



# IDEAL DE BELLEZA FEMENINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ALTERACIONES DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA. INFLUENCIA Y POSIBLES SOLUCIONES

**David Sánchez-Carracedo**

**Unidad de Investigación en Conductas Relacionadas con la Alimentación y el Peso  
(UCAP)**

**Departamento de Psicología Clínica y de la Salud**

*Universitat Autònoma de Barcelona*

[david.sanchez@uab.es](mailto:david.sanchez@uab.es)

**Gemma López-Guimerà**

**Unidad de Investigación en Conductas Relacionadas con la Alimentación y el Peso  
(UCAP)**

**Departamento de Psicología Clínica y de la Salud**

*Universitat Autònoma de Barcelona*

[gemma.lopez@uab.cat](mailto:gemma.lopez@uab.cat)

**Jordi Fauquet**

**Unidad de Investigación en Conductas Relacionadas con la Alimentación y el Peso  
(UCAP)**

**Departamento de Psicobiología y Metodología de las Ciencias de la Salud**

*Universitat Autònoma de Barcelona*

**Grupo de Investigación en Neuroimagen (GREEN)**

**IMIM Hospital del Mar Medical Research Institute. Parc de Recerca Biomèdica  
de Barcelona**

[jordi.fauquet@uab.es](mailto:jordi.fauquet@uab.es)

**Resumen:** la investigación ha mostrado que la exposición constante a mensajes e imágenes relacionadas con el ideal de belleza femenino, el control del peso y la figura corporal transmitidos por los medios de comunicación, es un factor de riesgo bien establecido para el desarrollo de insatisfacción corporal, las preocupaciones por el peso, el inicio de conductas no saludables de control del peso y los trastornos de la conducta alimentaria en mujeres. En esta comunicación se presentarán los resultados de una revisión en la que se revisan los principales datos que avalan el papel de los medios de comunicación como factor de riesgo del desarrollo de alteraciones alimentarias en mujeres, así como los procesos implicados en esta influencia. Se presentará el enfoque preventivo de estos problemas basado en la alfabetización en medios de comunicación, así como las principales iniciativas nacionales e internacionales en el ámbito de la salud pública desarrolladas recientemente para reducir el impacto de estas influencias mediáticas.

**Palabras clave:** medios de comunicación, insatisfacción corporal, preocupaciones relacionadas con el peso, alteraciones alimentarias, trastornos de la conducta alimentaria.



## 1. Introducción

En la actualidad existe una creciente preocupación social por el incremento de la prevalencia de las alteraciones de la conducta alimentaria entre los adolescentes, particularmente entre el género femenino. La prevalencia a nivel mundial de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) en mujeres jóvenes, incluyendo anorexia nerviosa, bulimia nerviosa y los denominados trastornos de la conducta alimentaria no especificados se estima en torno al 5% (Treasure, Claudino, & Zucker, 2010), de acuerdo a los criterios del Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (4th ed.; DSM-IV; American Psychiatric Association, 1994). En España los datos son muy similares, con prevalencias entre el 4–6% en mujeres entre 12–21 años de edad (Grupo de Trabajo de la Guía de Práctica Clínica sobre Trastornos de la Conducta Alimentaria, 2009). Los TCA son la tercera enfermedad crónica más prevalente en chicas adolescentes, tras la obesidad y el asma (Chamay-Weber, Narring & Michaud, 2005) y están asociados con algunas de las tasas de mortalidad más altas de todos los trastornos psicológicos (Arcelus, Mitchell, Wales, & Nielsen, 2011). Además, las conductas y actitudes alimentarias alteradas tales como prácticas no saludables de control del peso o el deseo de adelgazar, son muy frecuentes entre chicas adolescentes occidentales (Austin et al., 2008; Calado, Lameiras, Sepulveda, Rodriguez, & Carrera, 2010; López-Guimerà et al., 2013). Estas actitudes y conductas pueden tener efectos negativos en la salud física y psicológica (Larson, Neumark-Sztainer, & Story, 2009; Rawana, Morgan, Nguyen, & Craig, 2010) e incrementan el riesgo de desarrollar sobrepeso y TCA (Field et al., 2003; Patton, Selzer, Coffey, Carlin, & Wolfe, 1999). Se trata además de trastornos que no responden bien a los tratamientos disponibles y que presentan elevadas tasas de abandono (Cooper & Fairburn, 2011; Schnicker, Hiller, & Legenbauer, 2013).

La elevada prevalencia de estos problemas junto con su tendencia a la cronicidad, su elevada comorbilidad con otros trastornos, su asociación con graves consecuencias físicas y psicológicas, así como su resistencia a los tratamientos disponibles, son razones relevantes para justificar un incremento en la atención política, social y sanitaria dirigida a la prevención de los TCA y las actitudes y comportamientos alimentarios alterados (Stice, Becker, & Yokum, 2013).

