

ESTUDIOS DE ANTROPOLOGÍA BIOLÓGICA

VOLUMEN XIV

*

Editoras

Josefina Mansilla Lory
Abigail Meza Peñaloza



Instituto Nacional
de Antropología
e Historia



Consejo Nacional
para la
Cultura y las Artes



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ANTROPOLÓGICAS
INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA
ASOCIACIÓN MEXICANA DE ANTROPOLOGÍA BIOLÓGICA
MÉXICO 2009

Comité editorial

Xabier Lizarraga Cruchaga
José Antonio Pompa y Padilla
Carlos Serrano Sánchez
Luis Alberto Vargas Guadarrama

Todos los artículos fueron dictaminados

Primera edición: 2009

© 2009, Instituto de Investigaciones Antropológicas
Universidad Nacional Autónoma de México
Ciudad Universitaria, 04510, México, D.F.

© 2009, Instituto Nacional de Antropología e Historia
Córdoba 45, Col. Roma, 06700, México, D.F.
sub_fomento.cncpbs@inah.gob.mx

© 2009, Asociación Mexicana de Antropología Biológica

ISSN 1405-5066

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización
escrita del titular de los derechos patrimoniales

D.R. Derechos reservados conforme a la ley
Impreso y hecho en México
Printed in Mexico

DESÓRDENES DEL COMPORTAMIENTO ALIMENTARIO Y EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CHICAS ADOLESCENTES DE SECUNDARIA

María Lameiras Fernández, María Calado Otero,
María Victoria Carrera Fernández
y Yolanda Rodríguez Castro

Facultad de Ciencias de la Educación Campus de Ourense, Universidad de Vigo

RESUMEN

Objetivo: Examinar la relación entre la exposición a los medios de comunicación con la insatisfacción corporal y las actitudes patológicas hacia la comida. Muestra: muestra representativa de chicas adolescentes de 3º y 4º de ESO de España. Instrumentos: cuestionario sociomediático (frecuencia exposición total, frecuencia exposición a programas de televisión, revistas especializadas y contenidos secciones televisión y revistas); Body Dissatisfaction (BD del EDI-2); Eating Attitudes Test- 26 (EAT-26). Resultados: no se encuentran relaciones entre la frecuencia de exposición total a los medios de comunicación ni durante la semana ni durante el fin de semana con las variables psicológicas estudiadas, aunque sí se encuentran con la frecuencia exposición a determinados programas de televisión y a ciertas revistas. Además, las chicas con más actitudes patológicas hacia la comida ven y leen con más frecuencia las secciones de los magazines de televisión y de revistas relacionadas con la imagen corporal, siendo menos frecuentes las asociaciones entre este tipo de exposición a los medios de comunicación con la insatisfacción corporal.

PALABRAS CLAVE: insatisfacción corporal, desórdenes alimentarios, imagen corporal, medios de comunicación, adolescencia.

ABSTRACT

Objective: To examine the relationship between exposure to mass media and body dissatisfaction and pathological attitudes toward food. **Sample:** A representative sample of teenage girls in their third and fourth years of Compulsory Secondary School (ESO) in Spain. **Instruments:** Media Exposure Questionnaire (total exposure and frequency of exposure to television programmes, specialised magazines, and specific contents of television and magazines); Body Dissatisfaction (BD of the EDI-2); Eating Attitudes Test-26 (EAT-26). **Results:** No connections are found between the psychological variables studied and the frequency of total exposure to the mass media, neither during the week nor during the weekend. Differences are found, however, between these variables and the frequency of exposure to certain television programmes and magazines. In addition, girls who present more pathological attitudes toward food watch and read the sections of magazines and television programmes associated with body image with greater frequency, while exposure to this type of media is less often associated with body dissatisfaction.

KEY WORDS: body dissatisfaction, disordered eating, body image, mass media, adolescence.

