



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: La influencia del discurso mediático en la Bulimia y la Anorexia**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**María Cecilia Calcagno**

**Felisa Santos, tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2007**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





**Universidad de Buenos Aires**

**Facultad de Cs. Sociales - Carrera de Cs. de la Comunicación**

**Tesina de licenciatura**

**Título:** *La influencia del discurso mediático en la Bulimia y la Anorexia*

Alumna: María Cecilia Calcagno (D.N.I.: 28.230.044)

Mail: [maitacalcagno@hotmail.com](mailto:maitacalcagno@hotmail.com) / [maiacalca@sinectis.com.ar](mailto:maiacalca@sinectis.com.ar)

Teléfono: 4784-7508

Tutor: Felisa Santos

Año: 2006

## **Indice**

1.	INTRODUCCION.....	4
2.	TEMA.....	8
3.	ESTADO ACTUAL DEL TEMA PROPUESTO .....	9
3.1	Argentina .....	9
3.1.1	Investigaciones .....	9
3.1.2.	Trabajos de tesina .....	12
3.1.3.	Notas periodísticas.....	14
3.1.4.	Artículos en la <i>Web</i> .....	14
3.2.	España.....	15
3.2.1.	Investigaciones .....	15
3.2.2.	Artículos en la <i>Web</i> .....	17
3.2.3.	Páginas <i>Web</i> internacionales .....	18
3.3.	Investigaciones de otros países.....	19
4.	MARCO TEORICO .....	21
4.1.	El cuerpo como constructo social significativo .....	21
4.2.	Bulimia y Anorexia .....	26
4.2.1.	Enfoque médico de la Bulimia y la Anorexia.....	27
4.2.2.	Enfoque jurídico de la Bulimia y la Anorexia.....	27
4.2.2.1.	Argentina .....	28
4.2.2.2.	España.....	28
4.3.	Recepción .....	28
4.3.2.	Consumos culturales.....	29
4.3.3.	Televisión y publicidad .....	29
4.3.4.	Abordajes del proceso receptivo desde la perspectiva comunicacional .....	30
5.	PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	32
6.	INTERROGANTES QUE GUIAN LA INVESTIGACION.....	34
7.	HIPOTESIS .....	35
8.	METODOLOGIA.....	36
8.1.	Técnicas de recolección de datos.....	37
8.1.1.	Cuerpo .....	37
8.1.2.	Bulimia y Anorexia .....	37
8.1.3.	Legislación .....	38
8.1.4.	Recepción .....	38
8.1.5.	Entrevistas personales.....	38
8.1.6.	<i>Focus group</i> .....	39
9.	DESARROLLO.....	40
9.1.	Cuerpo .....	40
9.1.1	La representación del cuerpo en la historia y la cultura .....	40
9.1.2.	La estética femenina y su representación .....	43
9.1.3.	El cuerpo como construcción histórico – social .....	45
9.1.4.	El cuerpo en el carnaval medieval.....	46
9.1.5.	El individualismo y la representación de la corporalidad.....	47
9.1.6.	El cuerpo disciplinado .....	49
9.1.7.	El <i>habitus</i> corporal como posibilidad de sentido .....	50
9.1.8.	El cuerpo como institución originaria de sentido .....	52
9.1.9.	El cuerpo posmoderno .....	54
9.2	Consideraciones sobre la Bulimia y la Anorexia a partir del discurso médico ..	56
9.2.1.	Trastornos alimentarios .....	57

9.2.1.1.	Anorexia .....	57
9.2.1.2.	Bulimia .....	59
9.2.1.3.	Otras psicopatologías alimentarias .....	63
9.2.2.	Población afectada .....	64
9.2.3.	Tratamiento.....	66
9.2.4.	Prevención .....	67
9.2.5.	Adolescencia.....	67
9.2.6.	La influencia de los medios de comunicación desde la perspectiva médica..	71
9.3.	Consideraciones sobre la Bulimia y la Anorexia a partir del discurso jurídico .	73
9.3.1.	En Argentina.....	74
9.3.2.	En España .....	78
9.3.3.	Resultados.....	83
9.4.	La recepción como mecanismo de producción de sentido .....	86
9.4.1.	Consumos culturales.....	86
9.4.2.	El discurso publicitario .....	88
9.4.3.	Derivaciones teóricas del análisis de la recepción.....	90
9.5.	Entrevistas .....	95
9.5.1.	Resultados.....	96
9.6.	<i>Focus Group</i> .....	98
9.6.1.	Resultados.....	98
10.	CONCLUSIONES .....	102
11.	BIBLIOGRAFIA .....	110
12.	ANEXO .....	114
12.1.	Entrevistas a adolescentes .....	114
12.2.	<i>Focus Group</i> .....	184
12.3.	Entrevistas a voces autorizadas .....	201
12.4.	Leyes.....	226

## **1. INTRODUCCION**

El presente trabajo de investigación se propone analizar a los medios de comunicación y a la publicidad como discursos sociales que constituyen y reproducen un imaginario social. Estos discursos promueven determinadas pautas y modelos culturales que responden al conjunto de significaciones de una sociedad.

De esta manera, el estudio de las sociedades puede emprenderse a partir de la indagación en su imaginario que es el que le aporta significación y sentido y el que en definitiva, hace que algo sea real para una sociedad. De modo que, a partir del estudio de estas significaciones imaginarias se puede llegar a conocer la valoración que se le otorga al cuerpo en una cultura particular.

Desde este trabajo se sostiene que una forma de abordar este estudio es indagar en los discursos mediáticos como herramientas de configuración y legitimación del modelo corporal que se promueve desde el ámbito sociocultural.

En la sociedad actual, gobernada por la lógica del consumo, el concepto de cuerpo está mediado por ciertas significaciones que obedecen a un determinado modelo de belleza que viene prefigurado por el miedo al exceso en la alimentación. Es un modelo cuya idea matriz es el temor obsesivo a la gordura. De modo que los valores estéticos y culturales que configuran lo bello responden a un mandato de delgadez exagerada.

La apariencia se ve convertida, de esta manera, en un valor social puesto que a partir de ella se develan no sólo la personalidad de un individuo sino también sus conductas, capacidades y jerarquías. Es un factor que determina la aceptabilidad social. Por este motivo, el aspecto exterior adquiere carácter de imperativo, y exige su transformación. Estos cambios pueden ser operados gracias a una enorme industria de fabricación de cuerpos de la que forman parte la gimnasia, las dietas, las cirugías, los productos cosméticos, etc.

En este sentido, tanto los medios como la publicidad, son discursos que colaboran con esta vorágine del culto al cuerpo. Estos sostienen el modelo de la delgadez como estilo de vida, difunden el aspecto físico correcto y son partícipes en la creación de un imaginario que nos habla de la posibilidad de que ese físico esté al alcance de cualquier persona. Pero, si bien estos discursos permiten internalizar los estereotipos de la apariencia legítima, no hace más que reforzar cierto imaginario social que exige cuerpos perfectos.

Ahora bien, este nuevo modelo estético ha sido el escenario sobre el cual se ha desplegado un considerable aumento de la Bulimia y la Anorexia, enfermedades que tienen como núcleo central trastornos graves en la alimentación. La presión social hacia ideales de perfección corporal ha sido el factor desencadenante de una mayor incidencia en estos trastornos que afectan, en su mayoría, a mujeres en la edad de la adolescencia. Esto es así porque la apariencia femenina se define por un conjunto de prescripciones morales que obligan a las mujeres a modelar sus cuerpos y a autoimponerse la disciplina. El aspecto exterior es más importante en la mujer porque una buena apariencia abre el camino a una socialización exitosa.

Los valores sociales que responden a la cultura de la delgadez recaen especialmente sobre las mujeres, pero además impactan en una etapa de la vida, la adolescencia, que es ampliamente receptiva a este tipo de mensajes. La persona es más vulnerable en este período a raíz de una serie de transformaciones en lo emocional y lo corporal que se traducen en inestabilidad e inseguridad. En esta etapa el cuerpo y las apariencias son imprescindibles para lograr la propia aceptación y la aceptación del grupo de pertenencia. Pertenecer o no, dependerá en definitiva del cumplimiento de ciertos parámetros legitimados por el grupo de pertenencia.

A esto se suma, además, la presión que ejerce el hecho de que en la cultura actual se propone a los adolescentes como modelo social y a partir de allí se “adolescentiza” a la sociedad misma.

Los modelos culturales que tienden a la exaltación de la belleza, la delgadez y la juventud, son difundidos, principalmente, por los medios de comunicación masiva. Estos, junto con la publicidad, transmiten mensajes que tienden a promover los parámetros de estética que prescriben la adquisición de cuerpos deseables. Las responsabilidades son compartidas, pero a la publicidad le corresponde la de vender a su público la posibilidad de un mundo feliz y mostrar no sólo una figura sino un estilo de vida deseable.

Si bien es correcto adjudicarle ciertas responsabilidades al discurso publicitario, en relación con la difusión y promoción de modelos estéticos, cabe preguntarse qué relación guarda ello con el aumento de los trastornos de la alimentación en los jóvenes.

Desde la perspectiva del presente análisis, tanto los medios de comunicación masiva como la publicidad desempeñan un rol importante en este sentido aunque no se los considera como factores determinantes de estas enfermedades.

La Bulimia y la Anorexia son patologías que encuentran su origen en una multiplicidad de factores de orden biológico, sociocultural, familiar, psicológico y genético, que conforman una personalidad de base. Por lo tanto, los mensajes mediáticos, especialmente el publicitario, que refuerzan el ideal estético promovido desde la cultura, pueden ser considerados como factores que potencian el riesgo de que una persona desarrolle trastornos alimentarios.

Si tenemos en cuenta las consideraciones vertidas hasta el momento, podemos concluir que los mensajes no influyen de manera directa en las adolescentes ya que existen un conjunto de factores intervinientes que predisponen a la persona a padecer patologías alimentarias.

Por otro lado, cuando analizamos los procesos de recepción de los mensajes hay que tener en cuenta que no se puede hablar de receptores pasivos ni de un mensaje unívoco, sino de receptores activos o usuarios con capacidades propias para reelaborar las representaciones emergentes de la sociedad y de los discursos mediáticos en general. Es decir, hay que considerar la manera en la que las imágenes y los mensajes producidos por la publicidad y los medios son reapropiados y transformados por los receptores de acuerdo a intereses propios.

Atendiendo a lo anteriormente expresado el presente trabajo ha tomado como parámetro de comparación a España, un país con un índice considerable de trastornos alimentarios aunque enormemente bajo si se consideran las cifras argentinas. Teniendo en cuenta estos datos se apuntó a conocer el rol que desempeñan los medios de comunicación y la publicidad en cada país y si se los considera como factores desencadenantes de la Bulimia y la Anorexia. En este sentido, el análisis comparativo se focalizó en el estudio de la legislación existente en torno a los trastornos alimentarios. Como resultado de dicho análisis, puntualmente de la *Ley de Tallas* argentina y del *Programa de Unificación de Tallas* español, se obtuvo que ambos países consideran que los medios de comunicación y la publicidad que promueven un ideal de belleza perfecta e inalcanzable por el común de las personas, desempeñan un papel significativo en los trastornos de la conducta alimentaria.

Tal como se dijo en el comienzo, el presente trabajo de investigación se ha propuesto analizar a los medios de comunicación y a la publicidad como discursos que reproducen un imaginario social. De este imaginario se desprende el modelo cultural actual que exige el culto al cuerpo y cuyas pautas son reforzadas y reproducidas por los

medios y la publicidad. Aunque de ello no debe derivarse que estos últimos sean la causa única de patologías alimentarias como la Bulimia y la Anorexia.

Pero aún considerando los alcances el presente trabajo ha encontrado ciertas limitaciones que tienen que ver, fundamentalmente, con cuestiones de tiempo. Esta traba se hace claramente notable en el trabajo de campo que debido a sus dimensiones no alcanzó a profundizar ciertos temas que pudieron servir como valiosos datos para enriquecer al análisis.

Considerando que la entrevista es una herramienta sumamente útil para la recolección de información cualitativa, no es lo suficientemente precisa como para establecer una unidad de medida que permita determinar cómo influyen los mensajes mediáticos y publicitarios en el comportamiento de las adolescentes y si pueden o no provocarles trastornos en la alimentación.

Sin embargo, aunque este trabajo debió ser necesariamente más extenso, es justo destacar que la información que se obtuvo a partir de él fue de gran utilidad y permitió delinear algunas cuestiones importantes en torno a la temática propuesta. Por otra parte, es una investigación de índole exploratoria y es necesario decir que la cuestión planteada no se cierra aquí sino que por el contrario este análisis abre el camino a nuevos interrogantes y problemáticas que posiblemente encuentren respuesta en futuras investigaciones.

## 2. TEMA

El tema central del presente trabajo consiste en la exploración de los modelos culturales que promueven un ideal corporal femenino. A partir de la noción de cuerpo como constructo social se evaluará la forma en la que dicho modelo representa al cuerpo de la mujer teniendo en cuenta que el discurso mediático, fundamentalmente el publicitario, refuerzan y promueven los parámetros estéticos del modelo cultural imperante.

Esta investigación se sustentará en un análisis comparativo de las distintas representaciones corporales que tienen lugar en la cultura nacional y en la española, y tomará como base la legislación en torno a la cuestión de los trastornos alimentarios que existe en cada uno de estos países. Todo ello con el fin de evaluar en qué medida las patologías de la Bulimia y la Anorexia están supeditadas al modelo estético que la cultura promueve.

### **3. ESTADO ACTUAL DEL TEMA PROPUESTO**

Considerando la magnitud de los casos de pacientes afectados por trastornos alimentarios y dada la trascendencia que adquirió el tema en la opinión pública, es profusa la información que se encuentra al respecto de la Bulimia y la Anorexia. En cambio, no es lo suficientemente abundante la bibliografía cuyo contenido se asemeje a la temática tratada en el presente trabajo, es decir, que aborden estas patologías teniendo en cuenta la posible influencia de los medios de comunicación masivos y la publicidad. Sin embargo, y como fruto de un intenso trabajo de búsqueda, se han encontrado diversas investigaciones, trabajos de tesina, notas periodísticas y artículos en la web; que apuntan en esta misma dirección desde un enfoque similar al propuesto.

El material obtenido se presenta a continuación teniendo en cuenta la división España – Argentina.

#### **3.1 Argentina**

##### **3.1.1 Investigaciones**

Una de las investigaciones vinculadas a la temática propuesta es *Anorexia y Bulimia: El corsé de la autodisciplina*, de Enrique Valiente. El objetivo de este proyecto consistió en abordar los trastornos alimentarios a partir de un enfoque cultural. Para ello el autor realizó un recorrido histórico a través de los diferentes modelos alimentarios y estéticos que tuvieron lugar a lo largo de las distintas épocas. De esta manera Valiente responde al interrogante de cómo fue posible que se fueran afirmando “ciertos patrones de consumo alimentario y determinados estándares de belleza que han posibilitado una incidencia muy alta y en constante ascenso de afecciones que hubieran sido impensadas en otros momentos de la historia: aquellas patologías cuyo sustrato común es el miedo mórbido a la gordura”<sup>1</sup>.

Por otro lado, existen ciertos trabajos de investigación que han enfocado la cuestión de la Bulimia y la Anorexia teniendo en cuenta que los medios de

---

<sup>1</sup> Valiente, Enrique, “Anorexia y Bulimia: El corsé de la autodisciplina”, en Margulis, Mario, *Cultura y juventud*, Bs. As., Biblos, 1995, pág.2.

comunicación pueden actuar como factores desencadenantes de estos trastornos alimentarios. Entre ellos se encuentra el de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora que se denominó *Recepción de Información Televisiva sobre Bulimia y Anorexia*. El equipo de investigación se conformó por el Licenciado Daniel Hugo López y las Licenciadas María Fernanda Martínez y Silvia Mabel Rivas.

El trabajo se propuso profundizar en la relación entre los adolescentes y la televisión e indagar qué posturas adoptan estos ante la información recibida sobre Bulimia y Anorexia. En este sentido se planteó la necesidad de conocer si los adolescentes “incorporan conocimientos sobre la prevención y la sintomatología de estas enfermedades y cómo pueden influir en la decodificación de los mensajes televisivos sobre Bulimia y Anorexia las distintas actividades extraescolares de los jóvenes y sus consecuentes grupos de pertenencia”<sup>2</sup>.

Por su parte, María Fernanda Rivarola de la Universidad Nacional de San Luis realizó una investigación que denominó *La imagen corporal en adolescentes mujeres: su valor predictivo en trastornos alimentarios* que tuvo por objeto evaluar la asociación entre los trastornos alimentarios y la insatisfacción de la imagen corporal. La muestra se compuso por mujeres argentinas sin diagnóstico médico entre 12 y 20 años.

Los resultados mostraron una correlación entre la insatisfacción con la imagen corporal y los trastornos alimentarios. De este modo se afirma el valor predictivo de esa insatisfacción en relación a la presencia de trastornos en la alimentación.

Según la define la autora, “la imagen corporal es la representación mental del cuerpo”<sup>3</sup> que se va formando en la niñez y adquiere un valor fundamental en la adolescencia, y justamente uno de los criterios diagnósticos para evaluar patologías de la alimentación es que los pacientes tienen distorsionada la imagen de su cuerpo y lo perciben más grande de lo que realmente es.

La autora señala como uno de los factores que desencadenan esa insatisfacción en la imagen corporal a los medios de comunicación porque “invaden con una publicidad engañosa que vende éxito y felicidad a través de un inasequible cuerpo perfecto”<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> López, Daniel, Martínez, Ma. Fernanda, Rivas, Silvia, *Recepción de Información Televisiva sobre Bulimia y Anorexia*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 1999, pág. 2.

<sup>3</sup> Rivarola, María Fernanda, “La imagen corporal en adolescentes mujeres: su valor predictivo en trastornos alimentarios”, en *Fundamentos en Humanidades*, vol.4, n° 7/8, Universidad Nacional de San Luis, 2003, pág. 152.

<sup>4</sup> *Ibidem*, pág. 152.

Adjudica al discurso publicitario la responsabilidad de presentar como ideal el ser delgado y disfrazar conceptos que asocian delgadez con salud, con juventud, con éxito y con poder. En este sentido la autora concluye que esos mensajes impactan especialmente en las jóvenes, ejerciendo una importante coacción que embarca a las adolescentes en “dietas y conductas alimentarias restrictivas, con el deseo de alcanzar este modelo social que se impone. La preocupación excesiva por el peso está asociada a distorsiones de la imagen corporal, y, en consecuencia, a trastornos en la conducta alimentaria”<sup>5</sup>.

El aporte más concreto de esta investigación en relación con los trastornos alimentarios es en materia de prevención pues deja en claro que hay una asociación muy estrecha entre la variable insatisfacción con la imagen corporal y las patologías alimentarias. Una imagen negativa puede actuar como factor predisponente y desencadenante de trastornos como la Bulimia y la Anorexia.

Otro de los trabajos que se vinculan al tema tratado es el de la Licenciada Corina Inés Branda, *Los trastornos de la alimentación: una mirada sociocultural*. Allí, la autora dedica uno de sus capítulos al abordaje del cuerpo como construcción histórico social en donde afirma que si bien en todas las culturas el cuerpo siempre estuvo atravesado por significaciones, en la nuestra ocurre algo particular y es que uno *es* en virtud de su cuerpo. En éste se deposita la identidad personal y por ello la apariencia se torna en la medida de valor del individuo.

La autora afirma que hoy existen innumerables prácticas de metamorfosis del cuerpo (como los gimnasios, las cirugías y los cosméticos) que hacen posible que el individuo pueda no sólo transformar su aspecto exterior sino tener un aparente control sobre su cuerpo.

Según se afirma en esta investigación hoy se promueve desde lo social un ideal corporal que exige ser delgado, fuerte y sano, es decir, exige un cuerpo preparado para un contexto sumamente competitivo que hace hincapié en valores puntuales como son la belleza, el autocontrol, la juventud y el poder económico. Ese contexto está mediado por una lógica mercantil que convierte a los cuerpos en bienes deseables.

En cuanto a la Bulimia y la Anorexia la autora expresa claramente que “son resultado de un juego multifactorial complejo”<sup>6</sup> y que dichos factores pueden atenuar o

---

<sup>5</sup> *Ibidem*, pág. 158.

<sup>6</sup> Branda, Corina Inés, *Los trastornos de la alimentación: una mirada sociocultural*, 2006, pág.1. (www.nutrinform.com.ar)

potenciar el riesgo de que una persona lleve adelante una dieta. En los adolescentes, especialmente, el peligro de caer en algún desorden alimentario se encuentra potenciado por el estado de confusión, común en ellos, en relación a su identidad y al concepto que tienen de su propio cuerpo.

Aunque para la autora los ideales estéticos que la cultura promueve no son la causa única de los trastornos alimentarios, “el contexto sociocultural opera como un factor disparador de estos trastornos con mucha más intensidad que antaño”<sup>7</sup>.

En relación con los trastornos alimentarios la autora dedica un capítulo de su investigación a analizar el predominio de las mujeres sobre los varones en torno a estos padecimientos y concluye que ello se asocia a aspectos psico-socioculturales del sexo y a sus distintas valoraciones sociales. En el hombre comer en abundancia es signo de fuerza y masculinidad mientras que en la mujer está mal visto y puede provocar vergüenza o culpa al ser observada. Por otro lado, esta diferencia también tiene que ver con el esquema corporal: el hombre debe tener más volumen y masa muscular que la mujer mientras que ella debe ser dócil y bella.

### **3.1.2. Trabajos de tesina**

Los trabajos que serán comentados en esta sección, pertenecen en su totalidad a alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Si bien ninguno de ellos aborda puntualmente la temática de la Bulimia y la Anorexia resultan útiles porque nos aproximan a la noción de cuerpo como constructo social y a las diferentes formas en las que las sociedades lo representan.

En *El no cuerpo. Un análisis discursivo del modelo corporal contemporáneo*<sup>8</sup>, Fabián Sopher toma el concepto de *no lugar* de Marc Augé y propone el de *no cuerpo*: éste es un cuerpo que se modela y controla desde su interior porque desea ser deseado. Según el autor, este concepto describe un nuevo modelo corporal propio de la sociedad occidental contemporánea en donde se produce lo que algunos autores han denominado el *borramiento del cuerpo*.

---

<sup>7</sup> *Ibidem*, pág. 5.

<sup>8</sup> Sopher, Fabián, *El no cuerpo. Un análisis discursivo del modelo corporal contemporáneo*, tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 1997.

El *no cuerpo* es un discurso englobador que abarca, entre otros, al publicitario al que el autor deslinda de la responsabilidad que muchos le han adjudicado de ser el único causante de trastornos alimentarios como la Bulimia y la Anorexia. La publicidad, para el Sopher, no es más que otro de los tantos discursos que responden a esa lógica discursiva englobadora que es el *no cuerpo*.

Por su parte, María Jimena Timor en *El rostro de Jano. Cuerpo y control en la sociedad contemporánea*<sup>9</sup>, se propone abordar la problemática del cuerpo a partir de las formas de control que sobre él se ejercen. Para ello tomó como punto de partida el desarrollo tecnológico y las distintas técnicas de control como construcciones epocales. Para la autora, el cuerpo es el lugar a partir del cual se puede conocer la historia porque él es la expresión de las prácticas y de las relaciones sociales.

Otra de las tesinas que se vincula al tema propuesto es la de Damián Laino, *La publicidad de alimentos Light. Que se comunica a quien. Un estudio exploratorio de los discursos que hablan sobre cuerpos*<sup>10</sup>. En este trabajo el autor se propone indagar en los nuevos conceptos corporales a partir del análisis de las publicidades de productos *light*. Hay dos conceptos claves que se manejan en esta tesina: por un lado, la idea de que la cultura sustenta un modelo que concibe al cuerpo como una entidad que puede moldearse desde su interior y, por el otro, la idea de que la publicidad cumple un papel primordial ya que refleja ese modelo cultural. Según el autor, la publicidad no sólo sirve para vender cosas sino que además contiene mensajes implícitos que encuentran sustento en actitudes y valores sociales. De esta manera, concibe al discurso publicitario como productor social de sentido.

Por último, otro de los trabajos que atañe al tema propuesto es el de Ana Busto Marlot y Marcela Pieniazek, *En torno a la representación de la mujer moderna en la publicidad argentina de la década del 90'*<sup>11</sup>. En él las autoras llevan adelante un análisis de la publicidad dirigida al público femenino durante la década del 90' y se proponen descubrir los procesos de construcción de hegemonía desde el punto de vista de la subjetividad femenina.

---

<sup>9</sup> Timor, Ma. Jimena, *El rostro de Jano. Cuerpo y control en la sociedad contemporánea*, tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 1999.

<sup>10</sup> Laino, Damián, *La publicidad de alimentos Light. Que se comunica a quien. Un estudio exploratorio de los discursos que hablan sobre cuerpos*, tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2002.

<sup>11</sup> Busto Marlot, Ana, Pieniazek, Marcela, *En torno a la representación de la mujer moderna en la publicidad argentina de la década del 90*, tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2004.

Llegan a la conclusión de que el prototipo de la mujer moderna que se construye en las publicidades de los 90' responde a la figura de una mujer escindida entre dos mundos simbólicos: la mujer ama de casa y la mujer profesional. Y en ambos universos significativos se desempeña exitosamente.

### **3.1.3. Notas periodísticas**

Dado el alcance que en los últimos tiempos ha adquirido el tema de la Bulimia y la Anorexia en la opinión pública, resulta válido tomar en cuenta para esta sección algunas notas relacionadas con la cuestión que fueron publicadas en el diario *La Nación*.

En el ejemplar del domingo 12 de junio de 2005 encontramos una nota de tapa que se intitula *La anorexia comienza a afectar a chicos cada vez más chicos* y advierte sobre la disminución en la edad de las personas que padecen estos trastornos

Otro de los artículos corresponde al lunes 28 de agosto de 2006 y es una nota de tapa con el siguiente título: *El retoque facial ahora también es cosa de jóvenes*. El artículo informa sobre la disminución en la edad de las pacientes que asisten a centros donde se efectúan cirugías estéticas. Si bien no se trata el tema de los trastornos alimentarios la nota se acerca a una idea que es abordada desde la presente tesina y es la del cuerpo transformable.

El artículo más reciente es el del domingo 17 de septiembre de 2006 que se titula *La delgadez de las modelos, en debate*. El artículo refleja un debate que surgió en Argentina a raíz de una medida que se tomó en España que prohíbe desfilarse a las modelos extremadamente flacas y que exige un índice mínimo de masa corporal para hacerlo. La idea que impulsó esta medida es que la extrema delgadez de las modelos puede inducir a la Anorexia.

### **3.1.4. Artículos en la Web**

[www.argentina.gov.ar](http://www.argentina.gov.ar)

En esta página web se puede encontrar un artículo titulado *Bulimia y Anorexia* en donde se afirma que las nuevas pautas culturales son las que establecen que la delgadez es sinónimo de éxito social. Estos nuevos patrones estéticos afectan especialmente a las

mujeres jóvenes que, impulsadas por el deseo de imitación de modelos mediáticos o motivadas por la publicidad, se sienten presionadas a cambiar su figura corporal. Según informa el artículo la Bulimia y la Anorexia son patologías vinculadas a la alimentación y a una preocupación desmedida por el propio cuerpo y las padecen ambos sexos aunque predomina el sexo femenino en un 95%

## **3.2. España**

### **3.2.1. Investigaciones**

Durante el período 1997 – 2000 un equipo de trabajo de la Universidad de Valencia a cargo de Isabel Martínez Benlloch, llevó adelante una investigación a pedido del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y del Instituto de la Mujer. El proyecto se denominó *Género, desarrollo psicosocial y trastornos de la imagen: Bases para una acción solidaria y educativa* y el objetivo principal fue analizar “cómo la representación social de la mujer incide en la construcción de la subjetividad a través de las imágenes del cuerpo y de los criterios normativos de belleza”<sup>12</sup> propuestos por el modelo sociocultural vigente.

Entre sus objetivos específicos destacan el análisis de la percepción de la imagen corporal entre los adolescentes, el análisis de los ideales ético-estéticos de las mujeres jóvenes y del cuerpo como constructo identitario en relación con los trastornos en la alimentación. Otro de estos objetivos es el estudio de enfermedades tales como la Bulimia y la Anorexia en la sociedad actual.

El interés de esta investigación reside en poder implementar en el futuro políticas de intervención destinadas a “fomentar la valoración del propio cuerpo y de las capacidades personales y prevenir los trastornos de la imagen corporal que, a menudo, derivan en trastornos anoréxicos y bulímicos”.<sup>13</sup>

El análisis dio como resultado la comprobación de la hipótesis planteada: el imaginario cultural corporal incide en la construcción de la subjetividad femenina. Se comprobó que los ideales de delgadez y belleza promovidos a nivel sociocultural

---

<sup>12</sup> Martínez Benlloch, Isabel, *Género, desarrollo psicosocial y trastornos de la imagen: Bases para una acción solidaria y educativa*, España, Universidad de Valencia, 2000, pág. 2.

<sup>13</sup> *Ibidem*, pág. 2.

adquieren gran relevancia entre los adolescentes. En este sentido es importante destacar el papel que se le adjudica a los medios como transmisores de dichos valores. Esto lo expresan de la siguiente manera: se comprueba que las “variables culturales, fundamentalmente a través de los medios de comunicación – con el modelado que ejercen respecto a cánones de belleza y atracción – son un factor crucial en la determinación de la prevalencia de estas problemáticas, llegándose a afirmar que los factores sociales parecen ser muy útiles a la hora de explicar el incremento de los trastornos alimentarios”.<sup>14</sup>

En 2004 se publicó la tesis doctoral de María Victoria Carrillo Durán, *La influencia de la publicidad, entre otros factores sociales, en los trastornos de la conducta alimentaria: anorexia y bulimia nerviosas*,<sup>15</sup> cuyo tema está íntimamente relacionado con el propuesto por el presente trabajo. Esta investigación pretende esclarecer las causas de los trastornos alimentarios especialmente de la Anorexia y la Bulimia nerviosas, y encuadrar a la publicidad como un elemento más del contexto social que puede influir en la provocación de estos trastornos. Por otro lado, advierte sobre la necesidad de llamar la atención sobre el autocontrol de la publicidad.

Para resolver la hipótesis planteada la autora llevó adelante un trabajo de campo en donde entrevistó a enfermas de Anorexia y Bulimia y comparó los resultados con las opiniones de chicas sanas. Entre las conclusiones se destaca que la publicidad dirigida a adolescentes es más influyente que otras características sociales del entorno, y que por encima de las causas sociales, las causas de tipo personal como la necesidad de ser aceptado son detonantes más fuertes de adelgazamiento que la publicidad y la moda, aunque se confirme en el contexto social su influencia en la Anorexia y la Bulimia.

En *Una perspectiva sociológica de la anorexia y la bulimia*, Pilar Cisneros, profesora titular de la Universidad Complutense de Madrid, analiza los trastornos alimentarios desde el discurso sociológico. Allí responsabiliza a los medios de comunicación por promover modelos de extrema delgadez como ideales de belleza. Afirma que los medios en conjunto con la moda como fenómeno social y la publicidad son los que han cambiado el significado de la delgadez y la han convertido en un símbolo imprescindible asociado al éxito profesional y social. La sociedad actual, carente de ideologías y de objetivos comunes promueve el consumo como única forma

---

<sup>14</sup> *Ibidem*, pág. 5.

<sup>15</sup> Carrillo Durán, María Victoria, *La influencia de la publicidad, entre otros factores sociales, en los trastornos de la conducta alimentaria: anorexia y bulimia nerviosas*, tesis doctoral, España, Universidad Complutense de Madrid, 2004.

de participación. Existe una falta de valores que aporten sentido a lo social y que determinen qué es lo bueno y qué es lo malo para el conjunto de la sociedad.

La mujer joven, sujeta a grandes cambios en su aspecto físico y psíquico, está inserta en este entorno social donde los valores que representan su identidad sexual tradicional están caducos y por este motivo es más vulnerable a la propuesta de mujer que en los medios de comunicación se asocia a libertad y modernidad. El cuerpo es el equivalente de la identidad personal y, según expresa la autora, esto se materializa en la construcción de un cuerpo joven, atractivo sexualmente y transformable a través de las dietas, el ejercicio y las cirugías. Hoy más que nunca el cuerpo ha devenido en una entidad moldeable y el peligro que ello implica es que el individuo pierda el control y termine *auto-fagocitándose*.

### **3.2.2. Artículos en la Web**

[www.nodo50.org](http://www.nodo50.org)

Aquí se encuentra un artículo titulado *La imagen de la mujer en los medios de comunicación* que fue elaborado en forma conjunta por María Márquez Guerrero de la Universidad de Sevilla y por Ignacio Jáuregui Lobera del Instituto de Ciencias de la Conducta y Hospital Infanta Luisa.

Aunque los autores confirman que la Anorexia es una enfermedad de origen múltiple, están convencidos de que el contexto social puede actuar como factor desencadenante de cambios emocionales y físicos en la mujer que se traduzcan en un elemento facilitador de la Anorexia.

Según afirman los especialistas las razones más frecuentes por las cuales los pacientes que padecen Anorexia decidieron en un principio adelgazar obedecen al malestar que produce la percepción negativa de la imagen corporal. La insatisfacción con la propia imagen es mayor cuanto más grande es la distancia entre lo percibido y lo supuestamente ideal. Esta preocupación por el cuerpo es mucho mayor en las mujeres que en los hombres y entre todos los factores que determinan la insatisfacción la familia y los medios son los más relevantes. La familia porque es la principal fuente de valores y los medios porque reflejan y potencian el modelo ideal establecido.

[www.usuarios.lycos.es](http://www.usuarios.lycos.es)

En el artículo titulado *Cómo el sistema potencia la anorexia: Mujeres en guerra consigo mismas*, Juana Alvarez señala que si bien la mujer del siglo XX ha logrado un gran avance al emanciparse económicamente, esta misma mujer se ve hoy afectada por una fuerte presión sociocultural que potencia la delgadez como ideal de belleza.

En este sentido, responsabiliza a los medios porque a través de la moda fomentan un modelo de mujer extremadamente delgada que se asocia al ideal de belleza femenina, y mediante la publicidad ofrece a la mujer insatisfecha consigo misma la posibilidad de parecerse a ese modelo mediante la opción del consumo.

El artículo afirma que el resultado de esta estrategia mediática son mujeres que odian su cuerpo, inseguras de sí mismas, y el crecimiento de la industria cosmética y quirúrgica de la belleza. Lo que dice Juana Alvarez es que en definitiva, esos logros que alcanzó la mujer en el siglo XX hoy se ven contrarrestados con una nueva esclavitud de la imagen. Los trastornos alimentarios son resultado principalmente de la disconformidad con la imagen corporal. Pero los factores socioculturales también desempeñan un papel predominante. Entre ellos se encuentran, por ejemplo, los medios de comunicación que exponen imágenes idealizadas que son interiorizadas por las mujeres y pueden contribuir a la insatisfacción con el propio cuerpo y a enfermedades relacionadas con la alimentación, como son la Anorexia y la Bulimia.

### **3.2.3. Páginas Web internacionales**

[www.something-fishy.org](http://www.something-fishy.org)

The Something Fishy Website on Eating Disorders

En esta página web se puede encontrar un artículo vinculado a los trastornos alimentarios con el siguiente título: *Explorando el rol que la sociedad y los medios juegan en el desarrollo de los Desórdenes Alimenticios*. En él se afirma que los mensajes de los medios de comunicación, especialmente la televisión, transmiten a su público la necesidad de ser delgados y lindos como forma de acceso a un mundo deseado que los mismos medios promueven. Incluso las revistas muestran modelos extremadamente flacos que no representan la media de los individuos o publican dietas mágicas que muestran que perder peso es un camino posible para alcanzar la felicidad.

Lo que el artículo sostiene es que los medios ayudan a perpetuar el ideal materialista de belleza y delgadez y que para solucionar esta problemática hay que

apuntar a la educación de los niños y jóvenes. En este sentido, es importante que se les den modelos reales de vida como los padres, maestros, artistas, etc. Por otro lado, el artículo apunta a la necesidad de brindar información a los adolescentes acerca de los cambios que su cuerpo realiza durante la pubertad y fomentarles la idea de que deben sentirse orgullosos de su físico sin importar el tamaño o la forma.

[www.saludactual.cl](http://www.saludactual.cl)

En esta página se puede encontrar un artículo que se titula *Hablando de la anorexia nerviosa* que trata, entre otras cosas, cuestiones tales como la importancia de la Anorexia en la actualidad y cómo detectar un enfermo en base a ciertos síntomas. Lo que resulta valioso como aporte para nuestra investigación es el apartado que se le dedica a los medios de comunicación en donde se remarca la responsabilidad que les cabe en el desarrollo de trastornos alimentarios. En este sentido, el artículo afirma terminantemente que “la influencia que ejercen los medios de comunicación sobre nosotros y el modelo de éxito y de belleza que nos imponen, es una causa importante de Anorexia y otros trastornos alimenticios”. Por este motivo la nota advierte sobre la importancia de tener una mirada crítica de lo que los medios muestran y propone que se estimule a estos últimos para que presenten imágenes más reales con mensajes positivos sobre su salud y autoestima. Aunque esto pueda no eliminar los trastornos alimentarios al menos contribuye a eliminar la presión que sienten las personas de ajustar su cuerpo al modelo ideal.

### **3.3. Investigaciones de otros países**

Una investigación que resulta de gran valor para el tema tratado es la de la Dra. Elsie Mc Phail Fanger, docente e investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana de México. El trabajo se intitula *Cuerpo y Cultura* y aporta una visión interesante en torno al rol de la publicidad en el desarrollo de los trastornos alimentarios y al modo en el que este discurso representa a la figura femenina.

Según la autora, los medios masivos de comunicación brindan a la sociedad esparcimiento e información pero a su vez “ofrecen imágenes corporales que fomentan

conductas que pueden desencadenar trastornos alimentarios en poblaciones vulnerables”<sup>16</sup>.

Los medios masivos de comunicación influyen en la aparición de patologías alimentarias porque contribuyen a la representación social del cuerpo ideal femenino ofreciendo figuras atractivas que las mujeres toman de referencia y con las cuales se comparan. Según la autora el problema se presenta cuando el cuerpo ideal se hace cada vez más homogéneo en su delgadez generando mayor presión en las mujeres que en comparación perciben sus cuerpos más gordos o menos atractivos. Las imágenes que muestran los cuerpos ideales se hacen cada vez más homogéneas no sólo en el aspecto de la belleza física sino también en el sentido de que transmiten valores que asocian el éxito con la belleza o el atractivo físico.

Esta investigación sostiene que las imágenes de los medios refuerzan un ideal a partir del cual se define lo aceptable y lo inaceptable: lo bello se define en oposición a lo feo, lo gordo en oposición a lo flaco y así. En este sentido la autora le adjudica una responsabilidad importante a la publicidad por su habilidad de establecer modelos identificatorios. La publicidad tiene el poder de influir en los patrones culturales y en las conductas de los individuos, especialmente en la de las mujeres jóvenes, y promueve los ideales corporales que van de la mano de la moda.

En el capítulo que nombró como *Género y cuerpo* la autora afirma que si bien las mujeres han logrado a través de la historia romper con las relaciones desiguales, las imágenes disciplinarias de belleza que se promueven en la actualidad la han hecho nuevamente esclava de su condición. Y el elemento que la esclaviza es su propio cuerpo. Es decir, la ideología de la belleza obliga a la mujer a ejercer un poder coercitivo sobre su corporalidad. La mujer debe someterse ahora a una serie de prácticas que la empujan a transformar su apariencia física: gimnasio, dietas, cirugías plásticas, implantes, etc. Estas son prácticas que implican un control sobre el cuerpo.

Ahora bien, frente a esos estereotipos que los medios y la publicidad difunden y promueven la mujer puede sentirse inferior y formar una imagen corporal negativa que muchas veces conduce a problemas de salud o al desarrollo de patologías alimentarias.

---

<sup>16</sup> Mc Phail Fanger, Elsie, *Cuerpo y cultura*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2004.