Pero dedicar esfuerzos y recursos para prevenir una determinada condición o problema implica conocer con cierta precisión las causas que dan lugar a las mismas. En la problemática que nos atañe existe un acuerdo generalizado en considerar que las alteraciones del comportamiento alimentario presentan una etiología multifactorial en la que están implicados una variedad de factores de carácter biológico, psicológico y social, aunque todavía no se han identificado con precisión todos los factores de riesgo que intervienen en el desarrollo de estas alteraciones así como la secuenciación ni la interacción que se produce entre ellos (Jacobi et al., 2011; Stice, Marti, & Durante, 2011). Las revisiones y estudios longitudinales recientes sobre factores de riesgo de los TCA indican que entre los factores de riesgo con mayor apoyo empírico se encuentran las presiones socioculturales para estar delgada y la interiorización del ideal de delgadez (López-Guimerà y Sánchez-Carracedo, 2010). En ambos casos, los medios de comunicación juegan un papel central.



## 2. Hipótesis iniciales: Medios de comunicación como factor de riesgo del desarrollo de alteraciones alimentarias

La hipótesis de este trabajo defiende que los medios de comunicación constituyen una de las fuentes más importantes de transmisión del ideal de belleza actual y, por tanto, son un importante factor de riesgo para el desarrollo de alteraciones alimentarias.

Los medios de comunicación se han convertido en uno de los principales agentes de socialización. La televisión, las revistas, los diarios, la radio, el cine, la publicidad y los denominados “nuevos medios” o “nuevas tecnologías”, ocupan e invaden gran cantidad de nuestro tiempo de ocio y de trabajo. A través de los medios de comunicación se transmiten ideas, valores, normas, actitudes y comportamientos que socializan y contribuyen a construir la realidad social de aquellos que los usan. Este proceso es particularmente importante en los niños y los adolescentes, donde los medios se han convertido en rivales indiscutibles de la familia y la escuela en la función educativa y formativa (Bercedo Sanz et al., 2005). Según la Academia Americana de Pediatría, ver la TV se ha convertido, después de dormir, en la primera actividad en la vida del niño en los países desarrollados (American Academy of Pediatrics, 2001). Estudios conducidos en nuestro país confirman estos datos, mostrando que los niños con edades comprendidas entre los 4 y los 12 años destinan al año más horas a la televisión que a la escuela (Consell de l’Audiovisual de Catalunya, 2003). Además, los adolescentes consumen frecuentemente otro tipo de medios como las revistas y cada vez dedican un mayor número de horas a otras “pantallas”, como los ordenadores, las videoconsolas o los teléfonos móviles. Una parte importante del contenido de los medios de comunicación que es consumido por los niños y los adolescentes está lleno de mensajes no saludables, deformados y manipulados acerca del ideal de belleza, la talla corporal, la comida, el control del peso y el rol de género (Levine y Murnen, 2009). Y ellos son más vulnerables a este tipo de mensajes, ya que todavía carecen de la madurez y la formación necesaria que les permita analizar de forma crítica la calidad y/o veracidad de la información recibida (American Academy of Pediatrics, 2001).

El análisis histórico del ideal de belleza femenino muestra cómo desde principios del siglo XX el ideal de belleza femenino se ha ido configurando cada vez más delgado (Toro, 2004). Esta tendencia se ha comprobado empíricamente examinando la evolución de las dimensiones corporales de las modelos de *Playboy*, las aspirantes a los concursos de belleza, las actrices y las mujeres que aparecen en las revistas en las últimas décadas del siglo XX (ej., Katzmarzyk y Davis, 2001). Como se ha señalado, la interiorización de este ideal de belleza delgado parece ser uno de los factores de riesgo más importantes para el desarrollo de las alteraciones alimentarias y de la insatisfacción corporal. Esta interiorización constituye “el momento en el cual un individuo cognitivamente adopta los ideales de belleza definidos socialmente y se dedica a realizar comportamientos dirigidos a alcanzar estos ideales” (Thompson y Stice, 2001, p.181). Según el modelo sociocultural (Thompson et al., 1999), las presiones sociales provenientes de los medios de comunicación, la familia y los pares, especialmente aquellas que promueven el ideal de delgadez, influirían sobre los valores individuales, de forma que algunas personas más vulnerables interiorizarían estas presiones a través de valores culturales específicos que podrían convertirse luego en principios que guíen su conducta. De todas las influencias sociales, los proveedores de imágenes y narrativas del ideal de belleza más poderosos son, sin duda, los medios de comunicación (Groesz, Levine, y Murnen, 2002).

Por todo ello, muchos investigadores han encontrado que los medios de comunicación y las presiones socioculturales para alcanzar un determinado ideal de belleza juegan un



papel importante en la interiorización del ideal de belleza actual, constituyendo uno de los factores principales que promueven la insatisfacción corporal, las preocupaciones por el peso, el inicio de conductas no saludables de control del peso y los trastornos de la conducta alimentaria, además de contribuir de forma importante a la estigmatización de la obesidad.