INTRODUCCIÓN

Los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA) son considerados como uno de los problemas más importantes que en estos momentos afecta a las adolescentes españolas. Debido, entre otros factores, al incremento en su incidencia y prevalencia, a la dificultad de su diagnóstico y al elevado índice de pacientes en los que la enfermedad se vuelve crónica. Por otro lado, es preciso señalar que si bien la mayoría de los desórdenes relacionados con el comportamiento alimentario están por debajo de los niveles clínicos, éstos abarcan una cantidad suficiente de población que implica un alto coste personal y social; además de limitar de forma drástica las actividades de quienes los padecen por vergüenza corporal.

Con respecto a la etiología, actualmente se acepta que no hay una única causa que explique la aparición de los desórdenes alimentarios sino que existe una combinación de factores biológicos, psicológicos y sociales, es decir, un conjunto de situaciones, circunstancias o factores que explican su desarrollo. Sin embargo, el progresivo incremento de la incidencia de estas enfermedades en las sociedades occidentales y el hecho de que se presente en una alta proporción entre las mujeres, lleva a

tener en cuenta como una importante causa la presión del ideal estético, especialmente el promovido por los medios de comunicación, en el que las características físicas predominantes son: alta, blanca, cuerpo *tubular* (sin curvas) y melena rubia (Dittmar y Howard 2004, Lin y Kulik 2002, Polivy y Herman 2004, Sands y Wardle 2003, Schooler *et al.* 2004). Entre todas estas características, el peso tiene un papel central; de hecho, el ideal de belleza de la sociedad occidental está representado en los medios de comunicación por imágenes de delgadez extrema, un peso corporal insano para la mayoría de las mujeres (O'Dea 1995).

Por tanto, se puede afirmar que en los medios de comunicación el modelo corporal femenino está distorsionado, ya que las mujeres con bajo peso están sobre representadas, en tanto que las gruesas están infra representadas. De este modo, sólo un pequeño porcentaje de féminas occidentales se encuentra dentro de estos criterios (Dittmar y Howard 2004, Thompson y Stice 2001). Los medios de comunicación también envían el mensaje de que si no se posee ese tipo de cuerpo no se es aceptada ni atractiva (Dittmar y Howard 2004). Otro aspecto importante, con respecto a la exposición de las mujeres a estos medios, es que muchas adolescentes y adultas perciben este ideal como algo real; hecho que contrasta con la realidad, ya que se trata de un ideal corporal que no está disponible sin padecer hambre.

Las adolescentes no son capaces de analizar críticamente estos mensajes ni determinar de una forma razonable cuáles son los *objetivos realistas*, por lo que son más vulnerables a las imágenes que en ellos se presentan (Hargreaves y Tiggemann 2003). Wertheim *et al.* (1997) señalan cuan importante es la influencia de los medios de comunicación en las actitudes corporales sanas e insanas de las adolescentes (entre 14-16 años) y la moda hacia la delgadez. Dunkley *et al.* (2001) también comprueban el importante papel de los medios, ya que en las revistas se informa sobre los métodos de pérdida de peso asociados con dietas restrictivas. A esto se suma que, precisamente, durante la pubertad cobran gran importancia los cambios físicos (aumento de peso y transformaciones en la forma corporal) y la relación del aspecto con la autoestima. En suma, se trata de un periodo vital en el que se produce una relación entre la imagen corporal y la autoestima femenina.

Esto ha llevado a la producción de diversos trabajos centrados en el papel de los medios de comunicación en el inicio y desarrollo de la insa-

tisfacción corporal y desórdenes alimentarios. Los estudios correlacionales desarrollados muestran una relación entre la exposición a determinados contenidos de los medios de comunicación (televisión, revistas) con el inicio y mantenimiento de la insatisfacción corporal y, en el peor de los casos, el desarrollo de TCA (Borzekiowski *et al.* 2000, Harrison y Cantor 1997, Harrison 2000, Tiggemann y Pickering 1996).

Por ello, el propósito de este estudio es investigar la relación entre los medios de comunicación con la insatisfacción corporal y las actitudes patológicas hacia la comida; específicamente, la relación entre las variables de exposición a los medios de comunicación (frecuencia y tipo de contenido de exposición) con la insatisfacción corporal y actitudes patológicas hacia la comida en una muestra representativa de adolescentes españolas estudiantes de secundaria.

