

Los medios de comunicación en la violencia contra las mujeres: el paradigma de la delgadez

Encarnación APARICIO MARTÍN
Investigadora de la Universidad Complutense de Madrid
encarnacion.aparicio@gmail.com

Recibido: 10 de marzo de 2015

Aceptado: 3 de mayo de 2015

Resumen

Este artículo trata de mostrar que la presión estética especialmente ejercida sobre las mujeres, y a través de los medios de comunicación, puede definirse como violencia de género, y las consecuencias que el paradigma de delgadez vigente en nuestra sociedad actual y la estigmatización de la obesidad que éste conlleva tienen en su salud bio-psico-social.

Palabras clave: Violencia; género; salud; estética; obesidad; medios.

The media on violence against women: the paradigm of thinness

Abstract

This article attempts to show that the aesthetic pressure through the media, especially exerted on women, can be defined as gender violence; and the consequences of thinness paradigm of our society and obesity stigma that this entails have for their bio-psycho-social health.

Key words: violence; gender; health; aesthetic; obesity; media.

Referencia normalizada

Aparicio Martín, E. (2015). Los medios de comunicación en la violencia contra las mujeres: el paradigma de la delgadez. *Historia y Comunicación Social*. Vol 20, número 1, páginas 107-119.

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Delgadez como norma, peso como estigma. 4. Atentado contra la salud de las mujeres. 5. La presión estética como forma de violencia contra las mujeres. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

“Primero muerta que gorda”¹. Éste era el comentario de una participante anónima, sobre un artículo periodístico que planteaba que el estereotipo de delgadez era considerado, por las expertas, una forma de violencia contra las mujeres. Efectivamente, en nuestra sociedad occidental cada vez hay más personas, una inmensa mayoría niñas y mujeres, que siguiendo esta idea, se dejan morir.

Los medios, socializadores de primer orden, no son los únicos agentes que difunden y potencian el paradigma de la delgadez y la estigmatización de la obesidad. Sin embargo, debido a su penetración social y por la credibilidad que se les otorga (sobre todo por parte de la población adolescente, grupo de mayor riesgo en enfermedades de la conducta alimentaria) (Plaza, 2010: 63), es necesario que sean considerados como un factor determinante, como principal correa de transmisión de una identidad de género que deriva en aspiraciones estéticas inalcanzables. De ahí, la relación causa-efecto entre las doctrinales representaciones de extrema delgadez, permanente juventud, exquisita falsedad... y las vulnerabilidades de las mujeres.

2. Metodología

El presente artículo se fundamenta en una revisión documental que se aproxime a los datos sobre Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA), obesidad, e impacto de los estereotipos de belleza y delgadez sobre la salud de las mujeres. Se ha acudido a artículos y monografías que abordan los conceptos de género, bienestar y belleza, y a aquellos que estudian las repercusiones de la influencia de los medios de comunicación en la socialización diferencial, y en la transmisión y perpetuación de la desigualdad. Así mismo, se han consultado aquellos/as autores/as que reflexionan sobre diversas formas de violencia simbólica y sutil, para tratar de perfilar los mecanismos y estrategias de control que la sociedad actual desarrolla a partir y/o a través de los cuerpos de las mujeres y, con ellos, sobre su identidad y el imaginario colectivo. Por último, se han explorado diversos foros y artículos de opinión con el objetivo de acercarnos a las producciones espontáneas de los/as usuarios/as de la red, y a la normalización habitual de este tipo de violencia.

3. Delgadez como norma, peso como estigma

Más allá de una expresión cultural de la belleza, ahora la delgadez –no sólo desde la mirada masculina, sino desde la mirada vigilante, de autocontrol, interiorizada por las mujeres– (Foucault en Osborne, 2009: 20) ya es traducida como muestra de nivel de inteligencia y grado de competencia básica vital: de elegancia, de fortaleza, de éxito... “La delgadez ofrece a las mujeres una posibilidad única para exhibir públicamente que han conseguido las dos metas, tanto la belleza como el autocontrol” (Rojas en Figueras, 2004: 40). En ellas un peso fuera de la norma –más aún sobrepeso y obesidad– muestra el nivel de ineptitud, de carencia competencial: de vulgaridad, de inestabilidad, de rudeza, desidia, de falta de autocuidado, de compulsión, de falta de feminidad... de incapacidad para *saber* ser y vivir como mujer. Pero la vigilancia del cuerpo de las mujeres no se impone hacia el de los hombres, ni tampoco otras fragilidades humanas se traducen así (curiosamente, ninguna de aquellas históricamente