## **4. MARCO TEORICO**

El tema sobre el que versa el presente trabajo será abordado a partir de un enfoque interdisciplinario que tiene por objeto indagar en los distintos discursos sociales que se tejen en torno al cuerpo y a los trastornos alimentarios, específicamente, Bulimia y Anorexia. Se analizarán estos diversos enfoques atendiendo a conceptos claves que guiarán la investigación.

### **4.1. El cuerpo como constructo social significativo**

Para el desarrollo de la presente investigación, se tendrán en cuenta los aportes que distintos autores hicieron en torno a la problemática corporal y a la noción de cuerpo como constructo social. Para ello se realizará un breve recorrido histórico con el fin de acercar algunas concepciones estéticas y representaciones del cuerpo que tuvieron lugar en diferentes épocas.

Antes que nada se hace necesario aclarar que el presente análisis parte de la idea de que cada cultura tiene una forma propia de construir la realidad y de entenderla, de modo que la representación del cuerpo tendrá que ver con la manera de ver el mundo que tenga cada sociedad. En este sentido, se trabajará sobre el concepto de “significaciones imaginarias sociales”<sup>17</sup>, de Cornelius Castoriadis que son aquello que mantiene unida a una sociedad, una urdimbre de sentido que hace ser lo que es para un grupo humano, “hace que las cosas sean tales cosas, las presenta como siendo lo que son”<sup>18</sup>. Lo que el autor plantea con este nuevo concepto es que para llegar a conocer una sociedad determinada es necesario partir de ese imaginario que es el que define una forma particular de ver el mundo propia de cada cultura. De esta manera, propone una inversión a la forma de conocimiento tradicional: en lugar de partir del mundo físico, la búsqueda de conocimiento en el campo histórico-social debe iniciarse en el análisis del imaginario.

Desde la óptica de la presente investigación, tanto los medios de comunicación como la publicidad son emergentes de ese imaginario que es diferente en cada cultura. De modo que si uno se propone indagar en los mensajes que esos discursos emiten se

---

<sup>17</sup> Castoriadis, Cornelius, *Los dominios del hombre*, Barcelona, Gedisa, 1994, pág. 68.

<sup>18</sup> Castoriadis, Cornelius, “La institución de la sociedad y la religión”, *Vuelta*, n°93, agosto 1989.

hace necesario realizar un análisis previo de las ideas y los valores propios de la cultura de la que son producto.

Esto último puede a su vez vincularse con la noción de “estrato”, que trabaja Deleuze. Estos son “formaciones históricas, positivities o empiricidades. Capas sedimentarias, hechas de cosas y de palabras, de ver y de hablar, de visible y de decible, de superficies de visibilidad y de campos de legibilidad, de contenidos y de expresiones”<sup>19</sup>

Según el autor cada estrato tiene sus propios decibles y visibles que lo definen como tal y estos órdenes van cambiando de una época a otra. En este sentido se puede decir que cada cultura produce sus propias significaciones que son las que le otorgan sentido a lo real, y que entre otras cosas son las que van a delinear una forma particular de representar al cuerpo y de concebir lo estético.

Tomando como punto de partida estos dos conceptos se intentará dar cuenta de las distintas maneras de representar el cuerpo que tuvieron las diferentes culturas a lo largo de la historia. En este sentido, será oportuno traer al análisis una investigación que realizó Mijail Bajtín ya que en ella el autor describe la forma en que la cultura popular de la Edad Media concebía al cuerpo.

La obra se titula *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, y en ella Bajtín define los rasgos originales de la cultura cómica popular de la Edad Media y el Renacimiento. Allí desarrolla las formas de representación de la corporalidad que tenía la cultura popular durante este período histórico. En este sentido resulta de suma utilidad para el presente análisis tomar la noción de cuerpo popular como aquél espacio de carácter universal donde la persona experimenta su renacimiento y transformación.

Su investigación se centró en el carnaval medieval porque allí el autor encuentra expresado el humor popular en toda la riqueza de sus manifestaciones. La cultura carnavalesca no distinguía actores de espectadores: todos son actores porque el carnaval estaba hecho para todo el pueblo. El carnaval era de carácter universal y en él el individuo experimentaba su renacimiento y su renovación.

Bajtín reúne todas las expresiones de la cultura cómica popular bajo el nombre de *Realismo Grotesco*. En él, el cuerpo adquiere un carácter cósmico y universal porque no pertenece al individuo aislado sino que es del pueblo. Es un cuerpo popular y colectivo.

---

<sup>19</sup> Deleuze, Gilles, “Los estratos o formaciones históricas: lo visible y lo enunciable (saber)”, en *Foucault*, Barcelona, Paidós, 1986, pág. 75.

Según describe el autor esa manera de concebir y representar la corporalidad irá cambiando con la llegada de la literatura Renacentista. En este período el cuerpo comienza a desligarse del pueblo, es decir, empieza a perder su carácter de popular, para empezar a figurarse como el lugar del individuo. De esta manera el cuerpo adquiere un carácter privado y personal.

Durante ese período histórico se producen sobre el cuerpo fuertes disciplinamientos que prescriben las conductas correctas del cuerpo. A su vez, estas nuevas pautas se complementan con la idea de una escisión múltiple que se produce tanto en el mismo hombre, como entre el hombre y la comunidad. Sobre esta escisión se va a construir el concepto moderno de cuerpo.

La Modernidad va a tomar a la ciencia y a la técnica como el modelo hegemónico de relación con el mundo (conocer y representar), por este motivo en esta época se impone la lógica instrumental que tiene como principio la búsqueda de la utilidad.

La Epoca Moderna es el escenario sobre el cual surge y se despliega el individualismo y resulta importante para el análisis recalar en este concepto pues implica una nueva forma de representar el cuerpo.

Para analizar las significaciones que toma el cuerpo en esta etapa conviene recurrir a David Le Breton, un analista de la Epoca Moderna que definió al individualismo como la fuerza hegemónica del siglo XIX y describió los cambios que esto produjo en la vida humana. Entre las consecuencias más importantes de la individuación el autor señala, por un lado, la separación que tiene lugar entre el hombre y su cuerpo y entre el hombre y el cosmos. Por otro lado, la concepción del cuerpo está asociada a una concepción particular de la persona<sup>20</sup>. En estas sociedades la persona se definía en base a la posesión de un cuerpo.

Para el autor el cambio de mentalidad que trajo aparejado el individualismo tiene que ver con la conformación de un saber anatómico que tuvo lugar en Europa a comienzos del siglo XV y que operó una distinción entre el cuerpo y la persona humana. Este saber consideraba al hombre separado de su corporalidad, es decir, el hombre no *es* un cuerpo sino que *posee* un cuerpo. Bajo esta distinción el cuerpo adquiere el carácter de objeto de estudio y se lo representa como cosa.

---

<sup>20</sup> Le Breton, David, *Lo inaprensible del cuerpo*, en *Antropología del cuerpo y modernidad*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 2002, págs. 13 y 14.

La cuestión del cuerpo como constructo y sus diferentes modos de representación ha sido abordada por diversos autores. En este sentido ha resultado de gran utilidad acudir a la investigación que realizó Enrique Valiente<sup>21</sup> en torno a los modelos alimentarios y estéticos que tuvieron lugar a lo largo de la historia que tienen que ver con maneras propias de concebir al cuerpo. Este trabajo se centra en el período que va de fines del siglo XV hasta el siglo XX.

En relación con lo anterior se trabajará con algunos conceptos que se asocian a formas específicas de construir y representar la corporalidad. Uno de estos conceptos es el de disciplina, por cierto uno de los más fuertes y actuales en relación con el cuerpo.

Para empezar, este término se abordará teniendo en cuenta el texto de Norbert Elías, *El proceso de la civilización* que refiere a las transformaciones que debieron operarse en las conductas de las personas a fin de que alcanzaran carácter de civilizadas. Este proceso social tiene que ver con el disciplinamiento de los cuerpos puesto que el sujeto hace carne una serie de reglamentaciones que van regulando su comportamiento individual para que llegue a cumplir su función social. “El individuo se ve obligado a organizar su comportamiento de modo cada vez más diferenciado, más regular y más estable (...) desde pequeños se va inculcando a los individuos esa regulación cada vez más diferenciada y estable del comportamiento, como si fuera algo automático, como si fuera una autoacción de la que no pueden liberarse aunque lo quieran conscientemente”<sup>22</sup>.

Según se expresa en la obra citada, estos conceptos fueron confluyendo en la idea de que el dominio de las pasiones corporales y el autocontrol hacían del sujeto una persona ética y moral y útil para distintos fines sociales.

En relación con esto último se tendrán en cuenta conceptos claves de la obra de Michel Foucault como son el de disciplina y el de poder, porque implican una forma particular de representar el cuerpo en una época histórica determinada. Según el autor la disciplina “es un tipo de poder, una modalidad para ejercerlo, implicando todo un conjunto de instrumentos, de técnicas, de procedimientos, de niveles de aplicación, de metas; es una ‘física’ o una ‘anatomía’ de poder, una tecnología”<sup>23</sup>. A esta política de control sobre los cuerpos es la que el autor denomina como “tecnología política del

---

<sup>21</sup> Valiente, Enrique, “Anorexia y Bulimia: El corsé de la autodisciplina”, en Margulis, Mario, *Cultura y juventud*, Buenos Aires, Biblos, 1995.

<sup>22</sup> Elías, Norbert, *El proceso de la civilización*, México, F.C.E., 1994, págs. 451 y 452.

<sup>23</sup> Foucault, Michel, *op. cit.*, pág. 218.

cuerpo”.<sup>24</sup> Estas tecnologías implican ciertos mecanismos de poder que se materializan en los propios cuerpos y sus fuerzas. Es un poder que a su vez implica un saber sobre el mismo, es una relación de necesidad.

En estas sociedades disciplinarias el comportamiento humano se encuentra a disposición de sistemas de vigilancia social y ese disciplinamiento se ejerce nada más ni nada menos que sobre el cuerpo. El sujeto *incorpora* un conjunto de normas y reglamentaciones que obedecen al orden social y que tienen por objeto la regulación de los comportamientos.

Ahora bien, si por un lado tenemos la idea de cuerpo como espacio donde se hacen carne y se reproducen ciertas significaciones sociales por otro también puede concebirse como un elemento que genera sentido. El concepto que se ubica entre medio de estas dos formas de pensar al cuerpo es el de *habitus*, de Pierre Bourdieu. El autor define a este término como “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente ‘reguladas’ y ‘regulables’ sin ser el producto de la obediencia a reglas, y, a la vez que todo esto, colectivamente orquestadas sin ser producto de la acción organizadora de un director de orquesta”.<sup>25</sup>

Las disposiciones de las que habla el autor son las condiciones para realizar una práctica y se originan a partir de condiciones objetivas. Estas disposiciones se materializan en el cuerpo que es el que le otorga sentido a las prácticas. De esta manera ya no es posible concebir que es el pensamiento el que determina las prácticas sino las disposiciones que están encarnadas en el cuerpo. El sentido se revela en las prácticas puesto que éste está encarnado en el cuerpo. El *habitus* es sentido incorporado. Es un sentido que obramos sin conocerlo.

Ahora bien, si nos proponemos pensar al cuerpo como creador de sentido resulta obligado acudir al planteo que desarrolla la Fenomenología al respecto. En este sentido, se puede tomar la idea de cuerpo de Merleau Ponty como institución originaria de sentido. Esta institución de significados nuevos tiene lugar en el acto perceptivo y es

---

<sup>24</sup> Foucault, Michel, *Vigilar y castigar*, México, Siglo XXI Editores, 1987, pág. .33.

<sup>25</sup> Bourdieu, Pierre, *El sentido práctico*, Madrid, Taurus Humanidades, 1994, pág. 92.

obra de un cuerpo. Es el cuerpo el que percibe en un presente y que aporta significado a lo real. Para Merleau Ponty, el cuerpo es la fuente de institución de sentido.

El cuerpo percibe en un presente en el que conviven el pasado y el futuro inmediatos. En ese momento presente están contenidas las experiencias anteriores que son lo que el autor llama las disponibilidades. Estas están incorporadas en el cuerpo y actuarán ante situaciones nuevas para crear o inventar algo nuevo. Es decir, las disponibilidades son el suelo para producir o crear algo nuevo.

Toda la bibliografía citada hasta el momento servirá de sustento para el análisis de los modos de representación de la corporalidad de la cultura actual como así también será útil para conocer cuáles son los ideales estéticos que ésta promueve.

El siglo XX es el escenario donde surge la noción de cuerpo posmoderno. El modelo cultural actual, que tuvo su origen en la década del 90', sustenta un modelo corporal ideal que exige un cuerpo bello, saludable y joven. Pero lo más característico de esta época es que hoy es posible transformar al cuerpo como nunca. Volverlo otro, cosa imposible o impensable en otra época

Este cuerpo es, además, el depositario de la identidad personal por ello hoy una persona se juzga a partir de su apariencia física. En este hecho encuentra justificación el culto exacerbado que se hace de lo físico en nuestra sociedad.

Con la sociedad de consumo la preocupación por el aspecto asume las características de imperativo social. Y bajo estos preceptos se afianza un determinado modelo de estética que exige la delgadez. Este modelo hace hincapié en la figura femenina esbelta y delgada, y para ello exige a la mujer el disciplinamiento y el autocontrol de su cuerpo.

En este sentido ocurre aquello que Gilles Lipovetsky menciona en su obra *La Tercera Mujer*<sup>26</sup>: la delgadez obliga a controlar cada vez más el peso, a no comer demasiado y de esta manera la persona se vuelve el gobernador de su propio cuerpo.

#### **4.2. Bulimia y Anorexia**

La cuestión de la Bulimia y la Anorexia, otro de los ejes de la presente tesina, también permite ser evaluada desde varios enfoques aunque aquí sólo se tendrán en

---

<sup>26</sup> Lipovetsky, Gilles, *La tercera mujer: permanencia y revolución de lo femenino*, Barcelona, Anagrama, 1999.

cuenta aquéllos que responden al orden médico y jurídico. De esta manera se considerará el discurso que da la medicina frente a estos trastornos como así también las leyes y reglamentaciones nacionales y españolas que existen en torno a dicha cuestión.

#### **4.2.1. Enfoque médico de la Bulimia y la Anorexia**

A partir del aporte de fuentes autorizadas vinculadas a la cuestión de los trastornos en la alimentación se intentará dar a conocer el enfoque que la medicina le da a enfermedades tales como la Bulimia y la Anorexia. Es decir, se buscará dar cuenta de la forma en la que el discurso médico define este tema. Para ello se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

- Definición de este tipo de enfermedades
- Diagnóstico
- Origen de los trastornos
- Población afectada
- Tratamiento
- Prevención
- Adolescencia: se destinará un apartado especial para especificar las problemáticas propias de esta etapa. Para ello se tomará en cuenta el trabajo de Arminda Averastury intitulado *La adolescencia normal* y algunos conceptos vertidos en la entrevista que se le realizó a el Dr. Octavio Fernández Mouján<sup>27</sup>.

#### **4.2.2. Enfoque jurídico de la Bulimia y la Anorexia**

Los trastornos alimentarios son temas que han sido objeto de legislación tanto en España como en Argentina. De modo que se evaluarán algunas propuestas de carácter legislativo como así también algunas campañas, programas y documentos oficiales (tanto nacionales como españoles) que tienen como fin incentivar y promover en la población una alimentación más saludable.

---

<sup>27</sup> Dicha entrevista se adjunta al trabajo como material anexo.

#### **4.2.2.1. Argentina**

A nivel nacional la única reglamentación directamente relacionada con el tema es la Ley de tallas - N° 12.665. Esta ley a su vez encuentra su fundamento en las siguientes normativas:

- Ley de defensa del consumidor (N° 24.240)
- Ley 13.133 – Código Provincial de implementación de los derechos de los consumidores y usuarios
- Constitución Nacional – Art. 42

Una ley recientemente sancionada que no se relaciona en forma directa con la Bulimia y la Anorexia pero que tiene que ver con la cuestión de la alimentación es la siguiente:

- Ley 1906 – Menú *Light* obligatorio

#### **4.2.2.2. España**

- Programa de Unificación de Tallas
- Campaña a favor de una alimentación sana y equilibrada
- Guía de Nutrición Saludable y Prevención de los Trastornos Alimentarios
- Campaña del Instituto Navarro de la Mujer
- Programa de prevención desde la educación física escolar en la Provincia de Jaén.

#### **4.3. Recepción**

Se evaluarán algunas teorías comunicacionales que tuvieron lugar en el ámbito del conocimiento y que apuntan a desentrañar los mecanismos que se ponen en juego en el ámbito de la recepción de los mensajes de los medios masivos de comunicación.

Por otro lado se analizarán los consumos culturales como así también el discurso televisivo y publicitario como tipos de comunicación persuasiva.

### **4.3.2. Consumos culturales**

El análisis de los consumos culturales de los adolescentes nos permite conocer y comprender los mecanismos de apropiación y circulación que los jóvenes ponen en funcionamiento frente a los mensajes que transmiten los medios masivos de comunicación. En relación con este tema se considerará el trabajo de Melina Curia que analiza los consumos culturales teniendo en cuenta que son un factor importante en la construcción de identidades. Para la autora los consumos culturales actúan entre los adolescente como elementos socializantes ya que nivelan gustos, intereses, valores, etc.

### **4.3.3. Televisión y publicidad**

El concepto de socialización es abordado a su vez por Joan Ferres un autor que pone el foco en la televisión y en los mecanismos inconscientes que esta emplea. Según el autor, la televisión busca persuadir a su audiencia a través del empleo de la comunicación emotiva. Esta herramienta que emplea la televisión es la que permite comprender los efectos socializadores que produce. De modo que la televisión logra socializar a raíz del enorme caudal de energía emotiva que genera.

Tomando como punto de partida el concepto de persuasión, se puede decir que la publicidad también es un tipo de comunicación persuasiva ya que busca convencer, y con ello cambiar las conductas de los consumidores. Para Mariela Sardegna, “El rol de la publicidad consiste en, a partir de los deseos o los sueños del individuo, suscitar la necesidad que él satisfará por medio de la compra...”<sup>28</sup>

Aunque hoy en día la publicidad no sólo sirve para dar a conocer un producto o para lograr convencer al consumidor de que compre algo sino que además crea la imagen y la personalidad del mismo. Tal como afirma Roland Barthes, la publicidad “dice su producto pero cuenta otra cosa (es su denotación)”<sup>29</sup>. A través de la publicidad los hombres le dan un sentido al producto y “transforman así su mero uso en experiencia del espíritu”<sup>30</sup>. En relación con esto cabe destacar la idea de que no existen

---

<sup>28</sup> Sardegna, Mariela, *Manual de creatividad publicitaria*, Buenos Aires, Editorial La Ley, 2003, pág. 50.

<sup>29</sup> Barthes, Roland, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993, pág. 243.

<sup>30</sup> *Ibidem*, pág. 243.

objetos que tengan valor por sí mismos sino que adquieren un sentido porque es el hombre quien se lo otorga. Por ello Barthes define al objeto como *polisémico*, porque permite múltiples lecturas y la lectura que se haga de él tendrá que ver con la elección que haga el lector.

#### **4.3.4. Abordajes del proceso receptivo desde la perspectiva comunicacional**

Llegado este punto se hace necesario para el análisis tomar en consideración algunas de las teorías de la comunicación que se han focalizado en los procesos que tienen lugar en el campo receptivo.

Entre las teorías que se tendrán en cuenta se encuentra, en primer lugar la *Mass Communication Research*. Vigente entre las décadas del 20' del 60', esta teoría puso el acento en el receptor y encontró sus fundamentos en la investigación de los *efectos* persuasivos de la propaganda política que transmitían los nuevos medios de comunicación masiva de la época.

En segundo lugar, se evaluará la corriente *Funcionalista* cuyo eje se centró en la revalorización del grupo primario como fuente de formación de opiniones y de pautas conductuales. En este sentido, se tendrán en cuenta diversas investigaciones de autores tales como Paul Lasarzfelf, Eliu Katz y Carl Hovland.

En tercer lugar, se tendrán en cuenta una serie de debates y procesos de cambio en torno a la cuestión de la comunicación que surgieron en la década del 60' y que pusieron el foco en el mensaje. La idea que cobra fuerza en esta época es la que considera a los públicos receptores como productores de sentido.

Por último, se analizará la consolidación del enfoque cualitativo sobre los procesos de recepción que tiene lugar a mediados de los ochenta. Este enfoque se centra especialmente en los mecanismos que operan en el campo receptivo de los mensajes mediáticos y, en este sentido, le adjudica al receptor un rol activo.

Siguiendo con los principios que maneja el enfoque cualitativo, el presente trabajo se propone evaluar la instancia de recepción a partir de varios autores. Para comenzar, el proceso comunicativo puede ser evaluado desde el concepto de *uso*, de Michel De Certeau, del que se desprenden otros como el de *producción y reapropiación*.

Lo que el autor se propone es conocer cuáles son los usos que los individuos hacen de las representaciones de una sociedad. Según desarrolla en su trabajo, frente a los sistemas de producción tradicionales, que implican una producción centralizada y racionalizada, existe una producción paralela que “es astuta, se encuentra dispersa pero se insinúa en todas partes, silenciosa, y casi invisible, pues no se señala con productos propios sino en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante”<sup>31</sup>. De esta manera deja en claro que existe un producto (signo del orden) y hay un uso que se hace de él por parte de los consumidores. Estos usos tienen su correlato inmediato en producciones alternativas que surgen en el momento mismo del consumo.

Dos autores que trabajan el tema de la recepción y que siguen una línea similar a la de De Certeau son Guillermo Orozco y Martín Barbero. De ellos tomaremos el concepto de *mediación*.

Orozco, quien se ocupa de estudiar la recepción televisiva, define a la televidencia como “un proceso complejo que conlleva múltiples interacciones de la teleaudiencia con la televisión a distintos niveles y que es objeto también de múltiples mediaciones”<sup>32</sup>. Este enfoque permite pensar a los receptores como actores capaces de reelaborar los mensajes de los medios de comunicación y producir sentido propio.

Para Orozco la mediación en la televidencia es una instancia cultural en donde los miembros de la audiencia interactúan con la tv haciendo surgir sentidos nuevos. Por su parte, Barbero se refiere a las mediaciones como el espacio cultural desde donde el público elabora y se apropia el significado de los mensajes de los medios masivos de comunicación

Para analizar los procesos comunicativos Barbero propone hablar de reconocimiento que es el otro lado de la comunicación, es decir, es el lugar “de las resistencias y las resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación, desde los usos que los diferentes grupos sociales –clases, etnias, generaciones, sexos– hacen de los medios y de los productos masivos”<sup>33</sup>.

---

<sup>31</sup> De Certeau, M., “Introducción”, “Culturas populares” y “Valerse de: usos y prácticas”, en *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana, 1996, pág. 43.

<sup>32</sup> Orozco Gómez, Guillermo, “Investigar para transformar la educación de las teleaudiencias”, en *Voces y cultura*, n°11/12, 1997, pág. 156.

<sup>33</sup> Barbero, Jesús Martín, “Televisión, cultura y región” y “Por unas políticas de comunicación en la cultura”, en *Pretextos*, Cali, Universidad del Valle, 1997, pág.160.

## **5. PROBLEMA DE INVESTIGACION**

Durante las últimas décadas del siglo XX y en lo que va del siglo XXI, se ha ido consolidando un modelo estético que adjudica al cuerpo un lugar central. Es en nuestra época en donde el cuerpo se constituye en una identidad capaz de cambiar y transformarse y en donde la apariencia física adquiere carácter de mandato social.

Las formas de belleza y estética actuales promueven un modelo cultural que exige el culto al cuerpo delgado. Este modelo de delgadez requiere del individuo la voluntad para modelar e incluso transformar su propia exterioridad.

Esta forma particular de concebir al cuerpo, propia de nuestras sociedades, es el escenario sobre el que surgen y se desarrollan trastornos alimentarios como la Bulimia y la Anorexia, enfermedades que han alcanzado índices alarmantes en Argentina (después de Japón, nuestro país es el que tiene los porcentajes más altos a nivel mundial).

El grupo de la población que presenta mayores riesgos de contraer estas enfermedades se compone por mujeres entre 13 y 30 años y, en relación con el origen, las investigaciones realizadas hasta el momento afirman que éstas son enfermedades de etiología múltiple, en las cuales inciden básicamente cuatro factores: el contexto familiar, el contexto sociocultural, determinada personalidad de base y, por último, algo orgánico o biológico.

Ahora bien, si tenemos en cuenta que los medios de comunicación y la publicidad, muchas veces funcionan como canales de transmisión de aquellos modelos de estética que tienen como eje el culto al cuerpo, es válido preguntarse si pueden actuar como factores determinantes en la aparición de estas enfermedades en la población adolescente.

Cuando se está hablando de patologías como Bulimia y Anorexia, es importante tener presente a los medios como consumos culturales y recordar que éstos son elementos centrales en la construcción de las identidades. La televisión, la radio y las revistas tienden a nivelar los gustos y las valoraciones estéticas, por ello es que funcionan como elementos socializadores: en su consumo, los sujetos constituyen un colectivo de pertenencia, reconocimiento y diferenciación que comparte valores semejantes ligados a características identitarias similares.

Si los medios de comunicación y la publicidad, transmiten mensajes que reproducen determinados modelos de estética que tienen como eje el culto al cuerpo, se

hace necesario determinar si en la apropiación de dichos mensajes, los adolescentes se identifican o no con esos modelos y, en todo caso, si esa identificación puede o no contribuir a la aparición de trastornos en la conducta alimentaria.

Teniendo en cuenta lo expresado, aquello que se presenta como problema es el desconocimiento que existe, en materia de investigación, en torno a los consumos culturales como elementos coadyuvantes en la aparición de trastornos graves en la alimentación de los adolescentes, como son la Bulimia y la Anorexia. El presente trabajo tiene como fin indagar en estos consumos, especialmente en la publicidad, para determinar si pueden o no actuar como posibles factores desencadenantes de estas patologías .

La relevancia del objetivo reside pues, en el estrepitoso incremento de la Bulimia y la Anorexia en nuestro país, en el riesgo vital que implican estas afecciones y el descenso progresivo en la edad de afectación.

En el marco de esta problemática, los medios de comunicación y la publicidad juegan un papel fundamental como reproductores de un modelo cultural que promueve la delgadez como parámetro de éxito y aceptación social.

## **6. INTERROGANTES QUE GUIAN LA INVESTIGACION**

¿Cuáles son las características del ideal de belleza que el modelo cultural sustenta? ¿Cuáles son los valores que promueve?

¿Qué características tienen los modelos corporales que la publicidad y los medios prescriben y difunden? ¿Qué relación guardan con los ideales estéticos predominantes en el entramado cultural? ¿Los medios y la publicidad, construyen estereotipos de belleza? y, de ser así ¿Pueden, los consumos culturales, ser factores determinantes en la aparición de patologías en la alimentación? ¿Son sus discursos responsables, en alguna medida, del desencadenamiento de trastornos alimentarios? ¿Se tienen en cuenta estos consumos en el tratamiento de los trastornos? ¿Puede establecerse una unidad de medida que permita determinar si los mensajes mediáticos empujan a la audiencia a desarrollar enfermedades como la Bulimia y la Anorexia?

El presente estudio exploratorio intentará dar respuesta a estos interrogantes y definir y describir las características de los modelos de belleza que la cultura imperante promueve.

## **7. HIPOTESIS**

En nuestra sociedad, los medios masivos de comunicación y la publicidad construyen y difunden ciertos estereotipos de belleza que prescriben cuerpos ideales y deseables. En este mecanismo de imposición de sentido, ambos discursos desempeñan un rol importante ya que refuerzan los estereotipos y modelos predominantes en la trama cultural que sustentan el moderno culto al cuerpo.

## **8. METODOLOGIA**

El presente es un estudio exploratorio que tiene por fin profundizar la hipótesis e indagar y describir las cuestiones que en ella se plantean. Se buscará determinar en qué medida los nuevos parámetros estéticos promovidos por el modelo cultural pueden actuar como factores determinantes en la aparición de trastornos alimentarios en la población femenina adolescente y, en este sentido, qué responsabilidad le cabe a los medios de comunicación y a la publicidad como discursos que refuerzan este modelo estético imperante.

Para ello se llevará adelante un análisis comparativo entre Argentina y España que tendrá como fin conocer los alcances de dicho modelo estético y establecer si estos países consideran o no a los medios de comunicación como posibles factores desencadenantes de la Bulimia y la Anorexia. Se tratará de dar respuesta a este último interrogante haciendo especial hincapié en la legislación existente en torno a los trastornos en la alimentación.

También se tendrán en cuenta todas aquellas investigaciones de carácter nacional e internacional cuyas temáticas apunten en la misma dirección en la que apunta el tema del presente trabajo. Es decir, se considerará la bibliografía que trate la cuestión de la Bulimia y la Anorexia desde un enfoque cultural teniendo en cuenta el papel que desempeñan los medios y la publicidad en el desarrollo de estas enfermedades.

Se eligió España como parámetro de comparación principalmente por varios motivos: en primer lugar es uno de los países con menores índices de Bulimia y Anorexia en el mundo. En segundo lugar, el hecho de que este país tenga como lengua madre al castellano facilita enormemente el análisis de la información recavada. Desde este trabajo se sostiene que no sólo el idioma nos acerca a esta nación sino ciertas similitudes en la idiosincracia y la cultura.

Por último, el Estado español viene manifestando en los últimos tiempos un especial interés por la correcta alimentación de la población y en este sentido ha puesto el foco en los trastornos alimentarios que afectan, en su gran mayoría, a las adolescentes mujeres. Esta preocupación se ha traducido en estrictas medidas de carácter jurídico que han tenido como objetivo principal la prevención de dichas patologías. Entre otras medidas se encuentran ciertos programas y campañas gubernamentales que apuntan a la educación de la población adolescente en materia de alimentación. Todas ellas serán

evaluadas en el presente trabajo como así también todas aquellas que encuentren su origen en el ámbito nacional. Esto con la finalidad de conocer cómo son abordadas las patologías alimentarias, qué importancia se les da desde el Estado, qué se hace en materia de prevención y, como ya dijimos antes, si se considera o no al discurso mediático como posible factor influyente en el desarrollo de estas patologías.

## **8.1. Técnicas de recolección de datos**

Este trabajo requerirá una metodología que consiste en la búsqueda y análisis de bibliografía teórica que se centre fundamentalmente en las siguientes temáticas:

### **8.1.1. Cuerpo**

- Se considerarán aquellos trabajos de investigación que tengan por fin el análisis de los diferentes modelos alimentarios que tuvieron lugar en las diferentes épocas y la valoración que cada período histórico le haya adjudicado al cuerpo.
- Se evaluará la bibliografía existente en torno al análisis del modelo cultural imperante y el ideal corporal que éste promueve.
- En relación con el punto anterior, se tendrán en cuenta aquellos trabajos de investigación que apunten a los modos de representación de la corporalidad que la cultura construye como así también los modos de representación de la figura femenina.
- Se analizarán los trabajos que apunten al desarrollo del concepto de cuerpo como constructo social significativo.
- Se tendrán en cuenta los trabajos que analicen la posible influencia de los medios de comunicación masiva y la publicidad en el desarrollo de patologías alimentarias.

### **8.1.2. Bulimia y Anorexia**

- Se recavará y analizará todo el material que sea posible en torno a los trastornos alimentarios siempre que sean abordados desde el discurso médico. En este sentido se buscará dar una visión acabada en torno a estas enfermedades

teniendo e cuenta elementos tales como las características de los pacientes afectados, la sintomatología, el tratamiento y la prevención.

- En relación con el punto anterior, se buscará bibliografía que aborde el tema de la adolescencia y describa las particularidades y las problemáticas de esta etapa de la vida. Esta cuestión también se tratará a partir del discurso médico.

### **8.1.3. Legislación**

- Se buscará y analizará toda la bibliografía necesaria que tenga en cuenta leyes, normas, reglamentaciones, programas y campañas gubernamentales tanto argentinas como españolas, que apunten a la prevención de los trastornos alimentarios.

### **8.1.4. Recepción**

- Se buscará material bibliográfico que analice las distintas corrientes teóricas que tuvieron lugar en el ámbito de la comunicación con el fin de indagar en los procesos que se ponen en funcionamiento en el ámbito de la recepción de los mensajes mediáticos.

Por otro lado, se recurrirá a las entrevistas como mecanismo de recolección de datos. Se realizarán entrevistas personales y un *focus group* que tendrán como fin recolectar información cualitativa valiosa que servirá como complemento de la obtenida del análisis de la bibliografía.

### **8.1.5. Entrevistas personales**

Las entrevistas personales serán divididas en tres grupos:

1. Se entrevistará a diferentes especialistas médicos pertenecientes a los siguientes ámbitos: psicología, nutrición, estética. Los datos que de allí se obtengan servirán para conocer sus opiniones en torno al ideal corporal que promueve el

modelo cultural como así también los factores que posibilitan la aparición de patologías alimentarias en las mujeres jóvenes.

2. Por otro lado, se entrevistará a profesionales que se desempeñen laboralmente tanto en el ámbito mediático como en el publicitario. Con estas entrevistas se buscará indagar en las formas en las que estos discursos representan al adolescente teniendo en cuenta los nuevos parámetros estéticos que se promueven desde la esfera sociocultural.
3. El tercer grupo de entrevistas estará dirigido a mujeres jóvenes entre 18 y 25 años con un nivel socioeconómico medio alto, y se buscará conocer los mecanismos de apropiación que las adolescentes ponen en práctica en los consumos culturales. Estas entrevistas servirán también para saber cómo construyen las adolescentes su imagen corporal y si toman algún referente para operar dicha construcción.

#### **8.1.6. Focus group**

Esta técnica busca complementar y enriquecer los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a las adolescentes.

El grupo se conformará por tres de las chicas entrevistadas y pondrá especial atención a las cuestiones vinculadas al cuerpo y a la alimentación.

## **9. DESARROLLO**

### **9.1. Cuerpo**

#### **9.1.1 La representación del cuerpo en la historia y la cultura**

Este capítulo tiene como fin conocer los modelos estéticos y alimentarios que tuvieron las distintas sociedades occidentales a lo largo de la historia. En él se repasarán las diversas significaciones que se le dieron al cuerpo en los períodos que van del siglo XIV a la actualidad.

Cuando se trata de comprender las formas de entender el mundo que tienen las distintas culturas, el análisis de las concepciones en torno a la apariencia corporal puede ser un buen comienzo para acercarse a estos universos significativos tan diversos.

Si nos trasladamos a la Europa del siglo XVIII, por ejemplo, encontramos que en las ciudades más importantes las jerarquías sociales se definían en base a la vestimenta. Una persona pertenecía o no a determinada clase social de acuerdo a la ropa que llevara puesta. De modo que en esta época histórica, lo que alguien era se vinculaba con la forma en la que la persona vestía al cuerpo.

Para el siglo XIX ya el panorama había cambiado; en esta etapa la apariencia física se vinculaba con los secretos más íntimos de la persona. Se pensaba que éstos podían develarse en los detalles más sutiles que la persona aparentara no sólo en su vestimenta sino también en su cuerpo. Estas marcas superficiales indicaban jerarquías sociales y morales. Un cuerpo bien cuidado y correctamente vestido merecía la más alta estima social y moral.

Sin embargo, no sólo las consideraciones en torno a la apariencia nos hablan de una cultura, también lo hacen los hábitos alimentarios de las mismas. En cualquier cultura la comida no cumple únicamente con la función de saciar el hambre sino que su concepto está revestido por significaciones más profundas que responden al orden de lo social. Es más, de la valoración que una cultura haga del acto de comer se desprenderá un modelo alimentario determinado que estará íntimamente relacionado con el modelo de estética que dicha sociedad promueva. Esta es una relación que se mantuvo en todas las épocas históricas pero que, sin embargo, ha ido mutando con el paso del tiempo.

Un ejemplo de ello, se encuentra en Europa entre los siglos XIV y XVI. Durante ese período, la nobleza se había encargado de establecer un riguroso reglamento en torno al modo de alimentación que tenía como función delimitar la pertenencia a las clases sociales más altas. En esta época, comer en abundancia era signo de pertenencia a ciertas clases privilegiadas. “Por entonces el exceso alimentario no sólo era señal de riqueza y bienestar, sino que comportaba un ideal estético donde la gordura era positivamente apreciada”.<sup>34</sup>

Los últimos años del siglo XVI son testigos del nacimiento de una nueva forma de concebir el cuerpo y de comportarse en sociedad. Estos nuevos conceptos están íntimamente relacionados con el surgimiento de un nuevo significado en torno al concepto de civilización, que tuvo su punto de partida en la obra de Erasmo de Rotterdam *De civilitate forum puerilium*. El nuevo sentido que Erasmo otorga a este concepto tiene que ver con las características propias de la época. Puede decirse que este libro fue el emergente de una determinada condición social y “la gran importancia que tiene esta obra reside en que no es un fenómeno aislado o un trabajo individual, sino que constituye un síntoma de una transformación y una materialización de unos procesos sociales”.<sup>35</sup> A lo que apunta esta obra es a las conductas de las personas en sociedad y, especialmente, al “decoro externo del cuerpo” (Elías). Tiene que ver con el disciplinamiento de los sujetos con el fin de que tengan conductas civilizadas frente a los demás.

Erasmo da consejos sobre cómo comportarse en sociedad, por ello es que también le da importancia a la ceremonia de la comida y explica cómo hay que sentarse a la mesa, cómo tomar los cubiertos, cómo servirse la comida e incluso aconseja lavarse las manos antes de comer. Para este autor, comer y beber en abundancia es signo de una falta de dominio sobre la propia persona.

Al respecto de esta obra, Elías dice lo siguiente: “La actitud corporal, los ademanes, la vestimenta, la expresión del gesto, todo ello es el comportamiento “externo” del que habla el escrito, expresión de la interioridad o de la totalidad del ser humano. Erasmo así lo cree y, de vez en cuando lo dice expresamente: *Aunque el comportamiento externo procede de un ánimo bien compuesto, suele suceder que, a*

---

<sup>34</sup>Valiente, Enrique, *op. cit.*, pág. 9.

<sup>35</sup>Elías, Norbert, *El proceso de la civilización*, México, F.C.E., 1994, pág. 100.

*causa de la falta de instrucción, lamentemos la ausencia completa de esta gracia en hombres honrados y cultos*”<sup>36</sup>.

Esta obra es una clara expresión del inicio de un proceso civilizatorio que tiene por eje central el disciplinamiento de los cuerpos. A lo largo de este proceso el sujeto hace carne una serie de reglamentaciones que van regulando su comportamiento individual para que llegue a cumplir su función social. “El individuo se ve obligado a organizar su comportamiento de modo cada vez más diferenciado, más regular y más estable. Y se ha señalado que no se trata solamente de una regulación consciente. Precisamente lo característico de esta transformación del aparato psíquico en el proceso civilizatorio es que desde pequeños se va inculcando a los individuos esa regulación cada vez más diferenciada y estable del comportamiento, como si fuera algo automático, como si fuera una autoacción de la que no pueden liberarse aunque lo quieran conscientemente”<sup>37</sup>.

Como ya mencioné antes, estas transformaciones comenzaron a finales del siglo XVI y siguieron su curso durante el siglo XVII y comienzos del siglo XVIII. En el transcurso de este período histórico se fue afianzando la noción de cuerpos regulables y controlables. Conceptos que confluyeron en la idea de que el dominio de las pasiones corporales y el autocontrol hacían del sujeto una persona ética y moral y útil para distintos fines sociales. Esta política de control sobre los cuerpos es a la que Foucault denomina “tecnología política del cuerpo”.<sup>38</sup> Los mecanismos a través de los cuales opera esta tecnología no son visibles ni tangibles puesto que se trata, según dice el autor, de una “microfísica del poder que los aparatos y las instituciones ponen en juego, pero cuyo campo de validez se sitúa en cierto modo entre esos grandes funcionamientos y los propios cuerpos con su materialidad y sus fuerzas”<sup>39</sup>. Este poder sobre el cuerpo responde, necesariamente, a un saber sobre el mismo. Ambos se implican directamente.