MUESTRA

La muestra estuvo formada por chicas adolescentes de 3º y 4º de ESO de 15 Comunidades Autónomas de España. En 30 centros se aplicaron 630 cuestionarios, de los cuales 568 fueron finalmente validados, 90.16% del total administrado. La media de edad fue de 14.81 años.

INSTRUMENTOS

La encuesta estuvo formada por tres cuestionarios presentados en orden consecutivo: Cuestionario sociomediático, Body Dissatisfaction (BD-Eating Disorder Inventory, EDI-2, Garner 1998), Eating Attitudes Test-26 (EAT-26, Garner *et al.* 1982). A continuación se describen dichos cuestionarios.

Cuestionario sociomediático

Se trata de un cuestionario *ad hoc* para este estudio. Para su elaboración se revisaron artículos internacionales, datos y estadísticas sobre los medios de comunicación en España. El objetivo del cuestionario era obtener información sobre el consumo mediático y datos cuantitativos del uso

de los medios de comunicación (televisión y revistas). Las variables estudiadas son:

Frecuencia visión de la televisión

Se ha estudiado la frecuencia con la misma escala de respuesta en función del *tipo de programa* y del *tiempo total de visión de televisión durante la semana y el fin de semana*. El tiempo de visión de televisión de cada una de las 20 categorías a la semana se evaluaron a través de las nueve alternativas de respuesta que emplearon McCreary y Sadava (1999): no he visto (0), menos de 1h (1), 1 a 3 horas (2), 4 a 6 horas (3), 7 a 9 horas (4), 10 a 12 horas (5), 13 a 15 horas (6) 16 a 18 horas (7) y más de 18 horas (8).

Para categorizar el tipo de programa se utilizó la clasificación de Palacios (2004): comedias de situación (1), telenovelas o soap operas (2), series dramáticas (3), dramedias (comedia-drama) (4), animación-dibujos animados (5), películas (6), magazines (7), concursos de conocimientos (8), concursos de habilidades (9), concursos de actuaciones (10), galas-variedades (11), reality shows de reality magazine (12), reality shows de magazine famosos (13), reality shows de concurso (14), deportes (15), musicales de conciertos (16), musicales de música en estudio (17), musicales de video clips (18), informativos (19) y documentales (20). Para que entre las adolescentes no hubiera confusión sobre la terminología se escribieron varios ejemplos de programas que en esos momentos se estaban transmitiendo en las cadenas televisivas de ámbito nacional y autonómico para cada una de las categorías. También se describió brevemente cada programa, lo que permitió que las encuestadas comprendieran la distinción de las categorías.

Frecuencia de lectura de revistas

Se ha estudiado la frecuencia en función del *tipo de revista especializada* y del *tiempo total de lectura de revistas durante la semana y el fin de semana*. Al igual que en el apartado anterior se utilizaron las opciones de respuesta de McCreary y Sadava (1999).

Para categorizar el *tipo de revistas especializadas* que las participantes leyeron, se utilizaron las propuestas de la Oficina para la Justificación de la Difusión (OJD): cine-video-fotografía (1), deportes-ocio (2), estilos de

vida (3), magazines (4), revistas de prensa rosa (5), informática-Internet-telecomunicaciones (6), automóviles (7), musicales (8), satíricas (9) y salud (10). Para cada una de las 10 categorías se escribieron como ejemplos las revistas especializadas semanales, quincenales y mensuales de tirada nacional con promedio de difusión superior a los 30 000 ejemplares, publicadas en Internet por OJB de enero del 2002 a diciembre del 2003. Las encuestadas informaron del tiempo de lectura de cada una de estas 10 categorías de revistas especializadas a la semana.

Frecuencia visión y lectura secciones de los magazines de televisión y las revistas

Para examinar los intereses de temas relacionados con la imagen corporal, se evaluó la frecuencia de exposición a las secciones de televisión y revistas sobre: belleza, deporte, dietas, ejercicio físico, moda, música, salud y sexualidad. Para ambas preguntas se utilizó una escala tipo Likert de 5 puntos, con un rango de nunca (1) a siempre (5).