vinculadas a los hombres). Se puede fumar tres cajetillas diarias, se puede beber hasta la inconsciencia cada fin de semana, se puede conducir peligrosamente, tener relaciones sexuales de riesgo, jugar compulsivamente, incluso haber sido condenado por violencia de género; nada de eso supondrá un obstáculo en una entrevista de trabajo: el exceso de peso, sí. El exceso de peso de una mujer, especialmente. Nada de lo anterior hablará de una/o, porque su origen, significado y consecuencias quedarán exclusivamente interpretados por una/o, y quien sólo una/o elija. Un “exceso” de grasa, sin embargo, ya está traducido en el imaginario colectivo, es interpretado sin remedio por cualquiera, y con él, la personalidad y la vida entera. Pero interpretado con muy diferentes consecuencias para hombres y mujeres. Devastadoras consecuencias si se trata de *ellas*.

Ya en los años 90, se demuestra que las mujeres con obesidad tipo I tienen tres veces más posibilidades de sufrir experiencias discriminatorias vinculadas a su peso que los hombres con la misma obesidad; en el ámbito de la salud, parece ser que las mujeres, independientemente del tipo de obesidad que padezcan, presentan mayor riesgo de padecer discriminación, con mayores costes familiares y personales, respecto a las que no son obesas (De Domingo y López, 2014: 276). Los resultados educativos, psicológicos y sociales de 8.490 personas estudiadas a los 10 y 30 años muestran que las mujeres con obesidad continuada –desde la infancia hasta la edad adulta– tienen la mitad de posibilidades de lograr un empleo remunerado y una pareja, pero si la obesidad se limita a la infancia, tiene poca influencia; por el contrario, en los hombres, la obesidad continuada no trae ningún resultado adverso asociado (Viner y Cole en De Domingo y López, 2014: 277).

La Asociación Española contra la Anorexia y la Bulimia y la Agencia de Calidad de Internet denuncian en el año 2011 un crecimiento de un 470%, desde el año 2006, de páginas web que realizan apología de la anorexia y la bulimia. El director de la Agencia explica que en menos de un segundo, Google puede proporcionar 500.000 páginas que promocionan estas enfermedades, páginas con más de tres millones de entradas y consultadas en un 95% por chicas que quieren adelgazar, y en un 75% por menores de edad². La insatisfacción con el propio cuerpo se identifica como uno de los más consistentes factores de riesgo ante los trastornos de la conducta alimentaria y diversos estudios relacionan directamente la exposición a los medios y la interiorización de la presión sociocultural a la experimentación de sintomatología (Grabe, Ward y Hyde en Plaza, 2010).-

Si añadimos también los prejuicios sociales respecto a la obesidad y la presión familiar por la figura³ empiezan a tener sentido las cifras sobre cirugía estética a nivel mundial. Éstas sitúan a España entre los primeros países en número de intervenciones, con un 87% aplicadas a mujeres en 2014, siendo la segunda más frecuente la liposucción⁴.

Sólo en Cataluña, 451 jóvenes son hospitalizados en el año 2013 como consecuencia de TCA, lo que supone un aumento de un 22% respecto a 2007. La doctora Pámias señala que sólo un 30% de las personas que sufren estos trastornos se recu-

peran totalmente: en un 30% de los casos los trastornos se cronifican, y alrededor de un 4% de las personas no consigue superarlos y pierde la vida por desnutrición o por suicidio⁵.

En un estudio con 394 chicas y chicos de entre 13 y 18 años de seis municipios de Bizkaia, los datos revelan que la mayor parte están de acuerdo en que la presión social que se ejerce sobre las mujeres es mucho mayor, aceptan que el cuerpo se convierte en elemento *primordial* para valorarlas, y reconocen la especial responsabilidad que tienen los medios. Coinciden también en que el tallaje es *extremadamente* pequeño en la ropa para ellas, y que esto no ocurre en la moda para ellos; sin embargo, el estudio evidencia que toda esta violencia simbólica “está tan interiorizada y normalizada que ni siquiera es reconocida como tal (...)” (Medicus Mundi, 2013: 66).

Por otra parte, en Europa y Estados Unidos las cifras vienen reflejando también grados importantes de insatisfacción con la apariencia y el propio cuerpo, un 40% de chicas frente al 18% de chicos, alcanzando el 50% entre el colectivo de preuniversitarias insatisfechas con sus cuerpos (Knauss, Paxton y Alsaker en Plaza, 2010: 63). Una investigación de la universidad de Washington DC con 103 chicas adolescentes entre 12 y 18 años demuestra que aquellas que dedican en Facebook más tiempo a las actividades relacionadas con imágenes están siendo más vulnerables ante el ideal de delgadez, se sienten más insatisfechas con su peso y se acercan en mayor medida a procesos y productos que les permitan adelgazar (Meier y Grey, 2013).