Estos mecanismos de poder que operan a un nivel macro hacen del cuerpo una materia dócil y maleable. “A estos métodos que permiten el control minucioso de las operaciones del cuerpo, que garantizan la sujeción constante de sus fuerzas y les imponen una relación de docilidad-utilidad, es a lo que se puede llamar las disciplinas (...) las disciplinas han llegado a ser en el transcurso de los siglos XVII y XVIII unas

---

<sup>36</sup> *Ibidem*, pág. 101.

<sup>37</sup> *Ibidem*, págs. 451 y 452.

<sup>38</sup> Foucault, Michel, *Vigilar y castigar*, México, Siglo XXI Editores, 1987, pág.33.

<sup>39</sup> *Ibidem*, pág. 33.

fórmulas generales de dominación”, afirma Foucault, y continúa diciendo “El cuerpo humano entra en un mecanismo de poder que lo explora, lo desarticula y lo recompone. Una ‘anatomía política’ que es igualmente una ‘mecánica del poder’”<sup>40</sup>.

Ya para fines del siglo XVIII el panorama era diferente y tanto el modelo estético como el alimentario habían cambiado. Para esta época el prestigio social ya no se asociaba a la abundancia y a los excesos alimentarios de los siglos anteriores sino a comer poco y con moderación. Por este mismo motivo, las valoraciones estéticas de este período histórico comienzan a acercarse al modelo de la delgadez.

Entrado el siglo XIX ya era claro el concepto de que un comportamiento regulado y el autocontrol sobre el cuerpo eran signos de ética y moralidad. Para ese entonces, una correcta apariencia física traía aparejado el éxito personal y social. Estas nuevas pautas estéticas de la época influyeron, sobre todo, en las mujeres, a quienes más se les exigió que moldearan sus figuras puesto que para ellas el aspecto exterior oficiaba como carta de admisión en la sociedad.

Para la sociedad de consumo, que hace su arribo en el siglo XX, “el cuerpo se va convirtiendo paulatinamente en el lugar de la identidad personal. La apariencia depende más que nunca del propio cuerpo y por lo tanto hay que estimularlo y mantenerlo. La preocupación por el aspecto asume las características de imperativo social y la dedicación y el esmero por trabajar y modelar la propia exterioridad, se constituye en la magnitud de la virtud individual”<sup>41</sup>. Lo característico de esta época es que hoy, como nunca, la apariencia física es algo transformable.

### **9.1.2. La estética femenina y su representación**

En los inicios de este siglo el modelo de estética que exige la delgadez ya se encuentra afianzado, y en torno a él crecen y se desarrollan velozmente un conjunto de técnicas como los gimnasios, las dietas, los productos de cosmética, etc., que se focalizan en lograr figuras femeninas esbeltas y delgadas. Estas herramientas exigen a la mujer espacialmente, el disciplinamiento y el autocontrol de su cuerpo.

---

<sup>40</sup> *Ibidem*, pág.141.

<sup>41</sup> Valiente, Enrique, *op. cit.*, pág. 12.

Por otro lado, durante este período se consolidan la prensa femenina y la publicidad que permiten la circulación masiva de imágenes ideales de belleza femenina. Estos discursos sociales promueven el uso de productos cosméticos para las mujeres a la vez que facilitan el desarrollo de una enorme industria en torno a la belleza femenina. “El desarrollo de la cultura industrial y mediática ha permitido el advenimiento de una nueva fase de la historia del bello sexo, su fase comercial y democrática.”<sup>42</sup>

Este conjunto de elementos conforman un tipo de sociedad que le exige a la mujer el dominio de sí misma como modo de alcanzar su satisfacción personal. Hoy la mujer trabaja su propia corporalidad no sólo con el fin de complacer al otro sino con la intención de autocomplacerse. Esta exigencia es emergente del imaginario social que asocia a la belleza física con el éxito personal y social.

El modelo de belleza actual que reclama la delgadez de la mujer, se reproduce en forma masiva a través de los medios de comunicación y la publicidad. Estos transmiten mensajes cuyo contenido puede provocar un sentimiento de frustración en el espectador puesto que promueven un ideal corporal inalcanzable por el común de las personas.

Es así como estas nuevas pautas de consumo de fines del siglo XX y principios del siglo XXI han sido el escenario para el desarrollo e incremento de la incidencia de los trastornos alimentarios. Esto ocurre porque en las sociedades de consumo, el mercado le exige más a las mujeres que a los hombres que tengan cuerpos perfectos, por este motivo ellas son más proclives a desarrollar enfermedades como la Bulimia y la Anorexia. Y las más receptivas a este tipo de mensajes son las adolescentes, quienes corren más riesgo por ser más vulnerables.

En relación con esto, el filósofo francés Gilles Lipovetsky, una analista de la situación de la mujer moderna de los 90’, afirma que en la actualidad se ha producido el advenimiento histórico de la mujer - sujeto, a la que denomina *La Tercera Mujer*.

La *tercera mujer*, es el resultado de la combinación entre la primera (ser inferior) y la segunda mujer (esposa y madre), es decir, hoy persiste un modelo femenino que si bien ha alcanzado importantes conquistas en lo laboral y lo profesional, no deja de desempeñarse como núcleo central de las relaciones familiares. Aún hoy cumple con roles tradicionales como ser madre, esposa, formadora y educadora de los hijos.

---

<sup>42</sup> Lipovetsky, Gilles, *op. cit.*, pág. 119.

También, la que va al frente en la batalla de la seducción, la que dispone de todas las armas para la conquista.

Lipovetsky es uno de los analistas más críticos de la sociedad moderna y dentro de ella, se ocupa de estudiar el modelo estético imperante y su influencia sobre el mundo femenino. Al respecto ha dicho que hay menos obligaciones en cuanto a la vestimenta pero sí una gran exigencia de delgadez. Y esta búsqueda de la delgadez, no tiene que ver con una moda, por lo tanto, no va a cambiar. Es más bien una manifestación del individualismo que obliga a ejercer una gran soberanía sobre el cuerpo. La norma de la mujer delgada se impone como modelo de estética. La delgadez obliga a controlar cada vez más el peso, a no comer demasiado y de esta manera la persona se vuelve el gobernador de su propio cuerpo.

Las palabras del autor confirman la idea de que la delgadez y el cultivo del cuerpo han devenido en imposición en la época actual, y esta obligación recae muy especialmente sobre la mujer que es quien debe aprender a controlar su cuerpo. Para ella el éxito se asocia a la posesión de determinada apariencia física. Este control de sí mismo es una definición del individuo.

### **9.1.3. El cuerpo como construcción histórico – social**

Como ya se mencionó antes, el cuerpo es un espacio atravesado por significaciones que tienen que ver con el imaginario propio de cada sociedad. Por ello, los valores y el sentido que se le adjudiquen a la figura del cuerpo estarán mediados por las pautas culturales de cada época histórica. Cada sociedad propone normas para la construcción de los cuerpos. Cada cultura en particular, propone modelos corporales y una pedagogía propia para adquirirlos. Los individuos moldean su cuerpo para lograr un cuerpo social.

En todas las culturas, el cuerpo es un espacio dotado de significación, pero es en la época posmoderna cuando se irá consolidando la noción de que uno *es* en virtud de su cuerpo. El cuerpo es el depositario de la identidad personal. La apariencia se transforma así en la medida de valor del individuo en su totalidad.

De modo que lo que diferencia a la posmodernidad de otras épocas es el hecho de que la apariencia puede cambiarse y esto despierta en el individuo no sólo la necesidad del cambio sino el deseo de hacerlo.

Esta vinculación de la persona con el cuerpo es propia de sociedades de corte individualista, en las cuales el cuerpo es un elemento aislable del sujeto. Lo opuesto ocurre en las sociedades de corte organicista, en las cuales el hombre es parte de un todo, ya sea de la sociedad, el cosmos, la naturaleza, el grupo, siendo estos más importantes que la parte, es decir, el individuo.

La idea del cuerpo como constructo social significativo puede abordarse desde la óptica de varios autores y distintas corrientes de pensamiento que tuvieron lugar a lo largo de la historia. Todas ellas aportaron nuevas y diferentes cosmovisiones en torno a la figura corporal. Aquí voy a repasar sólo algunas que encontraron lugar en el ámbito del conocimiento, y que resultan de gran valor para el enriquecimiento del análisis.

#### **9.1.4. El cuerpo en el carnaval medieval**

En *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Mijail Bajtin, plantea los problemas de la cultura cómica popular de la Edad Media y el Renacimiento, y define sus rasgos originales.

Su investigación apunta a la cultura específica de la plaza pública y también al humor popular en toda la riqueza de sus manifestaciones. El autor se interesó por la cultura carnavalesca porque en esta fiesta la vida se transformaba en juego, y allí no se distinguían actores de espectadores. Todos son actores porque el carnaval estaba hecho para todo el pueblo. El carnaval era de carácter universal y en él el individuo experimentaba su renacimiento y su renovación.

Bajtin reúne a todas las expresiones de la cultura cómica popular y su concepción particular de la vida y les da el nombre de *Realismo Grotesco*. En el Realismo Grotesco, el cuerpo y la vida corporal adquieren un carácter cósmico y universal. El cuerpo no pertenece al individuo aislado sino que es del pueblo. Es un cuerpo popular y colectivo.

El rasgo principal del Realismo Grotesco es la degradación, en palabras de Bajtín esto “implica la transferencia al plano material y corporal de lo elevado, espiritual, ideal

y abstracto”<sup>43</sup>. La parodia y la risa, principalmente, son las que degradan y materializan. En el aspecto cósmico lo alto es el cielo y lo bajo, la tierra. En el plano corporal, lo alto viene representado por la cabeza y lo bajo por los órganos genitales, vientre y trasero. De esta manera, la degradación para el Realismo Grotesco es ambivalente pues no tiene únicamente un valor negativo sino también uno positivo y regenerador.

### **9.1.5. El individualismo y la representación de la corporalidad**

Con la llegada de la literatura Renacentista ocurre lo que Bajtin llama “el drama original del principio material y corporal”<sup>44</sup>: el cuerpo es separado de la tierra engendradora y apartado del cuerpo universal del que formaba parte en la cultura popular. El cuerpo comienza a desligarse del pueblo, es decir, deja de ser un cuerpo popular, para empezar a figurarse como el lugar del individuo. El cuerpo comienza a adquirir un carácter privado y personal. Lo inferior sólo conserva su valor negativo y pierde su aspecto positivo. La figura del cuerpo queda reducida, de esta manera, a la posesión egoísta.

Con el Renacimiento la visión sobre el cuerpo y su vivencia experimentan un cambio: éste ya no es un espacio donde se materializa el pueblo y el universo sino que deviene en la morada del individuo.

Durante ese período histórico se producen sobre el cuerpo fuertes disciplinamientos, se prescriben las conductas correctas del cuerpo y se indica cómo debe comportarse. Estas predisposiciones y disciplinamientos hacen del cuerpo una cosa manipulable sobre el que se desplegará la política moderna del cuerpo.

Las nuevas pautas que impone este período traen aparejada la idea de una escisión múltiple, escisión que se produce tanto en el mismo hombre, como entre un hombre y otro, y entre el hombre como individuo y la comunidad. Sobre esta escisión se va a construir el concepto moderno de cuerpo. La Modernidad es una etapa histórica que tiene a la ciencia como el modelo hegemónico de conocer y de representar el mundo que investiga, y que encuentra en la técnica no sólo una prótesis que viene a subsanar las falencias del hombre sino que incluso intenta reemplazar al mismo hombre. En esta

---

<sup>43</sup> Bajtín, M., “Introducción. Planteamiento del problema”, en *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*, Madrid, Alianza, 1987, pág.24.

<sup>44</sup> *Ibidem*, pág 27.

época se impone la lógica instrumental que tiene como principio la búsqueda de la utilidad.

Un analista de la Epoca Moderna fue David Le Breton, quien en su obra *Antropología del cuerpo y modernidad*, se ocupó de analizar al individualismo como fuerza hegemónica en el siglo XIX y describió los cambios que esto produjo en la vida humana. Como una de las consecuencias más importantes de la individuación, el autor señala la separación que tiene lugar entre el hombre y su cuerpo y entre el hombre y su comunidad.

Para el autor, “Las representaciones del cuerpo y los saberes acerca del cuerpo son tributarios de un estado social, de una visión del mundo y, dentro de esta última, de una definición de la persona. El cuerpo es una construcción simbólica, no una realidad en sí mismo”, y continúa diciendo: “La concepción que se admite con mayor frecuencia en las sociedades occidentales (...) está basada en una concepción particular de la persona, la misma que le permite decir al sujeto “mi cuerpo”, utilizando como modelo el de la posesión”<sup>45</sup>. En estas sociedades el surgimiento y desarrollo del individualismo dio como resultado que la persona se defina en base a la posesión de un cuerpo. Según esta representación occidental, el cuerpo es la morada del sujeto. Esta idea justifica el hecho de que sobre él se ejerza una voluntad de dominio.

El individualismo moderno ha provocado un fuerte repliegue sobre el ego que trajo como consecuencia la atomización de los sujetos. Ante este panorama, la cultura pierde su función integradora y frente a ello el hombre se encuentra solo y se repliega sobre sí mismo. El tejido social que es el que hasta ahora le había brindado al hombre la capacidad de vivenciar experiencias totalizadoras y unificantes se ve prácticamente desmembrado y con él la idea de que el hombre es parte de algo en donde todo tiene que ver con todo. La ruptura de los lazos de solidaridad separa a la persona de la colectividad.

Con el arribo del individualismo se desvanecen las sociedades de composición holística, comunitaria, en las que el cuerpo no es un objeto de separación sino que se confunde con el cosmos, la naturaleza y la comunidad. Este proceso tiene lugar también a nivel corporal, el cultivo del cuerpo se convierte en un paliativo del dolor del alma. Cada hombre construye una representación individual de su corporalidad.

---

<sup>45</sup> Le Breton, David, “Lo inaprensible del cuerpo”, en *Antropología del cuerpo y modernidad*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 2002, págs. 13 y 14.

Según Le Breton, este cambio de mentalidad que hace nacer al individuo tiene que ver con la conformación de un saber anatómico que tuvo lugar en Europa a comienzos del siglo XV y que operó una distinción entre el cuerpo y la persona humana. Esta distinción se tradujo en una transformación ontológica que dio nacimiento al concepto de cuerpo occidental.

Antes de ello el hombre *es* un cuerpo, no lo *posee*. El cuerpo humano es intocable, porque el hombre, fragmento de la comunidad y el universo, también lo es. Es a partir de Vesalio que se empieza a pensar al cuerpo como fábrica y a considerar al hombre como separado de él. El cuerpo adquiere el carácter de objeto de estudio y se lo representa como cosa. Tiene lugar el surgimiento de un saber anatómico que implica poder sobre el cuerpo: este es objeto de una ciencia que al conocerlo lo dominará. Vesalio posibilita el pensamiento moderno del cuerpo.

#### **9.1.6. El cuerpo disciplinado**

Michel Foucault es uno de los autores contemporáneos que trabaja la idea del cuerpo como espacio donde se ejercen el poder y la disciplina. Sobre el cuerpo se inscribe la historia, el es el testimonio vivo de las concepciones de una época. Al respecto el autor dice lo siguiente: “La disciplina no puede identificarse ni con una institución ni con un aparato. Es un tipo de poder, una modalidad para ejercerlo, implicando todo un conjunto de instrumentos, de técnicas, de procedimientos, de niveles de aplicación, de metas; es una ‘física’ o una ‘anatomía’ de poder, una tecnología”<sup>46</sup>

Desde la infancia se estampa sobre el cuerpo un plan social que adiestra nuestros sentidos y nos dice cómo oler, cómo escuchar, cómo tocar. Los modos de circular están regulados, también sus gestualidades, sus virtualidades y sus movimientos. No es que esté completamente regulado sino que está a disposición de sistemas de vigilancia social. De esta forma, Foucault propone considerar al poder desde la perspectiva de los “micropoderes”. Esta microfísica del poder se articula con el saber sobre el cuerpo y actúa sobre éste como regulador del comportamiento.

La constitución de esos saberes prácticos es resultado de un largo proceso en las acciones sobre los cuerpos sometidos, por eso no se trata de saberes jerarquizados en el

---

<sup>46</sup> Foucault, Michel, *op. cit.*, pág. 218.

nivel de las ciencias sino de conocimientos de menor envergadura, cristalizados en una meta práctica de dominio que busca entrenar a los cuerpos en las reglas de la vida cotidiana.

El cuerpo hace carne un conjunto de reglas y normativas que lo convierten en discípulo del orden dominante. De esta manera, la carne deviene en un instrumento de poder.

### **9.1.7. El *habitus* corporal como posibilidad de sentido**

Si bien se puede pensar al cuerpo como espacio donde se hacen carne determinadas significaciones sociales, puede a su vez concebirse como un elemento generador de sentido. Un concepto que puede ubicarse entre medio de estas dos formas de pensar al cuerpo es el de *habitus*, de Pierre Bourdieu

En *El sentido práctico*, encontramos desarrollado el concepto de *habitus*, que resume toda la teoría de la práctica de Bourdieu. Para este autor las prácticas no son producto de un proyecto libre (crítica que le hace a Sastre) sino que están mediadas por disposiciones duraderas que orientan la acción. Es decir, estas disposiciones funcionan como antecedentes de la acción del sujeto y lo condicionan a actuar de una manera u otra. De modo que son los elementos que le otorgan cierta regularidad a las prácticas de los individuos.

Para el autor, nuestras decisiones dependen de las disposiciones que son todas nuestras elecciones anteriores y las condiciones que posibilitaron estas elecciones. El principio de las prácticas debe buscarse en la relación entre unas constricciones externas que dejan un margen para la elección y unas disposiciones que son producto de esas constricciones.

Esos condicionamientos de la existencia producen *habitus* que son: “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda conciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente ‘reguladas’ y ‘regulables’ sin ser

el producto de la obediencia a reglas, y, a la vez que todo esto, colectivamente orquestadas sin ser producto de la acción organizadora de un director de orquesta”.<sup>47</sup>

De modo que las disposiciones son las condiciones para realizar una práctica y se adquieren a partir de las condiciones sociales de existencia, es decir, tienen su origen en la realidad objetiva. Esto implica que se forman socialmente pero en tanto que son condiciones de las prácticas individuales de los agentes. Por lo tanto, el *habitus* regula el carácter social de las prácticas individuales y las condiciones sociales. Por ello es que se lo puede definir como intermediario entre la esfera individual y la esfera social.

Es importante destacar el papel que desempeña el cuerpo en todo esto, puesto que en él están incorporadas dichas disposiciones. De modo que no es el pensar el que determina las prácticas sino las disposiciones que están encarnadas en el cuerpo. El sentido se revela en las prácticas puesto que éste está encarnado en el cuerpo. El *habitus* es sentido incorporado, pero no hay una intencionalidad corporal. Es decir, hay sentido pero no es intencional. Al respecto, Bourdieu dice lo siguiente: “El cuerpo cree en lo que juega (...) No representa lo que juega, no memoriza el pasado, actúa el pasado (...) El saber se incorpora”. Es por ello que “el *modus operandi* que define el dominio práctico se transmitirá en la práctica, en estado práctico, sin acceder al nivel del discurso”<sup>48</sup>. Los principios van de la práctica a la práctica sin pasar por el discurso o la conciencia (representación). En la práctica el sentido es indeterminado y no puede funcionar sino es dentro de una situación.

Los valores se hacen cuerpo mediante la persuasión de una pedagogía implícita capaz de inscribir en los más mínimos detalles los principios fundamentales del arbitrario cultural. El cuerpo es el orden político y social incorporado, convertido en disposición permanente, manera de sentir y de pensar. El orden social se impone en las disposiciones corporales de los agentes a través de la regulación del uso del tiempo.

La teoría de Bourdieu hace dos valiosos aportes al conocimiento: uno es el de la idea de la práctica como un espacio con lógica propia, que implica dejar de observarla como un espacio determinado por una lógica discursiva unívoca y comenzar a estudiarla a partir de sus propias reglas independientemente de un nivel conceptual. La práctica es el lugar donde el sentido surge y cobra vida a través de la acción. Este accionar no está determinado con anterioridad, es decir, *a priori*, sino que es indeterminado pero guarda

---

<sup>47</sup> Bourdieu, Pierre, *El sentido práctico*, Madrid, Taurus Humanidades, 1994, pág. 92.

<sup>48</sup> *Ibidem*, págs. 124 y 125.

cierta regularidad a partir de la puesta en funcionamiento de las disposiciones. En este sentido, el agente experimenta una suerte de libertad condicionada.

El otro concepto valioso que aporta la teoría de Bourdieu y que está relacionado directamente con el anterior es el del cuerpo como el espacio donde se encarnan las disposiciones. El cuerpo aquí desempeña un papel importantísimo puesto que es la materialidad del sentido. Es decir, en el cuerpo se encarna el sentido. El *habitus* y las disposiciones que son los motores de la significación se reproducen a través de la corporalidad. Sin cuerpo no hay posibilidad de sentido.

Hablar de sentido, implica reconocer que hay un saber del cuerpo. El *habitus* es un saber del cuerpo, es la encarnación de condiciones de existencia preexistentes. El hábito constituye nuestro modo inconsciente de movernos en el mundo. Nos movemos entre otros y entre las cosas. El modo de usar las cosas, el modo de sentir, de mirar, de escuchar, el modo de relacionarnos con los otros, constituye el hábito. En el hábito conviven el presente, el pasado y el futuro. El hábito no tiene que ver con la memoria porque no es algo que nosotros podamos traer intencionalmente a nuestra mente: aparece sin ser convocado. Esta aparición se hace en el cuerpo y no en la mente, porque el hábito es el cuerpo.

Lo que estos párrafos están planteando es un modo de relacionarse con las cosas y con los otros. Este modo de relacionarse con el mundo está mediado por significados que si bien no están determinados, son previsibles. Es un sentido que obramos sin conocerlo: esto es el *habitus*.

Sin embargo, hay otro modo de relacionarse con el mundo, que puede denominarse instituyente, que no es cerrado sino que se abre en una experiencia originaria, cuando nuestro cuerpo incorpora un nuevo gesto, o cuando hace surgir un nuevo sentido que irrumpe y rompe con lo previsible. El presente inaugura un nuevo sentido que convive con un sentido pasado y ambos se proyectan en el futuro. Este es el planteo que desarrolla la Fenomenología.

### **9.1.8. El cuerpo como institución originaria de sentido**

En la obra intitulada *Fenomenología de la percepción*, Merleau Ponty nos hace saber que el surgimiento de nuevas significaciones se da en el acto perceptivo que es

actual y siempre presente. Para el autor, la percepción es el lugar donde se da la institución originaria de sentido. El acto perceptual instituye sentido en un presente que reasume el pasado.

Cuando se analiza la percepción, desde la óptica de este autor, el sujeto percibe a través de una estructura de horizonte que funciona tanto a nivel temporal como espacial. En ambos casos funciona de la siguiente manera: hay un momento presente, un hoy y ahora, que retiene un pasado inmediato y tiende a un futuro inminente. En el momento de la percepción se entrelazan estos estados y tiene lugar el surgimiento del sentido. De modo que todo presente no es un puro presente pues está contenido por la retención de su pasado inmediato y por la pretensión al porvenir.

El centro de esta teoría está puesto en el cuerpo vivido, creador de sentido. Es en la percepción misma donde surge el sentido a través de la puesta en juego de la estructura de horizonte. Hay institución originaria de sentido en todo acto perceptual. El sujeto de la percepción no reproduce el mundo exterior sino que lo construye a partir de su mirada. Porque en él mismo, en su propia corporalidad, habita la historia, el pasado y el futuro del mundo real. El cuerpo es el único portador de esa historia, por lo tanto, es el sujeto quien dota de significación al momento presente.

Es vital dejar en claro entonces, que no hay un mundo exterior en sí, es decir independiente del sentido y tampoco un cuerpo como mero transmisor. Lo sensible se capta con los sentidos que no están separados, es el cuerpo como imbricación de los sentidos. Para Merleau Ponty, el cuerpo es la fuente de institución de sentido.

Por este motivo, resulta importante destacar la concepción que dicho autor tiene del cuerpo. Para él, el cuerpo es un todo indivisible donde sus partes no están separadas unas de otras sino envueltas entre sí. El cuerpo es un ente indivisible mediado por un *esquema corporal* en el que todos sus componentes están envueltos. Lo que expresa este esquema es que mi cuerpo *es en el mundo*. El mundo existe porque hay un cuerpo que lo habita. Este ser en el mundo implica que hay un mismo mundo que es vivido antes de ser concebido. Implica todo un sistema de significaciones que no tienen que ser explicitadas para poder ser utilizadas. No tengo necesidad de recordarlas para hacerlas jugar en el presente. De modo que cuando yo percibo, me encuentro con un mundo ya pensado y constituido con anterioridad. Esto es una suerte de sedimento que sirve como base de apoyo para la creación de lo nuevo. Mis experiencias anteriores se convierten en disponibilidades que actuarán ante situaciones nuevas (disponibilidad es el término que

emplea Merleau Ponty, Bourdieu, en cambio, utiliza el de disposiciones para explicar un *habitus*).

El sujeto responde a la urgencia de una práctica mediante la combinación de las disponibilidades y el sentido nuevo que surja en esa situación particular. Todo sujeto adquiere disponibilidades, pero ellas no prescriben al sujeto a actuar de una manera u otra. Ante una situación nueva utilizará sus disponibilidades para crear o inventar algo nuevo. Las disponibilidades son el suelo para producir o crear algo nuevo, pero lo nuevo no está allí sino en la forma en que doy respuesta a una situación. La disponibilidad no es la determinación de *habitus* bourdiano sino ese posible que le dará forma a lo real. El artífice de dicha creación de significación es el sujeto – cuerpo.

El sentido es siempre una encarnación, no es algo que pertenezca sólo al orden de la psique. Y el modo por el cual ese contenido puede existir en la corporalidad es a través de una disponibilidad, esto es, en palabras de Carlos Savransky de una “latencia, de algo posible pero sin embargo indeterminado”.<sup>49</sup> Es el cuerpo el sujeto del obrar que tiene la capacidad de crear. El cuerpo desempeña en la práctica su capacidad creadora. Por ello es que no debemos pensarlo como un simple medio. Es él el que hace surgir el sentido en la práctica, por ello el sentido no es determinado, es decir, no es fijo, sino que es determinable.

### **9.1.9. El cuerpo posmoderno**

En el siglo XX hace su arribo la noción de cuerpo posmoderno. Los años 90’, especialmente, hicieron de la ciencia y la técnica una herramienta para la conquista del cuerpo: hoy se habla del mapa genético, de clonación, de trasplante de órganos, de cirugías plásticas, etc. Se persigue con obsesión el ideal de un cuerpo bello, saludable y joven. Esta obsesión se articula con una gran industria que fomenta esta novedosa imagen social del cuerpo. Es que hoy es posible transformar al cuerpo como nunca. Volverlo otro, cosa imposible en otra época

El cuerpo de la posmodernidad representa a la persona, por ello el individuo debe velar por su cuidado. Se juzga a la persona a partir de su apariencia. En ello se justifica

---

<sup>49</sup> Savransky, Carlos, *Para una teoría de la práctica. Ensayo sobre la poética de la obra*, en apunte n°5 de la cátedra de Seminario de diseño gráfico, Facultad de Ciencias Sociales., carrera de Comunicación Social, Universidad de Buenos Aires, pág. 82.

el culto exacerbado que se hace de lo físico en nuestra sociedad. Las cirugías estéticas, la gimnasia y las dietas son prácticas cotidianas en la vida de las personas y tienen como objetivo moldear figuras ideales que puedan ser aceptadas en el orden social y ser intercambiadas en el orden del mercado.

De modo que hoy el sujeto experimenta con su corporalidad una relación que nada tiene que ver con el cuerpo como espacio de vivencia de lo colectivo del que nos hablaban Bajtín y Le Breton. De este proceso resulta un individuo encerrado en sí mismo y propietario de un cuerpo que experimenta de manera egoísta. No existe nada parecido a una experiencia integradora o común. La mayor preocupación de este individuo es captar la mirada del otro, gustarle y sentirse aceptado por él. Hoy es la apariencia física la que marca la aceptación social y la autoaceptación del individuo quien se ve obligado a transformarla para agradar a los demás. Necesita que el otro lo mire.

En *La era del vacío*, el analista francés Gilles Lipovetsky, afirma que frente a la llegada de la posmodernidad, caracterizada por el estallido de lo social y la disolución de lo político, la figura del individuo es la que ha tomado el lugar de primacía. Las nuevas actitudes de la época como son la apatía, la indiferencia, la deserción y una nueva organización de la personalidad en torno al narcisismo, el autor las atribuye a un mismo factor desencadenante: el individualismo. Este es el nuevo estado histórico propio de las sociedades democráticas avanzadas, que definirá precisamente, a la era posmoderna.

Este conjunto de preceptos y pautas que ha traído consigo la posmodernidad han provocado, entre otras cosas, el surgimiento y desarrollo de una industria de fabricación de aspectos que le ha permitido al individuo tener un determinado control sobre su cuerpo.

En nuestra época las prácticas de metamorfosis del cuerpo (prácticas que incluyen desde las cirugías plásticas, cosméticos, los servicios brindados por los centros de estética, y por gimnasios) persiguen incansablemente el objetivo de adaptarse a los dictados estéticos imperantes.

Los últimos datos disponibles al respecto, indican que en 2003 Argentina ocupaba el quinto lugar entre los países con más cirugías plásticas. Y que el 87% de esas cirugías se les practican a las mujeres (Fuente: Sociedad Internacional de Cirugía Estética y Plástica: [www.isaps.org](http://www.isaps.org) ).

Un artículo publicado en septiembre de 2005 en la revista dominical del diario *La Nación*, acerca de los nuevos parámetros que rigen la estética del siglo XXI, indica que últimamente se ha venido observando un fuerte crecimiento en las consultas por parte de los hombres para realizarse tratamientos. La nota explica que el sexo masculino se hace aplicaciones de toxina botulínica y se coloca implantes de pelo e incluso también han incorporado las liposucciones sobre todo para la zona abdominal.

Otro artículo recientemente publicado por el diario *La Nación*, informa que cada vez son más jóvenes las personas que se practican retoques faciales, de hecho el bótox, es una técnica a la que se recurre antes de los 30 años. “La sociedad no sólo exige estar cada vez más lindos: también es necesario tener una apariencia más joven y saludable”, dijo el doctor Raúl Banegas, miembro de la Sociedad de Cirugía Plástica de Buenos Aires. Banegas confirma que las edades de la gente que asiste a su consultorio por consultas sobre cirugías estéticas son cada vez menores, “mi paciente más joven tiene apenas 23 años, pero los hombres se interesan una vez cumplidos los 40, y generalmente vienen impulsados por sus mujeres”, agregó el especialista.

En la misma nota, la doctora Laura Szefirstein, integrante de la Sociedad Argentina de Dermatología, aporta un su punto de vista acerca de este notable fenómeno, pero lo hace desde una óptica social y llama la atención sobre “la búsqueda de la perfección”, puesto que la estética actual “se relaciona, en cierta manera, con la sencillez de estas nuevas técnicas y con un mayor acceso de la gente a ellas. Pero con la obsesión de retrasar el envejecimiento algunas personas buscan un estilo de perfección que es imposible lograr”.

## **9.2 Consideraciones sobre la Bulimia y la Anorexia a partir del discurso médico**

Este capítulo está dedicado a definir y explicar dos trastornos alimentarios, claves para la temática de este trabajo, como son la Anorexia y la Bulimia. La definición de las mismas está enfocada, básicamente, desde un aspecto médico. Por este motivo se han consultado fuentes especializadas en el tratamiento y prevención de dichas enfermedades.

Los documentos que fueron consultados son los siguientes: *Guía para la familia* de la Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA); *Guía para la nutrición saludable y prevención de los trastornos alimentarios* (España) y diario *La Nación* de junio de 2005. Las páginas Web visitadas fueron las siguientes: Asociación en Defensa de la Anorexia Nerviosa y la Bulimia (ADANER) – [www.adaner.org](http://www.adaner.org); y [www.nutrar.com](http://www.nutrar.com). Las personas consultadas vinculadas al tema fueron las siguientes: Dr. Marcelo Bregua, psicólogo clínico de ALUBA; Dra. Edith Szlazer, directora médica de BACE y fundadora de la Asociación Argentina de Bulimia y Anorexia.

### **9.2.1. Trastornos alimentarios**

Los trastornos en la conducta alimentaria son enfermedades que tienen como características principales un comportamiento distorsionado en la alimentación y una extrema preocupación por la imagen y el peso corporal. Son enfermedades de evolución crónica y de origen multifactorial. Los principales representantes de este grupo son la Anorexia Nerviosa y la Bulimia Nerviosa. Estas enfermedades aparecen en personas muy jóvenes, raramente antes de los 11 o 12 años y después de los 25. Están principalmente asociadas al significado social y personal del cuerpo como distingo y competencia, como así también a los hábitos y costumbres alimentarios y a la influencia de determinados modelos de estética o estilos de vida.

#### **9.2.1.1. Anorexia**

La Anorexia es un desorden alimenticio y psicológico que se caracteriza por una preocupación obsesiva por tener un cuerpo delgado y por un intenso temor a la obesidad. Esta obsesión empuja a la persona a querer manipular los alimentos y tener un absoluto control sobre su propio cuerpo. Esto lo hace mediante la implementación de diversos medios, como por ejemplo, seleccionar, restringir, tirar, esconder o evitar los alimentos. También acostumbran a provocarse el vómito, usar laxantes o diuréticos y hacer un ejercicio físico desmesurado.

Las características esenciales de este trastorno son la distorsión de la imagen corporal, sin reconocer el progreso de la delgadez, y el sentimiento general de ineficacia personal. La persona anoréxica no es conciente de su enfermedad.

La consecuencia más peligrosa de esta enfermedad es que la inanición vuelve al organismo mucho más vulnerable a las infecciones, problemas gastrointestinales o hipotermia. Es común que se pierda la menstruación, que se caiga el cabello o que la piel se seque y pierda color. A nivel psicológico aparecen síntomas de depresión, cambios de carácter y distorsión en la imagen corporal que suele ir acompañada de una negación del problema.

Dentro de esta enfermedad se distinguen dos tipos<sup>50</sup>:

- a) Tipo restrictivo: la pérdida de peso se consigue haciendo dieta, ayunando o realizando ejercicio intenso. Estos individuos no recurren a atracones o purgas.
- b) Tipo compulsivo/purgativo: el individuo recurre regularmente a atracones o purgas.

### **Diagnóstico**

Según informa la *Guía para la familia*, un documento publicado por la Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA), la Anorexia Nerviosa es un desorden difícil de diagnosticar debido a que el paciente esconde y niega su condición de enfermo. Los criterios considerados por dicha institución para el diagnóstico de la Anorexia son los siguientes:

- Falta de conciencia de la enfermedad.
- Rechazo a mantener el peso corporal por encima del mínimo normal para la edad y talla.
- El carácter es hostil e irritable
- Caída del cabello
- Amenorrea – piel seca
- Hipotensión – Hipotermia
- Cortan los alimentos en trozos pequeños
- Comen lentamente

---

<sup>50</sup> Estas categorizaciones fueron extraídas de la *Guía para la nutrición saludable y prevención de los trastornos alimentarios*, programa presentado en 1999 por el Estado español.

- Mastican largo rato antes de tragar
- Tiran, escupen o esconden la comida
- Cuentan las calorías de los alimentos
- Se aíslan socialmente
- Sobreviene la depresión en el 40 o 45% de los casos
- Tienen conductas obsesivas
- Se autoexigen.
- Rechazo de la sexualidad
- Pueden darse atracones
- Realizan intensa actividad física
- Tienen miedo a aumentar de peso
- Usan ropa suelta
- Aprecian de manera distorsionada su peso y el tamaño o la forma del propio cuerpo
- Padecen estreñimiento
- Se preocupan por la preparación de las comidas
- Vómitos
- Restringen progresivamente los alimentos
- Se preocupan por la imagen
- Mienten
- Son hiperactivos y se preocupan de manera obsesiva por los estudios

#### **9.2.1.2. Bulimia**

Marcelo Bregua, psicólogo clínico que integra el equipo médico de ALUBA, define a esta enfermedad como “un impulso irresistible a la ingesta episódica e incontrolada, compulsiva y rápida de grandes cantidades de alimentos ricos en calorías durante un período de tiempo breve”, y agrega “el enfermo de Bulimia experimenta una

pérdida de control sobre la conducta alimentaria y se siente incapaz de frenar los episodios de voracidad. Esta ingesta desmesurada produce una sensación de distensión-malestar abdominal, náuseas, lo que al comienzo de la enfermedad, junto a los frecuentísimos sentimientos de culpa y vergüenza, genera depresión y auto desprecio”.

Para hacer frente a la angustia causada por estos estados de ánimo, el enfermo se provoca el vómito reflejo o voluntario y cuando no consigue vomitar, recurre a laxantes y diuréticos, al ejercicio físico o al ayuno posterior. Bregua afirma que ésta es una enfermedad muy difícil de detectar ya que en la mayoría de los casos no existe un bajo peso significativo que llame la atención, como en el caso de la Anorexia. Las conductas patológicas altamente secretas de quienes la padecen no permiten percibir con facilidad una señal de alerta que indique una posible enfermedad. El bulímico esconde su proceder frente a los demás y come normalmente.

Los tipos de Bulimia son los siguientes<sup>51</sup>:

- A. Purgativo: la persona se embarca en vómitos autoinducidos o uso excesivo de laxantes y diuréticos.
- B. No purgativos: la persona utiliza otros comportamientos compensatorios inadecuados como ayunar o hacer ejercicio excesivo. No utiliza laxantes o diuréticos ni se provoca vómitos. Tiene peor pronóstico que los que utilizan métodos purgativos.

La *Guía para la familia*, de ALUBA, describe los síntomas más frecuentes de esta enfermedad:

- Comen compulsivamente en forma de atracones y a escondidas
- Manifiestan una preocupación constante en torno a la comida y al peso
- Usan de manera excesiva fármacos, laxantes o diuréticos y se autoprovocan vómitos para compensar la ingesta excesiva de alimentos
- La erosión del esmalte dental puede provocarles la pérdida de piezas dentarias

---

<sup>51</sup> Estas categorizaciones fueron extraídas de la *Guía para la nutrición saludable y prevención de los trastornos alimentarios*, programa presentado en 1999 por el Estado español.

- Sufren cambios abruptos de carácter: depresión, tristeza, sentimientos de culpabilidad y odio hacia uno mismo
- Son hiperactivos
- Cortan los alimentos en trozos grandes
- Comen rápidamente
- Prefieren grandes porciones
- Engrosamiento glandular (parótida) en vomitadores
- El carácter se vuelve irritable
- Se sienten culpables
- Comen a escondidas
- Roban para comprar comida
- Oscilan entre la autoexigencia y el abandono
- Oscilan entre la euforia y la depresión
- Suelen abandonar todo lo que emprenden
- Tienen un miedo extremo a aumentar de peso

### **Origen multifactorial**

La Bulimia y la Anorexia son enfermedades de etiología múltiple, en las cuales inciden básicamente cuatro factores: el contexto familiar, el contexto sociocultural, determinada personalidad de base y, por último, algo orgánico o biológico.

Según la Dra. Edith Szlazer, directora médica de BACE (centro que trata desórdenes de alimentación) y fundadora de la Asociación Argentina de Bulimia y Anorexia, estos factores se pueden definir de la siguiente manera:

- Factores genéticos: se ha identificado un gen en el cromosoma 1 implicado en el desarrollo de estas patologías y aunque los trastornos de la alimentación son sustancialmente heredables, “la susceptibilidad genética puede deberse a efectos de

interacción entre diferentes genes y es posible que se reflejen en pequeñas variantes poco frecuentes en la población general”.