Body Dissatisfaction (BD- Eating Disorder Inventory, EDI-2)

Garner *et al.* (1998) diseñaron el cuestionario en 1983, el cual fue ampliado en posteriores investigaciones. En España se adaptó en 1987 y desde 1998 se dispone de una versión del EDI-2. Cada uno de los grupos se puntúa en una escala tipo Likert de nunca (1) a siempre (6). Sólo se ha utilizado la subescala de insatisfacción corporal (BD) del EDI-2 (Garner 1998) que consta de 9 categorías que miden la satisfacción corporal; ya que Baile *et al.* (2003), previamente en una muestra de adolescentes españoles, encontraron que la forma de administración de la subescala (sola, con el EDI-2 o con el EAT-40) no proporciona valores de BD significativamente diferentes.

Eating Attitudes Test- 26 (EAT-26)

El EAT-40 (Garner y Garfinkel 1979) es un cuestionario de 40 preguntas, diseñado para evaluar actitudes patológicas hacia la comida. Ha mostrado buenas propiedades psicométricas de fiabilidad y validez y adecuada sensibilidad. Es uno de los cuestionarios más utilizados, habiéndose documentado su uso en gran número de países y culturas (Garfinkel y Newman 2001).

Mediante el análisis factorial EAT-40 se desarrolló la versión de 26 categorías (Garner *et al.* 1982) que presenta una correlación de 0.98 con la versión de 40 grupos. Cada uno de los 26 apartados se puntúa en una escala tipo Likert de *nunca* (1) a *siempre* (6). Gandarillas *et al.* (2003) efectuaron la validación española de este cuestionario en un medio comunitario con población femenina escolarizada, y encontraron propiedades psicométricas similares a las descritas por sus autores, al presentar globalmente una adecuada validez de constructo y consistencia interna.

ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

Los datos se procesaron en el paquete estadístico SPSS versión 12.0 para Windows. Se realizaron análisis univariados de las variables sociomediáticas y bivariados de la relación de las variables sociomediáticas con las psicológicas (insatisfacción corporal y actitudes patológicas hacia la comida). Con respecto a los divariados, se realizaron coeficientes de correlación de Pearson para estudiar las relaciones entre las variables psicológicas (insatisfacción corporal y actitudes patológicas hacia la comida) con las variables de medios de comunicación. El modelo contiene la prueba de bondad de ajuste, la cual fue considerada como significativa con una $p < 0.05$.

RESULTADOS

Análisis univariados

La mayoría de las adolescentes (más del 50%) presentan niveles bajos (*menor o igual a 3 horas semanales*) de visión de programas de TV del género de ficción, exceptuando las dramedias y las películas. Aproximadamente, el mismo porcentaje de adolescentes posee una visión baja de programas del género de entretenimiento, deportes, programas del género de información y otros tipos. A su vez, las dramedias, otras series y las películas son vistas por la mayoría de las chicas (más del 50%) *de 4 a 9 horas semanales* o *mayor o igual a 10 horas semanales*. Con respecto a la frecuencia total de exposición a la televisión, 41.5% de las adolescentes ven la televisión

durante la semana al menos 13 horas y 37.3% la ven durante el fin de semana al menos 10 horas.

El tiempo destinado a la lectura de revistas es menor. Aproximadamente 50% de las adolescentes no leen revistas especializadas satíricas, estilos de vida, salud y automóviles. Más del 20% leen al menos una hora semanal revistas de cine, video y fotografía, magazines, revistas de prensa rosa, otro tipo de revistas; mientras que las revistas especializadas de música alcanzan 55.4% del interés de las adolescentes con al menos una hora semanal. La mayoría destina de una a tres horas a leer revistas semanalmente (39.3%) o más de tres horas (35.1%).