Volviendo la mirada a una infancia más temprana, en 2013 la ciudad de Nueva York lleva a cabo una campaña publicitaria, dirigida especialmente a niñas entre 7 y 12 años, con el fin de contrarrestar el exceso de inquietud sobre la imagen que genera la presión mediática sobre estas edades (después de comprobar que el 80% de las niñas de 10 años temen estar gordas o que entre el 40% y 70% están descontentas con al menos dos partes de su cuerpo). Aunque un 63% de estas niñas tienen claro que los iconos derivados de la moda no son acordes a la realidad, el 60% reconoce que no puede evitar tomar a las modelos como referentes y comparar sus cuerpos con el de éstas; el 48% desea un cuerpo así de delgado y un 31% mantiene una nutrición incorrecta o incluso restringe la ingesta negándose a comer con objeto de adelgazar⁶.

El gobierno australiano estudia la vinculación entre trastornos alimentarios y obesidad, y estrategias de educación mediática a finales del año 2012, concluyendo que las campañas llevadas a cabo para abordar la obesidad pueden estar haciendo más vulnerables a los y las niñas ante los TCA, transmitiéndoles inquietud excesiva respecto a su dieta y peso⁷. Un estudio de este mismo país, en 2014, confirma que las preocupaciones en torno al peso corporal comienzan a los ocho años. Un 45,3% de las niñas encuestadas entre 8 y 9 años, independientemente de su índice de masa corporal, señala que quiere estar más delgada o mucho más delgada. Un 15,6% de estas niñas ya cuenta con un peso bajo. (Australian Institute of Family Studies, 2014).

Los cuerpos que no cumplen con el modelo hegemónico vigente sufren una diferenciación social, una *necesaria* discriminación; siguiendo a Goffman, García-Santesmases (2015) incide en la identificación con un signo, con un estigma, valorado

como negativo, y que supone una identidad menospreciada. Más allá de las personas con diversidad funcional que, como explica esta autora, quedan excluidas de la sexualidad y del deseo, las mujeres con obesidad tampoco encajan en el modelo de sexualidad patriarcal y sus cuerpos dejan de considerarse productivos y deseables, al menos en occidente.

Y fijando la mirada en los mensajes que ponen el acento en la responsabilidad personal, enfatizar que, sin duda, éstos tienen un papel clave en la estigmatización (Repullo en De Domingo y López, 2014: 279)

4. atentado contra la salud de las mujeres

Ya en 1948 se definía la salud como “un estado completo de bienestar físico, psíquico y social, y no la mera ausencia de enfermedad o minusvalía” (OMS en Vázquez, Hervás, Rahona y Gómez, 2009). A pesar de que el interés en conocer y comprender las causas del *bienestar* no es en absoluto algo nuevo, hasta finales de los años ochenta la psicología no pone el acento en el desarrollo personal óptimo, y en los estados psicológicos positivos como factores clave de protección de la salud (en su concepto más amplio). A partir de ahí, explicita además que la autonomía, los objetivos vitales, la autoaceptación y las relaciones positivas están entre las principales dimensiones psicológicas que se vinculan al bienestar (Vázquez et al., 2009).

Por tanto, si la ciencia ya ha demostrado que los estados psicológicos positivos son factores de protección, podríamos afirmar que no se está protegiendo la salud de las mujeres. Todo lo contrario. La presión estética ejercida socialmente marca un valor y exige un control sobre el cuerpo que, consecuentemente, limita su autonomía; mina profunda e irreversiblemente su autoaceptación; deteriora entonces las relaciones con el entorno y, por todo ello, acota e incluso menoscaba sus objetivos vitales. Se atenta contra su bienestar, sistemáticamente. Éste queda reducido, socavado, y por tanto, violentado.

La ansiedad de las mujeres por su apariencia es un fenómeno mundial (...). Dos terceras partes de las mujeres (...), de quince a sesenta años de edad, evitan ciertas actividades básicas de la vida porque se sienten mal por su apariencia, actividades como reunirse con los amigos, hacer ejercicio, expresar opiniones, ir a la escuela, ir a trabajar, tener citas, o incluso buscar ayuda médica. (Etcoff, 2006: 6)

Un estudio, realizado en 2013 por la Consejería de Asuntos Sociales en la Comunidad de Madrid, apunta que los trastornos depresivos y de ansiedad tienen una prevalencia tres veces más elevada en las mujeres que en los hombres, y que el bienestar psicológico de las mujeres queda deteriorado por la presión que la sociedad ejerce sobre su imagen, haciéndolas más vulnerables a padecer, entre otros, trastornos alimentarios y del sueño. Señala que “los criterios estéticos de belleza alteran tanto la percepción como el reconocimiento del propio cuerpo” (Berzosa, Gómez-Angulo, Regodón y Santamaría, 2013: 29).