### **3. Metodología**

Este trabajo consiste en una revisión narrativa de los principales datos y estudios que avalan la hipótesis de que los medios de comunicación, en especial los mensajes e imágenes transmitidos relacionados con el ideal de belleza y el control del peso corporal, constituyen un importante factor de riesgo para el desarrollo de las alteraciones alimentarias. Hasta la fecha se han realizado ya algunas revisiones sobre este tópico (Levine y Murnen, 2009), siendo los autores de este trabajo coautores de una de las más recientes (López-Guimerà, Levine, Sánchez-Carracedo, & Fauquet, 2010). Se presentará una síntesis de estos resultados en base al diferente diseño de los estudios, describiendo con mayor detalle algunos de los estudios más relevantes. Si bien la mayor parte de estudios han sido conducidos con población femenina, especialmente muestras de chicas adolescentes y jóvenes universitarias, la población masculina también está despertando un reciente interés por parte de los investigadores, pues también está siendo objeto de estas presiones socioculturales. No obstante, nuestra revisión se centrará en la población femenina. Finalmente, se presentará una breve síntesis de las principales iniciativas preventivas que se han llevado a cabo para intentar reducir esta posible influencia nociva de los medios de comunicación.

### **4. Resultados**

#### *4.1 Efectos de la exposición a medios de comunicación sobre el desarrollo de alteraciones alimentarias*

La investigación sobre los efectos de los medios de comunicación en las actitudes y comportamientos alimentarios alterados se ha centrado básicamente en las influencias de la televisión y las revistas que, de hecho, son dos de los medios audiovisuales más consumidos por los adolescentes, aunque Internet ha pasado recientemente a ser el medio más consumido por esta población (Estudio General de Medios, 2013).

Estudios de carácter cualitativo que han utilizado entrevistas en profundidad o grupos focales, muestran que el factor identificado por las chicas como más determinante para su deseo de ser delgadas, es la influencia de los medios (Tiggemann, Gardiner, & Slater, 2000; Wertheim, Paxton, Schutz, & Muir, 1997).

Los estudios de carácter transversal han valorado la asociación entre la exposición a determinados programas de televisión y revistas de moda y las preocupaciones por el peso, la insatisfacción corporal y los comportamientos alimentarios alterados. En general, estos estudios preguntan a muestras diversas por su frecuencia de consumo de determinados medios, a la vez que se administran diferentes cuestionarios para evaluar las actitudes y comportamientos alimentarios alterados. Del análisis de diferentes revisiones meta analíticas realizadas hasta la fecha (Groesz et al., 2002; Grabe, Ward, & Hyde, 2008) se desprende que un mayor consumo de medios, especialmente revistas de moda y vídeos musicales, se correlaciona de forma significativa con mayores niveles de insatisfacción corporal y mayores puntuaciones en cuestionarios que evalúan diferentes actitudes y comportamientos alimentarios alterados. Esta asociación presenta tamaños del efecto que van de pequeños a moderados (López-Guimerà et al., 2010). Estas



asociaciones también se han encontrado en población española (Calado, Lameiras, Sepúlveda, Rodríguez, & Carrera, 2010).

Sin embargo, la presencia de asociaciones significativas en los estudios transversales no nos aporta información sobre la dirección causal de la relación. Para ello son necesarios los estudios experimentales y los estudios prospectivos longitudinales.

El paradigma típico de los estudios experimentales sobre esta cuestión consiste en evaluar el nivel de satisfacción corporal de las participantes antes y después de exponerlas a imágenes de mujeres que responden al ideal de belleza culturalmente aceptado y que habitualmente se presentan en los medios de comunicación, o a imágenes de contenido neutro. Los meta-análisis realizados sobre este tipo de estudios indican que la imagen corporal de las participantes era considerablemente más negativa tras exponerlas a este tipo de imágenes, lo que no ocurría cuando se las exponía a imágenes de modelos de tallas medias, modelos de tallas grandes, o imágenes neutras como casas o coches. Este efecto es más fuerte entre chicas jóvenes y adolescentes menores de 19 años, y entre niñas y chicas jóvenes que ya tienen interiorizado el ideal delgado (Groesz et al., 2002; Grabe et al., 2008).

Los resultados, no obstante, presentan matices relevantes. Por ejemplo, en un estudio se evaluó el efecto a largo plazo de la exposición a los medios, facilitando a un grupo de chicas una suscripción a una revista de moda durante 15 meses y comparando sus efectos a largo plazo con un grupo control de no suscripción. Los resultados indicaron que no había diferencias significativas entre ambos grupos, aunque las chicas asignadas a la suscripción de la revista que presentaban niveles iniciales más bajos de apoyo social, mostraron un incremento en la insatisfacción corporal, el seguimiento de dietas y los síntomas bulímicos (Stice et al., 2001). Estos resultados sugieren que la exposición a los mensajes e imágenes de los medios sobre el ideal delgado no produciría efectos tan negativos en chicas que se sienten aceptadas por su entorno social más próximo.