- Interpersonales/psicológicos: la Anorexia y la Bulimia son una reacción de los adolescentes frente a ciertas demandas. Estos pacientes suelen dirigir sus preocupaciones hacia la comida y el aumento de peso y suelen perder el sentido de autonomía y auto confianza. Muchos sienten que sus cuerpos están, de alguna manera, bajo el control de sus padres y la auto inanición se convierte así en un esfuerzo para adquirir la condición de persona única y especial. Generalmente se trata de jóvenes que han sido incapaces de separarse psicológicamente de sus madres. El cuerpo pasa a ser percibido como si estuviera habitado por la introyección de una madre intrusiva y no empática y la inanición puede tener el significado inconsciente de detener el crecimiento de este objeto intrusivo y de este modo destruirlo. Son jóvenes con baja autoestima y altos niveles de ansiedad. Suelen ser introvertidos, obsesivos y perfeccionistas, con tendencias dominantes.
- Familiares: la Dra. Szlazer afirma que estos factores se hacen más notables en la adolescencia, etapa en la cual “los jóvenes desarrollan independencia y autonomía como modo de preparación para la separación de la familia. Las alteraciones familiares que impiden este proceso evolutivo son un factor importante en estas enfermedades. Suele haber sobreprotección, pegoteo, rigidez. En estos casos, la madre es una figura a menudo dominante y el padre una figura distante”.
- Socioculturales: “la sobrevaloración de la delgadez que hace nuestra cultura, es un factor de innegable importancia para la generación de estos cuadros. Las influencias socioculturales y, concretamente, el anhelo de delgadez, constituyen el principal factor de predisposición y de mantenimiento de estos trastornos”, afirma Szlazer. Los agentes que contribuyen a la difusión de la estética de la delgadez son muchos: modas de vestir, producción y venta de productos y servicios adelgazantes con su publicidad; medios de comunicación; difusión de actividades físicas de riesgo y cambios en el papel social de la mujer. Generalmente las mujeres jóvenes son el grupo que recibe mayores presiones para cambiar su figura corporal.
- Biológicos: en relación con estos factores, la doctora dijo que, si bien es un tema que no ha sido profundizado, “hay algunos estudios que revelan que hay determinados organismos que manifiestan una clara propensión a contraer estas

enfermedades”, y agregó que, por ejemplo, “la deficiencia de cinc, está íntimamente asociada con la Anorexia”.

Estos trastornos alimenticios son de tipo biopsicosociales, porque involucran claramente al cuerpo en una personalidad determinada y en una sociedad particular. Por ello es que el factor cultural ocupa un lugar importante entre los desencadenantes de estas enfermedades. "No se puede hablar de patología alimentaria sin preguntarse por el contexto que la favorece. La Anorexia y la Bulimia existen desde que el hombre empezó a comer. Pero recién en la segunda mitad del siglo XX se manifiesta en forma masiva. Este aumento guarda una estrecha relación con el cambio cultural. El individualismo es el sustento filosófico de nuestra cultura. Otra peculiaridad es la estética de lo efímero. En el contexto de una cultura cambiante y consumista, el concepto de familia se relativizó, cayó en desuso", dice Mabel Bello, directora médica de ALUBA. (Fuente: [www.nutrar.com](http://www.nutrar.com))

En una cultura en la que la imagen ocupa un lugar importante, es lógico que muchos adolescentes –mujeres en especial – sean víctimas de este tipo de patologías.

## **La relación familiar**

Existen ciertas características en muchas de las familias de chicos con problemas de Anorexia y Bulimia. En general, son familias muy cerradas, con madres dominantes y padres ausentes, o en las que su rol está desdibujado. El eje de la familia pasa por la madre, que no da un sostén emocional a sus hijos y los somete a sus mandatos. El no comer es una forma defensiva del chico frente a la intrusión. Uno de los principales problemas se da cuando los roles están invertidos y en lugar de ser las madres las que apoyan y contienen a sus hijos, buscan en ellos apoyo y contención

### **9.2.1.3. Otras psicopatologías alimentarias**

#### **Ortorexia**

Patologías como la Anorexia o la Bulimia son el origen de un nuevo trastorno alimentario denominado Ortorexia. La Ortorexia es la obsesión patológica por consumir sólo comida sana. Esta obsesión puede llegar a transformarse en enfermedad si no se

ingieren carnes, pescados u otros alimentos necesarios. La ausencia de estos componentes en la dieta diaria produce serias carencias nutricionales.

El paciente ortoréxico ha pasado previamente por una de estas enfermedades (Anorexia o Bulimia), quedándose con un planteamiento de dieta inadecuado, que termina transformándose en obsesión. De una dieta estricta, se pasa al trastorno obsesivo.

### Vigorexia

ALUBA advirtió que para el 2005 muchos de los varones afectados se volcaron hacia una nueva enfermedad denominada Vigorexia: son chicos que en lugar de verse gordos se ven flacos, de aspecto débil y por más que recurran al gimnasio o a los anabólicos para sacar músculo, jamás están conformes con su cuerpo. A estos chicos les sucede lo contrario que a alguien que padece Anorexia: “pueden estar enormes pero se siguen viendo chiquitos. Buscan en los músculos una seguridad que no encuentran porque tienen la autoestima muy baja y una gran inseguridad”, explicó Mariana Davidovich, psicóloga del *Centro Dos*<sup>52</sup>.

Estos datos indican que si bien estos trastornos en la alimentación siempre estuvieron asociados a las adolescentes, la relación hombre-mujer está cambiando.

### **9.2.2. Población afectada**

#### **Argentina**

Nuestro país tiene, después de Japón, la mayor incidencia de Anorexia y Bulimia en el planeta, enfermedades que afectan a siete millones de mujeres y a un millón de hombres en todo el mundo. (Fuente: Organización Mundial de la Salud)

Sin bien aún no hay datos estadísticos oficiales, ALUBA manifiesta que de cada 10 adolescentes uno padece de Bulimia o Anorexia. Según dicha institución, de la población afectada el 90% son mujeres y el 10% hombres.

---

<sup>52</sup> Diario *La Nación*, domingo 12 de junio de 2005, pág. 24.

La edad más frecuente para la aparición de estos trastornos es entre los 13 y 14 años, sobre todo en mujeres de niveles socioeconómicos medios y altos, aunque este espectro se sigue ampliando.

Un informe publicado en junio de 2005 en el diario *La Nación* alerta sobre la aparición de casos de Anorexia en chicos cada vez más chicos. Si antes empezaban los trastornos alrededor de los 13 años, ahora hay casos a los 9. Según Marcelo Bregua de ALUBA, en los últimos dos años han recibido pacientes con edades que oscilan entre los 6 y 10 años.

Las causas de la disminución en la edad de los pacientes afectados por las patologías alimentarias obedecen a dos vertientes: por un lado, hay casos en que los chicos se identifican con algún familiar que padece el trastorno y lo copian. Por el otro, y son los casos más graves, se trata de situaciones de maltrato y abuso sexual, a partir de las cuales los niños desarrollan una conducta de rechazo a cualquier cosa que pueda ingresar al organismo. Según destacó Mariana Davidovich, “estos trastornos son formas que los chicos adoptan para expresar un conflicto: puede haber una historia familiar complicada, un problema para relacionarse con los pares, una depresión, una necesidad de sentirse valorado, una autoestima muy baja y una gran inseguridad. Todo esto no necesariamente se manifiesta en una Anorexia o una Bulimia, puede ser que esto lleve a un chico al alcoholismo, a las drogas u a otro tipo de manifestación”<sup>53</sup>.

Aunque los porcentajes son muy bajos, la aparición de sus síntomas está creciendo entre los varones, ya que éstos, mediante el énfasis en la aptitud física y los deportes, pueden adquirir conductas obsesivas similares a las de las mujeres con estos desórdenes psicosomáticos. De hecho, en los últimos años la cantidad de varones con Bulimia y Anorexia creció entre un 10% y un 15%, y las consultas de varones en todo el país crecieron un 14% en 2003. (Fuente: ALUBA)

Otros datos que aportó la institución indican que descendió la edad promedio de las consultas de los varones. En 2002 era de 22,5 años y ahora es de 17,7.

## **España**

---

<sup>53</sup> *Ibidem*, pág. 24.

En el caso de España, país que he tomado para realizar el análisis comparativo, la Asociación en Defensa de la Anorexia Nerviosa y la Bulimia (ADANER) arrojó datos tales como que uno de cada 100 adolescentes de entre 14 y 20 años padece de Anorexia y el 2,4% de Bulimia. Esta institución informó, además, que este tipo de trastornos afecta 15 veces más a mujeres que a hombres. (Fuente: [www.adaner.org](http://www.adaner.org))

Si se comparan estos datos con las cifras argentinas, no es difícil concluir que las diferencias son abismales siendo España un país cuya población tiene menor riesgo a padecer trastornos en la alimentación.

### **9.2.3. Tratamiento**

No se puede hablar de una curación porque el riesgo, en estos pacientes, va a seguir de por vida. Puede remitir el síntoma, pero la personalidad de base favorece el riesgo potencial de por vida. De todas formas, los enfermos deben ser tratados por un equipo médico en el cual se agrupen la Psicología, la Psiquiatría, la Medicina Clínica y la Nutrición.

Concretamente, para tratar la Anorexia se usan los siguientes tipos de terapias:

- Psicoterapia
- Terapia comportamental
- Medicamentosa
- Familiar

El tratamiento de la Bulimia requiere de las siguientes terapias:

- Psicoterapia individual, de grupo y/o familiar
- Orientación nutricional
- Establecer un plan a seguir bajo supervisión de un terapeuta, que implique las siguientes cuestiones:
  1. Voluntad de llevar una pauta de tratamiento

2. Disciplina con las dietas y con la hospitalización (si fuera necesaria)
3. Control de peso en base a los objetivos proyectados
4. Control médico
5. Fortalecimiento de la personalidad
6. Confianza en el entorno familiar y en el terapeuta

#### **9.2.4. Prevención**

Por prevención se entienden los procedimientos por los cuales se impide la producción o se detiene el avance de la enfermedad en cualquiera de las etapas de la historia natural. Todo aquél que aplica los conocimientos científicos de la atención médica para promover la salud, prevenir la enfermedad, sus secuelas y prolongar la vida, está realizando prevención.

Desde ALUBA se promueven los vínculos familiares como las herramientas más efectivas al momento de hablar de prevención. En relación con ello, la Dra. Bello acuerda con mejorar la comunicación familiar: "Hay prácticas que sólo los padres pueden inculcar, como evitar las dietas de moda; establecer horarios para las comidas y ayudarlos a integrarse socialmente a la vida".

El papel de la familia es de vital importancia, puesto que una buena convivencia dificulta la entrada de los jóvenes a la Anorexia y a la Bulimia. La buena comunicación facilita la comprensión y el mutuo respeto entre los integrantes de la familia. Para preservar la salud cada uno debe conservar su rol pero, a su vez, deben compartir proyectos en común.

#### **9.2.5. Adolescencia**

Teniendo en cuenta que la población mayormente afectada por las patologías alimentarias se encuentra atravesando la adolescencia, resulta necesario detenerse a evaluar las circunstancias por las que el sujeto atraviesa en dicho período. Para ello,

tendré en cuenta las nociones vertidas por el médico psicoanalista Octavio Fernández Mouján en la entrevista que le realicé, y algunas otras de Arminda Averastury.

La adolescencia es una etapa de la vida, en la que se presentan una serie de cambios significativos en varios aspectos del individuo. Es un período de transición entre la niñez y la adultez, el cual comienza con la llamada pubertad. La pubertad es el proceso biológico que atraviesa el niño en su transición a la adolescencia.

El inicio de la pubertad viene dado por el desarrollo sexual que tiene lugar alrededor de los 11 o 12 años y finaliza alrededor de los 15, que es el momento en el cual el pensamiento pega un salto fundamental. Cuando se produce este salto hacia el pensamiento reflexivo es cuando el púber entra en la adolescencia propiamente dicha. Es en este punto cuando la persona comienza a elaborar pensamientos propios, a imaginar y a teorizar sobre lo real. La adolescencia es una etapa de sensibilización, donde surge la mística, la poesía y la solidaridad social. Aunque, como dice Fernández Mouján, “por supuesto que esto ocurre en el mejor de los casos, puesto que hoy en día nada de eso pasa porque la pubertad se prolonga en el tiempo”.

En este período la persona entra en crisis porque se encuentra con un cuerpo que no puede ser fácilmente elaborado por su estructura de pensamiento. Por ello, esta primera crisis se da entre la mente y el cuerpo. Fernández Mouján aclara esta cuestión diciendo que “es el cuerpo pulsional que empieza a desear y a sentir cosas que obviamente no sentía en la infancia y una mente que no está acostumbrada a ese mundo de fantasías, deseos y pulsiones. En este punto se produce la crisis, porque esto lleva un tiempo y cuando al púber no le das un contexto para lograr este proceso pasa lo que pasa hoy, en lugar de entrar a reflexionar (adolescencia) entra en la actuación (pubertad). Es decir, el púber entra en la etapa de la adolescencia pero aún siendo un púber; no logra completar la transición natural”. Y agrega, “el púber necesita de un ámbito de contención que se lo aportan las instituciones: el colegio, la familia, etc. Pero este es un ámbito que hoy en día el sujeto no encuentra o lo encuentra pero debilitado. Frente a esta falencia institucional entra en juego otro de los factores que yo considero como intervinientes que son la publicidad y los medios de comunicación. Estos apuntan a los púberes porque son más vulnerables y representan un mercado potencial”.

La segunda crisis se presenta alrededor de los 18 años. A esta edad, el adolescente entra en la etapa de formación, la última etapa. En ella el individuo ya ha aprendido a dominar su cuerpo y sus pulsiones y a transformar su mundo de fantasía, de pulsión y

sexualidad en vínculos ideales con la realidad, ya sea con el otro sexo, con los amigos, etc. Aquí hace explosión la vida, afloran las pasiones sociales y religiosas. Una vez que esto ocurre se da por terminada la etapa de formación.

De modo que la primera crisis que atraviesa la persona, está ligada a la relación mente-cuerpo, mientras que la segunda a los deseos, pulsiones y el mundo social.

Tomando en cuenta estas consideraciones, se puede afirmar que la adolescencia es un período confuso que se desarrolla en permanente conflicto. Aberastury presenta las siguientes características para definir esta etapa:

1. Búsqueda de sí mismo y de la identidad: es un período en el que el adolescente intenta definir su identidad en todo sentido. Por un lado, el sujeto va conformando un autoconcepto. “Por otro lado, los procesos de identificación que se han ido llevando a cabo en la infancia mediante la incorporación de imágenes parentales, son los que permitirán una mejor elaboración de las situaciones cambiantes que se hacen difíciles durante el período adolescente de la vida”<sup>54</sup>. Las primeras figuras introyectadas por el adolescente, van a conformar la base del yo y del súper yo.
2. Tendencia grupal: el individuo busca la uniformidad porque de esta manera se siente seguro de sí mismo. Así surge el espíritu de grupo, típico entre los adolescentes, donde se produce un proceso de “sobreidentificación masiva (...) Por eso se inclina a los dictados del grupo en cuanto a moda, vestimentas, costumbres, etc.”<sup>55</sup>.
3. Desubicación temporal: el adolescente hace del tiempo un puro presente como un intento de controlarlo. Sólo cuando el individuo puede reconocer un pasado y proyectar a futuro puede decirse que ha superado esta problemática adolescente.
4. La evolución sexual desde el autoerotismo hasta la heterosexualidad: con la aceptación de su genitalidad, el adolescente comienza a sentir deseos de encontrar pareja. El enamoramiento apasionado es común en esta etapa en donde, además, el cuerpo ya está dotado de una capacidad procreadora.
5. Actitud social reivindicadora: la inminente entrada del adolescente en el mundo adulto hace imprescindible esta actitud reivindicativa.

---

<sup>54</sup> Aberasturi, A., Knobel, M., “El síndrome de la adolescencia normal”, en *La adolescencia normal. Un enfoque psicoanalítico*, Buenos.Aires, Paidós, 1984, pág 57.

<sup>55</sup> *Ibidem*, pág 60.

6. Contradicciones sucesivas en todas las manifestaciones de la conducta: en la etapa adolescente la conducta está mediada por la acción, por lo tanto, se hace difícil para el individuo mantener una regularidad en su conducta.
7. Separación progresiva de los padres: en la adolescencia el individuo se separa de los padres, de modo que el pasaje a la madurez estará relacionado con las imágenes parentales que éste haya internalizado.
8. Constantes fluctuaciones del humor y del estado de ánimo: la intensidad de estos sentimientos tendrá que ver con la capacidad que tenga el adolescente para elaborar los duelos que las pérdidas ya descritas le ocasionan.

Las estadísticas han demostrado que los jóvenes son los más afectados por patologías alimentarias como la Bulimia y la Anorexia. La adolescencia ofrece un terreno particularmente propicio para desarrollar conductas de riesgo de cualquier tipo. Es un período de grandes transformaciones conductuales, emocionales, cognitivas y fisiológicas, donde la imagen corporal se encuentra en pleno cambio. El joven es portador de un cuerpo en constante evolución, y la propia aceptabilidad dependerá, en gran medida, de los criterios legitimados por el grupo de pertenencia. La ansiedad y la incomodidad física que caracterizan a esta edad, la presión social en los grupos de adolescentes, los medios de comunicación y la búsqueda de una identidad, son algunos de los factores que contribuyen a convertirlos en seres vulnerables. Todas estas circunstancias, junto con las connotaciones propias de una sociedad caracterizada como posmoderna, en la que los antivalores como el individualismo hedonista y narcisista, el esteticismo, el consumismo, la inmediatez, la liberación de toda atadura, el valor del cuerpo, etc., hacen que afloren determinados trastornos de alimentación entre los adolescentes, condicionados por la preocupación por el peso y la idea sobrevalorada de adelgazar.

Una patología alimentaria es una alteración en la conducta de comer, pero lo fundamental es la alteración en la conducta. "No guarda una relación directa con la comida, la raíz de la patología es la inmadurez. El origen psicológico-emocional revela por qué son los jóvenes los más vulnerables: porque tienen miedo a crecer, a vivir", explica la Dra. Mabel Bello, directora de ALUBA (Fuente: [www.nutrar.com](http://www.nutrar.com)).

El adolescente es una persona que atraviesa un permanente cambio que se traduce en inestabilidad, incertidumbre y odio hacia ellos mismos. Si en esta etapa la persona no

alcanza la confianza básica que es necesaria para actuar, la autoestima se deteriora y no encuentra la forma de insertarse en el mundo adulto.

#### **9.2.6. La influencia de los medios de comunicación desde la perspectiva médica**

Según informa el Dr. Flaherty, presidente de la Sociedad Argentina de Cirugía Plástica, la sociedad promueve ciertos cánones estéticos que configuran una imagen corporal ideal. Cuando el individuo encuentra que su cuerpo no responde a estos parámetros experimenta un sentimiento de disconformidad con su propia anatomía. Ante este sentimiento la persona recurre a la cirugía estética como el camino para mejorar su forma. En este sentido, el Dr. destaca la gran influencia de la imagen que promueve la sociedad.

En relación con lo anterior, en el ámbito médico ya se está hablando de la “dismorfofobia” que es el miedo a tener una alteración de la forma. Es un síndrome psicopatológico muy importante que implica una alteración mental grave. El que la padece nunca está conforme con su figura y se obsesiona por querer cambiarla.

Según informa Flaherty, la Anorexia es una dismorfofobia porque la paciente que la padece necesita verse delgada aún siendo sumamente flaca. La Anorexia es una enfermedad mental que implica una percepción distorsionada de la imagen corporal.

En este sentido, dice el Dr., hay que diferenciar “cómo influye la forma y cómo influye la enfermedad mental” en la paciente. Porque “no toda chica influenciada por el medio va a desarrollar una anorexia ni toda anoréxica tiene una absoluta influencia del medio. Es decir, se tienen que dar una serie de circunstancias”.

Para Flaherty, la Bulimia y la Anorexia “son enfermedades mentales que están influidas por la sociedad y por los medios de comunicación”.

En relación con la influencia de los medios de comunicación, el Dr. destaca que éstos modifican y crean conductas a su vez que establecen pautas sociales que determinan una imagen ideal como modelo estético. Esto trae como consecuencia que “si vos hoy no sos flaca y de ojos celestes, a lo mejor no sos una triunfadora en la vida”. En conjunto con los medios, la moda es otro de los factores que impone nuevos parámetros estéticos a seguir y que empuja a las mujeres a la cirugía estética como forma de adaptarse a las nuevas pautas culturales.

Según Flaherty estas nuevas tendencias las marcan los grandes consorcios económicos que son los que crean las necesidades en las personas. Y parte de su inversión se destina a la promoción de estas nuevas tendencias que la llevan adelante los medios de comunicación y la publicidad.

Hoy en día existe un estereotipo corporal femenino que exige un cuerpo marcado en sus contornos, la cola parada, la cintura marcada, una cadera estrecha y el pecho grande. Por este motivo, las operaciones más realizadas son las que apuntan a modificar el pecho y el contorno corporal, esto es la lipoaspiración. Le siguen todas aquellas que busquen retrasar el envejecimiento facial.

Según Flaherty los roles sociales han cambiado a tal punto que hoy los hombres también cuidan su estética y buscan verse mejor físicamente.

Y esto está relacionado con otro factor que ha traído consigo el cambio social y es que hoy en día el consumo ha puesto el foco en el mundo adolescente. Es decir, esto ha provocado que no sólo los adultos, mujeres y hombres, quieran verse más delgados y juveniles, sino que también el adolescente, como modelo estético que es, se vea impelido a verse mejor. “Hoy es el adolescente el que maneja el mundo”, afirma el Dr.

Como resumen de lo expresado encontramos, entonces, que existen conglomerados económicos que marcan tendencias a nivel mundial. La tendencia que hoy se impone, que exige un cuerpo bello, delgado y joven, es reproducida y reforzada tanto por la moda como por los medios de comunicación y la publicidad que influyen en patologías alimentarias como la Bulimia y la Anorexia.

Por su parte, la Licenciada en Nutrición, Verónica Gobbeé, afirma que el factor familiar es el más influyente en los trastornos alimentarios. Las pacientes con Bulimia o Anorexia tienen un conflicto familiar de base. Generalmente provienen de familias muy estrictas y exigentes en donde se promueve el cuidado del aspecto físico. Por este motivo el eje central del tratamiento es la terapia familiar: allí se integran los padres y los hijos con el objetivo de dar una solución conjunta a la problemática alimenticia de los jóvenes. Paralelamente es fundamental en el tratamiento un enfoque multidisciplinario en el que intervengan médicos y nutricionistas, y a su vez se de apoyo psicoterapéutico que ayude a la paciente a reconstruir su vida y conectarse nuevamente con el mundo.

En relación con ello, Gobbeé advierte sobre la relevancia que tiene la valoración que el grupo familiar le otorgue a la comida. Una persona que está acostumbrada a

sentarse a la mesa junto a su familia y que tiene incorporado que la comida significa unión e integración con su grupo, tiene menos probabilidades de desarrollar trastornos alimentarios que aquella que no tiene estas costumbres. En la comida se canalizan las emociones y si ésta última está asociada a momentos desagradables es probable que la persona desarrolle una aversión por el alimento.

En cuanto a los medios de comunicación y la publicidad la licenciada afirma que estos son los principales promotores de un mensaje que asocia la delgadez con el éxito y la aceptación social. De modo que si se los considera en conjunto con el factor familiar, son factores que influyen en la Bulimia y la Anorexia. Es decir, influyen siempre que la persona no esté contenida, tenga la autoestima baja o esté atravesando un desequilibrio emocional.

El modelo estético-corporal que existe hoy, afirma Gobbeé, es el del cuerpo flaco y esta exigencia de delgadez no se asocia a cuestiones de salud sino a lo meramente estético. Ser flaca en Argentina es sinónimo de belleza y aceptación social. Según la licenciada, este modelo que se “propone desde la sociedad y desde los medios de comunicación” y que la adolescente copia, influye en la Anorexia y la Bulimia. Aunque, retomando lo dicho anteriormente, esta influencia estará mediada por otros factores de índole familiar, psicológico y social.

### **9.3. Consideraciones sobre la Bulimia y la Anorexia a partir del discurso jurídico**

Este capítulo tiene como fin dar a conocer medidas de índole jurídica que tienen relación con los trastornos alimentarios. Estas reglamentaciones buscan no sólo informar al consumidor sobre sus derechos y obligaciones sino que también promueven la prevención de la Bulimia y la Anorexia.

A su vez, se tuvieron en cuenta para este capítulo, algunas campañas, programas y documentos oficiales (tanto nacionales como españoles) que tienen como fin incentivar y promover en la población una alimentación más saludable.

### **9.3.1. En Argentina**

El primer intento de solución que el Estado argentino pretendió dar al problema de la Anorexia y la Bulimia fue la sanción de la *Ley de Talles* que obliga a los comerciantes de indumentaria a ampliar la oferta de talles en las prendas que venden. Esta ley pretende lograr que toda mujer que vaya de compras encuentre en los locales de ropa el talle adecuado de acuerdo a su contextura física.

La sanción de esta ley generó mucha controversia y disconformidad entre los comerciantes que vieron amenazadas sus economías. Para los fabricantes, la medida violaba la libertad de industria y comercio y distorsionaba el mercado único que protege la Constitución Argentina.

#### **Ley de talles - N° 12.665<sup>56</sup>**

La Ley de Talles - número 12.665 - fue aprobada en 1996 aunque recién fue reglamentada a comienzos del año 2005 por medio del decreto n° 866 del Poder Ejecutivo bonaerense el cual establecía que a partir del 21 de diciembre de ese mismo año empezaría a regir la ley que obliga a los comercios de ropa femenina a confeccionar, exhibir y vender prendas desde el talle 38 al 48, en todos los modelos. La norma exigía, además, la eliminación de las denominaciones *small* (S), *medium* (M), *large* (L) y *extra large* (XL). Lo que debía figurar en las etiquetas es un pictograma que indicara claramente el número del talle y su valor en centímetros.

La reglamentación de la ley que, por el momento, sólo alcanza a la provincia de Buenos Aires, tiene como fin principal establecer un sistema de normalización de talles. Es decir, la ropa tendrá que adaptarse a las normas IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación). Esto significa que los talles de los pantalones serán diseñados para aquellas personas que tienen entre 60 y 80 centímetros de cintura y entre 86 y 106 de cadera. En el caso de las camisas y las remeras, los talles van a oscilar entre 62 y 102 centímetros de contorno de busto (los tamaños más pequeños y más grandes respectivamente), y en el de las polleras, tendrán 59 centímetros de largo para el talle 38

---

<sup>56</sup> La presente ley se adjunta como material anexo

y hasta 64 centímetros para el 48. De este modo se exige la totalidad de talles pero, además, la normalización de los mismos.

Este decreto faculta al Ministerio de la Producción y a los 134 municipios de la provincia de Buenos Aires a actuar como agentes de control para el cumplimiento de la ley. A su vez, establece que la norma se registrará por el Código del Consumidor (Ley n° 13.133) que permite a los clientes realizar denuncias y litigar contra los comercios en infracción en forma gratuita. El incumplimiento de estas normas equivaldrá a una multa de entre \$100 y \$500.000 o a la clausura del local en caso de reincidencia.

### Fundamentos

La ley señala entre sus objetivos luchar contra enfermedades sociales relacionadas con trastornos de la alimentación sobre todo, teniendo en cuenta que la Argentina es el país del mundo con mayores índices de Anorexia y Bulimia después de Japón. Esa realidad es la que ocasionó que desde el Gobierno se garantice que los comerciantes y la industria de la moda ofrezcan tallas más grandes para cautivar a las adolescentes que sólo piensan en ser delgadas y que se frustran al encontrar en el comercio modelos que sólo sirven para chicas de tallas pequeñas.

Si bien la ley se fundamenta en lo expresado más arriba, la reglamentación de la misma encuentra su raíz en dos cuestiones centrales que son el Acceso al consumo y el Derecho a la Información. Según fuentes de la Dirección Provincial de Comercio, estos dos elementos se encuentran respaldados por el Artículo 42 de la Constitución Nacional, el artículo 4 de la Ley Nacional n° 24.240 y en la Ley 13.133 de políticas públicas.

### **Constitución Nacional – Art. 42.**

Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno.

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia

de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.

### **Ley de defensa del consumidor – N° 24.240**

#### Capítulo II - Información al consumidor y protección de su salud

ARTÍCULO 4° — Información. Quienes produzcan, importen, distribuyan o comercialicen cosas o presten servicios, deben suministrar a los consumidores o usuarios, en forma cierta y objetiva, información veraz, detallada, eficaz y suficiente sobre las características esenciales de los mismos.

**Ley 13.133** – Código Provincial de implementación de los derechos de los consumidores y usuarios<sup>57</sup>.

#### Antecedentes

Los antecedentes de la *Ley de Talles* se remiten al año 1999 cuando la Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA) realizó una campaña para que las prendas mencionaran en las etiquetas las medidas reales a las que correspondía cada talle y para que no se fabricaran los talles únicos que muy pocas personas pueden vestir. ALUBA logró reunir las firmas de 200 mil mujeres.

La idea que empujó a las autoridades a querer sancionar una ley era eliminar la presión social del cuerpo perfecto y que toda mujer tenga acceso a la moda. Con ello se pretendía atacar problemáticas sociales graves tales como la Anorexia y la Bulimia.

Por su parte, la Dirección Provincial de Comercio de la provincia de Buenos Aires, llevó a cabo la reglamentación de la ley guiándose por el sistema de

---

<sup>57</sup> La presente ley se adjunta como material anexo.

normalización de talles de EEUU y Gran Bretaña del que tomaron la idea de la obligatoriedad de un pictograma en las prendas. Este es un gráfico que indica el talle y su valor en centímetros (Información suministrada por fuentes del Ministerio de la Producción de la Provincia).

### **Ley Menú *Light* obligatorio – N° 1906**

En octubre de 2006 la Legislatura porteña sancionó la Ley 1906 que obliga a los comercios gastronómicos a contar con un menú alternativo de platos saludables. Esta nueva normativa exigirá, una vez reglamentada, un listado de diferentes platos de bajo contenido graso, sin sal ni azúcar.

La iniciativa apunta a prevenir las enfermedades cardiovasculares, la obesidad y la diabetes mediante la imposición de platos opcionales.<sup>58</sup>

#### Algunas consideraciones

Del análisis de lo expresado, encontramos que ambas leyes apuntan, de una manera u otra, a la cuestión de la obesidad. Por un lado, la Ley de Talles, que obliga a todos los locales de indumentaria para adolescentes a tener a disposición todos los talles y a demarcarlos en forma numérica, da por sentado que la obesidad es un hecho en la población y que debe ser aceptada. Es decir, exige talles grandes para evitar el sentimiento de frustración que puede producir en la adolescente no encontrar ropa a su medida. Con esta medida se intenta incluir e integrar a las jóvenes, teniendo como prioridad su salud. Por otro lado, la Ley de Menú *Light* Obligatorio no sólo acepta la obesidad sino que apunta a combatirla y prevenirla. Esta es una medida que permite al ciudadano elegir una forma de alimentación más saludable y menos nociva para su organismo.

Tal vez en Argentina la cuestión de la salud no esté tratada de la manera más responsable. En este caso encontramos, por ejemplo, que las cuestiones se dirimen entre un extremo y otro: se habla de Anorexia y Bulimia, por un lado, y se habla de obesidad, por el otro, y a ambas se las combate a través de leyes que no apuntan a lo profundo de la cuestión. Estas deberían ser una parte complementaria de un programa de carácter

---

<sup>58</sup> Diario *La Nación*, martes 7 de noviembre de 2006.

nacional que apuntara a la educación de la población, especialmente de los adolescentes, en materia de alimentación.

### **9.3.2. En España**

El Ministerio de Sanidad español en conjunto con los principales empresarios de moda de ese país, dieron comienzo en mayo de 2006 a un *Programa de Unificación de Tallas* que tiene, básicamente, tres objetivos a cumplir<sup>59</sup>:

1. Luchar contra la Bulimia y la Anorexia
2. Proteger los derechos de los consumidores
3. Promover una imagen física saludable.

El primer paso de este programa requiere de un amplio estudio de la población española que actualice los parámetros de la tipología física de los ciudadanos. Se empezará por el estudio de el cuerpo de la población femenina mayor de 12 años y complementará el análisis, por tramos de edad, hasta abarcar al total de la población.

Según informa el comunicado del Ministerio de Sanidad español, los datos que resulten de este primer tramo del programa (duración aproximada: tres meses) van a servir de base para adoptar medidas, homogeneizar las tallas, y acercar los modelos que se proponen desde el mundo de la moda a la realidad de la población.

#### **Dos problemas**

En relación con los objetivos, el programa intenta dar solución a dos problemas que el Ministerio considera de suma gravedad. El primero, sanitario, tiene que ver con el modelo ideal de belleza que se propugna en determinadas ocasiones desde el mundo de la moda, asociado muchas veces a una extrema delgadez y a la búsqueda de la permanente juventud. Ese modelo, alerta Sanidad, resulta "inalcanzable para la mayoría de las personas y puede acabar provocando, en casos extremos, trastornos de salud".

---

<sup>59</sup> Estos datos fueron extraídos de la página Web del Ministerio de Sanidad y Consumo español: [www.msc.es](http://www.msc.es)

El segundo problema, de consumo, está relacionado con la protección de los consumidores y con su derecho a contar con tallas homogeneizadas que eviten los errores y los problemas a la hora de comprar ropa, ya que las medidas no siempre coinciden según las distintas marcas y fabricantes.

### Antecedentes

Los antecedentes de este programa encuentran sus raíces en la polémica sobre los talles de ropa que surgió durante la última edición de *Pasarela Cibeles*, en febrero último, cuando la *Asociación en Defensa de la Atención a la Anorexia Nerviosa y la Bulimia* (ADANER) denunció que desfilaron jóvenes con la talla 34, hecho que iba en contra de las recomendaciones establecidas por el Senado en el año 2000 y de las resoluciones aprobadas en el Pleno del Parlamento autonómico.

La primera medida que tomaron las autoridades madrileñas frente a estas denuncias fue fijar un índice mínimo de masa corporal para desfilarse en la 44ª Edición de la Pasarela Cibeles. Esta iniciativa exige, por ejemplo, a una modelo de 1,70 metros pesar al menos 50 kilos<sup>60</sup>.

### ***Campaña a favor de una alimentación sana y equilibrada***

El Ministerio de Sanidad y Consumo Español presentó en septiembre de 2003 una campaña para combatir los trastornos alimentarios e informó, a partir de un estudio realizado, que el 43% de las chicas adolescentes españolas y el 27% de los chicos se ven a sí mismos "gordos o un poco gordos".

El objetivo de la campaña consistió en la detección de enfermedades alimentarias, como la Bulimia y la Anorexia, y se enmarca dentro de la tendencia mundial de favorecer la calidad en la alimentación infantil<sup>61</sup>.

### ***La anorexia nerviosa como distorsión de la imagen corporal. Programa de prevención desde la educación física escolar en la Provincia de Jaén***

---

<sup>60</sup> Diario *La Nación*, domingo 17 de septiembre de 2006

<sup>61</sup> Ministerio de Sanidad y Consumo español - [www.msc.es](http://www.msc.es)

En el año 2002 se dio a conocer un programa para la prevención de los trastornos alimentarios que fue desarrollado por tres especialistas de distintas universidades españolas: María Luisa Zalagaz Sánchez, de la Universidad de Jaén; Santiago Romero Granados, de la Universidad de Sevilla y Onofre Contreras Jordan de la Universidad de Castilla.

El programa partió de la idea de que en las sociedades actuales se promueve un culto excesivo a la delgadez y que esta obsesión puede dar lugar a trastornos alimentarios en los adolescentes. En este sentido, los investigadores creen que la intervención desde los ámbitos sanitario y educativo, a través de un programa de prevención en la materia de Educación Física (EF), puede ayudar a reducir el riesgo de la Anorexia nerviosa en los jóvenes.

En lo expresado se justifica la hipótesis que guió el trabajo: “prevenir la anorexia en los púberes y adolescentes a través de la educación de la imagen corporal, mediante un programa específicamente diseñado”<sup>62</sup>.

Entre los beneficios entienden que el programa aporta una perspectiva nueva al problema de la Anorexia ya que se centra en un enfoque preventivo del mismo desde el ámbito escolar. Por otro lado afirman que “El carácter socializador de la EF y el deporte y la relación de mayor proximidad que se establece en las clases entre profesorado y alumnado, pueden ser un condicionante para inculcar a los escolares un buen concepto de su propia imagen y de afirmación de su autoestima, que impida caer en un problema de tan graves dimensiones como la anorexia nerviosa”<sup>63</sup>.

### ***Guía de Nutrición Saludable y Prevención de los Trastornos Alimentarios***

En el año 1999 las autoridades españolas pusieron en circulación un documento - guía que tenía como fin la promoción de una alimentación saludable en la población adolescente, como así también la prevención de enfermedades vinculadas a ciertos desórdenes alimenticios.

---

<sup>62</sup> Zalagaz Sánchez, Ma. Luisa, Romero Granados, Santiago, Contreras Jordan, Onofre, *La anorexia nerviosa como distorsión de la imagen corporal. Programa de prevención desde la educación física escolar en la Provincia de Jaén*, España, 2002, pág. 15.

<sup>63</sup> *Ibidem*, pág. 8.

Esta guía fue elaborada en el Marco del Convenio de Colaboración para fomentar la educación para la salud en la escuela, suscrito entre los Ministerios del Interior, de Educación y Cultura y de Sanidad y Consumo.

Los responsables de este programa dicen al respecto del mismo lo siguiente: “La Guía que presentamos ha sido elaborada teniendo en cuenta los problemas nutricionales que presenta nuestra sociedad y las condiciones particulares (culturales, económicas y medioambientales) de los niños y niñas españoles. Su motor principal ha sido responder a una necesidad sentida dentro de nuestra sociedad de hacer frente a los trastornos de la alimentación (Anorexia y Bulimia), y ofrecer así una herramienta en la escuela para la educación nutricional, la promoción de la salud y la prevención de todas las enfermedades relacionadas con la alimentación”. (Fuente: *Guía de Nutrición Saludable y Prevención de los Trastornos Alimentarios*)

Los objetivos principales de la guía fueron los siguientes:

- Seleccionar del amplio campo de la alimentación y la salud los temas claves para que puedan adquirirse comportamientos y habilidades saludables en relación con la alimentación a lo largo de la etapa escolar.
  - Compilar y sintetizar de esta selección, para los profesores de primaria y secundaria los conocimientos actualizados, sobre la alimentación y su influencia en la salud.
  - Establecer unos objetivos a alcanzar para los diferentes grupos de edad, a fin de orientar la intervención educativa continuada y su evaluación.
  - Facilitar mediante propuestas prácticas el desarrollo de intervenciones en la alimentación saludable.
  - Desarrollar con recursos metodológicos y materiales adecuados, intervenciones-tipo en primaria y secundaria para cada uno de los temas que se han considerado esenciales.
- La propuesta apunta a que la alimentación saludable, se desarrolle en cada una de las aulas y en las diferentes etapas educativas.

El capítulo nº5 de la guía tiene por objeto la “educación y protección del consumidor”, por ello encuentra su sustento en la *Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios* (Ley 26/84).

El punto nº8 de este mismo capítulo está dedicado a la publicidad, y se la define como “una comunicación con unos objetivos comerciales” con un alto y peligroso

“efecto manipulador” sobre la audiencia. Lo que se propone desde esta guía para contrarrestar estos efectos es mantener una postura activa ante la recepción del mensaje que implique analizar, racionalizar y situar los mensajes. De esta manera se promueve “una actitud positiva hacia el análisis crítico de la publicidad”.

Otro tema de relevancia que la guía trata en el capítulo nº 6 es el de la prevención de los trastornos de la alimentación y en particular la Anorexia y la Bulimia. En este sentido, la guía menciona entre sus objetivos ayudar a los adolescentes a “conseguir un mayor autoconocimiento y fomentar la elección de modelos positivos más acordes con sus posibilidades físicas y emocionales; tomar conciencia de la propia imagen corporal y favorecer su aceptación y relacionar la autoestima y la autoaceptación corporal con los modelos alimentarios”.