En todo caso, lo que sí se protege es el orden social establecido, fortaleciendo – desde una estrategia de normalización– los elementos voluntarios que conforman la violencia simbólica, cuya autoría, entonces, queda totalmente difuminada puesto que no existe imposición alguna, sólo elecciones.

El análisis de los datos recogidos, entre los años 1994 y 2012, por el Observatorio de la Imagen de las Mujeres dejó patente que:

(...) se ha intensificado considerablemente la presión sobre el aspecto físico, presentándolo como la principal cualidad femenina y asociándolo al éxito personal, social y profesional, con la aparición de una amplia oferta de productos y tratamientos tanto cosméticos como quirúrgicos que resuelven las “deficiencias” corporales, que son presentadas como problemas de salud y no estéticos (según el modelo de referencia) (Ortiz y Arco, 2012: 294).

Sin embargo, en el abordaje de los TCA, Gracia-Arnaiz pone de manifiesto la concepción individualista que impera, y un enfoque de medicalización que, en muchas ocasiones, busca conseguir el *normopeso* casi como único objetivo. Una perspectiva que obvia el papel de las lógicas culturales en estas aficciones y “la unanimidad mostrada por expertos y autoridades sanitarias a la hora de considerarlas enfermedades provocadas casi exclusivamente por el miedo a engordar” (Gracia-Arnaiz, 2014: 77).

Paradójicamente, las corrientes actuales en materia de salud pública, trasladan los esfuerzos desde la *prevención de la enfermedad*, a la *promoción de la salud*; el logro de este objetivo pasa, inexorablemente, por ofrecer un lugar prioritario a la *educación para la salud*. Pero respecto a ésta última, aunque su abordaje incluya la perspectiva de género, nunca será efectiva si no viene de la mano de una *educación para la igualdad*.

5. La presión estética como forma de violencia contra las mujeres

Si llevamos la mirada a la transmisión cultural de *la trascendencia de la imagen*, y también al lugar central que ocupan –en la estrategia patriarcal de socialización diferencial– la concepción reduccionista de identificación de las mujeres con su físico, la identidad conectada a la apariencia y, claro está, la delgadez ¿se puede hablar de libertad? ¿Se puede hablar de elección cuando desde la infancia se han recibido mensajes que rebajan a la condición de objeto?

Como señala Bourdieu (2000: 26) cuando las estructuras de pensamiento y percepción coinciden con las de la relación de dominación impuesta, todo acto de conocimiento lo es de reconocimiento y sumisión. En ausencia de referentes más allá de los contruados por las industrias, se aprende a percibir el propio cuerpo desde la perspectiva de un observador externo, desde la mirada del otro, estableciendo como esencial la atracción sexual y el logro de la complacencia, relacionando así, sistemá-

ticamente, el bienestar y el éxito con la estética (Plaza, 2010). Los ejemplos que de esta doctrina encontramos cincuenta años atrás nos abocan a la decepcionante certeza de un *continuo*:

También la negligencia puede ser causa de una vejez prematura. Una madre, aunque tenga muchos hijos, nunca debe despreciar sus deberes de esposa-y uno de los principales es el de *continuar agradando*-con el pretexto de entregarse a su tarea maternal. (Carnot, 1966: 71).

Que se esfuerce, antes bien, en adelantarse amablemente en lo que él espera de ella, para tenerle aún más unido. (...) (Carnot, 1966: 175).

¿Qué son si no los TCA y las demandas de cirugía en adolescentes más que ese *adelantarse amablemente* a lo que se espera de ellas? ¿Qué es en el caso de las mujeres de cualquier edad sino ese esfuerzo para *continuar agradando*? ¿Realmente eligen libremente la restricción en la ingesta, la cirugía? ¿Realmente las mujeres, incluso las adultas, están eligiendo? No parece que se tenga la posibilidad de pensar una realidad diferente desde dentro de un sistema arrollador que hipnotiza, ahora principalmente a partir de los medios.