La principal crítica que han recibido los estudios experimentales tiene que ver con su falta de validez externa y la dificultad de generalizar sus resultados a contextos reales. Por ello resulta especialmente interesante un estudio naturalista que se realizó con motivo de la introducción de la televisión en el año 1995 en las islas Fiji del Pacífico Sur (Becker, Burwell, Gilman, Herzog, & Hamburg, 2002). En este trabajo, el único estudio naturalista de estas características realizado hasta la fecha, se evaluó el impacto de la exposición prolongada a la televisión, tres años después de su introducción en las islas, sobre el posterior desarrollo de actitudes y comportamientos alimentarios alterados en muestras étnicas de chicas adolescentes de 17 años naturales de las islas. Los autores del estudio observaron que, tres años después de que se introdujera la televisión en las islas, el 11,3% de las chicas informaron haber utilizado el vómito con el propósito de controlar su peso, comparado con el 0% anterior a su introducción. El porcentaje de chicas con puntuaciones elevadas en la evaluación de las actitudes alimentarias alteradas incrementó más del doble durante este período, pasando de un 13% a un 29%. Una vez introducida la televisión, un 74% de las chicas informaron “sentirse gordas” y la probabilidad de presentar actitudes alimentarias alteradas era tres veces mayor entre las que tenían la televisión en casa. Es interesante destacar que el ideal estético tradicional de la cultura Fiji refleja una preferencia por los cuerpos robustos y no apoya los esfuerzos individuales para modelar el cuerpo mediante la dieta o el ejercicio. Este estudio, por tanto, muestra el impacto y la fuerte influencia que ejercen los principales medios de comunicación, compitiendo, en muy poco tiempo, con los valores tradicionales de una determinada cultura.

Los estudios prospectivos en este contexto, consisten en evaluar el consumo de medios de una muestra relevante de la población y valorar a largo plazo, normalmente



transcurridos algunos años, su impacto en el desarrollo de alteraciones alimentarias. Este tipo de estudios, aunque mucho menos frecuentes, en general indican que una mayor exposición a mensajes mediáticos, particularmente aquellos relacionados con el ideal de delgadez y cómo alcanzarlo, incrementa la probabilidad de desarrollar conductas alimentarias alteradas y preocupaciones relacionadas con el peso. En general, la televisión parece tener un mayor efecto en niñas, mientras que las revistas de moda influenciarían más a las adolescentes y mujeres jóvenes. De nuevo, los compañeros y la familia actuarían como variables moderadoras de este efecto (López-Guimerà et al., 2010).

Finalmente, en cuanto al contenido de los medios en relación al ideal de delgadez, no quisiéramos dejar de hacer mención a las páginas de Internet denominadas *pro-ana* y *pro-mia* en las que se promueve el mantenimiento de un “estilo de vida anoréxico y bulímico” (Boero & Pascoe, 2012) y que constituyen una nueva fuente de información sobre el ideal de delgadez enfermizo y sobre cómo alcanzarlo, generando una gran preocupación entre clínicos e investigadores. Las personas que se exponen a este tipo de páginas presentan mayores niveles de insatisfacción corporal, un mayor riesgo de percibirse con sobrepeso, de pensar más en su peso y en maneras de controlarlo e incluso de desarrollar trastornos alimentarios (Bardone-Cone y Cass, 2007, Harper, Sperry, & Thompson, 2008). Un reciente estudio muestra que, cuando se realizan búsquedas en Internet sobre famosas percibidas como anoréxicas, el riesgo de realizar búsquedas en páginas pro-anorexia se incrementa en un 33% (Yom-Tov & Boyd, 2014). Este dato resulta preocupante, si se tiene en cuenta la importante cobertura que los medios dan a famosas muy delgadas. Este problema plantea nuevos retos de intervención, a la luz de las grandes dificultades encontradas para poder influir positivamente sobre las personas usuarias de este tipo de páginas (Yom-Tov, Fernandez-Luque, Weber, & Crain, 2012).

A modo de síntesis, este conjunto de estudios muestra cómo la exposición constante a mensajes e imágenes relacionadas con el ideal de belleza y el control del peso y la figura corporal transmitidos por los medios de comunicación, es un factor de riesgo bien establecido para el desarrollo de alteraciones alimentarias. Esta influencia está moderada y mediada por algunas variables. Así, aquellas personas que presentan un mayor grado de interiorización del ideal de belleza, que tienden a compararse más frecuentemente con las figuras que representan este ideal, o que han desarrollado un esquema cognitivo (estructura mental que ayuda a las personas a organizar sus interacciones con el mundo de una forma estable y consistente) que valora los ideales estéticos como un valor principal, son más vulnerables a esta influencia. A su vez, estas personas más vulnerables tienden con mayor frecuencia a exponerse a estos mensajes e imágenes, entrando en un pernicioso círculo vicioso. Además, la familia y los compañeros también pueden jugar un importante papel en la transmisión, refuerzo y modelado de este ideal de belleza y en la práctica de conductas alimentarias no saludables. Al contrario, su apoyo social podría ser un factor protector relevante frente a esta influencia nociva. Una síntesis de todos estos resultados ya ha sido presentada con anterioridad (López-Guimerà et al., 2010).