En el capítulo sexto, se enumeran una serie de factores que pueden influir en la imagen corporal que cada persona tiene de su propio cuerpo. Entre ellos se destaca el papel de los medios de comunicación ya que éstos “hacen posible que el mensaje de la delgadez como ideal de belleza llegue a millones de mujeres y hombres a través del cine, la televisión, fotografías en revistas, miles de artículos y reportajes sobre métodos y dietas de adelgazamiento, publicidad (de cada cuatro anuncios dirigidos a mujeres uno invita directa o indirectamente a perder peso o a hacer deseable un peso bajo)”.

## **Campañas**

El Instituto Navarro de la Mujer inició en Abril de 1998 en conjunto con otros organismos una campaña para sensibilizar a la opinión pública y especialmente a los medios de comunicación, respecto a la prevención de los trastornos de alimentación, especialmente Anorexia y Bulimia nerviosas. Esta campaña estuvo dirigida a toda la población navarra dentro de la Acción del área de salud del Plan de Igualdad de Oportunidades de Navarra: A través de Acuerdos de Colaboración con el Departamento de Salud y el Instituto Navarro de Deporte y Juventud del Gobierno de Navarra se constituyeron los objetivos de esta campaña<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> Instituto Navarro de la Mujer: [www.cfnavarra.es](http://www.cfnavarra.es)

### Objetivos generales

- 1) Informar a la población en general y a las familias de adolescentes en particular sobre qué son los trastornos alimentarios (especialmente la Anorexia y Bulimia nerviosas) y las actuaciones para prevenir y ayudar.
- 2) Informar a la población adolescente de Navarra sobre los riesgos de una conducta alimentaria inadecuada que puede conducir a trastornos graves en su salud física y psíquica, fomentando la autoestima en relación con el valor integral de la persona.
- 3) Sensibilizar a los medios de comunicación del papel de prevención que pueden efectuar, transformando los mensajes de exaltación del cuerpo excesivamente delgado por otros más acordes con la realidad de la adolescencia.
- 4) Coordinar los recursos sanitarios y sociales en la difusión de acciones preventivas y educativas de Navarra de los trastornos de alimentación y propiciar la detección precoz en la infancia y pubertad.
- 5) Impulsar la creación de Asociaciones de familiares de personas afectadas por trastornos alimentarios como grupos de ayuda mutua y defensa de sus intereses frente a manipulaciones comerciales y publicitarias.
- 6) Introducir en esta campaña la perspectiva de género femenino, analizando los factores socioculturales que originan que su incidencia sea mucho más elevada en mujeres.

### **9.3.3. Resultados**

Si se establece un análisis comparativo entre ambos países, lo primero que es dable a observar es que en España, donde los trastornos alimentarios se consideran como un grave problema de salud pública, el Estado se ha hecho presente como organismo regulador y protector de los intereses y la integridad de la ciudadanía. Esta fuerte presencia estatal ha derivado en una serie de programas y campañas gubernamentales que tienen por objeto emprender una labor multidisciplinaria que apunte a la prevención y tratamiento de enfermedades tales como la Bulimia y la Anorexia. En este sentido, varios de estos emprendimientos se han focalizado en la

educación alimentaria de los niños y adolescentes para que aprendan a comer de forma correcta y sana. En este camino adquiere enorme relevancia la función de la escuela como institución de formación y promotora de valores sociales en los jóvenes.

En Argentina, por el contrario, no hay evidencias claras de que exista un trabajo sistematizado en cuestiones relativas a la alimentación que apunten a prevenir posibles trastornos como la Bulimia y la Anorexia. Si bien esta cuestión ha adquirido en los últimos tiempos enorme trascendencia en la opinión pública, no es lo suficientemente eficiente la labor del Estado Nacional en torno a la educación de la población en cuestiones de ídole nutricional.

Sin embargo, aunque la Argentina no es tan prolífera en reglamentaciones, programas o campañas que apunten a la educación alimentaria de los jóvenes, sí ha puesto el foco en el papel que desempeñan los medios de comunicación como factores influyentes en la Bulimia y la Anorexia. En este sentido, encontramos un punto de equiparación entre ambos países. Ello se encuentra ejemplificado en los fundamentos de la *Ley de Talles*, de origen nacional, y el *Programa de Unificación de Tallas*, de origen español. Estas dos medidas apuntan en el mismo sentido, por una lado buscan homogeneizar los talles de las prendas femeninas para evitar que cualquier mujer se pueda sentir discriminada y angustiada por no encontrar la suya y, por el otro, intentan que se respete el derecho que tiene el consumidor de que se le suministre información correcta sobre lo que está comprando.

Pero lo interesante de estas dos medidas es que ambas coinciden en que existe un modelo de belleza ideal, que es promovido por la moda y por los medios de comunicación, cuyos parámetros de delgadez extrema pueden llevar a una persona a desarrollar trastornos en la alimentación.

Si las analizamos separadamente encontramos que en la *Ley de talles* - nº 12.665 – se expresa la preocupación de los dirigentes por el “auge de las modelos como `modelos´de vida exitosa”. Se sostiene que en la cultura actual la figura ideal requiere de una delgadez extrema, algo que es sumamente difícil para cualquier mujer, y que puede producir un “deterioro en la salud de muchas jovencitas”. Según se expresa, estas nuevas pautas culturales “han dado lugar al negocio de las dietas, los adelgazamientos forzosos y la desesperación por ser delgadísima”, que en el caso de las jóvenes “trae aparejada la depresión y el desorden nutricional, ya que se empieza con dietas descontroladas y con la puerta de entrada a la anorexia y la bulimia”. Ser flaca, afirman, es sinónimo de éxito y aceptación social.

Por su parte, Alfredo Atanasof destaca entre los fundamentos, las consecuencias negativas del considerable avance de los medios de comunicación que difunden modelos “indeseables” que el público copia.

Frente al crecimiento del número de personas que padecen Anorexia, Atanasof sostiene que debe evaluarse “el rol que tiene la sociedad en la causación de estos índices y, junto con ellos, los modelos que desde los denominados `formadores de opinión o de tendencia´ se hacen llegar a los jóvenes y niños”.

De modo que, los altos índices mundiales de Bulimia y Anorexia suministrados por la Organización Mundial de la Salud, las sendas intervenciones gubernamentales en esta materia por parte de España, el crecimiento de los casos de personas afectadas en nuestra sociedad y el accionar deficiente por parte del Estado como garante de la salud de la población; son las razones que encuentra Atanasof para que se apruebe este proyecto.

En el caso español, el *Programa de Unificación de Tallas* busca luchar contra la Bulimia y la Anorexia y de esta manera dar solución a una problemática social que tiene que ver con el “modelo ideal de belleza” que se promueve desde el mundo de la moda y que está asociado a una extrema delgadez y a la búsqueda de la permanente juventud. Según las autoridades españolas, este modelo resulta “inalcanzable para la mayoría de las personas y puede acabar provocando, en casos extremos, trastornos de salud”.

Los antecedentes directos de este programa se encuentran en la polémica que encontró lugar en Pasarela Cibeles, un emblemático desfile de modas que tiene lugar cada año en España. Se denunció que las modelos que desfilaban no cumplían con el índice de masa corporal recomendado por las autoridades de dicho país en el año 2000, que advertía a los grandes diseñadores para que dejaran de promover desde las pasarelas a los talles muy pequeños.

Si suponemos que era obligado que dicho desfile fuera cubierto por los medios de comunicación, se puede inferir que el Estado español considera que la difusión de dichas imágenes puede ser perjudicial para la salud de las adolescentes que las absorben. En este sentido, el programa considera, aunque implícitamente, que los medios perpetúan el ideal estético que puede conducir a las jóvenes a padecer trastornos en la alimentación.

Llegado este punto es que se puede afirmar que ambos Estados son conscientes de que existe un modelo cultural que asocia el ideal de belleza a la extrema delgadez y que por ser inalcanzable puede provocar un sentimiento de frustración en las jóvenes que las

empuje a desarrollar patologías alimentarias como la Bulimia y la Anorexia. En este sentido, ambos países concuerdan en que les cabe una gran responsabilidad a la moda y a los medios de comunicación como reproductores de ese modelo de belleza.

#### **9.4. La recepción como mecanismo de producción de sentido**

En el presente capítulo, se revisarán algunos trabajos y teorías comunicacionales enfocadas al análisis de los mensajes de los medios de comunicación y la publicidad como así también aquellas que tienen que ver con el estudio de los procesos que tienen lugar en la instancia de recepción de dichos mensajes. En relación con esto último, se tendrán en cuenta a su vez los consumos culturales de los adolescentes.

##### **9.4.1. Consumos culturales**

El consumo puede verse como un modo de participación en los jóvenes, de modo que su análisis puede permitir comprender los mecanismos de apropiación y circulación que la cultura juvenil pone en práctica frente a los mensajes que transmite la industria cultural y, en especial, los medios masivos de comunicación.

Para Melina Curia, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, “los consumos culturales de los niños y de los adolescentes son un elemento central en la construcción de las identidades”. Según esta autora, los niños que crecieron en la década del noventa “constituyen un colectivo de pertenencia, reconocimiento y diferenciación que comparte gustos y valores afines ligados a unas adscripciones identitarias similares”<sup>65</sup>.

El consumo cultural tiene un peso preponderante a la hora de definir gustos, valores y prácticas; todos elementos que configuran cierto modo de reconocerse y diferenciarse respecto de un otro constitutivo. Los consumos culturales permiten conocer las perspectivas y valores en los que se reconocen o diferencian los sujetos de la modernidad tardía.

De modo que puede pensarse al consumo como una condición de posibilidad de los modos de producción de cultura juvenil, tanto en la escuela como en la sociedad, y

---

<sup>65</sup> Curia, Melina, “Cultura infantil e identidad”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº22, Tenerife, 1999.

un punto de articulación que nos permite reflexionar acerca de los modos que tiene la industria cultural de interpelar a los jóvenes como consumidores y portadores de una identidad diferencial.

Los consumos culturales y, en especial, el consumo de los mensajes de los medios de comunicación masivos, es un factor que actúa como elemento socializante entre los adolescentes. Y dentro de estos consumos, la televisión es el medio que merece un apartado especial por los mecanismos que pone en práctica al momento de transmitir los mensajes. Para Joan Ferrés, la comunicación emotiva es la herramienta madre que emplea la televisión cuando busca persuadir a su público. Los mecanismos inconscientes que emplea la televisión, según el autor, permiten comprender los efectos socializadores de la televisión. La televisión produce la mayor parte de sus efectos desde las emociones y desde la burla de la racionalidad. A estos efectos Ferrés los llama "procesos inadvertidos de socialización". En la socialización, los individuos interactúan unos con otros y desarrollan maneras de pensar, sentir y actuar que son importantes para su participación en la sociedad. De modo que la televisión logra socializar a raíz del enorme caudal de energía emotiva que genera.

Por otro lado, Ferrés explica las diferencias entre las dos grandes vías de la comunicación persuasiva: la vía racional, predominante en la escuela y la vía emotiva que predomina en la comunicación televisiva.

La contradicción entre la escuela y la cultura audiovisual se pone de manifiesto en el hecho de que la educación se mueve de manera preferente en la esfera de la palabra, del razonamiento, del análisis, de la reflexión crítica y las experiencias conscientes, mientras que la cultura audiovisual se mueve de manera preferente en la esfera de la imagen, de la emoción, de la sensorialidad y de la experiencia inconsciente.

Es por ello que la influencia de la televisión no se puede comprender aproximándose a ella desde los parámetros de la verbalidad, de la racionalidad y de la conciencia, parámetros en los que se mueven tanto la cultura oficial como los planes de enseñanza. Tanto en el ámbito de la información como en el de la publicidad o en el del entretenimiento, los efectos socializadores de la televisión sólo pueden comprenderse desde el conocimiento de la lógica de sus emociones de los mecanismos del inconsciente y de las comunicaciones inadvertidas.

#### 9.4.2. El discurso publicitario

La publicidad es otra forma de comunicación que apela a las emociones para persuadir a la audiencia (potenciales consumidores). La emotividad es la herramienta que pone en práctica para lograr persuadir al consumidor.

Según Mariela Sardegna, “El rol de la publicidad consiste en, a partir de los deseos o los sueños del individuo, suscitar la necesidad que él satisfará por medio de la compra, considerada como un acto al mismo tiempo agradable, tranquilizador y liberador de ciertas inhibiciones”, y continúa diciendo, “En la sociedad actual, se trata de satisfacer los deseos más que las necesidades de los consumidores (...) Así es como la mayor parte de las campañas publicitarias son regidas a los deseos del consumidor en vez de hacerlo a las necesidades humanas”<sup>66</sup>.

La publicidad y el *marketing* en general, avanzan en la creación de técnicas que apunten a segmentar al público de acuerdo a sus deseos y a sus necesidades más íntimas.

El tipo de segmentación tradicional opera, según Alberto Wilensky<sup>67</sup>, en base a un conjunto de variables duras que se definen de la siguiente manera:

- Geográficas: tienen que ver con el espacio físico en el que habitan las personas.
- Demográficas: son la edad, sexo, tipo de familia, religión.
- Socioeconómicas: ingreso, ocupación, educación, clase social.
- Psicográficas: estilo de vida, intereses.
- Comportamentales: ocasión de compra, uso.
- Producto: beneficios buscados.

Sin embargo, existen sistemas de segmentación que escarban aun más en la intimidad de la persona. De aquí se desprenden sistemas como el VALS (*Values and Life Style*), que busca el qué, quién, cómo, dónde y por qué del target. Esta herramienta divide al público según actitudes, conductas y necesidades psicológicas.

---

<sup>66</sup> Sardegna, Mariela, *op. cit.*, pág. 50.

<sup>67</sup> Wilensky, Alberto, *Marketing estratégico*, Buenos Aires, Editorial Norma, pág 52.

Otro modelo de segmentación que sigue con esta línea es el de *Segmentación Vincular* para el que la relación sujeto – otro está mediada por el deseo. Este modelo considera al producto como interfase entre un sujeto y otro y entiende que esta relación se vehiculiza en lo simbólico por intermedio de la imagen del producto y la marca.

El discurso publicitario tiene una dimensión persuasiva que busca influir en la conducta de los receptores y modificarla. La persuasión busca convencer, y con ello cambiar las conductas de los consumidores. Para ello, utiliza argumentos de tipo “racional y emocional”<sup>68</sup>. El empleo de argumentos racionales tiene lugar cuando el producto en cuestión tiene atributos claros y demostrables. Si el producto no posee atributos diferenciales claros el recurso más eficaz es apelar a los sentimientos y emociones. Tal como señala Orlando Aprile, “la comunicación publicitaria tiene que impactar para no pasar inadvertida pero, además, debe emocionar para estimular una respuesta”. Para lograrlo, señala, debe “poner en evidencia la teatralidad que todo producto o servicio tiene de manera propia”, porque, “para comunicar y para estimular el consumo, es menester conmover”<sup>69</sup>.

Hoy en día la publicidad no sólo sirve para dar a conocer un producto sino que además crea la imagen y la personalidad del mismo. La publicidad tiene la habilidad de hacer diferentes a dos productos del mercado que cumplen la misma función.

La publicidad nos representa al mundo a través de la práctica del relato: “dice su producto pero cuenta otra cosa (es su denotación)”, afirma Roland Barthes<sup>70</sup>. Es por ello que el autor la ubica entre las grandes creaciones que nutren el espíritu humano, como el cine, la literatura y la moda. “Al tocar el producto mediante el lenguaje publicitario, los hombres le asignan sentido y transforman así su mero uso en experiencia del espíritu”<sup>71</sup>.

Por este motivo el autor va contra la idea de considerar al objeto como una cosa inhumana, es decir, que existe fuera del hombre. Los objetos siempre conllevan un sentido y, además, comunica información. Este sentido viene dado por el lenguaje, que oficia de intermediario entre el hombre y el mundo.

En sí el objeto es *polisémico*, es decir, tiene muchas posibles lecturas de sentido. Por ello su significación está directamente relacionada con el lector, quien determinará

---

<sup>68</sup> Sardegna, Mariela, *op. cit.*, pág. 57.

<sup>69</sup> Aprile, Orlando, “Imagen y Emoción: una pareja muy pareja”, en portal *Adlatina*, noviembre de 2005.

<sup>70</sup> Barthes, Roland, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993, pág. 243.

<sup>71</sup> *Ibidem*, pág. 243.

el sentido del objeto de acuerdo a la lectura que haga de él. Lo mismo ocurre con la imagen, ya que su significación también depende de la elección que haga el lector. Esta lectura estará mediada, a su vez, por el contexto cultural en el cual aquél se encuentre inserto. Es decir, cada sociedad desarrolla sus propias técnicas a través de las cuales fija o determina los significados posibles. De alguna manera “elige” la significación que quiere otorgarle a los objetos del mundo real y ello se ve manifestado en el mensaje publicitario.

### **9.4.3. Derivaciones teóricas del análisis de la recepción**

A continuación se describirán algunas de las teorías de la comunicación que se han encargado de describir los procesos que tienen lugar en el espacio de recepción.

La *Mass Comunicaton Research* (MCR) fue la teoría comunicacional que estuvo vigente entre las décadas del 20' y del 60'. En ella confluyeron los preceptos de la Psicología Conductista y la Corriente Gestáltica.

Esta teoría puso el acento en el receptor y encontró sus fundamentos en la investigación de los efectos persuasivos de la propaganda política que transmitían los nuevos medios de comunicación masiva de la época.

Por ello, en un primer momento la teoría en auge dentro de esta corriente fue la Teoría Hipodérmica que concebía al público como una masa de individuos sin interacción entre sí y consideraba que los mensajes de los medios tenían una influencia directa sobre los receptores. Por este motivo, la comunicación versaba para esta teoría sobre la relación mensaje – efecto: existe un emisor que transmite un mensaje que provoca un efecto sobre el receptor. En este sentido, la comunicación es un proceso lineal y unidireccional.

Con el tiempo irán surgiendo dentro de la MCR nuevos estudios de corte Funcionalista, cuyos principios terminarán por desplazar del escenario de investigación a la Corriente Conductista. El Funcionalismo centró su teoría en la revalorización del grupo primario como fuente de formación de opiniones y de pautas conductuales.

Entre los estudios que suscribieron a esta nueva corriente se encuentra el que llevó a cabo Paul Lazarsfeld en 1940 con motivo de las elecciones presidenciales en EEUU.

La investigación se llamó *El pueblo elige* y buscaba conocer el comportamiento electoral de los votantes y determinar si la propaganda política influía en la intención de voto del electorado. La investigación descubrió que la gente votaba en torno a elementos como la tradición familiar, o la influencia de las personas cercanas. Estas variables dieron lugar a la noción de influencia personal y al surgimiento de la figura del líder de opinión.

En el capítulo IX el autor dedica un espacio a explicar uno de los resultados que arrojó esta investigación que es el efecto de refuerzo. “Las comunicaciones políticas cumplieron la importante misión de mantener las decisiones previas en lugar de promover otras nuevas. Al proporcionar a los adictos razones en apoyo de su elección, sirvieron para fortalecer la resolución de éstos y, por consiguiente, para reducir las deserciones en las filas partidarias. En otras palabras, tuvieron el efecto de reforzar la decisión original”, dice el autor, y agrega: “el ciudadano no reparte su atención proporcionalmente al caudal de propaganda que se le ofrece. No basta que un partido se preocupe por divulgar sus ideas; es necesario, además, que en el votante existan predisposiciones que abran su mente a esas ideas. Dichas predisposiciones impulsan al individuo a seleccionar los elementos de información que condigan con ellas y reafirmen su posición previa”<sup>72</sup>.

Dentro de esta etapa Funcionalista se encuentra también la investigación que llevó adelante Carl Hovland sobre los efectos de la propaganda política en la audiencia. El estudio se llamó *Efectos a corto y largo plazo en el caso de los films de orientación o propaganda* (1940) y planteaba que no hay un efecto que se desencadene inmediatamente sino que entre el mensaje y el efecto que produce intervienen un conjunto de factores.

Otro de los trabajos que pertenecen a esta etapa es el de de Paul Lazarsfeld y Eliu Katz, *La influencia personal*, que busca conocer los mecanismos de la comunicación persuasiva. Esta investigación nos habla de la existencia de variables intermedias que intervienen en la recepción de los mensajes emitidos por los medios de comunicación. Entre los factores intervinientes, destacan el rol fundamental de las relaciones interpersonales ya que la respuesta de una persona a una campaña no puede considerarse sin hacer referencia a su entorno social y al carácter de este tipo de

---

<sup>72</sup> Lazarsfeld, Paul, *El pueblo elige*, Buenos Aires, Ediciones 3, 1962.

relaciones<sup>73</sup>. A su vez, el estudio destaca al *líder de opinión* como una figura que puede ejercer gran influencia sobre las opiniones de las personas.

Los resultados de estas investigaciones permiten pensar al público como conjuntos de grupos sociales y no como individuos aislados. A su vez implican considerar a las comunicaciones de masas como una influencia que actúa junto con otras influencias, en una situación total. Es decir, las comunicaciones de masas no constituyen causa suficiente de los efectos que producen sobre el público, sino que actúan dentro y a través de un conjunto de otros factores e influencias.

Los años 60' fueron testigo del surgimiento de una serie de debates y procesos de cambio en torno a la cuestión de la comunicación, que pusieron el foco en el mensaje. Para esta época, empieza a perder validez la idea de una relación de causa y efecto entre la estructura del mensaje y la estructuración de la recepción. Por el contrario, la idea que cobra fuerza es la que considera a los públicos receptores como productores de sentido y comienzan a analizar los usos que la gente hace de los mensajes. O sea, cambia de orden el siguiente cuestionamiento: si antes la pregunta era ¿qué hacen los mensajes con la gente?, ahora la pregunta es ¿qué hace la gente con los mensajes?

Esta época es testigo del inicio del derrumbamiento del clásico modelo de comunicación planteado por Jakobson que implica dos actores (emisor–receptor) con posiciones rígidas y no intercambiables. El mensaje los vincula pero es una atribución única del emisor, en él no interviene el receptor. El nuevo concepto de comunicación que se teje en estas décadas considera al polo receptivo como un espacio activo, con capacidad de reelaborar y producir sentido propio.

Como se ha visto, el análisis de la figura del receptor a partir del eje actividad – pasividad ha sido blanco de amplias teorizaciones y discusiones dentro de las ciencias sociales. En las últimas décadas, la investigación ha cambiado el foco puesto sobre el receptor a quien ahora se considera como un agente que cumple una función activa dentro del proceso de comunicación, en el sentido de que se apropia de los mensajes y los reelabora de acuerdo a una serie de factores intervinientes que actúan dentro de su entorno. Según afirma Mariela Sardegna, “El paradigma cognitivo puso el acento en la capacidad de la actividad cognitiva del receptor ante cualquier tipo de información. Para

---

<sup>73</sup> Lazarsfeld, P., Katz, E., *La influencia personal*, EEUU, Universidad de Columbia, 1955.

este paradigma el individuo capta selectivamente la información y la interpreta de acuerdo a una serie de variables personales, tales como intereses, actitudes, deseos, etc.”<sup>74</sup>.

A partir de mediados de los ochenta, los procesos de recepción televisiva fueron analizados a partir de un enfoque cualitativo. Este “se enfoca en incluir como fuente de conocimiento todos aquellos matices e interpretaciones provistas por los mismos sujetos de investigación que permitan redondear y enriquecer la comprensión del objeto investigado”<sup>75</sup>.

A partir de estas ideas, el proceso comunicativo puede ser evaluado desde el concepto de *uso*, de Michel De Certeau, del que se desprenden otros como el de *producción y reapropiación*. En su texto *La invención de lo cotidiano*, el autor se propone barrer con la idea de pasividad y disciplina e interrogarse acerca de las operaciones que realizan los usuarios. Es decir, lo que se propone investigar es el uso que los grupos e individuos hacen de las representaciones de una sociedad. Según el autor, el estudio de esas representaciones, propias de cada sociedad, debe ir acompañado por el estudio de lo que los consumidores culturales producen.

De modo que, ante las representaciones sociales, el receptor pone en práctica un mecanismo que podría llamarse de doble producción. Esto se explica de la siguiente manera: frente a los sistemas de producción tradicionales, que implican una producción centralizada y racionalizada, existe una producción paralela que “es astuta, se encuentra dispersa pero se insinúa en todas partes, silenciosa, y casi invisible, pues no se señala con productos propios sino en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante”<sup>76</sup>. Hay un producto (signo del orden) y hay un uso que se hace de él por parte de los consumidores que no son los propietarios.

Es un mecanismo doble puesto que el sistema de producción oficial tiene su correlato inmediato en producciones alternativas o paralelas que tienen lugar en el momento mismo del consumo. El consumidor adopta una manera propia de emplear los productos o representaciones, y es en esa manera particular de uso que surge una nueva producción de sentido.

---

<sup>74</sup> Sardegna, Mariela, *op. cit.*, pág. 49.

<sup>75</sup> Orozco Gómez, Guillermo, “Investigar para transformar la educación de las teleaudiencias”, en *Voces y cultura*, n°11/12, 1997, pág. 153.

<sup>76</sup> De Certeau, M., “Introducción”, “Culturas populares” y “Valerse de: usos y prácticas”, en *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana, 1996, pág. 43.

El doble mecanismo se explica siempre que se tenga en cuenta que hay una diferencia entre la producción de una representación y la producción secundaria de esa representación que se da en los procesos de uso. No hay que dejar de lado que por parte de los usuarios opera una manipulación de esas representaciones, que puede implicar una apropiación o reapropiación de las mismas.

Dentro de esta misma línea, tenemos a un autor como Orozco, quien a mediados de los años '80 se ocupa de estudiar la recepción televisiva y propone que la “televidencia es un proceso complejo que conlleva múltiples interacciones de la teleaudiencia con la televisión a distintos niveles y que es objeto también de múltiples mediaciones. Es un proceso largo que no está circunscrito al momento preciso de contacto directo con el referente televisivo”<sup>77</sup>.

Con esto tenemos que el acto comunicacional implica una serie de intercambios en donde se ponen en juego, principalmente, las mutuas habilidades de parte de la televisión y de las tele-audencias. Esta concepción implica un enfoque crítico en donde las tele-audencias no son consideradas pasivas sino activas y con la capacidad de “utilizar creativamente la televisión, negociar, resistir y aún contraponer significados o resemantizarlos a partir de los referentes televisivos”<sup>78</sup>. Pero, aunque estas capacidades son ilimitadas, están siempre condicionadas por el entorno dado. Es decir, la creatividad se ejerce dentro de ciertos parámetros y con referencia a la televisión, por una parte, y a la cultura a la que pertenecen las tele-audencias, por otro.

Hablar de comunicación implica hablar de cultura y, según Barbero, hablar de cultura implica hablar de reconocimiento, “un reconocimiento que es, en primer lugar, desplazamiento metodológico para rever el proceso entero de la comunicación desde su otro lado: el de las resistencias y las resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación, desde los usos que los diferentes grupos sociales –clases, etnias, generaciones, sexos– hacen de los medios y de los productos masivos”<sup>79</sup>.

Si hablamos de recepción, se puede decir, por un lado, que hoy en día la tv es el principal instrumento para percibir el mundo que tiene la mayoría de la población. Da forma y modifica las representaciones del mundo sin que sea fácil determinar en que sentido. Pero, por otro lado, la relación televisión – audiencia es un proceso que

---

<sup>77</sup> Orozco Gómez, Guillermo, op. cit., pág. 156.

<sup>78</sup> *Ibidem*, pág. 158.

<sup>79</sup> Barbero, Jesús Martín, Televisión, cultura y región y Por unas políticas de comunicación en la cultura, en *Pretextos*, Cali, Universidad del Valle, 1997, pág.160.

conlleva a múltiples interacciones y que es objeto de la más compleja gama de mediaciones. Desde la perspectiva de Orozco la mediación en la televidencia, implica hablar de la interacción de los miembros de la audiencia con la tv como la creación, por parte de ellos, del sentido de esa interacción. De manera similar Barbero se refiere a las mediaciones como el espacio cultural desde donde el público elabora y se apropia el significado de los mensajes de los medios masivos de comunicación.

Las fuentes de la mediación son varias: la cultura, la política, la clase social, la edad, el género, la etnicidad, las condiciones situacionales y contextuales, la economía, los movimientos sociales, los medios de información y las instituciones. También lo son la mente del sujeto, sus emociones y experiencias.

Los conceptos vertidos hasta acá, indican que la recepción no puede entenderse como un proceso lineal, de causa-efecto, sino como un complejo proceso, multidimensional y multidireccional, mediante el cual los sujetos interpretan los mensajes provenientes de otros sujetos y/o medios generando sentido y creando interrelaciones en su cotidianidad.

## **9.5. Entrevistas**

Las entrevistas que se realizaron tuvieron como fin indagar en los consumos culturales de los adolescentes y conocer a partir de sus propias opiniones cuáles son las problemáticas más graves por las que atraviesa la juventud actual. A su vez, las entrevistas buscaron conocer el concepto que los jóvenes tienen de su propia corporalidad<sup>80</sup>.

La población entrevistada se compone por adolescentes mujeres de entre 18 y 25 años con un nivel socioeconómico medio alto.

Dos de las nueve personas entrevistadas padecieron y aún padecen trastornos en la alimentación. Por este motivo fueron seleccionadas para participar del *Focus Group*, junto con una tercera integrante. Las tres jóvenes pertenecen al mismo círculo íntimo, todas tienen 20 años, estudian y no trabajan.

---

<sup>80</sup> Las entrevistas se adjuntan al presente trabajo como material anexo.

### **9.5.1. Resultados**

Del análisis del conjunto de las entrevistas se obtuvieron las siguientes conclusiones generales:

- El programa de televisión más visto resultó ser *Montecristo*. El argumento de esta serie versa sobre la traición y la venganza. La caracterización de sus personajes se ciñe a ciertos estereotipos del bien y el mal. Los buenos son lindos y víctimas de los malos que son feos e inescrupulosos.  
Esta serie se transmite todos los días a las 22.30 por el canal 11 de televisión abierta (Telefe).
- Los programas de televisión no suelen ser un tema de conversación entre los jóvenes.
- Causa molestia entre las jóvenes que los programas no tengan una historia con un principio y un final predeterminado y se prolonguen indefinidamente en el tiempo. Este hecho se lo adjudican a la búsqueda afanosa que los productores realizan en torno al “raiting” y lo sienten como una falta de seriedad y respeto hacia el público espectador.
- Casi la totalidad de las adolescentes expresaron su enorme desagrado por el conductor Marcelo Tinelli de quien dijeron, entre otras cosas, que es un “mediocre” y que debería retirarse de la televisión porque “siempre hace lo mismo”.
- Según manifestaron, no sólo las novelas sino todos los programas de televisión en general, no reflejan la realidad social ni las problemáticas propias de un adolescente común.
- La mayoría de los adolescentes no escucha radio y si lo hace es por una cuestión circunstancial.
- Tampoco leen revistas y si lo hacen es porque alguien de la casa las compra. Estas revistas suelen ser *Gente*, *Caras*, *Para Ti* o la revista dominical del diario *La Nación*. La mayoría no lee en profundidad estos medios sino que los hojean o miran las fotos ya que el contenido de las notas no resulta de su interés.
- Tanto para televisión como para revistas, la totalidad de las entrevistadas afirmaron que no recordaban haber comprado algún producto que vieron en una publicidad

- Leen muy pocos libros.
- Van con escasa frecuencia al cine y éste es un programa que prefieren hacer en pareja. Acostumbran a ver películas en video o en dvd.
- Prefieren películas de origen norteamericano frente a las nacionales que las consideran “aburridas” o “deprimentes”. Por este motivo, cuando se les consultó por los actores o actrices favoritas casi la totalidad de las entrevistadas dieron nombres de actores estadounidenses.
- La totalidad de los adolescentes sienten gusto por la música y la mayoría expresó tener predilección por autores o grupos hispanohablantes. La forma común de adquisición es a través de la compra de cds “truchos” o grabaciones caseras.
- En su tiempo libre los adolescentes eligen estar con los amigos o la pareja. Los temas de conversación en las salidas suelen ser variados y van desde política hasta ropa.
- La totalidad de las adolescentes consultadas consideran que las drogas y el alcohol son hoy en día los problemas más importantes de los jóvenes.
- En relación con la comida, casi la totalidad de las entrevistadas coincidió en que la comida ocupa un lugar importante en la vida y que es un punto de reunión con el resto de la familia. En la mayoría de los casos, la tarea de cocinar se distribuye entre la madre y la empleada de la casa.
- A la totalidad de las entrevistadas le preocupa su cuerpo y la apariencia física. Les parece importante mantenerlo en forma aunque, a excepción de una, ninguna practica deportes o va al gimnasio. Para todas cuidar el cuerpo es sinónimo de no comer “porquerías” ni cosas que “engordan” como las galletitas, el pan, las golosinas, etc.
- Casi la totalidad de las entrevistadas coincidió en que el cuidado del cuerpo es una tarea que se le exige más a la mujer aunque hoy en día los hombres también se preocupan por su aspecto exterior.
- La mayoría coincidió en que la presión por tener un cuerpo en forma aumenta en el verano.
- En relación con la ropa, la mayoría compra los jeans y el calzado guiándose por la marca. Este dato puede estar indicando que en la adolescencia la moda actúa como factor de socialización.

- Todas las entrevistadas saben qué son la Bulimia y la Anorexia aunque, salvo un par de excepciones, tienen un conocimiento muy escaso al respecto. En todos los casos la fuente que les ha brindado mayor información sobre ellas es el colegio.

## **9.6. Focus Group**

La utilización del *Focus Group* como herramienta de recolección de información se justifica en el hecho de que esta técnica permite reforzar ciertos conceptos surgidos en las entrevistas individuales y, a su vez, hacer surgir nuevos datos que puedan enriquecer el análisis en general<sup>81</sup>.

### **9.6.1. Resultados**

- Todas confirmaron que ven *Montecristo* y que dejaron de ver *El tiempo no para* porque se extendió en el tiempo y ya no saben cuándo va a terminar.
- Se hizo evidente que los programas de televisión son un tema de conversación en el grupo aunque no el más recurrente.
- Prefieren programas de televisión que reflejen problemas reales a aquellos cuyas temáticas se alejan de la realidad.
- Concluyeron en que además del alcohol y las drogas, los problemas de los jóvenes de hoy tienen que ver con la falta de valores y de objetivos claros que producen un fuerte sentimiento de desmotivación en los adolescentes. Por otro lado, señalaron como problema el hecho de que hoy los tiempos se prolongan y la adolescencia se extiende en el tiempo.
- Las tres entrevistadas manifestaron que se cuidan con las comidas. Especialmente una de ellas manifestó tener un serio trastorno en torno a la alimentación. De las otras dos, una hace dieta y la otra afirmó que tiene un “tema con el cuerpo”.
- Admitieron que la mujer es víctima de una enorme presión sobre su cuerpo que es ejercida desde la sociedad. Llegaron a la conclusión de que las casas de ropa femenina son uno de los elementos que ejercen dicha presión aunque pueden

---

<sup>81</sup> El *Focus Group* se adjunta al presente trabajo como material anexo.

generar trastornos en la alimentación sólo en aquellas personas que ya están enfermas.

Tal como dije antes, entre las tres personas que conformaron el *Focus Group* hay una que fue anoréxica (aunque todavía no ha logrado curarse) y otra que sufre severos trastornos en la alimentación. Ellas son Sofía y Mercedes, respectivamente.

Resulta interesante destacar algunas características comunes a ambas que pueden funcionar como variables para detectar dichos trastornos.

### Situación familiar

Primero y principal, ambas son hijas de padres separados. También para ambos casos los padres han rehecho sus vidas y están de novios con personas que, a su vez, también son separadas y con hijos. La falta de contención que provoca la ausencia de la figura paterna se manifiesta como una carencia en las adolescentes entrevistadas.

### Relación con los padres

Las dos viven con la madre, por lo tanto, la figura materna está mucho más presente que la paterna. Ambas tienen una relación muy estrecha con la mamá, incluso Mercedes definió a la suya más como una amiga que como una madre.

De modo que la relación madre-hija es otro de los factores que deberían tenerse en cuenta al momento de evaluar a las personas que sufren trastornos en la alimentación.

### Comida

En ambos casos difícilmente las familia se reúne para comer, la mayoría de las veces comen por separado o a destiempo.

En el caso de Sofía, ella ha dejado ver en la entrevista que tiene un comportamiento inestable con la comida porque tiene épocas en las que come mucho y otras en las que no come nada. En ninguna de las dos entrevistas manifestó expresamente haber sido anoréxica, sin embargo expresó haber tenido “algún raye” en relación con la comida.

Por el contrario, Mercedes expresó abierta y claramente tener una relación casi patológica con la comida que deja ver un serio trastorno alimentario. Se siente “traicionada” por la comida porque aún sin comer nada muchas veces se siente gorda. En este sentido tiene una clara distorsión de la imagen de su cuerpo. Es una persona que

tiene un miedo excesivo a la gordura y que considera que la delgadez le da la seguridad para sentirse aceptada por el grupo al cual pertenece.

En el caso de Mercedes encontramos que su madre tampoco se alimenta correctamente. Según expresó en la entrevista individual para su madre, que es un “esqueleto”, la comida es “un trámite”. Dijo también que esta “obsesión con el tema del físico” de alguna manera se la inculcó a ella y a sus hermanos. Este conjunto de factores nos permiten pensar que la madre de Mercedes es una persona que también padece trastornos alimentarios.

### Relación con el cuerpo

Tal como se ha dicho anteriormente, tanto Mercedes como Sofía son personas que demuestran una preocupación excesiva por su figura y para quienes la seguridad viene de la mano de estar y sentirse delgadas. Tienen una clara distorsión de la imagen corporal ya que aún siendo flacas se ven gordas. Esta percepción negativa de la propia imagen puede ser producto de la comparación con ciertos estereotipos de belleza que se reproducen desde el ámbito de la moda, fundamentalmente, y de los medios de comunicación.

### Resumen

Los resultados del *Focus Group* pueden agruparse a modo de resumen en los siguientes ítems:

- Se hizo evidente que la delgadez es un atributo culturalmente dominante.
- La moda, además de reproducir el ideal estético imperante, actúa como elemento socializador entre las adolescentes.
- Existe una falta de diversidad en los talles que se adapten a los diferentes cuerpos. Por el contrario, las adolescentes tienen que amoldarse a las medidas existentes.
- Implícito en sus opiniones se manifiesta el imperativo social que indica que las mujeres delgadas tienen mayores posibilidades de ser aceptadas que las que no lo son.
- Las adolescentes tienen dificultad para percibir correctamente sus figuras corporales.

- Con la prosecución de ciertas dietas o simplemente con prohibirse a sí mismas comer algunas cosas que dan placer, como las golosinas o las galletitas, las adolescentes buscan lograr el autocontrol sobre sus cuerpos.
- En relación con el punto anterior, las jóvenes tienden a someter a sus cuerpos en lugar de disfrutarlos.
- Focalizan la atención en las zonas conflictivas de su cuerpo. Un ejemplo de ello son los muslos y las caderas.
- Ninguna de ellas expresó estar satisfecha con su cuerpo ni con su imagen.

## **10. CONCLUSIONES**

La presente investigación ha pretendido explicar y desarrollar la noción de cuerpo como construcción social significativa. Es decir, se ha intentado dar cuenta que cada sociedad es artífice de un modo particular de representar al cuerpo. De esta manera se ha logrado demostrar que el sentido que adquiera el cuerpo estará determinado por el contexto sociocultural en el cual se encuentre inserto.

Tal como hemos visto son las significaciones imaginarias de una sociedad las que constituyen lo que es real para una sociedad y conforman un modo propio-el de esa sociedad- de ver el mundo. De modo que para llegar a conocer la forma en la que determinada cultura representa la corporalidad se hace necesario indagar en el imaginario social, es decir, en sus gustos, sus valores, sus creencias, sus imágenes, etc.

