Castro, Gila & Pombó, 2005), que será utilizada en este estudio.

SCOFF (Sick Control One Fat Food questionnaire; Morgan, Reid & Lacey, 1999), en su versión validada en España (García-Campayo et al., 2005). Es un instrumento compuesto por 5 preguntas dicotómicas. Su tiempo de administración es de 3 minutos y su modo de administración puede ser hetero o

auto-administrado. El punto de corte está establecido en una puntuación igual o mayor a 2 preguntas afirmativas, igual que el instrumento original. Este punto de corte presenta una sensibilidad del 97,7% y una especificidad del 94,4%. De los numerosos cuestionarios para el cribado de los TCA, los resultados indican que el SCOFF puede ser un cuestionario útil, ya que permite, de forma rápida y fácil, la detección en atención primaria de grupos de riesgo de TCA en poblaciones comunitarias (Burri, 2008).

Báscula y medidor de altura de precisión, para la toma de medidas antropométricas que permitan el cálculo del IMC.

Programa Preventivo Ampliado

A continuación describimos las diversas secciones del programa “Alimentación, modelo estético femenino y masculino en los medios de comunicación: Cómo formar alumnos críticos en la educación secundaria” (Tabla 1).

Tabla 1

Alimentación, modelo estético femenino y masculino en los medios de comunicación: Cómo formar alumnos críticos en la educación secundaria. Conocimientos en nutrición y crítica a los modelos estéticos femenino y masculino idealizados.

CONOCIMIENTOS EN NUTRICIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Definición de dieta equilibrada: <ul style="list-style-type: none"> o Definición y diferenciación entre alimentación y nutrición. o Nutrientes: Hidratos de carbono, grasas, proteínas, vitaminas y minerales, y el agua o Pirámide alimentaria y alimentos específicos. ■ Análisis de menús: <ul style="list-style-type: none"> o Menú equilibrado. o Menú con niveles altos de grasa. o Menú con niveles altos de proteínas. o Menú con niveles altos de carbohidratos. ■ Recomendaciones finales y pirámide NAOS. 	
CRÍTICA A LOS MODELOS ESTÉTICOS FEMENINO Y MASCULINO IDEALIZADOS	
<i>Crítica del modelo estético femenino</i>	<i>Crítica del modelo estético masculino</i>
<ul style="list-style-type: none"> ■ La belleza a lo largo de la historia: <ul style="list-style-type: none"> o El canon de belleza propuesto por los griegos. o La belleza a través del arte. o La belleza a través de la moda. ■ Cambios recientes en el criterio de belleza: <ul style="list-style-type: none"> o El icono Marilyn. o El icono Barbie. o Cambios drásticos en la talla de las modelos. ■ La belleza en el mundo: <ul style="list-style-type: none"> o Los pies deformados de las mujeres chinas. o Las “mujeres jirafa” de Myanmar. o Las mujeres extremadamente obesas de Mauritania. o La delgadez del occidente. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ La belleza a lo largo de la historia: <ul style="list-style-type: none"> o El canon de belleza propuesto por los griegos. o La belleza a través del arte. o La belleza a través de la moda. ■ Cambios recientes en el criterio de belleza: <ul style="list-style-type: none"> o Referentes históricos de belleza y masculinidad en el s.XX: Marlon Brando, James Dean, Gregory Peck y el mítico James Bond. o Evolución juguetes de acción o Cambios drásticos en el desarrollo de musculatura de los modelos ■ La belleza en el mundo: <ul style="list-style-type: none"> o Los discos labiales de los varones de la Tribu Kisédje o Escarificación de cocodrilo en algunas tribus de África y Nueva Guinea. o Tatuajes Moko Maorí en Nueva Zelanda. o La musculatura en occidente

Conocimientos en nutrición: La estructura de contenidos del programa propone comenzar trabajando primero conocimientos de nutrición, incluyendo la definición de dieta equilibrada, un análisis de menús y aplicaciones prácticas, y la pirámide NAOS. Posteriormente, y para favorecer el desarrollo de un pensamiento crítico y la consecuente habilidad de cuestionamiento de los modelos estéticos, facilitamos la contextualización histórico-cultural de los mismos. A partir de ello, la relativización de estos modelos resulta parte natural del proceso cognitivo. Es decir, chicas y chicos pueden ver cómo los ideales estéticos (femenino y masculino) son productos sociales intrínsecamente asociados a la cultura y estructura social que los produce, respondiendo a necesidades, intereses y exigencias del entorno en un momento determinado.