Que el estereotipo de delgadez pase de una opción deseable para ellos a paradigma de inclusión *sine qua non* para ellas, no es más que una muestra de la poderosa capacidad de atribución del patriarcado, en este caso, estética, con los medios de comunicación a modo de baluarte; la estrategia es simple:

Las imágenes se van construyendo como mitos y conforman un imaginario que se normativiza en el universo de la cultura visual. (...) La interpretación y el uso de una retórica masculina y de poder, es más importante que la imagen en sí ya que lo primero condiciona la interpretación de lo segundo. (Martínez, 2014: 230).

Efectivamente, los distintos mecanismos de socialización establecen referencias de belleza que van a influir, y en ocasiones determinar el autoconcepto, la autoestima, las relaciones sociales, sexuales... Pero precisamente debido a esa socialización diferencial, los varones parece que tienen mayor facilidad para ignorar las presiones sociales en torno al cuerpo, frente a la mayor vulnerabilidad de las mujeres; en ellas esta fórmula de control social surte exitosamente su efecto: no sólo es un canon estético lo que está en juego. Puede que en el caso de ellos, delgadez y éxito sean conceptos vinculados, pero en el caso de las mujeres, la delgadez es requisito de aprobación, requisito para la inclusión o motivo de exclusión social.

Por ello se mira, por un lado, hacia el horizonte de Amorós en sus propuestas sobre la conquista de la individualidad –la justicia por medio de la igualdad– y, por otro, hacia el horizonte de Butler, el de la libertad a través de las deconstrucciones del deseo: vindicación y transgresión, ética y estética (Tubert, 2003: 23), y en el terreno que nos ocupa, se muestra ineludible esta doble línea de trabajo; es imprescindible desde y para la sensibilización deontológica que se pretende en los medios y otras esferas de conocimiento, de poder, que se entienda esta cuestión como una cuestión de justicia y libertad.

Desde la definición de interseccionalidad que hace Platero (2014), la relación entre género y peso corporal, y entre peso corporal y clase, evidencia cómo desde las esferas de poder, los organizadores sociales establecen como despreciables y/o “marginales” ciertas vivencias, y crean estrategias que permiten perpetuar su posición de supremacía. Creemos, por tanto, razonable, colocar en este esquema las implicaciones de un consolidado paradigma: el de la delgadez.

En este sentido, recogiendo el esfuerzo pedagógico que se hace desde la diversidad funcional, se elige, a modo de ejemplo, el trabajo que, por una *igualdad de trato*, llevan a cabo las entidades que defienden los derechos de las personas con alteraciones del habla y sus familias. Luchan por eliminar el trato vejatorio que éstas padecen y evitar situaciones discriminatorias, y especialmente el acoso que sufren los/as niños/as en el entorno escolar; no sólo el acoso más grave, sino también la burla (el *chiste fácil*) se traduce ya como una vulneración de los derechos humanos de estas personas; en España, hace una década que desde el gobierno se decide apoyar, con un acuerdo de colaboración, actuaciones encaminadas a “evitar el aislamiento social, la falta de reconocimiento y la angustiada situación personal que, en algunos casos, sufren las personas afectadas por los trastornos del habla”⁸. Estas líneas podrían describir, sin duda alguna, la situación de muchas mujeres con características físicas que no se ajustan a la norma y, por supuesto, a las personas con obesidad, especialmente con obesidad mórbida. Como ejemplo, en 2012, en Reino Unido, una niña de 14 años con trastornos de la conducta alimentaria originados –según diagnóstico facultativo– por las burlas que otras niñas hacían sobre su cuerpo, decide acabar con su vida por el acoso al que estaba sometida por sus compañeros⁹.

Sin embargo, no dejamos de asistir a ejercicios circenses de televisión en los que un peso superior al canon establecido se convierte en un auténtico *punching ball* y, con suerte, en el caso de mujeres populares, la reducción de su *talla* puede llegar a ser contenido de entretenimiento con espacio propio. Pero tal vez la mayor atrocidad ocurre cuando la obesidad, e incluso la obesidad mórbida, dejan de tratarse como grave enfermedad para transformarse –desde la burda e insultante excusa de la *educación para la salud*– en contenido de *reality show*.