Hemos podido ver que a lo largo de la historia cada época fue depositaria de un modelo corporal particular y de un ideal de belleza propio. Según esas distintas consideraciones, el cuerpo ha sido evaluado y representado de forma diferente. El modelo cultural actual que exige una extrema delgadez como parámetro de belleza y de aceptación social, es un modelo vigente en todo occidente aunque algunas sociedades son más proclives a adoptarlos que otras

Esta nueva exigencia moderna ha derivado en un obsesivo culto al cuerpo que ha adquirido carácter de mandato social, especialmente en la figura femenina. Este imperativo ejerce una mayor presión sobre el cuerpo de la mujer pues en ella la delgadez y el atractivo físico son sinónimos de éxito y aprobación social.

La época actual ha hecho del cuerpo el lugar de la identidad personal, de modo que el cuidado de la apariencia física y el esmero por modelar la propia figura han devenido en la medida de la virtud individual. Este moldeamiento implica un proceso interno, es decir, que va de adentro hacia fuera y que se conjuga, a su vez, con diversos mecanismos que conciben implícitamente a la figura del cuerpo como producto, a saber: la gimnasia, las dietas, las cirugías, etc. De esta manera, encontramos un cuerpo capaz de “autoproducirse” (Traversa). Puede ser transformado desde adentro, gracias al recurso a la ciencia y a la actividad de su dueño, y esa transformación opera tanto en su posibilidad de sentir placer como en su apariencia exterior.

El imperativo social exige la transformación del cuerpo, por eso el cambio que la mujer opera en su cuerpo tiene que ver con la búsqueda de la satisfacción personal, es

decir, con verse más linda, más flaca o más saludable y también con la intención de agradar al otro. De modo que lo que resulta sustantivo en nuestro tiempo es el hecho de que la apariencia es modificable y que esta mutación tiene por objeto captar la mirada del otro.

Este ideal de mujer construido socialmente se proyecta masivamente a través de los medios de comunicación y la publicidad. Y tal como se ha aclarado a lo largo de la presente investigación, éstos son discursos sociales que construyen sentido y reproducen el modelo cultural actual que asocia a la belleza con la extrema delgadez. Es decir, son discursos que refuerzan y promueven el ideal estético cultural.

Lo más característico de la publicidad de nuestra época es que no busca influir en la mente de los consumidores para que compren un producto o servicio determinado, sino que promueve el consumo en sí mismo. En este marco particular, la lógica publicitaria utiliza al cuerpo como herramienta para estimular el deseo de posesión.

Por ello se ha dicho que la publicidad es un tipo de comunicación persuasiva porque lo que busca, en última instancia, es convencer al receptor (lector/televidente/oyente) de que compre algo.

De modo que el mecanismo persuasivo que la publicidad pone en funcionamiento con su mensaje tiende a transformar las necesidades del individuo en deseos y el elemento que utiliza como incentivo del deseo de tener es el cuerpo. Este mecanismo persuasivo encuentra su fin en el consumo, es decir, cuando el individuo satisface ese deseo de posesión en la compra.

De ello surge como resultado que el discurso publicitario utiliza como estrategia de venta al cuerpo que actúa como soporte de lo que se promociona. Con esto se está afirmando que lo que la publicidad de nuestra época promueve, entonces, es el consumo del cuerpo. El consumo es la puerta de acceso al universo irreal y placentero que los avisos publicitarios muestran, permite ser parte de algo y esa pertenencia muchas veces exige la transformación de la apariencia física.

Por otro lado, los medios de comunicación y la publicidad, en tanto promotores de cierto ideal de belleza, tienden a nivelar los gustos y los parámetros estéticos, es decir, tienden a homogeneizar los criterios de belleza. Tal como se ha visto en el desarrollo del presente trabajo, el ideal moviliza en el individuo la necesidad de identificación y el deseo de posesión. Pero lo que ocurre en este sentido, es que este modelo corporal ideal que la publicidad y los medios promueven resulta inalcanzable para el común de los individuos. Por lo tanto, al enfrentarse con un modelo inaccesible la persona,

especialmente la mujer que es sobre quien se ejerce mayor presión, experimenta un sentimiento de frustración que puede alterar su comportamiento. Y aunque el individuo acceda en parte a dichos modelos, no se libra de la presión que lo obliga a trabajar su corporalidad de manera permanente en pos del ideal estético establecido.

El enfrentamiento que se produce viene dado, entonces, por el choque entre la figura ideal y la figura real. Esta figura ideal queda definida en base a ciertas marcas de legitimación que impone el mercado y que determinan que un cuerpo sea deseable o no. Lo que hacen los medios y la publicidad, que a su vez responden a esa lógica mercantil, es reproducir implícitamente a través de sus mensajes este mecanismo de inclusión – exclusión. Los cuerpos deseables son los mostrables porque responden exitosamente a los modelos de belleza imperantes. Mientras que los no deseables son los no mostrables porque muestran imperfecciones. Son cuerpos que no pueden dominar los excesos y, por ende, no son legítimos según los parámetros de la estética dominante. El discurso publicitario, especialmente, elimina la parte sufriente del cuerpo y la suplanta por los cuerpos dispuestos para el disfrute.

El cuerpo que se oculta es aquél que sufre y que siente vergüenza de mostrarse con sus defectos. Es un cuerpo que teme a la marginación y al aislamiento social. En este sentido, la publicidad promueve el cambio y la transformación corporal como único camino para la aceptación social.

La delgadez como modelo normativo es el escenario sobre el que se despliegan numerosos trastornos alimentarios, en especial, Bulimia y Anorexia que han aumentado en los últimos años en Occidente, pero especialmente en la Argentina. La población de riesgo se compone por mujeres jóvenes que traducen la presión social por el adelgazamiento en una patología alimentaria.

Este tipo de trastornos son más comunes en las mujeres porque ellas son socializadas en torno a ciertas pautas culturales que determinan que el atractivo físico es el parámetro de aceptación. El universo femenino está culturalmente asociado a lo corporal y a la apariencia física por eso, ante todo, la mujer es un cuerpo. Y como la exterioridad es lo primero que la define, ella debe velar por su cuidado para lograr atraer la atención del otro, conquista que sólo se logra si el cuerpo se adapta al modelo que legitima los cuerpos deseables. Ese modelo hoy exige la delgadez, de modo que un cuerpo delgado es sinónimo de éxito y aceptación social.

Por otro lado, estas enfermedades afectan a la persona en una etapa particular de su vida que es la adolescencia. La justificación del hecho de que este tipo de

enfermedades impacte en mayor medida en los adolescentes radica en que ésta es una etapa de la vida en la que el sujeto es más receptivo a los mensajes que el mercado comunica. Tal como se ha desarrollado en esta investigación, este es un período de grandes cambios tanto a nivel fisiológico como emocional. En él, la persona experimenta una transformación en su cuerpo que comienza a convertirse en el referente de su personalidad y la apariencia física asume una gran importancia ya que habilita el acceso al grupo de pertenencia.

Por otro lado, los cambios corporales y emocionales traen aparejadas ciertas alteraciones en los vínculos que unen al adolescente con el entorno. En este sentido es fundamental la modificación que opera en las relaciones con sus padres y con el sexo opuesto.

A esto se suma una cuestión fundamental que radica en el hecho de que los modelos promovidos por la sociedad toman como referente a los adolescentes y exigen a los individuos un estilo de vida idéntico al que se lleva en esta etapa. La cultura actual propone a la adolescencia como un estilo de vida y a partir de eso se “adolescentiza” a la sociedad misma. Los modelos que se plantean, tanto los de belleza como los de conducta, tienen como eje central a la juventud. Este es un estado que se exalta como virtud y “ser joven” en la forma de actuar, de lucir e incluso de pensar, adquiere carácter de imperativo. Frente a la primacía de la juventud las demás etapas de la vida pierden posición y dejan de tener un valor propio ya que sus valores toman como referencia o, mejor dicho, se construyen en base a esquemas juveniles.

En este sentido, los medios de comunicación actuales se distinguen por reproducir dichos modelos sociales. Estos ponen el foco en la juventud como modelo para construir y confeccionar el parámetro al cual asemejarse. Ellos han ido penetrando y fortaleciendo su presencia en la sociedad a tal punto que se han conformado en los principales transmisores de aquello que resulta deseable, perfecto, emulable y aceptable. Se han convertido, en buena medida, en los encargados de difundir modelos ideales que aparecen como legítimos para vastos sectores de la sociedad. Y entre los medios, es la televisión la que ha tomado el liderazgo. De modo que no sólo los medios masivos sino también la publicidad, promueven modelos que vanaglorian la juventud, la belleza y lo fácil, e incentivan a los adolescentes a seguirlos y plasmar en su propio físico los ideales sociales de belleza corporal.

A esto hay que sumarle dos elementos que pueden estar actuando como factores desencadenantes de patologías alimentarias en las adolescentes. Por un lado

encontramos que la transición de la pubertad a la adolescencia el sujeto la experimenta fuera de un ámbito de contención pues las instituciones, que son las que deberían cumplir esa función y operar como referentes, hoy se encuentran debilitadas. Tal como afirma el Dr. Octavio Fernández Mouján “Frente a esta falencia institucional entra en juego otro de los factores que yo considero como intervinientes que son la publicidad y los medios de comunicación. Estos apuntan a los púberes porque son más vulnerables y representan un mercado potencial”.

De esta manera, el sujeto se autoreconoce e identifica en base a las imágenes y modelos promovidos desde el mercado. Y lo peligroso en ello es que “lo que le venden lo toma como modelo pero no lo procesa sino que lo actúa”, afirma Fernández Mouján. El púber actúa aquello que ve.

Por otro lado, hoy en día es más fácil que los preceptos mercantiles invadan la subjetividad del adolescente porque éste ya no pertenece a un grupo sólido, con valores propios y límites bien definidos. Hoy se puede hablar de características aglutinantes más que de valores identificatorios. Tal como dice Fernández Mouján: “El púber ya no tiene el ámbito que tenía antes, su barrita, su grupo: su lugar. Ahí no entraba la publicidad”.

Si nos detenemos a analizar por un momento las consideraciones recientemente expresadas, podemos darnos cuenta de que los factores que posibilitan el desarrollo de enfermedades en la alimentación en los jóvenes tienen que ver con un determinado contexto sociocultural. Con valores y pautas propias de nuestra cultura. De modo que no resulta ocioso destacar que este tipo de enfermedades han experimentado un estrepitoso crecimiento en una época histórica particular cuyo modelo cultural exige el culto al cuerpo.

Ahora bien, teniendo en cuenta que el presente trabajo versa sobre un análisis comparativo, resulta necesario decir que las consideraciones expresadas hasta aquí se aplican al caso argentino y al español. En ambos países encontramos tanto en las investigaciones realizadas como en su legislación, que el discurso de los medios de comunicación, fundamentalmente, refuerza y promueve un modelo cultural que sustenta el culto al cuerpo y exige la delgadez.

Las investigaciones que se han tenido en cuenta para el análisis han permitido dar cuenta que la sociedad española es depositaria de un modelo estético muy similar al propuesto por la sociedad argentina. La cultura española privilegia el culto al cuerpo y hace de la delgadez un ideal de belleza. En este sentido, los medios de comunicación y la publicidad son dos discursos sociales que ayudan a construir y promover dicho ideal.

Aunque casi la totalidad de estas investigaciones refieren a la multiplicidad de factores que determinan la Bulimia y la Anorexia, ninguna de ellas deja de resaltar la responsabilidad que le cabe a los mensajes mediáticos y publicitarios como factores influyentes en este tipo de enfermedades.

Por su parte, las leyes, programas y campañas gubernamentales son elocuentes en cuanto al rol que desempeñan los medios de comunicación en la sociedad. Si bien en España estas reglamentaciones apuntan claramente a fomentar correctos hábitos alimentarios en la población adolescente y a proteger su salud, ambos países hacen notoria su preocupación por el aumento en los índices de Bulimia y Anorexia (aunque comparativamente Argentina tiene cifras considerablemente superiores) y por la influencia que los medios ejercen en dichas patologías. Según informan los documentos analizados, las imágenes que se proyectan y difunden desde los medios de comunicación y la publicidad y, a su vez, desde el mundo de la moda, conforman un ideal corporal que se presenta como inaccesible para el común de las personas y que en sus ansias de imitación pueden conducir a las adolescentes a implementar una dieta estricta que con el tiempo puede derivar en una patología alimentaria.

A nivel nacional, lo dicho hasta el momento se reafirma en los testimonios de las autoridades médicas que fueron consultadas para el presente trabajo de investigación. Según informaron dichas fuentes, la Anorexia y la Bulimia son trastornos alimentarios que responden a algún desorden psicopatológico que la persona manifiesta a través de la comida, y son resultado de un conjunto de factores sobre el que se destaca, fundamentalmente, el familiar. El núcleo familiar es el que le aporta a la joven seguridad y contención que son los elementos necesarios para que desarrolle plena confianza en sí misma y tenga una buena autoestima. Si el ambiente familiar y social no cumple con estas funciones básicas la adolescente es más vulnerable a los desequilibrios emocionales, propios de su edad, y es más propensa a contraer una patología alimentaria.

Si bien es cierto que tienen que actuar estos factores para que se desencadene un trastorno alimentario, las palabras de los profesionales consultados confirman que el ideal corporal que los medios de comunicación y la publicidad promueven ejercen una gran influencia en las adolescentes que al introyectar estos modelos corren el riesgo de incurrir en la Bulimia o la Anorexia.

Desde la perspectiva de este análisis, el desarrollo de estos trastornos no obedecen únicamente a factores socio-culturales. Tal como se ha afirmado en el capítulo médico,

enfermedades como la Bulimia y la Anorexia son de origen multifactorial. Es decir, si bien el factor socio-cultural es predominante, la génesis del conflicto con el propio cuerpo tiene lugar cuando se conjugan una multiplicidad de factores.

De acuerdo al resultado del análisis del *focus group* y de las entrevistas realizadas a las adolescentes, el factor familiar es uno de los más relevantes y se debe tener en cuenta al momento de considerar los posibles desencadenantes de trastornos en la alimentación del adolescente. Tal como hemos visto, este resultado es coincidente con el testimonio de las autoridades médicas.

Por otro lado, se sostiene que tampoco es correcto afirmar que los mensajes mediáticos y publicitarios pueden producir un efecto tal en las adolescentes que las conduzca a desarrollar trastornos en la alimentación. Primero que nada, y de acuerdo con lo que se dijo más arriba, enfermedades como la Bulimia y la Anorexia no pueden adjudicarse a un único factor sino que son varios los factores que pueden originarlas. Además, el desarrollo de este tipo de trastornos está vinculado a cierta personalidad de base que hace que la persona sea más propensa a contraerlos.

En segundo lugar, si evaluamos la instancia de recepción de los mensajes mediáticos no podemos hablar de efectos porque ello implica pensar en un vínculo directo y unidireccional en la relación emisor – mensaje – receptor. Es menester que se tenga siempre presente que la figura del receptor se define por la habilidad que tiene de reelaborar, desviar, y revertir el significado de los mensajes publicitarios. Es decir, si bien los medios y publicidad, especialmente, tienden a hacer deseable aquello que muestran, ello no quiere decir que despierten obligadamente en el espectador/lector el deseo de imitación. Porque en la recepción de los mensajes, no sólo intervienen los factores que se mencionaron más arriba sino otras variables que son determinantes en el proceso de elaboración de los mensajes. Esto tiene que ver con los gustos o las preferencias, con la educación, con la clase social, con las creencias, etc.

El presente trabajo de investigación, ha sido útil para describir el lugar que el cuerpo ocupa en nuestra época y los modos de representación que ha adquirido de acuerdo al contexto sociocultural. Este contexto se caracteriza por la consolidación de un modelo alimentario y estético que infunde el temor al exceso y promueve la delgadez excesiva. Los parámetros de belleza que este modelo afirma han favorecido el incremento de trastornos en la alimentación cuyo fundamento es el miedo a la gordura. En este sentido se ha podido conocer el papel que desempeña la publicidad y los medios masivos de comunicación en una época en la que la corporalidad ocupa un lugar central.

De acuerdo con esto, se corrobora la hipótesis planteada que considera a estos discursos sociales como mecanismos de refuerzo y promoción de modelos estéticos presentes a nivel cultural.

La publicidad y los medios de comunicación son mecanismos de imposición de sentido y son los discursos de los que se vale la sociedad de consumo para presionar a los individuos hacia ideales de perfección corporal. En estas sociedades donde todo se rige en base a la lógica del mercado, el cuerpo adquiere las características del producto y, por lo tanto, tiene un valor de uso y un valor de cambio. Por este motivo en los tiempos que corren la imagen deviene en instrumento de socialización y la belleza es sinónimo de éxito y felicidad.

Si bien la economía de mercado puede ser concebida como la herramienta más eficaz para crear riquezas, la sociedad de mercado puede no ser lo más conveniente para una nación, porque, por definición, el mercado significa lo que se compra y lo que se vende. Y en una sociedad no todo está a la venta. En este sentido, es necesario confiar al Estado todo aquello que no está a la venta en una sociedad: la libertad, la justicia, la dignidad, la salud pública, la cultura y la educación.

## **11. BIBLIOGRAFIA**

### **Bibliografía teórica**

- Altamirano, C. y Sarlo, B., *Conceptos de sociología literaria*, Buenos Aires, Ceal, 1980.
- Aprile, Orlando, “Imagen y Emoción: una pareja muy pareja”, en *Adlatina.com*, noviembre de 2005.
- Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA), *Guía para la familia*, Buenos Aires, 1997.
- Averastury, A., Knobel, M., “El síndrome de la adolescencia normal”, en *La adolescencia normal. Un enfoque psicoanalítico*, Buenos Aires, Paidós, 1984.
- Bajtín, M., “Introducción. Planteamiento del problema”, en *La Cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*, Madrid, Alianza, 1987.
- Barbero, Jesús Martín, “Televisión, cultura y región” y “Por unas políticas de comunicación en la cultura”, en *Pretextos*, Cali, Universidad del Valle, 1997.
- Barthes, Roland, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1993.
- Branda, Corina Inés, “Los trastornos de la alimentación: una mirada sociocultural”, en *nutrinfo.com.ar*, 2006.
- Bourdieu, Pierre, *El sentido práctico*, Madrid, Taurus Humanidades, 1994.
- Busto Marlot, Ana, Pieniazek, Marcela, *En torno a la representación de la mujer moderna en la publicidad argentina de la década del 90*, tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2004.
- Carrillo Durán, María Victoria, *La influencia de la publicidad, entre otros factores sociales, en los trastornos de la conducta alimentaria: anorexia y bulimia nerviosas*, tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2004.
- Castoriadis, Cornelius, “Lo imaginario: la creación en el dominio historicosocial”, en *Los dominios del hombre*, Barcelona, Gedisa, 1994.
- Castoriadis, Cornelius, “Imaginación, imaginario, reflexión”, en *Hecho y por hacer*, Buenos Aires, Eudeba, 1998.
- Castoriadis, Cornelius, “Las significaciones imaginarias sociales”, en *La institución imaginaria de la sociedad 2*, Buenos Aires, Tusquets, 1993.
- Castoriadis, Cornelius, “La institución de la sociedad y la religión”, *Vuelta*, n°93, agosto 1989.

- Curia, Melina, “Cultura infantil e identidad”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº22, Tenerife, 1999.
- De Certeau, M., “Introducción”, “Culturas populares” y “Valerse de: usos y prácticas”, en *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana, 1996.
- Delleuze, Gilles, “Los estratos o formaciones históricas: lo visible y lo enunciable”, en *Foucault*, Barcelona, Paidós, 1986.
- Elías, Norbert, *El proceso de la civilización*, México, F.C.E, 1994.
- Ewen, Stuart, *Todas las imágenes del consumismo*, México, Grijalbo, 1991.
- Ferrés, Joan, *Video y educación*, Barcelona, Editorial Laia, 1988.
- Ferrés, Joan, *Televisión subliminal*, Barcelona, Paidós, 1996.
- Foucault, Michel, *Vigilar y castigar*, México, Siglo XXI editores, 1987.
- Foucault, Michel, *La voluntad de saber*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1992.
- Fuentes Navarro, Raúl, “Imperialismo cultural y comunicación alternativa”, en *Un campo cargado de futuro: El estudio de la comunicación en América Latina*, México, Felafacs, 1992.
- Hovland, C., Lumsdaine, A., y Sheffield, F., “Efectos a corto y a largo plazo en el caso de los films de orientación o propaganda”, en Moragas, M. de, *Sociología de la comunicación de masas*, Barcelona, GG, 1995.
- Laino, Damián, *La publicidad de alimentos Light. Que se comunica a quien. Un estudio exploratorio de los discursos que hablan sobre cuerpos*, tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2002.
- Lazarsfeld, Paul, *El pueblo elige*, Buenos Aires, Ediciones 3, 1962.
- Lazarsfeld, P., Katz, E., *La influencia personal*, EEUU, Universidad de Columbia, 1955.
- Le Breton, David, “Lo inaprensible del cuerpo”, en *Antropología del cuerpo y modernidad*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2002.
- Lipovetsky, Gilles, *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama, 1986.
- Lipovetsky, Gilles, *La tercera mujer*, Barcelona, Anagrama, 1999.
- López, Daniel, Martínez, Ma. Fernanda, Rivas, Silvia, *Recepción de Información Televisiva sobre Bulimia y Anorexia*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 1999.
- Martínez Benlloch, Isabel, *Género, desarrollo psicosocial y trastornos de la imagen: Bases para una acción solidaria y educativa*, España, Universidad de Valencia, 2000.

- Mattelart, A.y M., “Los procedimientos del consumo”, en *Pensar sobre los medios*, Madrid, Fundesco, 1987.
- Mc Phail Fanger, Elsie, *Cuerpo y cultura*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, 2004.
- Merleau Ponty, Maurice, *Fenomenología de la percepción*, México, F.C.E, 1957.
- Merlo Flores, Tatiana, *El impacto social de la imagen*, Buenos Aires, Educa, 2000.
- Montanari, Massimo, *El hombre y la abundancia*, Barcelona, Crítica, 1993.
- Orozco Gómez, Guillermo, “Investigar para transformar la educación de las teleaudiencias”, en *Voces y cultura*, n° 11/12, 1997.
- Rivarola, María Fernanda, “La imagen corporal en adolescentes mujeres: su valor predictivo en trastornos alimentarios”, en *Fundamentos en Humanidades*, vol.4, n° 7/8, Universidad Nacional de San Luis, 2003.
- Sardegna, Mariela, *Manual de creatividad publicitaria*, Buenos Aires, Ed. La Ley, 2003.
- Savransky, Carlos, *Para una teoría de la práctica. Ensayo sobre la poética de la obra*, en Apunte n°5 de la Cátedra de Seminario de Diseño Gráfico, Facultad de Ciencias. Sociales, carrera de Comunicación Social, UBA.
- Sopher, Fabián, *El no cuerpo. Un análisis discursivo del modelo corporal contemporáneo*, tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 1997.
- Traversa, Oscar, *Cuerpos de papel*, Barcelona, Gedisa, 1997.
- Timor, Ma. Jimena, *El rostro de Jano. Cuerpo y control en la sociedad contemporánea*, tesina de grado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 1999.
- Valiente, Enrique, “Anorexia y Bulimia: El corsé de la autodisciplina”, en Margulis, Mario (comp), *Cultura y juventud*, Buenos Aires, Biblos, 1995.
- Verón, Eliseo, *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad*, Barcelona, Gedisa, 1986.
- Wilensky, Alberto, *Marketing Estratégico*, Buenos Aires, Ed. Norma, 1991.

## **Notas periodísticas**

- Diario *La Nación*, domingo 12 de junio de 2005.
- Diario *La Nación*, lunes 28 de agosto de 2006.
- Diario *La Nación*, domingo 17 de septiembre de 2006.
- Diario *La Nación*, martes 7 de noviembre de 2006.

## **Páginas de Internet**

- [www.aluba.org](http://www.aluba.org)
- [www.adaner.org](http://www.adaner.org)
- [www.nutrar.com](http://www.nutrar.com)
- [www.adlatina.com](http://www.adlatina.com)
- [www.mtas.es](http://www.mtas.es)
- [www.msc.es](http://www.msc.es)
- [www.nutrinfo.com.ar](http://www.nutrinfo.com.ar)
- [www.redalyc.com](http://www.redalyc.com)
- [www.rieoei.org](http://www.rieoei.org)
- [www.ops.org.ar](http://www.ops.org.ar)
- [www.isaps.org](http://www.isaps.org)
- [www.mp.gba.gov.ar](http://www.mp.gba.gov.ar)
- [www.argentina.gov.ar](http://www.argentina.gov.ar)
- [www.nodo50.org](http://www.nodo50.org)
- [www.usuarios.lycos.es](http://www.usuarios.lycos.es)
- [www.something-fishy.org](http://www.something-fishy.org)
- [www.saludactual.cl](http://www.saludactual.cl)

## 12. ANEXO

### 12.1. Entrevistas a adolescentes

**Entrevistada: Mercedes, 20 años, estudiante de Psicología de la Universidad del Salvador**

Pregunta: Mercedes, por favor contame un poco acerca de tu familia.

Respuesta: En mi familia somos seis: mi mamá, que es ama de casa y trabaja como secretaria en un consultorio médico; mi papá, que es diplomático y está viviendo en Chile; un hermano de 24, que trabaja en un video club; un hermano de 20, que todavía esta decidiendo qué hacer de su vida, otro hermano de 18 que este año termina el colegio y yo, que estudio psicología.

P: ¿Viven todos juntos?

R: No, vivo con mi mamá y con mis dos hermanos más chicos. Mi hermano más grande vive solo. Mi papá vive en Chile con la novia y las tres hijas de la novia

P: Contame un poquito más sobre tu mamá.

R: Como ya te conté, es ama de casa y trabaja en un consultorio médico. No estudió nada pero ama la medicina, quiso ser médica pero nunca estudió la carrera

P: ¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de tu mamá?

R: No me gusta que sea una persona un poco insegura y a veces demasiado ansiosa. Lo que me gusta es que es una persona muy fuerte para todo, siempre tiene fortaleza para enfrentar las cosas. A todo le pone muchas pilas

P: ¿Y de tu papá?

R: Mi papá es una persona que se contradice mucho en todo, habla de más, entonces todo el tiempo se contradice. Lo que me gusta es que trata de ser muy honesto y correcto con todo, con nosotros, con su carrera. Le gusta ir siempre por la verdad y el camino correcto. Eso es algo que me gusta.

P: ¿Tomás algo de ellos como ejemplo a seguir o como modelo de vida?

R: A veces sí y a veces no. Creo, de todos modos, que tomo más cosas de mi mamá. No es algo que haga conscientemente, pero creo que es porque vivo con ella y por la relación que tengo con ella, porque somos amigas más que madre e hija. De ahí es que

tomo más cosas de mi mamá que de mi papá. Aparte mi papá es una persona mas fría, entonces tampoco te permite tomar muchas cosas de él.

P: *A pesar de la separación de tus padres, ¿considerás que son una familia integrada?*

R: Sí, la verdad es que sí. En realidad ahora estamos un poco desunidos porque cada uno está haciendo mucho la suya. Cuando vivíamos con papá éramos muy unidos todos, pero de todas maneras nos damos cuenta de esa desunión que se está viviendo y tratamos de revertir la situación entre todos. Tenemos una relación más de amigos que de familiares. A mi mamá, por ejemplo, yo le cuento cosas que en realidad debería contárselas a una amiga y con mis hermanos somos muy amigos los tres, por ahí no tanto con el más grande.

P: *¿Mirás televisión?*

R: Miro televisión pero no soy fanática. Veo sólo algunos programitas puntuales, novelas, por lo general. Y, como no leo los diarios, cada tanto veo el noticiero. Los programas que miro son *Montecristo* y *El tiempo no para*, que me tiene re enganchada. Antes veía la novela de la una de la tarde: *Se dice amor*, pero empecé a trabajar y ya no la pude ver más.

P: *¿Ahora estás trabajando?*

R: No, ahora no

P: *De modo que tenés todo el día libre. ¿Ves algún programa durante el día?*

R: No. Durante el día trato de estudiar o me quedo en la computadora. Hago otras cosas. Pero en realidad no hay nada que me enganche. Casi no se cual es la programación. La verdad es que las novelas que pasan ahora no me llaman la atención para nada, y menos los programas de chimentos. Durante el día prefiero hacer otra cosa, pero a la noche sí me gusta ver televisión.

P: *¿Lo tomás como tu momento de descanso?*

R: Sí, es mi momento para tirarme a hacer nada más que ver televisión. Lo tomo como mi momento de esparcimiento.

P: *De tus series preferidas: ¿cuáles son los personajes que más te gustan?*

R: De *El tiempo no para* los personajes que más me gustan son los de Antonio Birabent y Dolores Fonzi. Son pareja y son medio raros

P: *¿Por qué te gustan?*

R: Porque son divertidos. En sí esa novela no tiene una trama muy buena.

P: *¿De qué trata la historia?*

R: Son un grupo de amigos que se vuelven a encontrar después de la muerte de uno de ellos. Este chico que murió dejó escritas un montón de cartas en donde contaba los secretos más íntimos y ocultos de cada uno de los integrantes del grupo. La trama no me parece muy interesante pero me enganchó igual. Lo que más me divierte son esos dos personajes que te conté, que son pareja y son divertidos. Me gustan también como actores.

P: *¿Te parece que es una historia que puede ser real?*

R: Algunas cosas sí porque hay historias de gays, de chicos de veintipico que tal vez tuvieron novia y que recién después descubren que son homosexuales. Refleja bien como es el proceso de aceptación de este problema en el personaje. El resto de las relaciones pueden ser tranquilamente reales, son parejas normales, que existen en la vida real.

P: *¿Cuál es el personaje que menos te gusta de la serie?*

R: Creo que el que interpreta Sofía Gala. Hace de hermana de Dolores Fonzi y ambas pertenecen a una familia que fue abandonada por el padre. Ella es una pendeja de dieciocho años que se cree de treinta, no estudia nada y lleva una vida un poco loca. Es bastante zafadita. Ese personaje no me gusta, pero además no me gusta ella como actriz ni como persona. Aparte me da la sensación de que no actúa, de que habla igual que en la vida real.

P: *Ahora contame un poco de Montecristo: ¿de qué trata la trama?*

R: La historia está basada en la novela de Alejandro Dumas. Los protagonistas son Pablo Echarri y Joaquín Furriel. Ellos eran muy amigos y Pablo Echarri estaba de novio con Paola Krum. En una oportunidad viajan a un torneo de esgrima y no se bien que pasa allá, pero la cosa es que ocurre un accidente y Furriel vuelve a Buenos Aires diciendo que Pablo Echarri había muerto. Pero en realidad nunca estuvo muerto, lo hicieron pasar por muerto porque había como una especie de guerra entre las dos familias. Furriel llega acá, mata al padre de Echarri y le quita su novia, en resumidas cuentas, le saca toda su vida. Después de un tiempo Echarri aparece y trata de recuperar todo lo que le quitaron y vengarse de todos los que le causaron dolor.

P: *¿Charlás con tus amigas sobre los programas que ven en televisión?*

R: Mis amigas ven bastante televisión, tengo una amiga que se ve todas las novelas: la del mediodía, la de la tarde y las de la noche. *Montecristo* la ven todas y *El tiempo no para* la mayoría. Pero en realidad no hablamos de la televisión, como no nos vemos tan seguido, cuando nos juntamos hablamos de otras cosas.

P: *¿Te parece que estos programas tratan temáticas o problemáticas de la vida cotidiana de un adolescente común?*

R: Algunos sí y otros no. *Montecristo* me parece que no, que está un poco alejado de la realidad, es demasiado fantasioso. De hecho creo que eso es lo que no me atrapa tanto de la novela. *El tiempo no para*, a pesar de ser una novela de ficción, sí trata temas reales. Trata el tema de las drogas, del alcoholismo: uno de los protagonistas es alcohólica.

P: *¿Te parece que esos problemas están bien tratados?*

R: Pienso que sí, pero a su vez creo que eso puede ser un arma de doble filo. Creo que al mostrar el problema también lo fomentan.

P: *¿Los problemas están vistos desde una óptica negativa, positiva o neutral?*

R: Tenés las dos miradas porque tenés, por ejemplo, a la mujer que es alcohólica que tiene un hijo que es *gay* al que acepta sin problemas. A su vez ella es dueña de un boliche, de modo que es parte del mundo del show, drogas y demás. Por otro lado, el padre de la pareja es un tipo más formal y correcto que no puede aceptar la condición del hijo. Por eso es que te muestran las dos miradas, pero por otro lado lo potencian. Los temas están tocados pero no se hasta qué punto están bien tocados. Es un arma de doble filo, por ahí no tanto por el lado de los *gays* pero sí por el lado de las drogas porque por un lado te muestran lo que es el submundo de las drogas pero por el otro te muestran a la gente divirtiéndose mientras lo hacen.

P: *¿Las personas que sufren de estos problemas están en plan de mejorar su situación?*

R: Sí. El chico que es *gay* y además alcohólico trata de ser ayudado por la alcohólica que es la madre de su pareja, pero él no quiere saber nada. Ahí me parece que está bien tratado, porque el personaje del drogadicto no acepta nada y lo único que pide es que por favor no lo internen y eso se ve mucho en chicos adictos reales. Y la alcohólica también trató de mejorar asistiendo a un centro de rehabilitación. En este sentido, sí están bien reflejados los problemas.

P: *¿Qué hacés cuando aparece la tanda publicitaria: la ves o cambiás de canal?*

R: Por lo general la cambio. Aunque a veces sí las veo.

P: *¿Cuáles son las publicidades que es posible que veas?*

R: Últimamente me detenía en las del mundial, por ejemplo. Otras en las que me detengo son en las que tienen chiquitos o las que tienen perros. O sea que por lo general veo más por los personajes que hay en la publicidad que por lo que están vendiendo.

P: *¿Compraste algo que viste en un comercial de televisión?*

R: Supongo que algo debo haber comprado por la publicidad, pero la verdad es que no me acuerdo de un caso puntual. Sí puede ser que haya comprado ropa al ver a algún personaje de ficción vestido de determinada manera. Pero lo que tomo son formas de vestir más que marcas en particular. Tampoco soy muy “marquera” así que no me fijo mucho en eso.

P: *¿Escuchás radio?*

R: Escucho radio pero ninguna en particular.

P: *¿Alguien en tu casa escucha radio?*

R: Mi hermano a veces cuando escucha los partidos de fútbol. El resto no.

En realidad en el laburo empecé a escuchar mucho más porque tenía la radio puesta todo el día.

P: *De modo que si escuchas radio es por una cuestión circunstancial, y no por una decisión expresa de escucharla.*

R: Exactamente. Es más, no conozco ningún programa de radio. Creo que soy mucho más afín a la televisión que a la radio.

P: *¿Comprás revistas?*

R: No soy de comprar revistas, además están muy caras. Si me compro alguna es porque tienen algún artículo interesante o algo que me llame mucho la atención o que me sirva para mi carrera. Pero no compro porque sí. Mi mamá a veces compra revistas y cada tanto se las saco para leer. También leo en la depiladora, en la peluquería, en el médico, esos típicos lugares donde hay revistas de chimentos como *Gente* y *Caras* o *Cosmopolitan*. Igualmente las leo muy por encima.

P: *Si, por ejemplo, lees Gente o Caras, ¿en qué artículos te detenés?*

R: Depende de quien esté en la tapa o sobre quién sean las notas. Por lo general las leo si tienen algún personaje o actor que conozca de mis novelas, o alguien famoso que me llame la atención. De *Cosmopolitan* veo la parte de moda, me gusta la ropa, pero por chusmear porque creo que nunca compré nada que vi ahí.

P: *¿Hacés los tests?*

R: A veces los hago pero tengo que estar muy aburrida sin nada para hacer. Pero los hago para entretenerme porque no me baso en absoluto en los resultados que me den. No tienen ningún grado de influencia sobre mí.

P: *Las notas que te dan consejos sobre cómo manejarte en el trabajo o en tu vida personal: ¿las lees?, ¿les prestás atención?*

R: Por lo general las miro sólo para reírme. Me parecen “chamuyo” puro todas esas notas. Lo que peor me pone es que a veces aparecen psicólogas hablando, es decir, me pone mal ver que una persona que estudió lo que estudio yo está diciendo toda esa cantidad de pavadas.

P: *¿Te parece que los temas que tocan no están tratados seriamente?*

R: No, me parece que hay temas de los que hablan en los que hablan por hablar. Además pienso que no me va cambiar la vida por leer el consejo que me da la revista sobre algún aspecto de mi vida

P: *Con respecto a los avisos publicitarios: ¿te detenés a mirarlos? ¿Te interesan?*

R: Sólo algunos. En realidad tienen que ser muy llamativos para que yo me detenga a mirarlos, pero por lo general los paso por arriba. Como a las revistas simplemente las hojeo es difícil que me detenga a ver una publicidad en particular.

P: *De modo que seguramente no te acuerdes si compraste algo a raíz de haber visto un aviso...*

R: No, por la publicidad no creo haber comprado algo. Sí puede ser por haber visto algo que me gustó en la sección de moda. Pero tampoco compré un producto en particular sino que más bien compré por haber visto un estilo determinado que me gustó.

P: *¿Qué tal te llevás con los libros? ¿Te gusta leer?*

R: Leo poco y nada. Lo que pasa es que me cuesta mucho arrancar a leer algo, me cuesta engancharme. En ese sentido soy un poco vaga. Siempre intento agarrar algún libro, pero nunca logro terminarlos. No soy de querer continuar un libro, a veces me pasa que empiezo a leer un libro y me engancha todo el día con él pero después lo dejo sin terminarlo.

P: *¿Cuáles son los géneros con los que te enganchás generalmente?*

R: En general no me engancha mucho con ninguno, pero casi siempre es con alguno que tenga que ver con mi carrera. He leído a Bucay, por ejemplo.

P: *¿Cómo llegás a los libros: los comprás, los encontrás en tu casa o te los presta alguien?*

R: Los encuentro en mi casa o me los presta mi prima que es una gran lectora, ella estudia Filosofía y Letras. Siempre leyó mucho y trató de inculcarme la lectura.

P: *¿Son de leer en tu casa?*

R: No, el único que lee mucho es el más chico que lee muchas obras de teatro porque está estudiando para ser actor. Se devora los libros en un día. Mi mamá no lee prácticamente nada, tiene que estar muy mal para leer un libro... (risas). Mi papá, desde

que se separó de mi mamá y se puso de novio con la chilena empezó a leer mucho más. La novia y sus hijas, de ocho y diez años, leen muchísimo. Ahora se le dio por leer a Hoyo, un autor que escribe libros sobre autoayuda, pero para mí es bastante “chamuyero”. Pero igualmente él siempre fue de leer más, está más acostumbrado a leer que nosotros. Pero la verdad es que nunca nos fomentaron el tema de la lectura en casa, en oportunidades se intentó, pero todo quedó en el intento.

P: *De modo que en tu casa ven mas tele que otra cosa...*

R: Sí, en casa hay una televisión en cada cuarto. Ver televisión es una experiencia individual, aunque a veces pasa que si uno está viendo algo muy bueno llama a los demás para compartir ese mismo programa todos juntos.

P: *¿Vas al cine?*

R: Al cine no voy nunca, antes iba mas seguido. Es más, ni recuerdo cuando fui ni que fui a ver la última vez.

P: *¿Te gusta el cine?*

R: Sí, no es algo que me encante hacer, pero me gusta. Si tengo que salir prefiero ir a otros lugares antes que al cine.

P: *¿Con quien vas?*

R: Con mi novio o con mis amigas. Pero en este momento es algo que me gusta hacer más con mi novio. Pero creo que iba más al cine antes de estar de novia que ahora que lo estoy.

P: *¿Cómo elegís las películas que vas a ver?*

R: Por recomendación de alguien o porque leí algo de esa película en Internet. Allí suelo leer más cosas como por ejemplo, el diario. Si no lo leo ahí, no lo leo.

P: *¿Tenés algún actor o actriz preferido? ¿Cuál / cuales?*

R: No, me da lo mismo cualquiera.