Crítica a los modelos estéticos, femenino y masculino idealizados. Se comienza revisando la evolución histórica del modelo estético femenino; sin embargo, dado que esta parte del programa ya ha sido publicada previamente (González et al., 2011; López-Guimerà, Sánchez-Carracedo, Fauquet, Portell & Raich, 2011), detallaremos a continuación los aspectos novedosos del programa, relacionados con la incorporación de la definición, desarrollo y crítica del modelo estético masculino. De este modo, después de trabajar el módulo femenino, empezamos haciendo un recorrido histórico por el modelo de belleza masculino a través del arte. En un viaje hacia el pasado, vemos cómo la belleza del cuerpo masculino para los griegos estaba estrechamente ligada a las nociones de simetría, equilibrio y proporción (como en el caso del modelo estético femenino). Estas nociones se percibían como el reflejo de un interior también sano, equilibrado y bello (Llacay, Viladevall, Misrahi, Gómez & Serres, 2001).

Se continúa el recorrido por obras del Renacimiento, donde esta noción de simetría, equilibrio y exactitud, llega a su máxima expresión en *El Hombre de Vitruvio*, de Leonardo da Vinci, en la cual se vuelven a descubrir las proporciones matemáticas. Éste se considera un referente de la simetría básica del cuerpo humano y, por extensión, también del universo en su conjunto (Llacay et al., 2001). Se revisa el *David* (1501: Miguel Ángel), obra reconocida como símbolo de la

belleza y perfección del cuerpo humano, y se sigue con obras del Barroco, como *La fragua de Vulcano* (1630: Diego Velázquez), pintura que narra el momento en que el joven dios Apolo comunica a Vulcano (dios del fuego y protector de los herreros) el adulterio de su mujer, Venus, con Marte (dios de la guerra), para quien está forjando una armadura. Así, se llega hasta el Romanticismo, observando la obra de William Blake, *The Blasphemer* (1800), para luego terminar con un modelo masculino actual. En este resumen visual de la belleza masculina a lo largo de los siglos, se puede apreciar cómo el modelo masculino, comparado con la evolución del modelo estético femenino, resulta más estable a lo largo de la historia (Figura 1).

A continuación, nos centramos en los cambios más recientes que ha sufrido el modelo estético masculino, ocurridos particularmente a partir del último tercio del siglo XX. Comparamos modelos actuales con actores considerados atractivos en los años 1950's. Mientras en los años 50 el icono de belleza femenina era la mítica Marilyn Monroe (Norma Jeane Mortenson), famosa por sus proporciones 90-60-90, en el caso de los hombres no había un único icono de belleza. Sin embargo, había actores que eran la referencia de la belleza masculina de la época, como por ejemplo Marlon Brando, James Dean y Gregory Peck.

Quizás el mítico héroe espía, James Bond, pudiera representar un icono de masculinidad vigente incluso en la actualidad. Se repasa la historia del personaje, que comienza cuando Ian Fleming publica su novela *Casino Royale* en 1952, que es interpretada por primera vez en TV por Barry Nelson. Sin embargo, no es hasta los años 60, con su primera interpretación en el cine hecha por Sean Connery, cuando el mítico 007 se hace mundialmente conocido. En el programa ampliado se trabajan, sobre, todo las características por las cuales destaca el personaje: un hombre frío, inteligente, eficaz, extremadamente observador, audaz, implacable, decente, reservado, elegante, rico e infalible. También destaca por ser un hombre que no se compromete en sus relaciones afectivas, ni de amigos ni de pareja, no se casa ni tiene hijos, dedicado exclusivamente a su profesión. Además, destaca por su gran poder de seducción habilidad para atraer a las mujeres bellas. Vemos cómo ha-

