

TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA CIRUGÍA ESTÉTICA EN LAS REVISTAS ESPECIALIZADAS EN MODA FEMENINA EN ESPAÑA

Marta Ventura Espejo y Carmen Cristófol Rodríguez
Universidad de Málaga, España

En la actualidad, el gran avance tecnológico y digital que se está experimentando, en este caso, centrándonos en el mundo de la moda y la belleza, y en particular en el diseño editorial de las revistas especializadas en moda y belleza, se puede confirmar que ha dado resultados más que evidentes de que la imagen de la mujer es una mera construcción del discurso publicitario, en el que cabe destacar que el cuerpo de la mujer ha pasado a ser una imagen absolutamente irreal e idealizada de la misma.

Esto da lugar al incremento de cirugías estéticas, no solo por la diversidad de mensajes publicitarios que pueda recibir la mujer en su día a día, sino también por la gran cantidad de *celebrities e influencers* que se han sometido a operaciones estéticas para “mejorar” su apariencia física en los últimos años. Este tipo de operaciones estéticas cada vez son más frecuentes en adolescentes, lo que confirma que, desde muy pequeñas, las mujeres ya sufren una batalla con su propia imagen y cuerpo, queriéndolo modificar desde una temprana edad.

Por ello, esta investigación tiene como objetivo prioritario analizar el tratamiento informativo de la cirugía estética a través del estudio de reportajes en los que se desarrolla esta temática, desde el año 2015 hasta finales del año 2022. Para ello, se han examinado en profundidad las diferentes revistas especializadas en moda y belleza femenina, que según EGM lideran el mercado; estas son las siguientes: *Cosmopolitan, Elle, Harper's Bazaar, InStyle, Marie Claire, Telva, Vanity Fair, Vogue, Woman Madame Figaro*.

El análisis de contenido de estas revistas se ha hecho mediante la herramienta hemerográfica *MyNews*, teniendo en cuenta las siguientes variables: revista, fecha, dimensión, tipo de noticia en la que aparece(n) la(s) palabra(s), si tiene elementos gráficos o no, y si hace alusión a alguna clínica estética o marca de laboratorio concreta. Añadir, que las palabras que se han tenido en cuenta son: cirugía estética, mamoplastia, liposucción, blefaroplastia, rinoplastia, abdominoplastia, mastopexia, relleno facial, *lifting* facial y gleteoplastia, que, según el medio *Saludario, el medio para médicos*, son las cirugías que se encuentran más demandadas a nivel mundial en el año 2020, llegando a realizarse en ese año un total de 10.129.528 de operaciones en el mundo.

Finalmente, de este estudio se extraerán diferentes conclusiones sobre qué tipo de información se puede obtener de estas revistas; el formato en el que se presenta, si es una noticia, reportaje, crónica, editorial, entrevista, entre otras; la importancia que tiene dentro del medio y la banalidad o no con la que se ofrece la información.

Palabras clave: belleza, cirugía estética, cuerpo de la mujer, imagen de la mujer, moda.