Al menos 60% de las chicas nunca o rara vez ven o leen las secciones de TV y de revistas de deporte, dieta, ejercicio físico, salud y sexualidad; por lo que éstas son las menos vistas o leídas. Mientras que 60% de las adolescentes ven y leen *a menudo* o *siempre* las secciones de música (66.3% para la televisión y 58.8% para las revistas); las de moda *a menudo* o *siempre* son vistas por 34.4% y leídas por 43.2%; por último, se destaca que para las secciones de belleza la frecuencia *a menudo* o *siempre* es menor (17.7% para televisión y 23.6% para revistas).

Análisis bivariados

Se encuentran relaciones de la exposición a la televisión con las actitudes patológicas hacia la comida, principalmente, en función del tipo de programa (cuadro 1). Así, tan sólo se encuentran correlaciones significativas de las actitudes patológicas hacia la comida y los musicales; las chicas que ven con mayor frecuencia los programas de conciertos, música en estudio y vídeo clips presentan mayores niveles de actitudes patológicas hacia la comida. Con respecto a la insatisfacción corporal, únicamente se detecta una correlación significativa con la exposición a la televisión; las que se exponen con mayor frecuencia a los musicales de conciertos presentan mayores niveles de insatisfacción corporal. Por otro lado, no se detectan correlaciones significativas entre la frecuencia total de exposición a la televisión (durante la semana y el fin de semana) con las variables psicológicas (insatisfacción corporal y actitudes patológicas hacia la comida).

La frecuencia de lectura de algunas revistas especializadas también se relacionó con las actitudes patológicas hacia la comida y la insatisfacción corporal. Las chicas que leen con mayor frecuencia revistas de

Cuadro 1
Correlación Pearson variables psicológicas con variables de frecuencia de exposición a la televisión y a las revistas

Televisión	BD	EAT-26
<i>Programas ficción</i>		0.03
Comedias situación	0.03	-0.00
Telenovelas o soap óperas	0.02	-0.00
Dramáticas	0.06	0.04
Dramedias (comedia-drama)	0.05	-0.00
Animación	0.05	0.05
Películas	0.05	0.02
<i>Programas famosos</i>		
Magazines	0.02	-0.04
RS Magazine	0.02	-0.00
RS Magazine famoso	-0.01	-0.01
RS Concurso	0.02	0.02
<i>Programas musicales</i>		
Concursos actuaciones	0.03	-0.01
Galas y variedades	0.04	0.01
Conciertos	0.12**	0.12*
Música en estudio	0.08	0.09*
Video clips	0.07	0.14**
<i>Informativos-concursos sin famosos</i>		
Deportes	0.02	0.06
Concursos conocimientos	-0.01	0.04
Concursos habilidades	0.04	-0.01
Informativos	-0.01	0.01
Documentales	-0.03	-0.00
TV-total semana	0.06	0.01
TV-total fin-semana	0.06	0.07
Revistas		
<i>Hobbies-información</i>		
Cine-video-fotografía	0.04	0.04
Deportes-ocio	0.06	0.12**
Estilos de vida	0.00	0.03
Informática-internet-telecomunicaciones	0.00	0.04
Automóviles	0.10*	0.09
Satíricas	0.03	-0.02
<i>Femeninas-música</i>		
Magazines	0.02	0.07
Revistas	-0.01	-0.03
Musicales	0.05	0.09*
Salud	0.06	0.12**
Revistas-total semana	0.07	0.07
Revistas-total fin-semana	0.04	0.08

*p< 0.05; **p< 0.01; BD= subescala EDI-2 de insatisfacción corporal; EAT-26= Eating Attitudes Test.

deportes-ocio, música y salud es más probable que presenten actitudes patológicas hacia la comida. Por otro lado, las adolescentes que leen con mayor frecuencia revistas de automóviles es más probable que presenten insatisfacción corporal.

Los resultados muestran que a mayores actitudes patológicas hacia la comida mayor exposición a todas las secciones de los magazines de televisión y revistas estudiadas relacionadas con la imagen corporal, excepto las secciones de revistas de música (cuadro 2). A su vez, las chicas con mayor insatisfacción corporal se exponen con mayor frecuencia a las secciones de los magazines de televisión y revistas de dieta, ejercicio físico, belleza, moda y sexualidad.