P: *¿Te gustan las películas argentinas?*

R: Algunas, muy poquitas. Por ejemplo, *Elsa y Fred* me encantó. Pero esa la vi en video. Ahora que te digo esto me doy cuenta de que el tema del cine lo reemplacé mucho por el video. Incluso he visto películas bajadas directamente de Internet.

P: *¿Ves películas en tu casa es más programa que ir al cine?*

R: Sí, soy mucho más de ver películas en mi casa, de juntarme en la casa de alguna a ver alguna peli antes que ir al cine. Además, la entrada de cine está muy cara. Prefiero el dvd en casa que es mucho más cómodo.

P: *¿Escuchas música? ¿Que música escuchas?*

R: Sí, escucho de todo un poco menos la marcha, que no la soporto en ninguna circunstancia. La cumbia tampoco me gusta. Pero del resto me gusta todo, no tengo algo puntual que me guste.

P: *¿Dónde escuchas música?*

R: En la compu o en mi cuarto. Si escucho en mi cuarto escucho la radio, pero la dejo en cualquier dial. En mi casa siempre se escucha música, todo lo que no tenemos con los libros lo tenemos con la música. Si vas a casa vas a escuchar música en todos los cuartos e incluso en el living. Somos muy ruidosos en ese sentido... (risas)

P: *¿Cuál es tu autor o grupo preferido?*

R: En realidad no tengo ningún preferido. No he seguido a alguien por toda la vida, lo mío es más por momentos. Últimamente me gusta Miranda! Antes me gustaba Alejandro Sanz, pero ahora no lo escucho más. Es por épocas, a veces me gusta escuchar música triste y deprimente pero otras veces quiero estar mas “pilas” y escucho otra cosa. La música la empiezo a escuchar por un estado de ánimo y, por otro lado, me potencia ese estado de ánimo. La música ejerce una gran influencia sobre mí. Si voy a salir y no tengo tantas ganas me pongo música divertida mientras me cambio y me enchufo enseguida.

P: *¿Qué creés que significa la música para aquéllos que la escuchan?*

R: Para mí es potenciadora de un estado de ánimo. En realidad creo que significa muchas cosas y depende de la persona: hay gente que encuentra todo en la música, que vuelca todo ahí. Cuando yo escucho una canción me fijo mucho en la letra y no me quedo sólo con el ruido. Creo que es eso, que son como ideologías de un montón de gente que se ven reflejadas en las letras. Y la gente que la hace creo que tiene un sentimiento mucho mayor que el de la gente que sólo la escucha.

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: A mí me gusta estar mucho en casa, por ahí no tanto para estar con mi familia sino porque me gusta mi casa, mis lugares, mis cosas. Si no estoy en la computadora o viendo televisión, salgo con mis amigas. Cuando salimos generalmente vamos a bailar o a comer afuera. Pero por lo general no voy tan seguido a bailar pero si nos juntamos a comer o a tomar mate en la casa de alguna. También salgo con mi novio, con él vamos a bares, alquilamos películas en casa o vamos a comer afuera.

P: *¿Cómo te distribuís el tiempo entre novio y amigas?*

R: Los viernes generalmente salgo con mi novio, se queda a dormir en casa y después los sábados salgo con mis amigas. El domingo me quedo en casa. La distribución es un

día y un día, pero depende de lo que tenga ganas. Pero es un tema aprender a distribuir los tiempos.

P: *¿Qué hacen en el boliche?*

R: Adentro yo trato de bailar. Lo que pasa es que de mis amigas hay dos que también están de novias y las otras tres, no. Por eso, ir a bailar para las que estamos de novias es un poco más aburrido. Tal vez bailás una hora pero después te pudrís y te querés ir. La otras bailan esa hora y después se ponen a buscar a los chicos con los que estuvieron el fin de semana anterior o al que le gusta o le da bola... (risas). Al final siempre terminamos todas divididas.

P: *Pero entonces: ¿te gusta ir al boliche o vas porque es el programa que sale?*

R: Me gusta para ir cada tanto. Antes me encantaba. Lo que pasa es que al haber vivido en Brasil, por el trabajo de mi papá, empecé a ir a fiestas desde los nueve años. Entonces me pasa que a mi edad ya estoy cansada. Acá empecé a ir a bailar a matinée a los doce. Me acuerdo que mi papá muchas veces no quería que fuera tanto y yo me enojaba muchísimo. Salía viernes y sábados y me decía que me iba a cansar, pero yo no le creía. La verdad es que hoy ya me cansé. Voy cada tanto como para hacer algo con mis amigas porque sé que es lo que les gusta. O sea, más que nada voy por ellas.

P: *¿De qué temas conversás con tus amigas?*

R: De todos, últimamente el tema más tocado fue el mundial, son muy futboleras mis amigas. Hablamos de la facultad, de las familias. Por lo general se arman charlas grupales que a veces parecen sesiones de terapia. Hablamos de problemas, del físico de cada una, de amigos, de hombres, de ropa, de noviazgos. La verdad es que hablamos de todo, incluso de política, a veces nos quedamos horas hablando de política. Es decir, podemos tener charlas muy interesantes pero también hablamos sobre pavadas. Además se da mucho que integramos en cada charla la carrera de cada una, por ejemplo, si les está pasando algo me preguntan a mí, que estudio psicología, qué pueden hacer. Hay un par que estudian derecho y se la pasan debatiendo sobre temas de actualidad.

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes que atraviesan los adolescentes hoy?*

R: Son muchos, creo que el tema de las drogas es un tema muy importante. Yo siento que hoy todo está bastante desvirtuado. El compromiso con las cosas, ya sea con una pareja, con el colegio, con la carrera, ya no es moneda corriente. El tema del alcohol y las drogas en las salidas es un tema grave. Hoy podés adquirir drogas en cualquier esquina, es muy fácil. Otro tema es la cuestión de la aceptación con ellos mismos y con

el resto. Todo pasa por lo físico o por la apariencia. En fin, creo que no es una etapa linda para vivirla. En muchos aspectos nos ha tocado vivir una época difícil.

P: *Contame cómo es la ceremonia de la comida en tu casa*

R: Papá siempre fue un fanático de la comida, pero ya al punto del exceso. Siempre fue gordo y siempre focalizó en la comida un montón de cosas que en su vida tal vez le faltaron. Lo que le faltaba en su vida lo ganaba en el alimento. En el caso de mamá, es todo lo contrario. Ella siempre tuvo una obsesión con el tema del físico, es un esqueleto y si engorda dos quilos se siente gorda. Eso me lo inculcó a mi toda la vida y a mis hermanos de alguna forma también. Eso fue motivo de discusión muchas veces en mi casa cuando vivíamos todos juntos. Mi papá consideraba al momento de comer como una ceremonia familiar, le gustaba que nos sentáramos todos juntos y que habláramos de las cosas que nos habían pasado en el día. Supongo también porque trabajaba todo el día y ese era el momento que tenía para vernos. Con papá eso mas o menos se respetaba pero después no. Ahora por lo general comemos todos juntos pero no es algo que se de todos los días.

P: *¿Se sientan a comer todos juntos?*

R: A veces sí y a veces no. Al mediodía no, por ejemplo. Cada uno hace la suya, cada uno come lo que quiere y cuando quiere. A la noche mi mamá trata en alguna medida de que nos sentemos todos juntos, pero lo que pasa es que para ella la comida es algo más bien secundario. Puede comer una lechuga que encuentra y que hace más de dos semanas que esta en la heladera. Pierde la noción del tiempo que lleva la comida guardada en la heladera.

P: *¿Quién cocina?*

R: Por lo general la mucama que va todos los días a la mañana. Ella hace la comida para el mediodía y para la noche y la deja congelada o la guarda. Mamá cocina muy poco.

P: *¿Hace comidas elaboradas?*

R: No, cocina milanesas, tortillas, fideos; todo lo que pueda hacer rápido. Para mi mamá es un trámite más la comida. Nunca le importó y no le va a importar nunca.

P: *¿Y para vos, qué lugar ocupa la comida?*

R: No sé bien. En algún punto también es un trámite. No tiene un papel relevante en mi vida lo que voy a comer, para nada. Por ahí en algún momento sí lo tuvo, pero en otro sentido, en el sentido de disfrutar no comer. Porque yo tuve ciertos temas con lo que es la alimentación, el cuerpo y demás. Los sigo teniendo, porque no se van de un día para el otro. Creo que el producto de todo ese raye que tuve es que la comida no tenga hoy

un papel muy relevante en mi vida o que yo intente que la comida no tenga un papel muy relevante. Haberle dado alguna importancia a la comida me traicionó en algún punto.

P: *¿Te traicionó físicamente?*

R: No, me traicionó psíquicamente. Por ahí comía una manzana en todo el día y me sentía la peor por haberla comido. No era una situación normal. Ahora no soy así, pero sigo teniendo un tema con eso. Por eso creo que la comida tiene para mí un papel relevante pero yo trato de adjudicarle un valor irrelevante. Porque cuando paso a darle algún tipo de importancia caigo de vuelta en todo. Entonces prefiero evitar todo tipo de caídas.

P: *¿Te da miedo?*

R: Me da miedo caer en lo que me pasó alguna vez cuando no comía nada y me sentía gorda. Nunca traté de vomitar pero sí tenía ganas de hacerlo. Nunca lo hice porque no me animé. Todo ese tema me arruinó muchos años de mi vida. Me acuerdo que salía con mis amigas y era un desastre porque por ahí de lo único que te hablaba era de eso y no me animaba a ponerme nada porque con todo me veía gorda. Tal vez adelgazaba cinco kilos y me miraba al espejo y lloraba porque me seguía viendo gorda. He salido corriendo al gimnasio por verme un milímetro más gorda. De hecho, la mayoría de mis tratamientos psicológicos empezaron por ahí. La verdad es que fue un tema que me traicionó muchas veces. Aprendí a manejarlos manteniendo la comida como algo secundario. Por eso todo lo que tenga que ver con comida trato de evitarlo.

P: *¿Te preocupa mucho tu cuerpo?*

R: Sí, mucho. Creo que gran parte de mis cosas giran alrededor de eso. Estar conforme con mi cuerpo me da la seguridad que necesito para estar de novia, para estar con mis amigas, para salir o lo que fuera.

P: *Estar bien físicamente a vos te hace sentir segura*

R: Exactamente. Mi seguridad gira alrededor de eso. Es mi forma de relacionarme con todo el mundo, vos me vas a ver más contenta si yo estoy mejor físicamente.

P: *¿Qué haces para cuidar tu cuerpo?*

R: Como te dije, al ser la comida algo secundario, no como mucho. Como pavadas, por lo general no me vas a ver sentada frente a un buen plato de comida. Tal vez me como un paquete de *chizitos* y después no como más en todo el día. La verdad es que tengo una alimentación deplorable. Es como si no me importara, pero en realidad se que me importa. Y cuando me siento un poco más gorda lo primero que me pasa es que me

deprimo, aunque tal vez no esté más gorda sino que yo me veo así. En esos momentos no quiero salir ni quiero hacer nada. Eso es algo contra lo que tiene que luchar mucha gente y se que es insoportable pero es algo que todavía no lo aprendo a manejar. Automáticamente lo que se me cruza es no comer más, y no como más.

P: *¿Cómo lo manejas con la gente que te rodea? Porque ellos ven que vos no estás comiendo.*

R: Últimamente estoy comiendo mejor. En las épocas en que dejé de comer el único que me interesaba que no se dé cuenta de eso era mi novio. Comía sólo cuando lo veía, los otros días no comía nada. Por ahí íbamos a comer a *Mc Donald's* y el se pedía una hamburguesa y yo me pedía unas papas y hablaba durante toda la comida y al final me terminaba comiendo dos papas. Hasta que un día fui a una fiesta donde tomé un trago de cerveza y caí desmayada porque tenía el estómago totalmente vacío, no comía hacía más de cinco días más o menos.

A mis amigas les decía que comía, pero se daban cuenta de que no lo hacía porque a veces nos juntábamos y yo comía en dos horas sólo una galletita. Después me llamaban a casa para preguntarme qué había comido y les mentía, les decía que había comido una ensalada o algo por el estilo. En casa hacía lo mismo, Mamá no se daba cuenta al principio, o no se quería dar cuenta. Pasé de servirme porciones chicas a servirme la mitad y de eso comer un poco y darle la otra parte al perro. Me servía en platos de postre, bien chiquititos. La cosa es que lo disimulaba bastante bien

P: *¿Creés que la mujer está más exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del cuerpo?*

R: Sí. De hecho creo que el cuidado que la mujer le da a su cuerpo no es sólo para gustarle al hombre sino también a las otras mujeres. Yo noto que hay mucha presión desde ahí.

P: *¿Una presión social?*

R: Sí, y de las mismas mujeres también. Por ahí los hombres no miran a una mujer más gordita o hacen algún comentario sobre ella, pero eso siempre pasó. Pero ahora la mujer está más obsesionada consigo misma y con las demás. Hoy capaz te miran más las mujeres que los hombres. En ese sentido la mujer está mucho más sobre exigida que el hombre.

P: *¿Cómo elegís la ropa que te comprás? ¿Comprás por marca?*

R: No compro generalmente por marca. Si lo hago compro generalmente zapatos o cosas que tienen que ser de marca para ser buenas. Pero la verdad es que no soy muy

“marquera”. Si tengo algo de marca es porque las prendas de esa marca me quedan bien y me gusta como me quedan. Pero no es por la marca en sí, sino porque me gusta como me quedan las cosas.

Por lo general compro porque lo vi en algún lado, en la tele o se lo vi puesto a alguna amiga. No soy muy alocada para vestirme, soy bastante clásica.

P: *¿Sabés qué son la Bulimia y la Anorexia? ¿Cuáles son las fuentes que te brindaron mayor información sobre ellas?*

R: Conozco la Bulimia y la Anorexia, y creo que todo el mundo sabe más o menos de qué se tratan. Es un tema bastante tratado y bastante vivido en la sociedad. En cuanto a las fuentes, creo que fui aprendiendo más de experiencias cercanas que de otra cosa. Una tía fue anoréxica y bulímica cuando era chica y era ella siempre la que me aconsejaba cuando yo estaba mal. Ella fue la que me trató siempre de ubicar. Mis amigas también tienen en un tema con eso. Una de mis mejores amigas es anoréxica. En la facultad también vi muchas cosas sobre estas enfermedades. Pero más que nada fui aprendiendo por las experiencias mías y de gente cercana a mí.

P: *¿Te parece un tema actual?*

R: Creo que es un tema que estuvo toda la vida, pero que ahora está de moda, porque justamente la moda que se impone es la moda anoréxica.

P: *¿Te parece que esto ocurre con la misma intensidad tanto en hombres como en mujeres?*

R: Creo que en el caso de la mujer ocurre en un nivel mayor aunque el hombre también padece de estas modas sociales. Aunque en el hombre la cuestión está más encapsulada, quiero decir, la preocupación existe pero se expresa más por el lado del ejercicio: deporte, gimnasio, etc., que por el lado de la comida.

**Entrevistada: Agustina, 19 años, estudiante de Comunicación, Universidad del Salvador**

Pregunta: *Hablemos un poco sobre tu familia: ¿Con quién vivís?*

Respuesta: Vivo con mi papá y mi mamá, y con mis dos hermanos, ambos mayores que yo.

P: *¿Qué hace tu mamá?*

R: Mi mamá es docente, enseña inglés en un colegio secundario.

P: *¿Trabaja todo el día afuera?*

R: No, sólo los lunes y jueves por la mañana. El resto del tiempo se ocupa de hacer las tareas de un ama de casa.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de ella?*

R: Cosas que no me gusten o que no me banque de ella no hay, tiene defectos como puede tener cualquiera. Algo que me gusta de ella es su sentido del humor. Mi mamá tiene mucho sentido del humor, se vive riendo de todo.

P: *¿Charlás con ella sobre las cosas que te pasan?*

R: Sí, no todo el tiempo ni todos los días pero cada tanto sí.

P: *¿De qué cosas hablan?*

R: De trabajo, cuando lo tengo; de mi novio, de mis amigas, de lo que hago cuando salgo, etc.

P: *¿Qué hace tu papá?*

R: Mi papá dejó hace poco de trabajar en una empresa a la que le dedicó 29 años de su vida. Se jubiló y ahora está empezando a emprender proyectos laborales de manera independiente.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de él?*

R: Algo que me gusta y que admiro en él es su gran iniciativa, es una persona muy trabajadora que se ha esforzado mucho a lo largo de su vida. Es una buena persona, sobre todo. Lo mismo digo de mi mamá. Cosas que me disgusten tampoco tengo, no hay nada que no pueda tolerar en él.

P: *¿Charlás con él sobre las cosas que te pasan?*

R: Menos que con mi mamá, porque tanto él como yo somos bastante reservados. Con mi mamá, en cambio, hablo más porque ella me busca para hacerlo. No digo que mi mamá se interesa más o menos, sino que busca más el diálogo. Por eso tengo más llegada a ella que a mi papá.

P: *¿Hacés programas con tu familia?*

R: En la semana no. Pero siempre nos juntamos para los cumpleaños y las fiestas. A menudo vienen a comer mis tíos y ahí también nos reunimos todos. Los fines de semana cada tanto vamos a comer a afuera todos juntos o vamos a la quinta. Los fines de semana yo estoy siempre un poco complicada porque los sábados voy a jugar al hockey o estoy con mi novio. Por eso es que por lo general no coincidimos con los horarios, además, mis hermanos también tienen sus actividades.

P: *¿Mirás televisión?*

R: Sí, bastante. Aunque no veo todo el tiempo sino sólo los programas que tengo programados: a las tres veo *Friends*, a las seis veo *Los Simpsons* y a la noche veo a *Pettinato*. Puede también que me enganche a ver una película, pero no me cuelgo viendo los programas de la tarde.

P: *¿Esos programas que me nombraste: son tus preferidos?*

R: Mis preferidos son *Friends*, *Mañanas Informales*, *Los Simpsons*, *Casados con hijos*, *Pettinato* y *Montecristo*.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de esos programas?*

R: Si trazo un paralelismo, por lo general todos son programas de humor, que me divierten y me entretienen. Por ejemplo *Friends* y *Los Simpsons* tienen un humor que me gusta, no es chabacano sino un humor bien construido y bien hecho. Son programas que me divierten

P: *¿Cuál/ cuáles son los personajes que más te gustan de esos programas?*

R: De *Friends*, me gustan todos, los seis protagonistas son buenos y graciosos. También me gusta mucho *Pettinato*, es un grande, es gracioso y el programa es dinámico y entretenido. Si bien hablan de estupideces, las tratan de una forma especial, tienen su propio sello. Igual que Ginzburg, él me gusta sobre todo por la manera en la que entrevista, me parece que es un buen entrevistador.

P: *¿Cuál es el personaje que menos te gusta? ¿Por qué?*

R: Un personaje que me empieza a molestar es El Chavo Fucks, en el programa de *Pettinato*. Me cae bastante mal. Al principio me causaba gracia, era un gordito bastante simpático pero ahora se hace el revolucionario, el ideólogo o el filósofo. Se quiere hacer el Che Guevara, me parece un nabo. Tampoco me gustó cómo criticó a la selección en el mundial, la verdad es que se la cree bastante y es un gordito gil.

Otro personaje que me molesta bastante es Lisa Simpson. Obvio que en la serie Homero y Bart son los más graciosos y, por lo general, Lisa es siempre la corta mambos, es la voz de la conciencia que siempre arruina toda la diversión. Aparte es excesivamente moralista, y eso también me molesta.

P: *¿Charlás con tus amigas sobre los programas de televisión?*

R: Sí, hablamos, pero no es que nos juntemos a hablar especialmente de eso. Ponele, el otro día vimos juntas un capítulo crucial de *Montecristo*. Pero en general no hablamos mucho de programas de televisión.

P: *¿Te parece que estos programas tratan temáticas o problemáticas de la vida cotidiana de un adolescente común?*

R: Lo que pasa es que no hay muchos adolescentes en los programas que te comenté, en *Friends*, por ejemplo, son todos más grandes y en *Los Simpsons* Bart tiene sólo 10 años. Hay algún capítulo en el que Bart se enamora de una chica, y eso es bien de adolescente, o Lisa que tiene un amor imposible, pero en general no se ven reflejadas problemáticas reales de un adolescente común.

P: *¿Pensás que los programas de televisión, en general, reflejan la realidad social?*

R: Lo que es ficción, no. Sí puede ser que la reflejen esos programas que tratan sobre la vida de gente marginal, que roba o junta basura para poder sobrevivir. No se si la reflejan a la realidad, pero sí la muestran.

P: *¿Esa realidad que se muestra, te parece que es la realidad que viven todos los argentinos?*

R: No, obvio que no. Muestran esa realidad porque vende o para hacerse los comunistas. Te muestran al pobre pero al rico nunca lo muestran. Tal vez la vida del rico no es tan interesante como la del pobre o hacerle una entrevista a una persona honesta que trabaja todos los días puede no resultar tan entretenido como que un villero te diga como “carterea” en retiro. No es tan divertido o a la gente no le interesa. Porque ninguna ficción te muestra al tipo común que se levanta temprano y va a trabajar, siempre son personajes raros que tienen historias extraordinarias y raras. En ese sentido no hay un programa que refleje la vida de un tipo común. Pero sí existen tarados como Malnatti que filma a gente robando.

Pero creo que hay programas que muestran una parte de la realidad, porque nunca se puede reflejar toda la realidad.

P: *¿Qué hacés cuando aparece la tanda publicitaria: la ves o cambiás de canal?*

R: Depende del programa que esté viendo, en *Friends* la publicidad es corta, entonces la dejo. En *Casados con hijos* la publicidad es eterna, entonces la cambio. Pero en general, la cambio.

P: *¿Compraste algo que viste en un comercial de televisión?*

R: Algo debo haber comprado pero no se si lo compré porque me lo dijeron en el comercial. No se si lo que compré fue por acción directa de la publicidad, pero sí puede ser que exista un efecto inconsciente. Pero no es que me voy a comprar algo a un negocio porque recuerdo haberlo visto por tele.

P: *¿Escuchás radio?*

R: No, porque en general me resulta aburrida. Aunque este cuatrimestre tuve que hacer un taller de radio en la facu y me encantó, es muy divertido hacer radio. Pero en cambio,

me resulta aburrido estar escuchando un programa una hora seguida. No conozco ningún programa y escucho sólo circunstancialmente los que escucha mi mamá que tiene siempre la radio prendida.

P: ¿Leés revistas?

R: Leo la que trae *La Nación* los domingos, pero es pésima.

P: ¿Por qué te parece mala?

R: No trae información entretenida, salvo determinados artículos. Pero en general son notas pavas, de decoración o de comida. Lo único que hago es el crucigrama del final.

P: ¿Hay alguna sección que te interese más que otra?

P: ¿Alguna vez compraste algo que viste en una revista?

R: He visto cosas que me hubiera podido comprar si hubiera tenido la plata.

P: ¿Por ejemplo?

R: Ropa. Lo que más me tienta son los catálogos de *Falabella* que vienen con el diario, veo lo que muestran y me encanta, pero pocas veces tengo la plata para comprarlo.

P: ¿Te gusta leer libros?

R: Sí, no soy una gran lectora pero cada tanto leo algo.

P: ¿Qué género/géneros son los que más te gustan?

R: Últimamente estuve leyendo en inglés, porque mi tía me regaló un par. Están buenos, todos son policiales. Pero en general, lo que más leo es ficción.

P: ¿Hay algún autor que te guste en particular?

R: Hace poco leí un libro de cuentos cortos de Cortázar y me gustó mucho cómo estaba escrito. No es mi autor preferido, pero me gusta cómo escribe.

P: ¿Vas al cine?

R: Poco...

P: ¿Por qué?

R: Por falta de motivación, por vagancia, porque es muy caro. Ahora hay películas que me llaman la atención como *Piratas del Caribe* o *Superman*, que la fui a ver. Pero antes de que salieran no había ninguna película que me llamara la atención o que quisiera ir a ver y la verdad es que ir al cine a pagar 12 pesos por algo que no me atrae me parece una estupidez. Si voy al cine es porque voy a ver una película que me interesa.

P: ¿Con quién vas?

R: Con mis amigas o con mi novio. La última vez que fui fue con mis amigas. Con mi novio fui mucho durante los primeros meses de noviazgo, ahora nos achanchamos... (risas).

P: *¿Qué películas son las que más te gustan?*

R: Las de terror las detesto, después de *La llamada* decidí no ver nunca más una película de terror. Me gustan las de acción, pero no esas súper extravagantes en donde Swartzenegger está tirando tiros todo el tiempo. Los dramas también me gustan, pero tienen que ser muy buenos para que me entretengan.

P: *¿Tenés un actor o actriz preferida? ¿Cuál/cuáles?*

R: Tengo varios, de acá me gusta Ricardo Darín, Héctor Alterio, Rita Cortese. De afuera Al Pacino, Antony Hopkins y también, por qué no, Brad Pitt... (risas)

P: *¿Te gusta la música?*

R: Me gusta mucho la música, ya sea para escucharla o para tocarla. Ahora estoy aprendiendo piano y aprendí sola a tocar la guitarra.

P: *¿Qué música escuchás?*

R: Rock. Me gustan mucho los *Beatles*, *John Lennon*, *Coldplay*, *Oasis*. En cuanto a música nacional me gusta *Fito Paez*, *Los Caballeros de la Quema*, *Iván Noble*.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de ellos?*

R: Me gusta el conjunto, no como imagen sino como forma de ser. Es decir, no me importa que el cantante del grupo sea fachero. No me gusta o deja de gustar un grupo por la facha de los integrantes. Me gustan sus creaciones, la conjunción entre una buena letra y una buena melodía.

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: Me dedico a practicar piano, veo mis programas selectos de tv, estoy con mi novio, me meto en Internet a chequear mails, busco trabajo...

P: *¿Qué hacés los fines de semana?*

R: Me reparto el tiempo entre mi novio y mis amigas, le destino un día a cada uno. Durante el día estoy en la casa de mi novio o el viene a casa, juego al hockey con mis amigas o, cada tanto, hago algún programa con mi familia.

P: *¿Qué programas hacés con tus amigas?*

R: Nos juntamos a comer, a jugar al hockey, vamos a bares o a bailar.

P: *¿De qué temas charlás con ellas?*

R: De todo un poco, qué se yo, los temas van saliendo. Pero generalmente hablamos de chicos, de salidas, de novios, de la facultad, de la familia.

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes de los jóvenes de hoy?*

R: Mirá, el otro día leí una nota en el diario que decía que había un porcentaje muy importante de jóvenes que no trabajaban ni estudiaban. Creo que eso es un problema,

porque el que no estudia de joven después se le complica poder estudiar siendo adulto. Otro problema grande creo que son las drogas, si bien los de menores recursos lo hacen con productos de bajísima calidad también los jóvenes de clase media y alta se drogan aunque con mejores drogas. Este es un gran problema porque cada vez hay más jóvenes que se drogan y también consumen alcohol en exceso. Algo que me preocupa es que últimamente encuentro que la gente se ha vuelto más violenta, los chicos en los boliches se agarran a trompadas, aunque eso seguramente es producto del consumo de drogas y alcohol.

P: *Contame cómo es la ceremonia de la comida en tu casa y qué importancia se le da*

R: En casa se le da mucha importancia a la comida. Mi mamá además, se ocupa de comprarnos todas las delicias que a nosotros nos gustan: alfajorcitos, galletitas dulces, quesitos, Coca. Nos preocupamos por comer buena comida, en la heladera hay no solo mucha sino buena comida. Mi mamá siempre cocina y comemos todos juntos, por suerte. No se si en todas las familias es así, en muchos lugares cada uno agarra su platito y se va a comer solo a su cuarto viendo la tele. Por lo tanto lo que hacemos acá es una ceremonia en torno a la comida.

P: *¿Qué lugar ocupa la comida en tu vida?*

R: Ocupa un lugar esencial. Me gusta comer bien y como bastante. Por suerte tengo un buen apetito.

P: *¿Te preocupa tu cuerpo?*

R: Sí, me interesa ser una persona sana, si bien fumo este último tiempo he bajado considerablemente la dosis diaria de cigarrillos. No soy una persona hiper atlética pero me interesa estar bien, no me gusta enfermarme. En cuanto a lo estético, también me gusta estar bien o verme bien.

P: *¿Te parece importante mantener tu cuerpo en forma?*

R: Si, pero no lo hago. Por ejemplo, ahora que dispongo de tiempo porque no tengo trabajo, no salgo a correr en las mañanas o voy al gimnasio. Lo único que hago es jugar al hockey algunos fines de semana. Sin embargo me gustaría estar en mejor estado físico.

P: *¿Creés que la mujer está más exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del mismo?*

R: Sí, aunque últimamente el hombre está más “bala” que nunca. Aunque lo de la mujer es una cuestión cultural e histórica. Antes a la mujer se la menospreciaba, era como un semi objeto, una esclava del hombre. Ahora se independizó, pero la asociación de la

mujer al objeto, ya sea sexual o no, es algo de larga data. Creo que la mujer se preocupa más que el hombre pero sobre todo es más competitiva con respecto a su imagen. Competitiva tanto para gustarle a un hombre como para competir con otra mujer. La idea de que la mujer tiene que estar siempre linda un poco se la impone la misma mujer, ella es más obsesionada con el cuerpo. Entonces creo que está más exigida tanto por ella misma como por la mirada del hombre. El ejemplo más burdo es que si vas a un boliche, a la mujer que es gorda nadie la va a querer invitar a bailar o a salir. Y la mujer sabe que si es gorda o fea va a ser rechazada. Lamentablemente la apariencia juega mucho en la mujer y en el hombre, aunque la mujer está más exigida.

P: *¿Cómo elegís la ropa que te comprás?*

R: Siempre me compro en los mismos lugares, porque hay ciertas casas que tienen prendas que me gustan pero además que se que me quedan bien. No es que las compre por la marca en sí, sino porque me gusta la ropa que tienen ahí y prefiero gastar un poco más y saber que compro algo bueno antes que ahorrarme unos pesos pero comprar una cosa berreta.

P: *¿Comprás prendas de marcas no conocidas? ¿Qué prendas?*

R: Durante mucho tiempo compré ropa sin tener en cuenta la marca, pero empecé a darme cuenta de que no me duraba o se me arruinaba rápidamente, por eso es que ahora trato de no comprar cosas que no sean de marca. No es que compre absolutamente todo, en casas de marca, pero la mayoría de mi vestuario es de alguna casa conocida. Ojo, porque el hecho de que sea de marca no implica que sea la ropa más cara. Si vas por Cabildo o por Santa Fé, te encontrás con un montón de casas así nomás que tienen precios muy similares a los que tienen los buenos negocios de ropa.

P: *¿Qué sabés sobre la Bulimia y la Anorexia?*

R: Nunca supe diferenciar bien una de la otra, lo que se es que es una enfermedad en la que uno pierde la verdadera dimensión de su cuerpo. Las personas que la padecen no se pueden ver tal cual como son, ven distorsionada su figura, se ven más gordos. Se que estadísticamente está probado que hay más mujeres que la sufren que hombres.

P: *¿Creés que eso está relacionado con el hecho de que la mujer está más exigida que el hombre?*

R: Sí, sin dudas.

P: *¿Cuál es la fuente que te ha brindado mayor información sobre ellas?*

R: El colegio y alguna que otra campaña publicitaria, pero muy rara vez. La primera vez que escuché hablar sobre estas enfermedades fue en el colegio, ahí me explicaron lo que

eran. Después escuché hablar sobre ellas en los medios cuando tiran porcentajes como que el 40 % de las mujeres son bulímicas. Pero son informaciones que uno nunca sabe si están bien fundadas. Pero por lo general, los medios no se extienden mucho más allá de eso, nadie explica bien qué son estas enfermedades, cómo te afectan o qué daños pueden producir en quienes las padecen. No están bien tratadas en los medios, aunque deberían.

**Entrevistada: Ana, 25 años, Decoradora**

Pregunta: *¿Con quién vivís?*

Respuesta: Mis papás están separados y yo vivo con mi mamá, dos de mis hermanos y mi sobrino, Ramón, que es el hijo de mi hermana. En realidad somos cuatro hermanos, pero mi hermana mayor, María, está casada y tiene cuatro hijos. Ahora está viviendo en un country en Garín.

P: *¿Qué hace tu mamá?*

R: Mi mamá es ama de casa pero tiene un mini emprendimiento con una tía con quien cocina empanadas por pedido. Es un negocio personal para el que trabaja sólo si le encargan algo.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de tu mamá?*

R: Me gusta que es cariñosa y muy servicial. Nos malcría bastante, se ocupa demasiado para la edad que tenemos y nos quita un poco de libertad. Eso, en realidad, termina por convertirse en algo negativo. Creo que eso es lo que menos me gusta. Pero aparte de eso, ella es una persona muy buena, y está siempre presente cuando la necesitás.

P: *¿Charlás con ella sobre las cosas que te pasan?*

R: Sí y no. Ella sabe siempre todo de mi vida porque le cuento, pero hay cosas que hablo más con mi papá que con mi mamá. Al estar fuera de casa, puede ser más comprensible frente a algunos temas, él ve de otra manera las cosas y es más fácil hablar con él sobre ciertas cuestiones.

P: *¿Qué hace tu papá?*

R: Mi papá es abogado y trabaja en un estudio. También juega al golf.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de él?*

R: Lo que más me gusta es que es comprensivo, que podés charlar de cualquier cosa, aún de la pavada más grande. Lo que no me gusta es que no tenemos un contacto diario, si yo no lo llamo él no me llama. Es medio reacio en ese sentido. Por ahí pasan tres

semanas sin hablarnos y cuando lo llamás resulta que él es el que está ofendido porque no lo llamaste. Pero él no es capaz de levantar el tubo y llamar.

P: *¿Se volvió a casar tu papá?*

R: Sí, se casó hace ya un par de años atrás.

P: *¿Cómo te llevás con su mujer?*

R: Me llevo muy bien, es divina. Con ella también se puede hablar de todo lo que se te ocurra. Todo lo que en casa no puedas hablar por algún motivo, con ella lo podés conversar sin ningún problema.

P: *¿Hacés programas con tu familia?*

R: Sí, generalmente los fines de semana vamos a ver a mi hermana que vive con mi cuñado y mis sobrinos en Garín. Como viven lejos y no los vemos en la semana, el sábado y el domingo son los días en que tenemos tiempo para estar con ellos. A veces también salgo a comer al mediodía con mi otra hermana, la que vive conmigo y con Ramón, mi sobrino. Salimos los tres y nos vamos a comer a algún lugar cerca de casa.

P: *¿Mirás televisión?*

R: Últimamente veo muy poco, porque casi no encuentro programas que me gusten. Veo *Sos mi vida* y antes veía *El tiempo no para* pero me aburrí y dejé de verlo. Generalmente cuando terminamos de comer a la noche nos quedamos charlando un rato entre todos y después me voy a dormir. Me quedo viendo tele sólo si hay alguna película buena. Además, en casa alquilamos mucho dvds. Antes yo veía mucha más tele, pero ahora por ahí prefiero destinar ese tiempo a hacer otras cosas.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de Sos mi vida?*

R: Facundo Arana...(risas). Me gusta el personaje que interpreta, aunque me parece muy buen mozo. El personaje de Natalia Oreiro también me gusta, aunque a ella no me la banque.

P: *¿Por qué no te gusta?*

R: Porque no es buena actriz, pero el hecho de que sea divertida la ayuda.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de estos programas?*

R: Me gustan porque me divierten, la pareja que hacen Facundo Arana y Natalia Oreiro es muy graciosa. Es un programa llevadero, aunque sea vueltero como todos.

P: *¿Hay algún programa o personaje de la televisión que no te guste?*

R: Sí, Jorge Rial, lo detesto. No me gusta él ni su programa.

P: *¿Qué cosas no te gustan de su programa?*

R: Primero, que se la pasen chismeando y diciendo cualquier cosa sobre la pobre gente. Además, no me banco que él siempre esté buscando la polémica y tratando de enfrentar a las personas.

P: *¿Te parece que son verdaderas las historias que cuentan o son inventadas?*

R: Me parece que algunas pueden ser verdad, pero siempre están distorsionadas. El otro día vi un programa en el que aparecía Guido Süller contando sobre todas las pavadas que había hecho en los programas hace un tiempo atrás y declaraba orgulloso que gracias a todas esas estupideces que hizo en la televisión se había podido comprar una casa y un auto y no sé cuántas otras cosas más.

A otro tipo que tampoco puedo ver es a Tinelli. En realidad, al único que me banco de los conductores famosos es a Mario Pergollini.

P: *¿Qué te gusta de él?*

R: Me gusta la forma que tiene de encarar el programa a pesar de que hace más de 10 años que lo hace. A diferencia de Tinelli que tiene siempre lo mismo, estos chicos siempre van cambiando y agregando cosas nuevas al programa.

P: *¿Charlás con tus amigas sobre los programas de televisión?*

R: De televisión casi no hablamos. Por ahí sí hablamos de películas. Es más, creo que mis amigas no ven mucha televisión.

P: *¿Pensás que los programas de televisión, en general, reflejan la realidad social?*

R: Para mí distorsionan mucho la realidad, incluso hay muchos programas que dicen puras mentiras. Ya no es la misma televisión que era antes, ni los noticieros son diferentes: todos muestran lo mismo. Pero es la gente la que deja que esos programas existan porque le dan “cabida”. En general, todo es un desastre y lo peor es que se rigen únicamente por el raiting. No hay ningún programa que sea educativo. Por eso veo, tal vez, más programas de cable. Me engancho mucho con los de *People and Arts*.

P: *¿Qué hacés cuando aparece la tanda publicitaria: la ves o cambiás de canal?*

R: Depende, si me divierten o son nuevas generalmente la veo. Hay publicidades que son divertidas y me da gusto verlas, como la de *Coca Ligt*. Además, odio hacer zapping, por eso tampoco cambio mucho.

P: *¿Compraste algo que viste en un comercial de televisión?*

R: No, al menos que yo recuerde.

P: *¿Escuchás radio? ¿Por qué?*

R: Escucho mucho *Aspen* porque me encanta la música. La pongo siempre a la mañana. Antes escuchaba más, porque no trabajaba, pero ahora que trabajo no tengo mucho

tiempo libre para hacerlo. Hace un tiempo escuchaba *¿Cuál es?* en la *Rock and Pop* y me gustaba también el programa de Fernando Peña en donde hacía de Martín Rivoira Linch y cargaba a todo el mudo. También escuchaba el programa de Hangling porque me hacía reír mucho una sección que hacía con Mario Mactas, que se llamaba *El gato y el zorro*. El programa que escucho, también, es el de González Oro, en Radio Diez. Lo escucho porque mi mamá lo pone a la mañana y además, me parece un programa divertido.

P: *¿Leés revistas?*

R: Poco y nada. Las que compro son las de decoración y si tengo que hacer algún viaje largo me compro *Gente* o *Caras* para entretenerme. Pero soy de leer más libros que revistas. A veces compro la *Para Ti*, que tiene temas de moda o la *Entrecasa* que es la revista que compra mamá. Esa revista está buena, porque tiene moda y decoración.

P: *¿Alguna vez comprate algo que viste en esas revistas?*

R: No, no compré pero si saqué direcciones de lugares a donde poder ir a ver muebles o cosas de decoración. Esa información me parece útil.

P: *¿Vas al cine? ¿Por qué?*

R: Sí, voy mucho al cine.

P: *¿Con quién vas?*

R: Voy con mis amigas o con mis primas. Una sola vez fui sola al cine a ver una de Diego Peretti que se llama *No sos vos, soy yo*. Muy buena película.

P: *¿Qué películas son las que más te gustan?*

R: Las románticas y las de suspenso. También me gusta ir a ver las épicas, películas del estilo de *Gladiator*.

P: *¿Tenés un actor o actriz favorito? ¿Cuál / cuáles?*

R: Me gusta un actor que no es muy conocido, se llama Wody Harrelson y es el que actuó en *Propuesta Indecente*. Como actriz me gustan Michelle Pfeifer y Demi Moore. Otros que me gustan, que actúan generalmente en comedias, son los hermanos Wilson. Esos dos son muy divertidos. También me hace reír mucho Ben Stiller, el actor de *Loco por Mary*. Ese tipo es buen actor en todos los papeles que interpreta, porque también es bueno para los papeles dramáticos.