#### 4.2 *Cómo reducir la interiorización del ideal de belleza*

De entre todas las variables que parecen mediar entre la exposición a los medios y el desarrollo de alteraciones alimentarias, la interiorización del ideal de belleza es la que ha merecido una mayor atención por parte de los investigadores, y la que goza de mayor soporte empírico. Disponemos de instrumentos válidos y fiables para evaluarla, incluso



adaptados a población española (Sánchez-Carracedo, Barrada, López-Guimerà, Fauquet, Almenara, & Trepal, 2013).

La reducción de los niveles de interiorización se ha convertido por tanto en uno de los principales objetivos en el campo de la prevención de las alteraciones alimentarias. Se han propuesto diversas vías, todas ellas complementarias, para intentar reducir estos niveles de interiorización. Una de ellas se dirige directamente a los jóvenes mediante programas de prevención que intentan dotarlos de habilidades que les protejan frente a esas nocivas influencias culturales. Aquí, la denominada “alfabetización en medios de comunicación” ocupa un lugar destacado, enseñando a las personas a desarrollar habilidades de pensamiento crítico y de análisis de los mensajes e imágenes que reciben constantemente de su entorno, bien a través de los medios de comunicación, bien de sus compañeros, o incluso de sus propias familias (Center for Media Literacy, 2008). La aproximación basada en la alfabetización en medios de comunicación es la más utilizada en los programas preventivos administrados en la escuela que han obtenido mejores resultados en la prevención de la insatisfacción corporal y de las alteraciones alimentarias (Yager, Diedrichs, Ricciardelli, & Halliwell, 2013). Los programas preventivos que incorporan esta aproximación también han mostrado su eficacia en las medidas de seguimiento cuando se han desarrollado y administrado en España (López-Guimerà, Sánchez-Carracedo, Fauquet, Portell, & Raich, 2011; Sánchez-Carracedo et al., 2013).

Uno de los principales retos de los programas de prevención en este campo consiste en conseguir que los cambios conseguidos persistan en el tiempo (López-Guimerà, Sánchez-Carracedo, & Fauquet, 2011; Stice et al, 2013). Esta dificultad para mantener los resultados conseguidos a largo plazo puede tener que ver con que las influencias socioculturales nocivas no cesan. Los programas se centran en dotar de recursos y fortalecer a los participantes para que éstos sean menos vulnerables a las presiones socioculturales, pero el bombardeo constante a través de diferentes canales anula en gran medida los efectos de las intervenciones. Por esa razón, otra vía preventiva complementaria consistiría en intentar reducir directamente esas influencias socioculturales, vía acciones de políticas públicas y de activismo social y político.

Aunque esta segunda vía se ha explorado mucho menos, se han llevado a cabo un conjunto de acciones a nivel internacional y nacional que abren una prometedora vía en este campo, incluyendo cambios en la legislación, el uso de códigos de comportamiento y autorregulación para las industrias, marketing social, y el apoyo gubernamental para llevar a cabo la prevención escolar (Paxton, 2012; Sánchez-Carracedo, Neumark-Sztainer, & López-Guimerà, 2012). Algunas de las más relevantes y recientes son las siguientes. En Cataluña, Austria, Italia, Francia, Canadá o Australia, se han elaborado códigos de conducta para la industria o los medios de comunicación, dirigidos a intentar ejercer una influencia en la forma como se presentan las imágenes de mujeres y hombres, con el objetivo de reducir la probabilidad de contribuir a la interiorización de unos determinados ideales de belleza, reduciendo así el riesgo de desarrollar insatisfacción corporal y alteraciones alimentarias (Sánchez-Carracedo et al., 2012; Fundación Imagen y Autoestima, 2012). El gobierno israelí ha prohibido la contratación de modelos de moda con un índice de masa corporal muy bajo y no saludable (Anónimo, 2012). El Ministerio de Cultura, Comunicaciones y del Estatus de las Mujeres del estado de Quebec (Canadá), ha liderado una campaña para reducir la presión mediática que favorece la delgadez y promover la imagen corporal saludable entre la población, incluyendo programas de formación sobre imagen corporal y TCA dirigidos a profesionales de la moda, industria textil, publicidad, medios de comunicación, comerciantes, fabricantes y profesionales de la salud (Gauvin & Steiger,