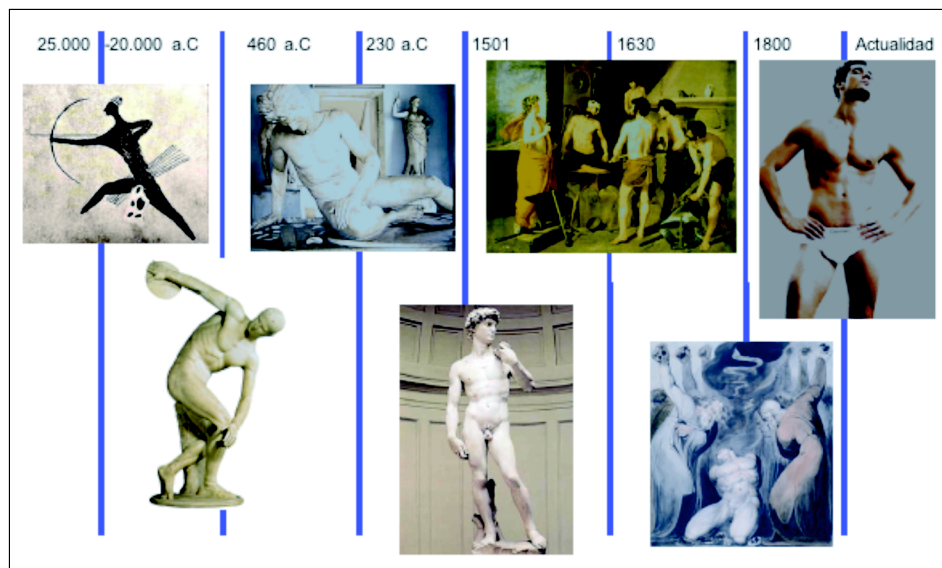


Figura 1

La belleza masculina a través de la historia

bilidades, tales como la astucia y la rapidez de reacción de este héroe, son valores más importantes incluso que su cuerpo atlético y fornido; lo cual se diferencia de la valoración de la mayoría de personajes y/o referentes femeninos, como Marilyn Monroe, que son valorados casi exclusivamente por su atractivo físico.

No obstante, si observamos más detenidamente el cuerpo de James Bond de los 60's y de otros actores de la época encontraremos variaciones con respecto al modelo de belleza actual, que a nivel histórico macro se desdibujaban. Hace relativamente pocos años el hombre "natural" se consideraba atractivo. Ahora, como en el caso de la mujer, el hombre debe hacer muchos sacrificios para conseguir ese cuerpo atractivo, incluyendo la depilación, el trabajo y el desarrollo de la musculatura, y cuidar la línea.

Descubrimos, junto a las y los estudiantes, cómo otros factores también pueden estar contribuyendo a explicar el aumento de la preocupación por el cuerpo. Así, iniciamos la revisión de la historia del traje de baño, la cual puede ser vista también como la evolución de la moda y de la belleza en la sociedad occidental. Trabajamos con los estudiantes cómo los bañadores que conocemos hoy en día no son los mismos que se solían llevar años atrás.

Hasta finales de los años 20, el traje de baño

era diseñado teniendo más en cuenta la moda que su funcionalidad. A pesar de ser un elemento que debería proteger el cuerpo al moverse en el agua, una vez mojado se volvía demasiado pesado, cosa que era contraproducente (Campbell, 2006).

Cuando apareció la lycra, en 1959, también se creó el slip, con nuevas fibras elásticas y ajustables que lo hacían más cómodo, lo que permitió un uso más generalizado de éste. Se secaba mucho más rápido y pesaba mucho menos. A partir de los años 60 se instala una nueva forma de sexualidad "más libre" que permite la paulatina aceptación social de la progresiva exposición del cuerpo, que se plasma en la ropa y los trajes de baño, cada vez más pequeños y provocadores (Schlüter, 2009).