Partiendo de las últimas décadas del siglo XX, encontramos a *Ofelia Michelinez*, la secretaria despreciada por Mortadelo desde la pluma de Ibáñez, a la *Ramona pechu-gona*, la *más gorda de las mozas del pueblo* de Fernando Esteso, que *no cabe en el tren, hace temblar el suelo cuando se acuesta y es remolcada por los pelos por un barco de balleneros*, a la *suegra* de Gila, que cuando se *quita la faja empuja a todos contra la pared*, o el irónico apunte de Gurruchaga de que *si pone una gorda en su vida encontrará la felicidad* porque *ellos las prefieren gordas*, son algunos ejemplos de cómo ha ido construyéndose el imaginario colectivo en España. Ya en el siglo XXI, podríamos estar de acuerdo en que, si no son las narrativas audiovisuales las que más tosca y crudamente cosifican y clasifican a las mujeres dentro-fuera del sistema, tal vez sí son las más efectivas. En nuestros días, la inmensa mayoría de producciones culturales continúan, desde mensajes más explícitos o más sutiles, reforzando y nutriéndose de ese paradigma patriarcal de belleza, juventud y delgadez

cada vez más extremo, que maltrata a las mujeres constriñéndolas y dañando su auto-concepto y su autoestima.

Los medios (...) han sido utilizados muchas veces para naturalizar las construcciones sociales, recurriendo a todos los elementos propios de la propaganda: temores, sueños, ilusiones, aspiraciones, inseguridades, para que las receptoras del mensaje pierdan su capacidad de reacción y de crítica (Tajahuerce, 2014: 16).

Esto explica, en cierto modo, su papel entre las estrategias sutiles que sostienen la violencia de género, una violencia que ha de definirse como fenómeno estructural y mecanismo de control tolerado y continuo (Osborne, 2009: 18). Este tipo de violencia normalizada, y naturalizada hasta el punto de no ser cuestionada, es difícilmente perceptible y se genera a partir de los valores, creencias y costumbres sociales. Es ejercida “esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y el conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento”. (Bourdieu, 2000: 12).

Por ello, se seguirá contribuyendo a perpetuar esta violencia mientras no se actúe con firmeza sobre los agentes de socialización en la vida adulta. El análisis sobre la responsabilidad que los medios tienen incluye, inexorablemente, otro análisis sobre la educación y la formación de sus profesionales, en todas sus etapas educativas (Tajahuerce, 2014: 16).

Cabe destacar los intentos de la legislación vigente por combatir y erradicar esta forma de violencia:

La comunicación audiovisual nunca podrá incitar al odio o a la discriminación por razón de género o cualquier circunstancia personal o social y debe ser respetuosa con la dignidad humana y los valores constitucionales, con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres (Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Título II, Capítulo I, artículo 4 punto 2).

Está prohibida la comunicación comercial que fomente comportamientos nocivos para la salud. (...) Está prohibida la comunicación comercial que fomente comportamientos nocivos para la seguridad de las personas. (Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Artículo 18, puntos 3 y 5).

Es publicidad ilícita:

los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando (...) su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados (...) coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. (Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Artículo 3).

También una mención especial para la convivencia entre publicidad e información periodística. Gómez y Tapia inciden en que, en ocasiones, la separación entre ambas no queda tan clara como debiera. Señalan que la inversión global publicitaria en

los medios aumenta, principalmente, desde Internet, entre otras razones porque la asociación de muchos medios on line con los periódicos les otorga *credibilidad*, y ésta es la que posibilita ese alto apoyo de la inversión publicitaria, “en este momento más que de las ventas directas del producto informativo, la mayoría de los beneficios de la empresa informativa provienen de los ingresos publicitarios” (Gómez y Tapia, 2014: 96).

6. Conclusiones

El peso corporal de las mujeres, usado por el patriarcado como instrumento de hostigamiento y conminación, no sólo es una característica, también supone una categoría social; en una sociedad lipófoba, hace tiempo ya que no deja de ser un elemento identitario. Desde un enfoque interseccional, la delgadez que impera en nuestros días, al igual que el género, la etnia, la clase, la orientación sexual, la diversidad funcional... es construida como lógica de discriminación y como tal está vinculada a éstas. Parece imprescindible que desde el feminismo se potencie el trabajo en común con todos aquellos grupos que luchan para romper la naturalización de los constructos sociales.

Tras el ilusorio abanico de opciones y de elecciones, la violencia simbólica que sufren las mujeres en torno al cuerpo sigue incrementándose. Está encontrando en los medios un *catalizador* de la vigilancia de género, de las directrices que ratifican las estructuras sociales a través de las cognitivas.

Lo que más se penaliza no es sólo la falta de delgadez, sino también la falta de interés por lograrla y/o mantenerla. Se penaliza el atrevimiento y la osadía que – parece ser– supone ejercer el derecho a ocupar, usar y disfrutar el espacio social sin disimulo, sin disculpa, incluso sin lamento y, sobre todo, sin sobreesfuerzo para alejarse del borde y llegar al epicentro. En la práctica, el sobreesfuerzo nos sitúa, por ejemplo, en algo tan tangible como el tallaje, y resulta evidente que funciona como eficaz –si no principal– elemento disuasorio para el ejercicio de ese derecho a ocupar los espacios sociales.