2012). En la universidad de Yale (EEUU) se ha elaborado una guía para la exhibición de personas obesas en los medios con el objetivo de reducir el rechazo social y la estigmatización que se hace con los niños y adultos con obesidad en los ámbitos educativos, laborales y sanitarios (Rudd Center for Food Policy and Obesity, 2012), rechazo y estigma que tienen consecuencias negativas sobre la autoestima de estas personas y en el desarrollo de comportamientos no saludables de control del peso (Puhl & Heuer, 2009). Y países como Gran Bretaña están iniciando un camino legislativo, con la creación de un grupo sobre la imagen corporal en el cual participan todos los partidos parlamentarios. Después de una investigación en la que han participado los representantes de la industria, el sector del voluntariado, profesionales de la salud, académicos y público en general, han elaborado un extenso informe del que se espera se deriven algunas recomendaciones de actuación política (All Party Parliamentary Group on Body Image, 2012). Finalmente, impulsada por la Agencia Catalana del Consumo, en mayo de 2012 se constituyó la Mesa de Diálogo para la Prevención de los Trastornos del Comportamiento Alimentario, en la cual participan representantes de los diferentes departamentos de la Generalitat de Cataluña, del sector empresarial, de fundaciones privadas de promoción de la salud y del mundo universitario (Generalitat de Catalunya, 2012). La Mesa persigue construir entre todos los sectores una imagen corporal positiva y saludable a partir de fomentar un ideal de belleza basado en la salud y el bienestar en lugar de en la apariencia, trabajando de manera coordinada con los diferentes sectores (sanitario, educativo, empresarial, medios) para diseñar estrategias realistas para la prevención de estas enfermedades y trasladar el debate a la sociedad en general para sensibilizar sobre la importancia de prevenir estos problemas. Se ha creado un portal web específico para ayudar a jóvenes, familias y profesionales a prevenir estos problemas (Generalitat de Catalunya, 2013), se ha puesto en marcha una campaña mediática para potenciar las comidas en familia y para potenciar la autoestima y reducir las burlas relacionadas con la apariencia, y se ha creado una hoja de ruta con diversas iniciativas a desarrollar en los próximos años.

Este tipo de intervenciones en el ámbito de la salud pública, aunque todavía muy escasas, y con poca investigación sobre sus efectos, deberían ser una prioridad política y sanitaria si queremos que la prevención de estos problemas sea realmente eficaz (Austin, 2012).

## 5. Conclusiones

En definitiva, los datos de las investigaciones más recientes indican claramente que cierto tipo de mensajes e imágenes transmitidas por los medios de comunicación y otros agentes sociales con respecto al ideal de belleza y al control del peso corporal, pueden tener un papel muy nocivo en el desarrollo de alteraciones alimentarias. Solo con la implicación de toda la sociedad, incluyendo la alfabetización en medios de comunicación entre nuestros jóvenes, pero también con la implicación de la gestión política, los medios de comunicación, la publicidad y la industria, podremos hacer frente a estos problemas y contribuir a una sociedad más saludable.

## 6. Bibliografía

All Party Parliamentary Group on Body Image (2012), *Reflections on body image*, UK, All Party Parliamentary Group on Body Image and Central YMCA. <http://www.ymca.co.uk/bodyimage/report>



American Academy of Pediatrics (2001), “Children, adolescents, and television. Committee on Public Education”, *Pediatrics*, 107, 423- 426.

American Psychiatric Association (1994), *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*. (Vol. 4th ed.). Washington, DC, American Psychiatric Association.

Anónimo (2012), Israel passes law banning use of underweight models. In BBC news. London: British Broadcasting Corporation, <http://www.bbc.co.uk/news/world-middle-east-17450275>, consultado el día 21 de febrero de 2014.

Arcelus, J., Mitchell, A. J., Wales, J., & Nielsen, S. (2011), “Mortality rates in patients with anorexia nervosa and other eating disorders a meta-analysis of 36 studies”, *Archives of General Psychiatry*, 68, 7, 724–731.

Austin, S.B. (2012), “A public health approach to eating disorders prevention: It's time for public health professionals to take a seat at the table”, *BMC Public Health*, 12, 854.

Austin, S. B., Ziyadeh, N. J., Forman, S., Prokop, L. A., Keliher, A., & Jacobs, D. (2008), “Screening high school students for eating disorders: results of a national initiative”, *Preventing Chronic Disease*, 5, 4, A114–A114.

Bardone-Cone, A. M., y Cass, K. M. (2007), “What does viewing a pro-anorexia website do? Experimental examination of website exposure and moderating effects”, *International Journal of Eating Disorders*, 40, 537-548.

Becker, A. E., Burwell, R. A., Gilman, S. E., Herzog, D. B., & Hamburg, P. (2002), “Eating behaviours and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls”, *British Journal of Psychiatry*, 180, 509– 514.

Bercedo Sanz, A., Redondo Figuro, C., Pelayo Alonso, R., Gómez del Río, Z., Hernández Herrero, M., y Cadenas González, N. (2005), “Consumo de los medios de comunicación en la adolescencia”, *Anales de Pediatría*, 63, 6, 516-425.

Boero, N. & Pascoe, C. (2012), “Pro-anorexia communities and online interaction: Bringing the pro-ana body online”, *Body & Society*, 18, 27–57.

Calado, M., Lameiras, M., Sepulveda, A. R., Rodriguez, Y., & Carrera, M. V. (2010). The mass media exposure and disordered eating behaviours in Spanish secondary students. *European Eating Disorders Review*, 18, 5, 417–427.

Center for Media Literacy (CML) (2008), Literacy for the 21st century: an overview & orientation guide to media literacy education, [http://webspaceship.edu/hliu/etextbook/theory/doc/media\\_literacy\\_v02.pdf](http://webspaceship.edu/hliu/etextbook/theory/doc/media_literacy_v02.pdf), consultado el día 21 de febrero de 2014

Chamay-Weber, C., Narring, F., & Michaud, P.A. (2005), “Partial eating disorders among adolescents: A review”, *Journal of Adolescent Health*, 37, 5, 417-427.