Posteriormente, se recuerda que mediante los juegos y juguetes, las niñas y niños incorporan normas: normas del juego mismo, valores como el respeto y roles (el bueno, el malo) que permitirán la generalización a normas y roles sociales que facilitarán la socialización en una cultura determinada. Los soldaditos de plomo, juguete muy popular durante las grandes guerras de Europa, fueron sustituidas en los años 60-70 por superhéroes. Estos superhéroes representaban a un ser humano normal, sin destacar su musculatura voluminosa, pero con disfraces o diferentes símbolos de poder (Pope, Olivardia, Gruber & Borowiecki,

1999). A lo largo de los años, la anatomía de estos juguetes ha ido aumentando progresivamente, especialmente en la parte superior del torso, cuya musculatura excede la de los culturistas (Pope et al., 1999). Se destaca lo paradójico de ello, ya que actualmente en las guerras intervienen mucho más la tecnología y las telecomunicaciones que el enfrentamiento “cuerpo a cuerpo”. Diferentes estudios corroboran que mientras las *Barbies* promueven el ideal de extrema delgadez para las chicas, las figuras de acción promueven el ideal musculoso entre los chicos (Pope et al., 2000). Paralelamente a ello, algunos estudios (Leit, Pope & Gray, 2000) muestran que los modelos presentes en las revistas han ido aumentando significativamente de densidad y tono muscular a lo largo de los años.

Los ideales de belleza no sólo han ido cambiando a lo largo del tiempo sino también se observan diferencias interculturales. Trabajar estas diferencias con las y los adolescentes favorece la relativización de los valores e ideales estéticos hegemónicos en nuestra sociedad. En un recorrido geográfico-cultural les mostramos diferentes ejemplos de ideales de belleza en otras culturas, que desde la lectura occidental pueden resultar poco atractivos, razonables o saludables. En este viaje nos detenemos a ver el caso de los luchadores de Sumo, los cuales son reconocidos por su gran tamaño, ya que la masa corporal es un factor decisivo en este deporte, razón por la cual su dieta está diseñada específicamente para ganar y mantener peso.

Otro ejemplo de diferencias culturales respecto a ideales estéticos se encuentra en África, donde los jóvenes realizan diferentes rituales como forma de iniciación a la vida adulta. Estos rituales simbolizan la adquisición de fuerza y resistencia similar a la de un animal. Se corta la piel de los chicos con bambú, generando escarificaciones, que se parecen a la piel de los cocodrilos. Se trata de un proceso muy doloroso en el que se pierde mucha sangre, razón por la cual muchos de los iniciados no sobreviven al ritual. Algunas mujeres también practican la escarificación y en su caso se considera bello. En Brasil, concretamente en el Parque Nacional del Xingu, vive una tribu denominada Kisêdjê. En estas tribus son características la utilización de discos labiales y auriculares, asociados a la importancia cultural atribuida

a la audición y el habla. Por un lado, la oreja perforada tiene el significado que las personas que lo llevan pueden escucharse y comprender/saber correctamente. Por otro lado, el disco labial se asocia a la agresividad que se relaciona con la autoafirmación masculina, la oratoria y la canción.

También mostramos ejemplos de subculturas de occidente, como el fisicoculturismo, un tipo de deporte basado generalmente en el ejercicio físico intenso, sobre todo anaeróbico. El padre del culturismo moderno, Sandrow, pregonaba un “ideal de cuerpo griego”, pero entre los años 40 y 70 se definió la “edad de oro” con exponentes como Vince Gironda, Steve Reeves, Arnold Schwarzenegger, Walter Bernal o Frank Zane, de exagerada musculatura. A partir de entonces y sobre todo en los 90, los cuerpos de los que practicaban esta disciplina comenzaron a alejarse de la proporción y simetría, trabajando cuerpos con mucho más volumen. Eso que no nos parece razonable, ni atractivo ni saludable, puede ser entendido como una versión exagerada de un tipo de cuerpo que sí que compartimos como modelo de belleza en Occidente. Éste consiste en chicos que tienen el torso joven y musculado y abdominales marcados, siendo más anchos en la zona de los hombros y más delgados de cintura.