Cuadro 2

Correlación Pearson variables psicológicas con variables de frecuencia de exposición a secciones de televisión y revistas

	BD	EAT-26
<i>Imagen física</i>		
TV-dieta	0.36**	0.44**
TV-ejercicio físico	0.12**	0.34**
TV-salud	0.08	0.19**
Revistas-dieta	0.37**	0.41**
Revistas-ejercicio físico	0.14**	0.28**
Revistas-salud	0.08	0.16**
<i>Imagen social</i>		
TV-belleza	0.15**	0.28**
TV-moda	0.05	0.14**
TV-música	0.09*	0.16**
Revistas-belleza	0.13**	0.20**
Revistas-moda	0.08	0.13**
Revistas-música	0.09*	0.07
<i>Deporte</i>		
TV-deporte	0.02	0.12**
Revistas-deporte	0.02	0.13**
<i>Sexualidad</i>		
TV-sexualidad	0.09*	0.12**
Revistas-sexualidad	0.12**	0.14**

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; BD= subescala EDI -2 de insatisfacción corporal; EAT-26= Eating Attitudes Test.

DISCUSIÓN

Con respecto al análisis sobre la exposición a la televisión y revistas de la muestra de estudiantes de secundaria se desprenden dos ideas principales. Por un lado, la variedad de contenidos de televisión y revistas a los que se exponen las adolescentes; por otro, la exposición a determinados contenidos de televisión y revistas. Así, las chicas ven con mayor frecuencia las telenovelas del género de ficción, los programas musicales destinados al entretenimiento y/o información (concursos de actuaciones, galas-variedades, conciertos, música en estudio y video clips), así como, concursos de famosos (reality shows magazines, reality shows magazine famosos y reality shows concursos). Con respecto a la lectura de revistas, se observa que leen con mayor frecuencia aquellas revistas en las que se presenta el ideal corporal de mujer de la sociedad actual: revistas femeninas-música (revistas magazines, de prensa rosa y musicales). Finalmente, en la visión y lectura de secciones de televisión y revistas estudiadas se encuentra que las chicas se exponen con mayor frecuencia a las secciones de contenido relacionado con la *imagen física* (dieta, ejercicio físico y salud) y la *imagen social* (belleza, moda y música).

La relación entre la exposición de las chicas a los programas de televisión con las actitudes patológicas hacia la comida y la insatisfacción corporal se relaciona fundamentalmente con los programas musicales. Se encuentra una asociación significativa positiva entre la visión de programas musicales (conciertos, música en estudio y video clips) y las actitudes patológicas hacia la comida; y asociación significativa positiva entre la visión de conciertos de televisión y la insatisfacción corporal. Dato destacable, ya que, tal y como revelan los análisis de contenido, precisamente a los musicales se les considera como un tipo de programación en la cual el cuerpo de la mujer es tratado como un *objeto* (Basow 1992, Seidman 1999). De hecho, con anterioridad ya se había encontrado relación entre la exposición a los programas musicales y las variables relacionadas con desórdenes alimentarios (Borzekiowski *et al.* 2000, Tiggemann y Pickering 1996).

Los resultados de la relación entre la lectura de revistas con las actitudes patológicas hacia la comida concuerdan con los datos de exposición a la televisión. De nuevo se encuentra relación positiva de las actitudes patológicas hacia la comida con una mayor frecuencia de lectura de con-