Consell de l'Audiovisual de Catalunya [CAC] (2003), “Llibre Blanc: L'educació en l'entorn audiovisual”, *Quaderns del CAC*, nº extraordinario,



<http://dialnet.unirioja.es/servlet/ejemplar?codigo=243271>, consultado el día 19 de febrero de 2014.

Cooper, Z., & Fairburn, C. G. (2011), “The evolution of “enhanced” cognitive behavior therapy for eating disorders: learning from treatment nonresponse”, *Cognitive and Behavioral Practice*, 18, 3, 394–402.

Estudio General de Medios (2013), *Resumen general de resultados EGM. Febrero a Noviembre de 2013*, Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC), <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>, consultado el día 19 de febrero de 2014.

Field, A. E., Austin, S. B., Taylor, C. B., Malspeis, S., Rosner, B., Rockett, H. R., Gillman, M.W., & Colditz, G. A. (2003), “Relation between dieting and weight change among preadolescents and adolescents”, *Pediatrics*, 112, 4, 900–906.

Fundación Imagen y Autoestima (2012), Decálogo de buenas prácticas sobre la imagen corporal y la autoestima en los medios de comunicación, Fundació Imatge i Autoestima, Barcelona, <http://www.f-ima.org/fitxer/226/Decàleg%20MMCC%20versió%20web.pdf>, consultado el día 21 de febrero de 2014.

Gauvin, L. & Steiger H (2012), “Overcoming the unhealthy pursuit of thinness: reaction to the Quebec charter for a healthy and diversity body image”, *American Journal of Public Health*, 102, 8, 1600-6.

Generalitat de Catalunya (2012), *Taula de Diàleg per a la prevenció dels Trastorns de la Conducta Alimentària*, Barcelona, Agència Catalana del Consum, [http://www.consum.cat/qui\\_som/taula-dialeg/index.html](http://www.consum.cat/qui_som/taula-dialeg/index.html), consultado el día 21 de febrero de 2014.

Generalitat de Catalunya (2013), *Canal Salut. Trastorns Conducta alimentària* <http://www20.gencat.cat/portal/site/canalsalut/menuitem.8e66ed6321f723b4ba963bb4b0c0e1a0/?vgnextoid=3ba12f1e3588e310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=3ba12f1e3588e310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>, consultado el día 21 de febrero de 2014.

Grabe, S., Ward, L. M., y Hyde, J. S. (2008), “The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational Studies”, *Psychological Bulletin*, 134, 460-476.

Groesz, L. M., Levine, M. P., y Murnen, S. K. (2002), “The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review”, *International Journal of Eating Disorders*, 31, 1-16.

Grupo de Trabajo de la Guía de Práctica Clínica sobre Trastornos de la Conducta Alimentaria (2009), *Guía de Práctica Clínica sobre Trastornos de la Conducta Alimentaria*. AATRM no. 2007/25. Barcelona, Agència d’Avaluació de Tecnologia/Recerca Mèdiques de Catalunya.



Harper, K., Sperry, S., & Thompson, K.J. (2008), “Viewership of pro-eating disorder web-sites: Association with body image and eating disturbances”, *International Journal of Eating Disorders*, 41, 92–95.

Jacobi, C., Fittig, E., Bryson, C., Wilfley, D.E., Kraemer, H.C. & Taylor, C.B. (2011), “Who is really at risk: Identifying the risk factors for eating disorders in a high risk sample”, *Psychological Medicine*, 31, 1-11.

Katzmarzyk, P. T., & Davis, C. (2001), “Thinness and body shape of Playboy centerfolds from 1978 to 1998”, *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders*, 25, 590-2.

Larson, N. I., Neumark-Sztainer, D., & Story, M. (2009), “Weight control behaviors and dietary intake among adolescents and young adults: longitudinal findings from Project EAT”, *Journal of the American Dietetic Association*, 109, 11, 1869–1877.

Levine, M. P., y Murnen, S. K. (2009), “Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders”: A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females”, *Journal of Social & Clinical Psychology*, 28, 9-42.

López-Guimerà, G., Levine, M. P., Sánchez-Carracedo, D. and Fauquet, J. (2010), “Influence of Mass Media on Body Image and Eating Disordered Attitudes and Behaviors in Females: A Review of Effects and Processes”, *Media Psychology*, 13, 387 – 416.

López-Guimerà, G., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P., Fauquet, J., Loth, K., & Sánchez-Carracedo, D. (2013), “Unhealthy weight-control behaviors, dieting and weight status: A cross-cultural comparison between North American and Spanish adolescents”, *European Eating Disorders Review*, 21, 276-283.

López-Guimerà, G. y Sánchez-Carracedo, D. (2010), *Prevención de las alteraciones alimentarias. Fundamentos teóricos y recursos prácticos*, Madrid, Pirámide.