Como resultado del macro proceso de la globalización, se han extendido los límites de la hegemonía de los mercados y las redes de información hasta los confines del planeta. Es así como se favorece la creación de una civilización que se organiza en torno al comercio sin fronteras y al empuje tecnológico que renueva incesantemente la producción de bienes y servicios para mercados competitivos, donde productores y consumidores se coordinan entre sí mediante señales de precios no sujetos a controles administrativos (Brünner, 1999). En este escenario la industria *massmedia* de la información, del ocio y de las telecomunicaciones se ha convertido no sólo en el principal sector de la economía postindustrial sino que, además, “está en tren de convertirse en el eje de una nueva estructuración de la conciencia del mundo” (Brünner, 1999). De este modo, “la información, y no el dinero, es la mercancía por excelencia de las redes globales” (Amin, 1999). Es así como se globalizan valores, modelos, estilos de vida e ideales de belleza a culturas antes no-occiden-

tales (Ricciardelli, McCabe, Williams & Thompson, 2007).

Finalmente, presentamos ejemplos de los tres tipos de cuerpos que hoy se consideran atractivos, definidos por Baile (2005). El primero es el tipo andrógino, que es más delgado, con facciones finas y rostro atractivo; el tipo *fitness*, que presenta una musculatura trabajada y claramente marcada, un cuerpo bronceado y depilado, y rostro atractivo; y el tipo musculado, que tiene un desarrollo muscular exagerado, sobretudo de la parte superior del cuerpo.

Crítica a los modelos estéticos femenino y masculino, idealizados en los medios de comunicación. En el último bloque, "Crítica del modelo estético, femenino y masculino, prevalente en los medios de comunicación" (Tabla 2), se abordan las estrategias utilizadas por los medios de comunicación para fomentar la compra y el consumo de productos estéticos y las consecuencias de éstos. El objetivo de esta parte es la crítica a los mensajes a los que estamos expuestos de manera sistemática por los medios de comunicación, los cuales nos hacen creer que podemos conseguir el cuerpo que queremos. Con esto, chicas y chicos pueden descubrir los intereses económicos que hay detrás de muchas campañas y que todo lo que se muestra a partir de los medios de comunicación no es real. Después, a partir de ejemplos, actividades de clase y vídeos, mostramos los trucos que los medios de comunicación utilizan con tal de engañar al público y obtener más beneficios: la fragmentación, la omisión de figuras mayoritarias, el uso de maquillaje, el *photoshop* y el *mo- viereshape*.

Comparación de los modelos estéticos femenino y masculino. Finalmente, comparamos historia y valores asociados a la construcción histórica y cultural de modelos femenino y masculino, y como éstos son tratados similar o diferencialmente en los medios de comunicación.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se ha realizado, en parte, gracias a las ayudas de la FUNDACIÓN MAPFRE, el Ministerio de Educación y Ciencia (SEJ2005-07099), y la Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca (2009-SGR-1450).