tenidos de deporte-ocio (tipo hobbies-información), así como musicales y salud (tipo femeninas-música). La exposición de las mujeres a contenidos deportivos podría presentar motivaciones relacionadas con la obtención de información sobre cómo adquirir un determinado cuerpo llevando a cabo algún deporte; ya que sus motivaciones para realizar actividad física se han relacionado con alcanzar un determinado ideal estético y su refuerzo social (Hellín *et al.* 2004, Moreno *et al.* 2002, Wilson y Rodgers 2002). Como ya se ha puesto de manifiesto, los contenidos musicales en numerosas ocasiones presentan imágenes de mujeres dentro de los ideales de delgadez y con una alta carga sexista (*mujer objeto*). Finalmente, los contenidos sobre salud muestran con mucha frecuencia la asociación belleza-delgadez-salud, asociando *salud* con *estética* (Castillo 2006); existe una fuerte tendencia-relación entre la mayor preocupación por la salud con el peso y la forma corporal (Gonzalez-Lavin y Smolak 1995, Levine *et al.* 1994). Cabe destacar que la frecuencia de exposición a los medios de comunicación (televisión y revistas) durante la semana y el fin de semana no se relacionó con las actitudes patológicas hacia la comida ni con la insatisfacción corporal, por lo que también se puede concluir que la frecuencia de exposición por sí sola no resulta relevante. También se ha encontrado una clara relación entre la exposición a las secciones de revistas con las variables psicológicas. Este dato es relevante, ya que los contenidos de las secciones sobre los que en este trabajo se ha indagado se vinculan fuertemente con cuestiones de imagen corporal.

CONCLUSIONES

Los resultados parecen ajustarse en mayor medida a las predicciones de que el tipo de exposición y no la frecuencia de ésta es la que se relaciona con la insatisfacción corporal y las actitudes patológicas hacia la comida (Borzekiowski *et al.* 2000, Harrison y Cantor 1997, Harrison 2000, Tigge-mann y Pickering 1996); lo anterior se replica en esta muestra representativa de estudiantes españolas de secundaria. Estos datos hacen pensar que se deberían llevar a cabo intervenciones preventivas sobre las imágenes corporales representadas en los medios de comunicación; aportando imágenes que reflejen la diversidad existente en la vida real y no una visión sesgada del cuerpo femenino.

REFERENCIAS

- BAILE, J. I., R. M. RAICH Y E. GARRIDO
2003 Evaluación de insatisfacción corporal en adolescentes: efecto de la forma de administración de una escala, *Anales de Psicología*, 19: 187-192.
- BASOW, S. A.
1992 *Gender stereotypes and roles* (3a ed.), Brooks/ Cole, Pacific Grove, California.
- BORZEKOWSKI, D. L., T. N. ROBINSON Y J. D. KILLEN
2000 Does the camera add 10 pounds? Media use, perceived importance of appearance, and weight concerns among teenage girls, *Journal of Adolescent Health*, 26: 36- 41.
- CASTILLO, B.
2006 Sociedad de consumo y trastornos de la conducta alimentaria, *Trastornos de la Conducta Alimentaria*, 4: 321-335.
- DITTMAR, H. Y S. HOWARD
2004 Professional hazards? The impact of models' body size on advertising effectiveness and women's body-focused anxiety in professions that do and do not emphasize the cultural ideal of thinness, *British Journal of Social Psychology*, 43 (4): 477-497.
- DUNKLEY, T. L., E. H. WERTHEIM Y S. J. PAXTON
2001 Examination of a model of multiple sociocultural influences on adolescent girls' body dissatisfaction and dietary restraint, *Adolescence*, 36: 265- 279.
- GANDARILLAS, A., B. ZORRILLA, A. R. SEPÚLVEDA Y P. MUÑOZ
2003 *Prevalencia de casos clínicos de trastornos del comportamiento alimentario en mujeres adolescentes de la Comunidad de Madrid*, Documentos Técnicos de Salud Pública, núm. 85, Instituto de Salud Pública, Madrid.
- GARFINKEL, P. E. Y A. NEWMAN
2001 The Eating Attitudes Test: twenty-five years later, *Eating Weight Disorders*, 6: 1-24.
- GARNER, D. M.
1998 *Inventario de trastornos de la conducta alimentaria 2*, TEA Ediciones SA, Madrid.