El Índice de Masa Corporal impuesto no sólo médicamente sino también estéticamente, en especial para las mujeres y a través de los medios, es un poderoso caballo de Troya en la lucha contra la *normalización*.

Aún con cuerpos categorizables en el binomio sexo-género, la obesidad en las mujeres genera sistemáticamente una vivencia de fracaso, al impedir el cumplimiento adecuado de los preceptos de género establecidos. El logro del estándar, para ellas, evita la obligación de transitar por el margen, o incluso directamente la exclusión.

Puede tomarse como arriesgado incluir la presión mediática, y el acoso en torno al exceso de peso, entre los factores potenciadores de procesos que desembocan en obesidad; pero lo que parece innegable es que los trastornos de la conducta alimen-

taria sí podrían entenderse como síntomas de una forma extrema de dependencia simbólica.

Sin embargo, continuamos exigiendo respuestas individuales ante problemas creados socialmente. Sigue faltando un paradigma socioeducativo que abandere la lucha contra la violencia hacia las mujeres. No se logrará una interpretación sociocrítica del conocimiento sin una alfabetización emocional que posibilite la educación afectiva; que permita no sólo identificar, sino también denunciar la cosificación que de las mujeres se sigue llevando a cabo en nuestra sociedad.

La narrativa audiovisual, como discurso, lógicamente muestra y construye, por eso puede ser, y lo es, un soporte y un canal de violencia machista. Pero la indudable capacidad de mostrar y construir de los medios, puede ponerse al servicio de una dimensión ética, y por ello, están implicados en la lucha contra las desigualdades, contra la discriminación. Están absolutamente llamados hacia una pedagogía social que, desde lo más privado a lo más público, apueste por unos valores que permitan una ciudadanía madura, como garantía de transformación y crecimiento individual y colectivo.

7. Referencias bibliográficas

- BOURDIEU, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama
- CARNOT, E. (1966). *El libro de la joven*. (6ª ed.). Madrid: Studium, (Trabajo original publicado en 1961)
- DE DOMINGO, M. y LÓPEZ, J. (2014). La estigmatización social de la obesidad. En: *Cuadernos de Bioética*, Vol. 25, Murcia: Asociación Española de Bioética y Ética Médica. p. 273-284
- FIGUERAS, M. (2004). *La imatge corporal en les revistes femenines*. Col. Estudis 14. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de la Presidència. Secretaria General de Joventut
- GARCÍA-SANTESMASES, A. (2015). “El cuerpo en disputa: cuestionamientos a la identidad de género desde la diversidad funcional”. En: *Insterticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, Vol. 9, nº 1, Madrid: Universidad Complutense de Madrid. p. 41-62
- GÓMEZ, B. y TAPIA, A. (2014). “Periodismo y publicidad unidos en la revolución digital”. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 20, nº 1, Madrid: Universidad Complutense de Madrid. p. 95-111
- GRACIA-ARNAIZ, M. (2014). “Comer o no comer ¿es esa la cuestión?: una aproximación antropológica al estudio de los trastornos alimentarios. En *Política y Sociedad*, Vol. 51, nº 1, Madrid: Universidad Complutense de Madrid. p. 73-94
- MARTÍNEZ, S. (2014). “Las mujeres desde el marco. La doble visión de las mujeres en la imagen artística y la cultura visual”. En: *Dossiers Feministes*, nº 18, Castellón: Instituto Universitario de Estudios Feministas y de Género. p. 227-243

- MEIER, E. P. y GREY, J. (2013). "Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls". En : *Cyberpsychology, behaviour, and social networking*, Vol. 10, nº 10. Nueva York: Mary Ann Liebert Inc. Publishers. p. 199 - 206
- OSBORNE, R. (2009). *Apuntes sobre violencia de género*. Barcelona: Bellaterra
- ORTIZ, M. J. y ARCO, M. A. (2012). Dieciocho años del observatorio de la imagen de las mujeres". En: *Cuestiones de Género: De la Igualdad y la Diferencia, nº 7, León: Seminario Interdisciplinar de Estudios de las Mujeres*. p. 269-295
- PLATERO, R.(L). (2014). "Metáforas y articulaciones para una pedagogía crítica sobre la interseccionalidad": En: *Quaderns de Psicologia*, Vol. 16, nº 1, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. p. 55-72
- PLAZA, J. (2010). "Medios de comunicación, anorexia y bulimia. La difusión mediática del «anhelo de delgadez»: un análisis con perspectiva de género". En: *Icono 14*, Vol. 8 nº 3, (Ejemplar dedicado a: Comunicación y Sociedad: de la Anorexia y Vigorexia), Madrid: Asociación Científica Icono14 p. 62-83
- TAJAHUERCE, I. (2014). "La Universidad: educación, conocimiento y libertad". En: TAJAHUERCE, I. (coord.) *Mujeres y comunicación*. Madrid: La linterna sorda. p. 08-19
- TUBERT, S. (2003). "La crisis del concepto de género". En S. TUBERT (ed.), *Del sexo al género. Los equívocos de un concepto* (pp.7-38). Madrid: Cátedra
- VÁZQUEZ, C. HERVÁS, G. RAHONA, J. J. y GÓMEZ, D. (2009). "Bienestar psicológico y salud: aportaciones desde la psicología positiva". En: *Anuario de Psicología Clínica y de la Salud*, Vol.5, Sevilla: Universidad de Sevilla. p. 5-28