BIBLIOGRAFÍA

1. **Amin, S.** (1999). El capitalismo en la era de la globalización. Barcelona, España: Paidós, Estado y Sociedad.
2. **Baile, J.J.** (2005). Vigorexia: Cómo conocerla y evitarla. Madrid, España: Síntesis.
3. **Brower, M. y Leon, W.** (1999). The consumer's guide to effective environmental choices: Practical advice from the Union of Concerned Scientist. New York, Estados Unidos: Three Rivers Press.
4. **Brünner, J.** (1999). Globalización Cultural y Postmodernidad. Santiago de Chile, Chile: Fondo de Cultura Económica.
5. **Burri, C.** (2008). Screening for eating disorders in adolescent women. Family Medicine Digital Resources Library.
6. **Campbell, P.** (2006). When the Girls Came Out to Play: The birth of American sportswear. Massachusetts, Estados Unidos: University of Massachusetts Press.
7. **Castro, J., Toro, J. y Salamero, M.** (1991). The eating attitudes test: validation of the Spanish version. *Evaluación Psicológica*, 7, 175-190.
8. **Daniel, S. y Bridges, S.** (2010). The drive for muscularity in men: Men influences and objectification theory. *Body Image*, 7, 32-38.
9. **Derrida, J.** (1971). De la gramatología. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.
10. **Derrida, J.** (1989). La escritura y la diferencia. Barcelona, España: Anthopos.
11. **Derrida, J.** (1985). La voz y el fenómeno. Valencia, España: Pre-textos.
12. **Dittmar, H.** (2008). Consumer culture, identity and well-being: The search for the 'good life' and the 'body perfect'. Psychology Press: Taylor & Francis Group.
13. **Frederick, D., Buchanan, G., Sadehgi-Azur, L., Peplau, L., Haselton, M. y Berezhovskaya, A.** (2007). Desiring the muscular ideal: Men's body satisfaction in the United States, Ukraine and Ghana. *Psychology of Men and Masculinity*, 8, 103-117.
14. **Fundación Imagen y Autoestima.** (2008). Cuando no gustarse hace enfermar. Barcelona, España: Fundación Imagen y Autoestima.
15. **García-Campayo, J., Sanz-Carrillo, C., Ibáñez, J., Lou, S., Solano, V. y Alda, M.** (2005). Validation of the Spanish version of the SCOFF questionnaire for the screening of eating disorders in primary care. *Journal of Psychosomatic Research*, 59, 51-55.

Tabla 2
Alimentación, modelo estético femenino y masculino en los medios de comunicación: Cómo formar alumnos críticos en la educación secundaria. Crítica a los modelos femenino y masculino idealizados en los medios de comunicación.

CRÍTICA DE LOS MODELOS IDEALIZADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ■ Análisis de los mensajes de los anuncios y la transmisión de valores: <ul style="list-style-type: none"> o Lo que transmite la publicidad: <ul style="list-style-type: none"> ■ Tienes que tener un cuerpo perfecto y joven que te proporcionará éxito y bienestar. ■ Tienes el cuerpo que quieres. ■ Hay diferentes maneras de conseguir este cuerpo en el mercado, sólo depende de ti. o Lo que nos esconde la publicidad: <ul style="list-style-type: none"> ■ Nada es como parece (ejemplo de un ideal inexistente). ■ El efecto negativo de las dietas (el efecto yo-yo). ■ Trucos de manipulación de los medios: <ul style="list-style-type: none"> • Maquillaje. • Fragmentación. • Omisión sistemática de siluetas mayoritarias. • Edición fotográfica: PhotoShop y Moviereshape. ■ Intereses económicos detrás de la industria de belleza: <ul style="list-style-type: none"> o Cuestionamiento de la asociación automática entre belleza y felicidad. o Personas reales: una variedad de tallas.
COMPARACIÓN DE LOS MODELOS ESTÉTICOS FEMENINO Y MASCULINO
<ul style="list-style-type: none"> ■ Principales diferencias entre modelos: <ul style="list-style-type: none"> o Aspiraciones en relación al propio cuerpo. o Zonas del cuerpo de preocupación. o Medios para conseguir el cuerpo ideal: dieta y ejercicio físico. ■ Posibles causas de estas diferencias: <ul style="list-style-type: none"> o Nivel de variación de los modelos estéticos al largo de la historia (femenino más). o Coexistencia de distintos ideales estéticos en ambos sexos. o Promoción de roles en los juguetes femeninos y masculinos. o Diferencias culturales en ambos modelos estéticos. o Globalización de los ideales estéticos de occidente en ambos modelos. ■ Manifestación de los modelos en los medios de comunicación: <ul style="list-style-type: none"> o Diferencias de género, la valoración de los referentes sociales. o Diferencias en la exposición del cuerpo. o Promoción de roles de género tradicionales. o Cambio histórico en los roles de género. o Mensajes que promueven la compra de productos de belleza dirigidos a ambos sexos. ■ Trucos utilizados (se utilizan los mismos trucos para ambos modelos). ■ Activismo: <ul style="list-style-type: none"> o Cómo criticar los anuncios de los medios de comunicación. o Cómo escribir una carta de queja: discusión grupal. o Escribir y enviar una carta de queja.