- GARNER, D. M., M. P. OLMSTED Y J. POLIVY
1983 The Eating Disorder Inventory: a measure of the cognitive behavioral dimensions of anorexia nervosa and bulimia, en P. L. Darby, P. E. Garfinkel, D. M. Garner y D. V. Coscina (eds.), *Anorexia nervosa: Recent developments*, Allan R. Liss, Nueva York.
- GARNER, D. M. Y P. GARFINKEL
1979 The Eating Attitudes Test: an index of the symptoms of Anorexia Nervosa, *Psychology Medicine*, 9: 273-279.
- GARNER, D. M., M. P. OLMSTED, Y. BOHR Y P. GARFINKEL
1982 The Eating Attitudes Test: psychometric features and clinical correlates, *Psychology Medicine*, 12: 871-878.
- GONZÁLEZ-LAVIN, A. Y L. SMOLAK
1995 Relationship between televisión and eating problems in middle school girls, Documento presentado en *Society for Research in Child Development*, Indianapolis.
- HARGREAVES, D. Y M. TIGGEMANN
2003 The effect of "thin ideal" television commercials on body dissatisfaction and schema activation during early adolescence, *Journal of Youth and Adolescence*, 32: 367-373.
- HARRISON, K.
2000 Television viewing, fat stereotyping, body shape standards, and eating disorder symptomatology in grade school children, *Communication Research*, 27: 617- 640.
- HARRISON, K. Y J. CANTOR
1997 The relationship between media consumption and eating disorders, *Journal of Communication*, 47: 40-67.
- HELLÍN, P., J. A. MORENO Y P. L. RODRÍGUEZ
2004 Motivos de práctica físico-deportiva en la Región de Murcia, *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 4: 101-116.
- LEVINE, M. P., L. SMOLAK Y H. HAYDEN
1994 The relation of socio-cultural factors to eating attitudes and behaviors among middle school girls, *Journal of Early Adolescence*, 14: 472-491.

LIN, L. F. Y J. A. KULIK

- 2002 Social comparison and women's body satisfaction, *Basic & Applied Social Psychology*, 24: 115-123.

MCCREARY, D. R. Y S. W. SADAVA

- 1999 Televisión Beijing and self-perceived health, weight, and physical fitness: evidence for the Cultivation Hypothesis, *Journal of Applied Social Psychology*, 29: 2 342-2 361.

MORENO, B., A. I. JIMÉNEZ Y J. RIVERA

- 2002 Estudio de prevalencia de obesidad infantil en una población de la Comunidad de Madrid, *Nuevas perspectivas en obesidad*, 14: 2-3.

O`DEA, J. A.

- 1995 Body image and nutritional status among adolescents and adults—a review of the literature, *Australian Journal of Nutrition and Dietetics*, 52: 56-67.

PALACIOS, M. (COORD.)

- 2004 *Media TV*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, España.

POLIVY, J. Y C. P. HERMAN

- 2004 Sociocultural idealization of thin female body shapes: an introduction to the special issue on body image and eating disorders, *Journal of Social & Clinical Psychology*, 23: 1-6.

SANDS, E. R. Y J. WARDLE

- 2003 Internalization of ideal body shapes in 9-12-year-old girls, *International Journal of Eating Disorders*, 33: 193-204.

SCHOOLER, D., L. M. WARD, A. MERRIWETHER Y A. CARUTHERS

- 2004 Who's that girl: television's role in the body image development of young white and black women, *Psychology of Women Quarterly*, 28: 38-47.

SEIDMAN, S. A.

- 1999 Revisiting sex role stereotyping in MTV videos, *International Journal of Instructional Media*, 26: 11-22.

THOMPSON, J. K. Y E. STICE

- 2001 Thin-ideal internalization: mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology, *Current Directions in Psychological Science*, 10: 181.

TIGGEMANN, M. Y A. PICKERING

1996 The role of televisión in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness, *International Journal of Eating Disorders*, 20: 199- 203.

WERTHEIM, E. H., S. J. PAXTON, H. K. SCHUTZ Y S. L. MUIR

1997 Why do adolescent girls watch their weight? An interview study examining sociocultural pressures to be thin, *Journal of Psychosomatic Research*, 42: 345-355.

WILSON, P. M. Y W. M. RODGERS

2002 The relationship between exercise motives and physical self-esteem in female exercise participants: an application of self-determination theory, *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 7: 30-43.