7.1 Otros documentos

- AUSTRALIAN INSTITUTE OF FAMILY STUDIES (2013). *The Longitudinal Study of Australian Children Annual statistical report 2013*. Melbourne: AIFS
- BERZOSA, J. , GÓMEZ-ANGULO, J. , REGODÓN, C. Y SANTAMARÍA, L. (2013). *¿Te cuidas? Hábitos de vida de las mujeres en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Comunidad de Madrid. Consejería de Asuntos Sociales
- ETCOFF, N. (2006). "Prólogo". En: ETCOFF, N., ORBACH, S., SCOTT, J. Y D'AGOSTINO, H. *Más allá de los estereotipos: En reconstrucción de los cimientos sobre las creencias acerca de la belleza. Conclusiones Estudio Global Dove 2005*. [Documento en línea] Recuperado en <http://drupal.upsa.es/sites/default/files/Informe%20Dove.pdf>
- LEY GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. Ley 7/2010, de 31 de marzo. BOE A-2010-52-92 [Documento en línea] Recuperado en <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>
- LEY GENERAL DE PUBLICIDAD. Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. BOE – A- 1988 – 26156. [Documento en línea] Recuperado en <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-26156&tn=1&p=20140328&v-d=#tii>
- MEDICUS MUNDI BIZKAIA (2013). *Violencia bella. El cuerpo adolescente como territorio de control. Análisis de la vulnerabilidad y la resistencia a las presiones*

sobre el autoconcepto y el cuerpo femenino entre las y los adolescentes de seis municipios de Bizkaia. Bizkaia: Medicus Mundi. [Documento en línea] Recuperado en <http://www.medicusmundibizkaia.org/descargate-el-estudio-violencia-bella-el-cuerpo-adolescente-como-territorio-de-control/>

Notas

- 1 <http://www.jornada.unam.mx/2011/01/10/sociedad/033n1soc>
- 2 <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2011/02/15/noticias/1297778869.html>
- 3 Estos elementos son considerados por algunos autores como factores de riesgo. Ghaderi en HERNÁNDEZ-CORTÉS, L. y LONDOÑO, C. (2013). “Imagen corporal, IMC, afrontamiento, depresión y riesgo de TCA en jóvenes universitarios”. En: *Anales de psicología*, Vol. 29, nº 3, Murcia: Universidad de Murcia. p. 748-761
- 4 Son datos del informe *La realidad de la cirugía estética en España 2014*, realizado por la Sociedad Española de Cirugía Plástica, Reparadora y Estética (SECPRE). Fuente: <http://secpre.org/index.php/component/k2/item/33-el-aumento-de-mamas-desbanca-a-la-liposucion-como-la-intervencion-de-cirurgia-estetica-mas-practicada-en-espana/>
- 5 Montserrat Pámias es Presidenta de la Sociedad Catalana de Psiquiatria y Psicologia Clínica Infantojuvenil de la Academia de Ciencias Médicas de Cataluña. Fuente: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/03/08/catalunya/1425849709_695150.html
- 6 <http://0-search.proquest.com.cisne.sim.ucm.es/docview/1447570991?accountid=14514&title=Ni%C3%B1as%2C+a+sentirse+bien+con+su+cuerpo#.VR06fVpXVyg.gmail>
- 7 <http://www.elmundo.es/salud/2014/07/03/53b44f50268e3e6e168b456f.html>
- 8 <http://www.fundacionttm.org/la-fundacion/logros/>
- 9 http://www.telecinco.es/informativos/sociedad/bulimia-suicidio-adolescente-14_anos-trastornos_alimenticios_0_1431675056.html