16. **Garner, D. y Garfinkel, P.** (1979). The eating attitudes test: Validation of the symptoms of anorexia nervosa. *Psychological Medicine*, 9, 273-279.
17. **González, M., Penelo, E., Gutiérrez, T. y Raich, RM.** (2011). Disordered eating prevention programme in schools: A 30-month follow-up. *European Eating Disorders Review*, 19, 349-356.
18. **Grogan, S.** (2008). *Body Image. Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* (2ª ed.). London, Reino Unido: Routledge.
19. **Hudson, JI., Hiripi, E., Pope, HG. y Kessler, RC.** (2007). The prevalence and correlates eating disorders in the Nation Comorbidity Survey Replication. *Biological Psychiatry*, 61, 348-358.
20. **Jones, M., Luce, K., Osborne, M., Taylor, K., Cunnig, D., Doyle, A., et al.** (2008). Randomized, controlled trial of an internet-facilitated intervention for reducing binge eating and overweight in adolescents. *Pediatrics*, 121, 453-462.
21. **Kater, K., Rohwer, J. y Levine, M.** (2000). An Elementary school project for developing healthy body image and reducing risk factors for unhealthy and disordered eating. *Eating Disorders*, 8, 3-16.
22. **Labre, MP.** (2005). Burn fat, build muscle: A content analysis of men's health and men's fitness. *International Journal of Men's Health*, 4, 187-200.
23. **Leit, RA., Pope, HGJ. y Gray, J.** (2000). Cultural expectations of muscularity in men: The evolution of Playgirl centerfolds. *International Journal of Eating Disorders*, 29, 90-93.
24. **Levine, MP. y Smolak, L.** (2006). The prevention of eating problems and eating disorders: Theory, research, and practice. Mahwah, NJ, Estados Unidos: Lawrence Erlbaum Associates.
25. **Llacay, T., Viladevall, M., Misrahi, A., Gómez, X. y Serres, J.** (2001). *Visualart: Comentari de totes les obres d'art de la selectivitat*. Barcelona, España: Instar.
26. **López-Guimerà, G., Sánchez-Carracedo, D., Fauquet, J., Portell, M. y Raich, RM.** (2011). Impact of a school-based disordered eating prevention program in adolescent girls: General and specific effects depending on adherence to the interactive activities. *Spanish Journal of Psychology*, 14, 293-303.
27. **McCabe, M. y Ricciardelli, S.** (2004). Body image dissatisfaction among males across lifespan: A review of past literature. *Journal of Psychosomatic Research*, 56, 675-685.
28. **Morgan, J., Reid, F. y Lacey, J.** (1999). The SCOFF questionnaire: Assessment of a new screening tool for eating disorders. *BMJ*, 319 (7223), 1467-1468.
29. **Neumark-Sztainer, D., Levine, MP., Paxton, SJ., Smolak, L., Piran, N. y Wertheim, EH.** (2006). Prevention of body dissatisfaction and disordered eating: What next?. *Eating Disorders*, 14, 265-285.
30. **Neumark-Sztainer, D., Wall, M., Guo, J., Story, M., Haines, J. y Eisenberg, M.** (2006). Obesity, disordered eating, and eating disorders in a longitudinal study of adolescents: How do dieters fare 5 years later? *Journal of the American Dietetic Association*, 106, 559-568.
31. **Neumark-Sztainer, D., Wall, M., Haines, J., Story, M., Sherwood, N. y Van den Berg, P.** (2007). Shared risk and protective factors for overweight and disordered eating in adolescents. *American Journal of Preventive Medicine*, 33, 359-369.
32. **Pope, HGJ., Olivardia, R., Gruber, A. y Borowiecki, J.** (1999) Evolving ideals of male body image as seen through action toys. *International Journal of Eating Disorders*, 26, 65-72.
33. **Pope, HGJ., Phillips, KA, y Olivardia, R.** (2000). *The Adonis Complex: The secret crisis of male body obsession*. New York, Estados Unidos: Free Press.
34. **Raich, RM.** (2001). Una perspectiva desde la psicología de la salud de la imagen corporal. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 22, 15-27.
35. **Raich, RM., Mora, M., Torras, J. y Sánchez-Carracedo, D.** (2001). Body image in a sample of adolescents students. *Book of Abstracts European Council on Eating Disorders*, 15.
36. **Raich, RM., Portell, M. y Peláez-Fernández, MA.** (2010). Evaluation of a school-based programme of universal eating disorders prevention: Is it more effective in girls at risk? *European Eating Disorders Review*, 18, 49-57.
37. **Raich, RM., Sánchez-Carracedo, D. y López-Guimerà, G.** (2008). *Alimentación, modelo estético femenino y medios de comunicación. Cómo formar alumnos críticos en educación secundaria* (2nd ed.). Barcelona, España: Graó.
38. **Raich, RM., Sánchez-Carracedo, D., López-Guimerà, G., Portell, M., Moncada, A. y Fauquet, J.** (2008). A controlled assessment of school-based preventive programmes for reducing eating disorder risk factors in adolescent Spanish girls. *Eating Disorders*, 16, 255-272.
39. **Ricciardelli, L., McCabe, M., Williams, R.**