López-Guimerà, G., Sánchez-Carracedo, D., & Fauquet, J. (2011), “Universal prevention programs on disordered eating: assessment methodologies, results and future lines”, *Mexican Journal of Eating Disorders*, 2, 125–147.

López-Guimerà, G., Sánchez-Carracedo, D., Fauquet, J., Portell, M., & Raich, R.M. (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, 1, 293-303.

Patton, G. C., Selzer, R., Coffey, C., Carlin, J. B., & Wolfe, R. (1999), “Onset of adolescent eating disorders: population based cohort study over 3 years”, *British Medical Journal*, 318, 7186, 765–768.

Paxton, S. J. (2012), Preventing Body Image Problems: Public Policy Approaches. En T. Cash (Ed) *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (pp. 680-685). Oxford, Elsevier/Academic.



Puhl, R.M. & Heuer, C.A. (2009), “The Stigma of Obesity: A Review and Update”, *Obesity*, 17, 941–964.

Rawana, J. S., Morgan, A. S., Nguyen, H., & Craig, S. G. (2010), “The relation between eating- and weight-related disturbances and depression in adolescence: a review”, *Clinical Child and Family Psychology Review*, 13, 3, 213–230.

Rudd Center for Food Policy and Obesity (2012) Guidelines for the portrayal of obese persons in the media, [http://www.yaleruddcenter.org/resources/upload/docs/what/bias/media/MediaGuidelines\\_PortrayalObese.pdf](http://www.yaleruddcenter.org/resources/upload/docs/what/bias/media/MediaGuidelines_PortrayalObese.pdf), consultado el día 21 de febrero de 2014

Sánchez-Carracedo, D., Barrada, J.R., López-Guimerà, G., Fauquet, J., Almenara, C.A., Trepát, E. (2012), “Analysis of the Factor Structure of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (SATAQ-3) in Spanish Secondary Students Through Exploratory Structural Equation Modelling”, *Body Image*, 9, 163-171.

Sánchez-Carracedo, D., López-Guimerà, G., Fauquet, J., Barrada, J. R., Pàmias, M., Puntí, J., Querol, M, & Trepát, E. (2013), “A school-based program implemented by community providers previously trained for the prevention of eating and weight-related problems in secondary-school adolescents: the MABIC study protocol”, *BMC Public Health*, 13, 955.

Sánchez-Carracedo, D., Neumark-Sztainer, D., & López-Guimerà, G. (2012), “Integrated prevention of obesity and eating disorders: barriers, developments and opportunities”, *Public Health Nutrition*, 15,12, 2295-2309.

Schnicker, K., Hiller, W., & Legenbauer, T. (2013), “Drop-out and treatment outcome of outpatient cognitive-behavioral therapy for anorexia nervosa and bulimia nervosa”, *Comprehensive Psychiatry*, 54, 812–823.

Stice, E., Becker, C.B., & Yokum, S. (2013), “Eating disorder prevention: Current evidence-base and future directions”, *International Journal of Eating Disorders*, 46, 5, 478-485.

Stice, E., Marti, C. N., y Durante, S. (2011), “Risk factors for onset of eating disorders: Evidence of multiple risk pathways from an 8-year prospective study”, *Behaviour Research and Therapy*, 49, 622-627.

Stice, E., Spangler, D., y Agras, S. W. (2001), “Exposure to Media-Portrayed Thin-Ideal Images Adversely affects Vulnerable Girls: A longitudinal Experiment”, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 20, 3, 270-288.

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., y Tantleff-Dunn, S. (1999), *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*, Washington, DC, American Psychological Association.

Thompson, J. K., & Stice, E. (2001), “Internalization of the thin-ideal: Mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology”, *Current Directions in Psychological Science*, 10, 181-183.



Tiggemann, M., Gardiner, M., & Slater, A. (2000), "I would rather be size 10 than have straight A's": A focus group study of adolescent girls' wish to be thinner", *Journal of Adolescence*, 23, 6, 645-659.

Toro, J. (2004), *Riesgo y causas de la anorexia nerviosa*, Barcelona, Ariel.

Treasure, J., Claudino, A. M., & Zucker, N. (2010), "Eating disorders", *Lancet*, 375, 9714, 583-593.

Wertheim, E.H., Paxton, S.J., Schutz, H.K., & Muir, S.L. (1997), "Why do adolescent girls watch their weight? An interview study examining sociocultural pressures to be thin", *Journal of Psychosomatic Research*, 42, 2, 345-355.

Yager, Z., Diedrichs, P.C., Ricciardelli, L.A., & Halliwell, E. (2013), "What works in secondary schools? A systematic review of classroom-based body image programs", *Body Image*, 10, 3, 271-8.

Yom-Tov, E., & Boyd, D.M (2014), "On the link between media coverage of anorexia and pro-anorexic practices on the Web", *International Journal of Eating Disorders*, 47, 196-202.

Yom-Tov, E., Fernandez-Luque, L., Weber, I. & Crain, S.P. (2012), "Pro-anorexia and pro-recovery photo sharing: a tale of two warring tribes", *Journal of Medical Internet Research*, 14, 6, e151.