- y Thompson, J.** (2007). The role of ethnicity and culture in body image and disordered eating among males. *Clinical Psychology Review*, 27, 582-606.
40. **Richardson, SM., Paxton, SJ. y Thomson, JS.** (2009). Is BodyThink an efficacious body image and self-esteem programme? A controlled evaluation with adolescents. *Body Image*, 6, 75-82.
41. **Sancho, C., Arija, MV., Asorey, O. y Canals, J.** (2007). Epidemiology of eating disorders: A two year follow up in an early adolescent school population. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 16, 495-504.
42. **Sarwer, D., Magee, L. y Clark, V.** (2004). Physical appearance and cosmetic medical treatments: Physiological and socio-cultural influences. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 2, 29-39.
43. **Schlüter, R.** (2009). Turismo y cuerpos desnudos. *Moda y culta al sol en el litoral marítimo argentino*. *Rosa dos Ventos*, 1, 20-33.
44. **Smolak, L., Levine, MP. y Schermer, F.** (1998). A controlled evaluation of an elementary school primary prevention programme for eating problems. *Journal of Psychosomatic Research*, 44, 339-353.
45. **Stanford, JN. y McCabe, MP.** (2002). Body image ideal among males and females: Socio-cultural influences and focus on different body parts. *Journal of Health Psychology*, 7, 675-684.
46. **Stice, E., Shaw, H. y Marti, CN.** (2007). A meta-analytic review of eating disorder prevention programmes: Encouraging findings. *Annual Review of Clinical Psychology*, 3, 207-231.
47. **Thompson, J., Heinberg, L., Altaba, M. y Tantleff-Dunn, S.** (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment and treatment of body image disturbance*. Washington D.C, Estados Unidos: American Psychological Association.
48. **Thornton, B. y Maurice, J.** (1997). Physique contrast effect: Adverse impact of idealized body images for women. *Sex Roles*, 40, 433-439.
49. **Toro, J., Castro, J., García, M., Pérez, P. y Cuesta, L.** (1989). Eating attitudes, sociodemographic factors and body shape evaluation in adolescence. *British Journal of Medical Psychology*, 62, 61-70.
50. **Toro, J., Castro, J., Gila, A. y Pombo, C.** (2005). Assessment of socio-cultural influences on the body shape model in adolescent males with anorexia nervosa. *European Eating Disorders Review*, 13, 351-359.
51. **Toro, J., Salamero, M. y Martínez, E.** (1994). Assessment of socio-cultural influences on the esthetic body shape model in anorexia nervosa. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 89, 147-151.
52. **Wilksch, SM., Durbridge, MR. y Wade, TD.** (2008). A preliminary controlled comparison of programmes designed to reduce risk of eating disorders targeting perfectionism and media literacy. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 47, 937-947.
53. **Wilksch, SM., y Wade, TD.** (2009). Reduction of shape and weight concern in young adolescents: A 30 month controlled evaluation of a media literacy programme. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 48, 652-661.