P: *¿Escuchás música?*

R: Sí, me gusta mucho Diego Torres, por ejemplo. Aunque, en realidad, no tengo un grupo o un autor preferido. Por ejemplo, fui a ver a los Rolling Stones cuando estuvieron en Argentina, pero no soy fanática de ellos. Más que nada fui a verlos por el

espectáculo en sí. El regge es un estilo de música que me gusta, hay algunos temas de Bob Marley que tienen letras muy interesantes y profundas. Antes, en otra época de mi vida, me gustaba escuchar a Silvio Rodríguez o a Pablo Milanés, pero ahora esas canciones me parecen un poco deprimentes.

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: Toco la guitarra o aprovecho para irme afuera, me encanta ir a Garín a ver a mis sobrinos. Los fines de semana, a la noche, suelo salir con mis amigas o con mis primas. Generalmente vamos a comer afuera o a algún bar.

P: *¿De qué temas conversás con tus amigas?*

R: Hablamos mucho de lo que hacemos en la semana o lo que vamos a hacer el fin de semana. Pero, como somos un grupo muy grande, a veces no se prestan las situaciones para hablar de cosas más íntimas. Para hablar de temas más personales prefiero juntarme a tomar un café o una cerveza con alguna de las chicas con la que tenga mayor afinidad.

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes de los jóvenes de hoy?*

R: Creo que un problema es el hecho de que hoy los chicos jóvenes no tienen mucha iniciativa, capaz se meten a estudiar una carrera que después no siguen o no le dan la importancia necesaria. Otro problema puede ser la falta de buenos trabajos, porque generalmente a los adolescentes les ofrecen cosas así nomás, en donde tienen que trabajar un montón y a cambio les pagan muy poco.

Las drogas y el alcohol también son un grave problema para los chicos jóvenes, hoy en día son moneda común y cualquiera puede acceder a la marihuana o a la cocaína. Pero creo que esto es más una enfermedad que otra cosa. Hoy en día el alcohol y las drogas funcionan como vías de escape a otros problemas que tienen los adolescentes que pasan por lo familiar o por lo que te dije antes, que es la falta de trabajo o el poco incentivo para estudiar que tienen.

P: *Contame cómo es la ceremonia de la comida en tu casa*

R: En casa comemos entre 21 y 21.30. Comemos todos juntos. Mi mamá cocina y mi hermana y yo ponemos la mesa. Es un evento importante porque es el único momento en el día en el que nos encontramos todos y podemos saber qué es de la vida de cada uno. Los fines de semana, como cada uno tiene ya armado su programa, es más difícil que nos encontremos a comer. Por eso, cada uno come cuando quiere o cuando puede.

P: *¿Te preocupa tu cuerpo?*

R: Sí, pero no soy de cuidarme mucho. Ahora que viene el verano me empieza a preocupar un poco más. No me molesta mostrar mi cuerpo, salvo mis rodillas que son cuadradas y horribles. Por eso es que no uso polleras cortas.

P: *¿Hacés algo para cuidarlo?*

R: Ayer me anoté en el gimnasio para empezar a ir la semana que viene. Pero nunca hice dieta ni me cuidé en las comidas. Lo único que trato de no comer son cosas que engordan como el pan, las galletitas o las golosinas.

P: *¿Crees que la mujer está más exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del cuerpo?*

R: Sí, puede ser que la mujer sea más de fijarse en su aspecto físico. Igualmente hoy en día hay muchos hombres que se preocupan por cuidar su cuerpo y estar en forma. Se cuidan más en las comidas o van más al gimnasio. A este tipo de hombres son a los que ahora llaman “metrosexuales”. Son tipos que se interesan por cosas que antes les interesaban sólo a las mujeres. Pero siempre a la mujer se le exige a más, la sociedad le pide que esté flaca, que sea linda, que no coma demasiado. Es la sociedad la que le exige pero, a su vez, la propia mujer se autoexige. Por ejemplo, si vas a la playa y ves a un gordo en traje de baño, nadie lo va a criticar. Pero, en cambio, si ves a una mujer gorda y en bikini, todo el mundo va a decir algo de ella o la va a despreciar por su aspecto físico. En el hombre la gordura o la fealdad están más permitidas que en la mujer. Eso fue así siempre.

P: *¿Cómo elegís la ropa que te comprás?*

R: La ropa la compro guiándome por lo que me gusta y por lo que me queda bien. Lo único en lo que tengo en cuenta la marca es en los jeans y en los zapatos. Esas dos cosas son las más importantes para mí y lo único que tiene que ser bueno y de buena calidad. Pero, para el resto de la ropa, compro en base a lo que voy viendo en la calle y me gusta. Ni loca gasto más de \$50 en una remera, por ejemplo. Además, yo tengo un estilo muy personal para vestirme, no me interesa lo que es moda o queda bien.

P: *¿Conocés las enfermedades de la Bulimia y la Anorexia? ¿Qué sabés sobre ellas?*

R: Se que las chicas bulímicas comen mucho y después vomitan, y de la Anorexia se que son personas que directamente no comen nada.

P: *¿Cuál es la fuente que te ha brindado mayor información sobre ellas?*

R: Creo que el colegio. En cuarto año me acuerdo que nos dieron una charla y esa fue la primera vez que escuché sobre estas enfermedades. Después también descubrí cosas viendo películas o noticias en la televisión.

No se si estas enfermedades se pueden curar, me parece que si alguna vez caés en una de ellas después es muy difícil salir. Además, me parece que tiene mucho que ver con la salud mental de cada persona y con su estado psíquico.

**Entrevistada: Sofía, 20 años, estudiante de Derecho, Universidad Católica Argentina.**

Pregunta: *Contame algo sobre tu familia, por ejemplo, ¿con quién vivís?*

Respuesta: Vivo con mi mamá y con uno de mis hermanos que tiene 23. Tengo otra hermana de 26, pero ella vive sola al igual que mi papá.

P: *¿Qué hacen tus papás?*

R: Mi mamá es empleada administrativa y mi papá trabaja en negocios financieros, no se bien lo que hace. Trabaja con la bolsa y hace diferentes negocios. Pero no tengo bien claro lo que hace.

P: *¿Es profesional?*

R: No, estudió Derecho hasta tercer año y después la largó.

P: *¿Y tu mamá?*

R: No, mi mamá no estudió nada. Creo que hizo un secretariado cuando terminó el colegio pero porque tenía ganas. Se casó a los 22 con mi papá.

P: *¿Alguno de los dos volvió a formar una familia?*

R: Sí, los dos están de novios, pero ninguno de los dos se casó y no se van a volver a casar.

P: *¿Tenés hermanastros?*

R: Sí, el novio de mi mamá tiene tres hijos y la novia de mi papá tiene dos hijas. Me llevo bárbaro con todos pero mejor me llevo con las hijas de la novia de mi papá. Tienen 18 y 13. Con la de 18 me llevo mejor porque todos los viernes vamos a comer juntos con mi papá y la novia. La de 13 no suele venir porque como no va a bailar en ese horario organiza algún otro programa.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de tu mamá? ¿Hay algo de ella que tomes como modelo?*

R: De mi mamá me gusta que me malcría, como soy la más chica por lo general todo lo que le pido me lo da. De mi papá también me gusta eso. Siempre lo termino convenciendo para que haga lo que yo quiero.

P: *¿Y de tu papá? ¿Qué es lo quemás te gusta de su personalidad?*

R: La personalidad de papá no es muy buena, tiene muy poco tacto para decirte las cosas. Es bueno y la verdad es que me re divierto con él. Pero no puedo ir a pedirle un consejo porque no es de esas personas que te puedan dar una opinión razonable. Es muy frontal y tiene muy poco tacto. No le gustan los problemas, en general, trata de evitarlos. En cambio mi mamá, me aconseja más pero a veces me cansa porque me da consejos muy largos y no me gusta. Y como es una persona más grande nunca va a pensar igual que yo en algunas cosas. Pero dentro de todo le cuento mucho y me llevo muy bien con ella.

P: *De modo que si tenés que elegir a alguien para contarle tus cosas, preferís hacerlo con tu mamá*

R: Sí, si tengo que hablar con alguien prefiero hacerlo con mi mamá. Pero en realidad no tengo un preferido. Es decir, con mi mamá puedo hablar más pero con papá me llevo re bien. También tengo una buena relación con su novia, hablo mucho con ella sobre las cosas que me pasan.

P: *¿Hacés programas con tu familia?*

R: Con mi papá salgo por lo general a comer todos los viernes. A mi familia paterna la veo de vez en cuando porque son re pocos y la mayoría viven afuera. Con mi mamá vamos a cumpleaños de familiares o a tomar el té. Pero no salgo mucho con ella. A veces vamos al hipódromo a jugar a las maquinitas, pero generalmente lo hacemos cuando viene mi tía con su mamá, que son fanáticas.

P: *¿Ves televisión?*

R: Depende de la época. Veo pero no me cuelgo horas. Miro programas específicos.

P: *¿Qué programas mirás?*

R: Veo *Se dice amor*, la novela del mediodía, con Segundo Cernadas. Esa es buenísima. Después veo *El tiempo no para*, pero de vez en cuando. En una época veía *Montecristo*, pero después me aburrí y no la vi más. También veo *DOC*, en Warner.

P: *¿Cuál es el personaje que más te gusta de estas series?*

R: De *DOC* no me gusta nadie en particular. De *Se dice amor* me encanta Segundo Cernadas, pero físicamente... (risas)

P: *¿Charlás con tus amigas sobre los programas de televisión?*

R: No, casi nada. Algunas de las chicas hablan más, pero hablan de *Intrusos*, que es un embole.

P: *¿Te parece que estos programas tratan temáticas o problemas de la vida cotidiana de un adolescente común?*

R: En *DOC*, puede ser. No se si los problemas son diarios, porque obviamente todo se acentúa. Son chicos comunes que van al colegio y tienen sus problemas familiares. Llevan la típica vida que llevás cuando vas al colegio, que te juntás a tomar algo, te ponés de novia, las chicas hablan de ropa y de chicos. Y los chicos no hablan tanto de chicas, hablan más de juegos electrónicos, como ahora. En cambio, la historia de *Se dice amor* es muy artificial. Es un divague, en realidad. *El tiempo no para* también “es cualquiera”.

P: *¿Pensás que los programas de televisión, en general, reflejan la realidad social?*

R: No, para nada. La única realidad que reflejan es nefasta. Por lo menos a la realidad que yo veo no se acerca ninguno.

P: *¿Qué hacés cuando aparece la tanda publicitaria: la ves o cambias de canal?*

R: No, no la veo. La dejo y me voy a buscar algo para comer o a charlar con mi mamá.

P: *¿Compraste algo que viste en un comercial de televisión?*

R: No.

P: *¿Escuchás radio?*

R: Si escucho es por la música que pasan, pero no sigo algún programa en especial. Alguna que otra vez escuché *Perros de la calle*, con Andy Kustnezoff.

P: *¿Conocés algún otro programa, además de ese que me nombraste?*

R: No... (risas)

P: *¿En qué momentos escuchás radio?*

R: A la mañana cuando me despierto. Busco buena música para cantar y bailar. En casa siempre está prendida la radio porque mi mamá también escucha música.

P: *¿Leés revistas?*

R: Casi nada. Tuve una época en la que leía *Cosmopolitan*, pero lo que me gustaba era verla o hacer los tests. Los hacía pero no les daba bola.

P: *¿Qué otras secciones te interesaban?*

R: Veía la ropa y si había una nota buena de algo la leía, pero por lo general nunca hay nada bueno.

P: *¿Cómo adquirías la revista: la comprabas, te la prestaban, la leías mientras esperabas al médico?*

R: La anotaba en la cuenta del quiosco de revistas. Me la traían todos los meses hasta que un día dejé de leerlas y la suspendí.

P: *¿Compraste alguna otra revista?*

R: Creo que alguna vez compre una que se llama algo así como *Salud vital*.

P: ¿Qué buscabas en esa revista?

R: No sé, salud supongo... (risas). En esas revistas te dan consejos para el cuidado del cuerpo. Te dicen, por ejemplo, que el té verde es bueno para tal cosa o que el yogurt es bueno para tal otra.

P: ¿Llega todos los días el diario a tu casa?

R: Viene jueves, viernes, sábado y domingo. Lo leo sólo el domingo. Por lo general leo notas del cuerpo principal, pero sólo el principio. Algunas veces leo sólo los títulos.

P: ¿Te gusta leer libros?

R: Sí, me gusta, pero ahora no estoy leyendo porque sólo me dedico a leer apuntes para la facultad. Lo último que leí fue en las vacaciones, un libro de Marcos Aguinis sobre historia argentina. También leí uno de Sidney Sheldon, de quien me leí casi todas sus novelas. Es uno de mis autores preferidos. Sus novelas siempre abarcan ciudades importantes del mundo: Nueva York, París, Londres. Por lo general siempre hay una modelo o una chica exitosa en cualquier campo como punto de referencia. Son novelas de suspenso.

P: ¿Te comprás libros?

R: No, se los saco a mi papá o a mi hermana.

P: ¿Son de leer en tu casa?

R: Mi hermano no lee nada, pero nada de nada. Mi mamá en una época leía, ahora no la veo leer nada. Mi papá es el que más lee, aunque a mi hermana también le gusta leer.

P: ¿Vas al cine?

R: El cine me encanta pero no voy nunca. ¡Necesito un novio para ir al cine! (risas) Con mi novio iba al cine, pero ahora no.

P: ¿No te parece un buen programa para hacer con amigas?

R: Sí, me parece un buen programa, pero siempre están todas ocupadas y, por lo general, cuando nos juntamos preferimos charlar. Pero pienso que sería bueno ir más seguido.

P: ¿Fuiste este año?

R: Sí, fui a ver *Capote*, la historia de un escritor gay. Me pareció un embole

P: ¿Que películas son las que más te gustan?

R: Las de suspenso. Por lo general me gusta cuando hay algo para investigar. Una película que me encanta es *Tribunal en fuga*, es buenísima. Otra que me encantó es *Efecto mariposa*. Si me voy a lo romántico me gustó *Diario de pasión*. También me gustan las películas de historia como *Troya* o *Alejandro Magno*.

P: *¿Tenés un actor o actriz preferidos?*

R: Te puedo decir Brad Pitt, pero no me gusta por sus dotes actorales sino por sus otros dotes (risas). Como actor me gusta Al Pacino y como actriz Sandra Bullock y Julia Roberts. Es más, me vi casi todas las películas en donde actúan.

P: *¿Que música escuchas?*

R: Me gusta la música del momento, me divierte para bailar. Ahora estoy escuchando mucho Arjona, me compré en la calle los discos truchos. Me encanta. Shakira, Lenny Kravitz y Aerosmith. También me gustan algunos grupos viejos como Depeche Mode y Queen, aunque ahora no los escucho. Pero ahora que están haciendo reformas en casa la computadora está guardada y no escucho tanta música.

P: *¿Comprás cds o bajás temas de Internet?*

R: Me bajo temas de internet y los guardo en la computadora.

P: *¿En qué momentos escuchás música?*

R: En cualquier momento del día, porque me gusta mucho más escuchar música que ver tele, excepto por las novelas que te marqué. A la mañana me pongo la música para bailar y a la noche escucho lentos.

P: *¿La música tiene que ver con tu estado de ánimo?*

R: Puede ser. Cuando estoy medio deprimida o tengo que pensar en algo pongo lentos. En cambio, los sábados y los domingos que son los días en los que me despierto de buen humor, pongo música alegre para bailar y cantar. En los días de semana también me gusta escuchar música a la mañana, pero últimamente me estoy acostando tarde así que no estoy respetando esa costumbre.

P: *¿Qué te quedás haciendo a la noche?*

R: Me quedo estudiando o hablando por teléfono. Estuve hablando mucho por teléfono con un chico con el que salí un mes y cuatro días. Nunca en mi vida había encontrado un chico al que le guste hablar tanto por teléfono, por celular nos quedamos hablando una hora, por ejemplo. La otra vez me trajo unas golosinas por la semana de la dulzura a las cuatro de la mañana y después de ahí no lo vi más.

P: *¿Estudiás a la noche generalmente?*

R: Sí, por lo general estudio a la noche porque a la mañana me desconcentro con el movimiento que hay en casa. Pocas veces estudio a la tarde.

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: Veo tele o hablo por teléfono. A veces voy a la casa de mis amigas a charlar.

P: *¿De qué temas conversás con tus amigas?*

R: De muchas pavadas, a veces me junto con una de las chicas y criticamos a algunas de las chicas del grupo (risas). Igual no soy falsa con ellas.

P: *¿Qué hacés los fines de semana?*

R: Este sábado me fui con una amiga de mi mamá a ver ropa. Es una amiga con la que me llevo re bien. Lo que pasa es que le encantó un jean mío de *Rapsodia* y quería que la acompañara a comprarse uno igual. Es una persona muy copada, a veces me ha prestado la casa para hacer fiestas o para ir a dormir con mis amigas. Es una mujer sola, no tiene marido ni hijos y yo creo que a ella le encantaría tenerme como hija.

Los viernes voy a comer con mi papá y generalmente los sábados a la noche vamos a bailar con las chicas a *Rummy* o a *Mint*. Algunos miércoles a la noche vamos a comer a *Asia de Cuba* y después nos quedamos a bailar. Pero ahora que estoy con finales no estoy saliendo mucho.

P: *¿Qué hacen en el boliche?*

R: Bailamos o charlamos con la gente conocida con la que nos encontramos.

P: *¿De qué temas conversás con tus amigas?*

R: Hablamos de la familia, de los problemas de cada una, de la facultad, de los novios, de los chicos que conocemos, de lo que vamos a hacer en las vacaciones.

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes de los jóvenes de hoy?*

R: Creo que el tema de la imagen es un tema que preocupa a los adolescentes y no sólo a las mujeres sino a los varones también. Antes los chicos no se preocupaban por su imagen y ahora sí lo hacen. Se producen para salir. Todo cambió muchísimo. Las drogas también son un problema importante.

P: *En los boliches a los que vas ¿te ofrecieron drogas o viste que le ofrecieran a alguien?*

R: En los boliches a los que vamos ahora no, pero hace más de dos años íbamos a uno que se llama *Club Land* y ahí estaba lleno de gente drogada. Además se podía oler fácilmente el olor de la marihuana. La verdad es que el ambiente de ese lugar era horrible, yo iba sólo porque me divertía con mis amigas.

P: *Contame un poco cómo es la ceremonia de la comida en tu casa*

R: Por lo general como sola con mi mamá, porque mi hermano llega de trabajar tipo 19.30 y se devora todo a esa hora. Nosotras comemos tipo 21.30. Mi hermano no come con nosotras. En la semana siempre como con mi mamá, excepto que ella salga, pero por lo menos dos veces por semana comemos juntas. Los fines de semana no pasa lo

mismo, como yo siempre salgo a la noche ceno por lo general a las 19.30, pero pico algo.

P: *¿Quién cocina?*

R: La chica que trabaja en casa. Hace comida a la noche y también deja comida preparada para el fin de semana.

P: *¿Qué lugar ocupa la comida en tu vida?*

R: Depende de la época, soy de tener épocas en las que como poco y otras épocas en las que como un montón. Y no voy a decir que no me influye, porque el hecho de engordar y que todo te quede chico a mi me influye. En este momento no está ocupando un papel muy importante, capaz en algún momento he tenido algún raye pero en este momento no tengo ninguno. Ahora como normal, pero trato de cuidarme

P: *De modo que tu cuerpo te preocupa.*

R: No me es indiferente. Quiero decir, no es el tema principal en mi vida pero no me es indiferente. No me gusta estar gorda, si lo estoy me siento mal conmigo misma. Yo creo que a nadie le gusta sentirse gorda, aunque no lo digan.

P: *¿Te parece importante mantener tu cuerpo en forma?*

R: Sí, me siento incómoda cuando me veo gorda, sobre todo en el verano.

P: *¿Qué hacés para cuidarlo?*

R: Nada, trato de no comer boludeces porque soy mucho de comer chocolate, budín, torta; cosas que engordan.

P: *¿Vas al gimnasio?*

R: No, fui a *Pilates* pero lo dejé porque me cansó. Al principio me gustaba porque no hacía nada y me modelaba, pero después me aburrí. Me gusta hacer deporte, cuando termine de estudiar me voy a anotar para hacer paddle o tenis.

P: *¿Creés que la mujer está mas exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del cuerpo?*

R: Sí, pero ojo que ahora los hombres pasaron a tener mentalidad de mujer en ese aspecto. Los más chicos, no los más grandes. Pero la mujer siempre va a estar más exigida que el hombre.

P: *¿Siendo mujer cómo ves el hecho de que el hombre empiece a incursionar en áreas que antes eran sólo femeninas?*

R: Lo que pasa es que no es en todos los hombres, es en algunos. A mi no me gusta el hombre *fashion* sino el hombre clásico. Al que entra en esa onda de cuidarse ni siquiera lo miro, no me gusta nada.

P: *¿Cómo es el hombre clásico?*

R: A mi me encantan los que usan camisa y jean normal. Primero me tiene que gustar físicamente, pero después me compra la personalidad o el carácter

P: *¿Cómo elegís la ropa que te comprás?*

R: Por lo general compro algo porque se lo vi a una amiga o porque salgo y lo veo en la calle, me gusta y lo compro.

P: *¿Te guiás por la marca para comprar algunas prendas?*

R: Para la parte de arriba no me importa mucho. Los sacos buenos, por ejemplo, me los compro en *Rapsodia*, pero los sacos normales de corderoy no me importa donde los compro. El jean lo elijo por marca pero sólo porque me gusta cómo me queda. Me fijo mucho en la calidad, prefiero comprar algo bueno y caro antes que comprar tres que sean medio pelo.

P: *¿Sabés qué son la Bulimia y la Anorexia? ¿Qué sabés sobre ellas?*

R: Se que con la Bulimia comes mucho y vomitas y con la Anorexia ves una imagen distorsionada tuya en el espejo, te ves gorda y a lo mejor sos un palo. En realidad, son problemas psicológicos que derivan en esos trastornos.

P: *¿Cuál es la fuente que te ha dado mayor información sobre ellas?*

R: El colegio, creo que alguna vez tuve que hacer algún trabajo sobre eso. He leído también en el diario notas sobre ello, o alguien me contó sobre algún caso cercano. Es un tema que se escucha mucho hoy en día.

**Entrevistada: Lucía, 20 años, estudiante de Derecho, Universidad de Buenos Aires.**

Pregunta: *Contame algo acerca de tu familia*

Respuesta: Mis papás están separados y yo vivo con mi mamá. Tengo dos hermanos de parte de mi papá: uno del primer matrimonio que tiene 33 años, y una hermana del tercer matrimonio. Tengo tres sobrinos, que son hijos de mi hermano más grande. Ya no me queda ningún abuelo y tengo dos tíos de parte de mi mamá. Con el lado de mi papá no me llevo mucho, siempre vivieron lejos y son más grandes. Los dejé de ver hace tiempo.

P: *¿Qué hace tu mamá?*

R: Mi mamá trabaja en FEMEBA, una obra social. Mi papá es abogado.

P: *¿Es profesional tu mamá?*

R: No, es Bachiller.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de tu papá?*

R: Tengo adoración por mi papá, me veo muy parecida a él y me encanta cuando él reconoce que se ve parecido a mí. Lo que me gusta de él es que siempre me apoya en todas mis cosas. Al contrario de mi mamá. Ella no confía en mí para nada. En el colegio nunca me defendió frente a las maestras, yo siempre tenía la culpa de todo.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de tu mamá?*

R: Choco mucho con mi mamá. Te puedo decir que es simpática y dicharachera, es muy jodona. Creo que yo heredé esa simpatía de mi madre.

P: *¿Con quién charlás sobre las cosas que te pasan?*

R: Con mi madre no soy de sentarme a hablar y plantearle un problema. Cuando me acerco a ella ya voy con la decisión tomada y se la cuento, no le pido consejos. Quizás con mi papá converso un poco más sobre mis cosas. Pero en realidad no soy de sentarme a hablar con ellos. Yo tomo las decisiones frente a mis problemas y después les cuento lo que decidí. Sólo si no llego a solucionar del todo mis problemas recurro a mi papá para que me de su consejo.

P: *¿Hacés programas con tu familia?*

R: Sí, con mi mamá vamos a tomar el té afuera. Ahora nos agarró por el lado del arte, vamos a ver obras de arte y exposiciones. Hace poco fuimos a ver una muestra de Frida Kalo. Esa es nuestra parte cultural. Con mi padre no tengo programas fijos, quizás voy a su oficina y almorzamos juntos, pero nada más.

P: *¿Mirás televisión?*

R: Sí, veo mucho. Toda la vida vi mucha tele. Lo que veo sí o sí es *El tiempo no para y Mañanas informales*. Me gusta mucho el humor de ese programa.

Siempre fui de ver mucha tele, en cable veo el *Discovery Channel* y *National Geographic*. También veo mucho el canal *Sony*. Veo mucho los programas yankies que son de arte, diseño o decoración. Antes veía mucho dibujitos.

P: *¿Tenés tele en tu cuarto?*

R: No, hay sólo una tele que está en el living. Ahí duerme mi mamá con un sillón cama, porque es chiquita mi casa.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de *El tiempo no para* y de *Mañanas Informales*?*

R: De *Mañanas informales* me gusta el humor que tienen los que lo conducen, me gusta mucho cómo se complementan Ernestina Pais y Jorge Guinzburg. Es más, Guinzburg me hace acordar mucho a mi papá, porque es un gordito simpático, petiso y bigotudo

como mi padre. Por eso es que le tomé muchísimo cariño. De ese programa me gusta el humor, que no es un humor inteligente, pero es muy divertido.

*El tiempo no para* es un tipo de serie que te atrapa. Yo me enganché mucho con ese estilo de series, que sabés cuando empiezan y cuando terminan. En cambio, *Montecristo* o *Se dice amor*, son novelas que no terminan más, se nota que son historias que las están estirando y las saturan hasta donde de. También me gustaba en una época *Doble vida* o *Disputas*, porque eran series que sabías cuando empezaban y cuando terminaban. Además, lo que me gusta de este tipo de novelas es que siempre tienen muy buenos actores.

*El tiempo no para* me gusta porque para mí está bien mostrada la vida de personas de treinta años, porque muestran de todo: los que están desempleados, los que están de novios, los que tienen hijos. No son historias delirantes, sino que son cosas que pasan en la vida real. Cosas que pueden pasar tranquilamente, ya nada sorprende, incluso quedan chicas las historias al lado de las cosas que pasan.

P: *¿Cuál es el personaje o la historia que más te gusta de El tiempo no para?*

R: Me gusta mucho el personaje de Jackie, que interpreta Belén Blanco. También me gusta el personaje que hace el novio de ella, Luciano Castro. Pero Jackie me gusta porque es una mina que sabe las palabras justas que tiene que usar para conseguir lo que quiere, me copa mucho eso. Es muy estratégica, me cae bien. Son esos personajes que adorás pero que al mismo tiempo odiás, porque es una mala mina. Pero me gusta porque sabe como enroscar las cosas para que terminen siendo como ella quiere. Viene de una familia muy pobre, incluso su papá estuvo preso mucho tiempo por robar.

P: *¿Cuál es el personaje que menos te gusta de la serie?*

R: El que menos me gusta es el de Pedro, un cirujano. A ese personaje lo detesto con el alma. Porque es un histérico total y la trata mal a la mujer, Julia. Ellos viven bárbaro, porque a él le va muy bien en su profesión. Pero en realidad es un chanta.

P: *¿Charlás con tus amigas sobre los programas de televisión?*

R: Sí, no es que hacemos debates sobre eso, pero nos contamos cosas. Si me pierdo de algún capítulo seguramente le pregunte a alguna de mis amigas para enterarme de lo que pasó.

P: *¿Pensás que los programas de televisión, en general, reflejan la realidad social?*

R: Lo que pasa es que en todo momento te están mostrando el sufrimiento y las tragedias de la realidad cuando en realidad eso no es lo único que está pasando. Yo, por ejemplo, veo el noticiero del Canal 9 donde siempre te están mostrando las desgracias

de la gente, y esa es mi forma de ver lo que pasa en mi mundo. Pero se perfectamente que eso no tiene porqué ser lo que en realidad está pasando en la sociedad.

P: *¿Las novelas también te parece que reflejan la parte trágica de la vida?*

R: En las novelas es una tragedia tras otra, un ejemplo es *Se dice amor*, que ya es un divague.

P: *¿Qué hacés cuando aparece la tanda publicitaria: la ves o la cambiás?*

R: La veo porque me encanta. De hecho mi mamá pasa de canal y yo las quiero ver. Las veo todas y me gusta hacer una visión crítica. Busco los detalles o los errores que puedan tener. Me detengo mucho a ver las publicidades.

P: *¿Compraste algo que viste en un comercial de televisión?*

R: Una vez llamé a *Sprayette*, pero no compré nada, simplemente llamé para pedir el precio. Me encantan esas publicidades porque me divierte ver cómo inventan la utilidad de los productos que venden. Me da gracia porque son todos “engaños pichanga”.

P: *¿Escuchás radio?*

R: Escucho a Fernando Peña a la mañana y a la tarde escucho a la Negra Vernacci. Pero escucho radio más que nada por los programas que pone mi mamá. Si estoy sola yo no tomo la iniciativa de prender la radio.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de esos programas?*

R: La Negra Vernacci es una ordinaria completamente, en una oportunidad tuve ganas de llamarla para insultarla porque estuvo todo el programa maltratando al hijito al que había llevado ese día al programa. Me pareció una desubicada. Pero me gusta porque me divierte y además está con Tortonesse como co-conductor y ese pibe me hace morir de risa.

Peña me parece un personaje muy inteligente, pero a la vez no entiendo que haya querido contagiarse el SIDA a propósito. Esa irracionalidad no la entiendo. Pero me cae bien el humor que tiene y es una persona que dentro de todo está con los pies sobre la tierra. Me copa porque está fuera de la boludez de la farándula.

P: *¿Leés revistas?*

R: No, no leo, sólo veo las fotos de las revistas que compra mi mamá. Pero no compra seguido. A veces trae *Caras* o *Gente* y yo sólo me entretengo viendo las imágenes, soy un poco cholula, me divierte todo el mundo de la farándula. Cuando vamos a tomar el té juntas también vemos algunas revistas, pero más que nada chusmeamos sobre la vida de los famosos.

P: *¿Tenés alguna revista que te guste más que otra?*

R: Una revista que me gusta es *Entrecasa*, de Disco. Me interesan mucho las secciones de decoración. Me gusta mucho cómo está hecha, me fijo en los gráficos, el material de las hojas, es una revista muy completa en ese sentido. Además es barata, sale \$2

P: ¿Tomás ideas de la sección de decoración para aplicarlas?

R: Sí, saco mucho para aplicar a mi cuarto, todo el tiempo trato de renovarlo porque soy muy cambiante en la decoración. Pero nunca compré nada, porque lo que se muestra es todo muy caro.

P: ¿Te gusta leer?

R: Sí, pero no leo mucho. Leí toda la saga de *Harry Potter* porque me gusta mucho como escribe la autora, tiene una gran facilidad para la redacción y para hacer entretenido el relato. Son libros que te los devorás.

P: ¿Comprás libros?

R: Sí, me gusta comprar libros. De hecho me estoy haciendo una súper biblioteca. Ya tengo todos los de Coello, un autor que me encanta, es muy místico. También me compré varios de Allende, entre ellos *Paula* y *El bosque de los pigmeos*. Este último también me gusta porque guarda cierta mística. Me gusta la filosofía que tiene la autora. También soy de compartir mucho los libros con mi papá, a él le regalo siempre y después de leerlos me pasa los que más le gustaron. El último que le regalé era uno que trataba de un abogado que vivía en Egipto, me pareció bárbaro porque me recordaba a mi papá, él es abogado y además le gusta mucho todo lo que tenga que ver con Egipto. Por eso se lo compré.

P: ¿Vas al cine?

R: No, no soy de ir al cine, no me copa tanto. No voy por ir, si voy es porque hay una película que me interesa ver en pantalla grande.

P: ¿Cuáles son esas películas que te interesa ver en pantalla grande?

R: Las de dibujitos... (risas), en ese sentido soy una nena. Ahora quiero ir a ver *Vecinos invasores*. Ese tipo de películas me gustan porque tienen un humor que quizás los chicos más chiquitos no lo entienden. Por ejemplo, *La era del hielo*, esa es una película genial, con unos chistes que van mas dirigidos a los padres que a los hijos.

P: ¿Con quién vas al cine?

R: La última vez que fui al cine fue con una amiga y fuimos a ver *Capote*. Otra que vi últimamente fue *Secretos de diván*, pero no es una película para ver en cine sino más bien en video.

P: ¿Qué películas son las que más te gustan?

R: Las de dibujitos, principalmente y en segundo lugar las de suspenso.

P: *¿Tenés un actor o una actriz preferida?*

R: Me gusta mucho Jodie Foster y Robert De Niro. Hay actores que me gustan porque son buen mozos, como Joaquín Phoenix.

P: *¿Que música escuchás?*

R: Escucho de todo, no tengo algo que me guste en particular. Me agarra por épocas. Igualmente ahora no puedo escuchar mucha música porque no me está andando la computadora.

P: *¿Te bajas música de Internet?*

R: No, las chicas me pasan los cds y yo los grabo en la compu porque tengo grabadora.

P: *¿Cuál es tu autor o grupo preferido?*

R: Me gusta Shakira y ahora estoy escuchando mucho Rod Stewart, tiene una voz muy *sexy*. También escucho música en *MTV*. Odio a los cantantes que se ponen de moda tipo Axel, y todos esos.

P: *¿En qué momento del día escuchás música?*

R: Cuando estudio o cuando no estoy viendo tele. En mi casa siempre hay algo prendido, tiene que haber barullo.

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: Ahora tejo bufandas para mi microemprendimiento que se llama *La osa Carolina*. Empecé hace un mes y me va bastante bien.

P: *¿Que hacés los fines de semana?*

R: Los viernes no hacemos nada con las chicas, cada una hace su vida. Los sábados sí salimos, vamos a *Mint* a la noche. Voy yo con dos amigas más que no están de novias. Aunque ya me aburrí de ir, porque siempre ves las mismas caras y la misma gente. Los sábados, durante el día, voy generalmente a tomar el té con mi mamá. Y me gusta mucho estar en mi casa, aprovecho mucho el tiempo cuando estoy sola.

P: *¿De qué temas conversás con tus amigas?*

R: De chicos, fundamentalmente, y de todo un poco. A veces se arman debates muy interesantes sobre política o religión. Cuando se arman estas discusiones nos podemos pasar horas y horas hablando sin llegar a ninguna conclusión. Son muy divertidos.

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes de los jóvenes de hoy?*

R: El tema de las drogas y todos los temas que se desprenden de ahí. Otro tema es el de la inseguridad, pensá que nosotras salimos siempre solas a la noche y volvemos tarde y en un sentido eso es muy peligroso.

P: *Contame un poco sobre cómo es la ceremonia de la comida en tu casa, por ejemplo, ¿comés sola o con tu mamá?*

R: Comemos en el living pero a destiempo, tal vez yo tengo hambre y empiezo a comer y después se sienta ella. Pero no comemos en mesa, comemos en bandeja, sentadas en el sillón, como *Los Simpsons* ...(risas). Eso es a la noche, al mediodía como sola porque mi mamá trabaja.

P: *¿Cocina tu mamá?*

R: Sí, cocina ella o a veces compra comida preparada en Disco.

P: *¿Qué lugar ocupa la comida en tu vida?*

R: Todo, soy de comer mucho, me encanta la comida y como todo el tiempo. Yo dejé de fumar hace un año y engordé un montón, entonces empecé a cuidarme. Comía abundantemente pero todo era sano. Esa dieta me la hizo un nutricionista y estaba buena pero la dejé y después volví y así sucesivamente. Logré llegar al peso en el que tenía que estar pero después volvía a comer cualquier cosa y nuevamente engordaba. Ahora trato de cuidarme pero después termino comiendo lo que venga.

P: *¿Te preocupa tu cuerpo?*

R: Sí, como a toda mujer. A una siempre le gusta estar bien, pero no soy súper obsesiva. Por ejemplo, mi mayor problema cuando engordé fue que no me entraba ningún jean, y eso era lo que me traumaba. Lo que me revienta es que no me entra la ropa o no tengo qué ponerme.

P: *Más que nada controlás tu peso...*

R: Sí, aunque en realidad nunca tuve problemas con el peso. Cuando engordo trato de bajar los kilos de más que tengo, pero sino nunca en la vida me preocupé por las comidas. Mágicamente al verano llegué siempre con varios kilos menos.

P: *¿Hacés algo para cuidarte?*

R: No, nada. Toda la vida hice danzas pero dejé hace un tiempo. Aunque no lo hacía para mantenerme en forma sino por gusto.

P: *¿Creés que la mujer está más exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del cuerpo?*

R: Sí, completamente, hasta el mismo hombre se lo exige, eso lo veo, lo noto. Para la mujer ya no pasa por una cuestión de sentirse bien ella misma sino que pasa por que el otro la vea bien. Piensa que al hombre le gusta la mujer flaquita cuando al pibe por ahí le gusta agarrar los rollos o los mofletes. Y la mujer se trauma y piensa que tiene que estar flaca y linda todo el día.

P: *Te parece que la exigencia viene por el lado de responderle correctamente al hombre...*

R: Claro, la exigencia la mujer se la impone para que el otro la vea bien y quizás no tanto para sentirse bien ella misma.

P: *¿Cómo elegís la ropa que te comprás?*

R: No compro por marca, más que nada soy de comprar por cantidad y no por calidad. A los shoppings no voy. Soy más bien de comprar cosas que encuentro en los locales de la calle. Pero cuando salgo especialmente a comprar ropa no me termino comprando nada, porque si tengo plata para gastar la quiero administrar bien y comprar algo increíble. Me encanta la ropa y de alguna forma yo siempre me visto raro porque hago inventos con telas o géneros en mi casa. Soy adicta a la ropa pero no a la compra.

P: *O sea que por marca no comprás...*

R: Me gustan mucho las cosas de marca, pero me da bronca porque son muy caras y se que son cosas que se pueden hacer fácilmente. La ropa está muy cara y ya sin sentido.

P: *¿Qué sabés sobre la Bulimia y la Anorexia?*

R: La hija de una amiga de mi mamá es anoréxica y cuando veo esos casos me da mucha impotencia y a la vez bronca, al punto que me dan ganas de cachetearlas. Es una enfermedad que no le permite entrar en razón a la persona que la padece. Tratar de ayudar a una persona enferma es prácticamente imposible.

P: *¿Pensás que es una enfermedad que no tiene solución?*

R: No, esas chicas ya están trastocadas para mí. También me parece triste que ellas nunca se puedan ver bien, que no puedan verse atractivas. Es una barrera que se ponen aquéllos que la padecen. Me parece que es una enfermedad que se lleva para toda la vida, es crónica.

P: *¿Cuál es la fuente que te ha brindado mayor información sobre ellas?*

R: El colegio, es ahí donde vas aprendiendo todo. Creo que lo debo haber visto en Biología o en Psicología. Quizás conozco del boca en boca, de lo que se habla entre mis amigas, de lo que podés llegar a escuchar en tu casa, de alguna noticia que pueda llegar a salir en el noticiero. De ahí, básicamente.

**Entrevistada: Cecilia, 18 años, secundario completo.**

Pregunta: *¿Con quién vivís?*

Respuesta: Vivo con mis papás, mis tres hermanos y mi mascota, un gato.

P: *¿Qué hace tu mamá?*

R: Mi mamá es ama de casa, no trabaja. Hace cosas en la parroquia *ad honorem*.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de ella?*

P: Lo que no me gusta es que cante, porque cuando lo hace sé que está de mal humor. Cuando mi mamá empieza a tararear es porque no está de buen humor. Y lo que más me gusta es que es muy sensible y me permite hablar mucho con ella. Es una persona a la que le puedo contar mis cosas. Obviamente que no le cuento todo, pero tengo una buena relación con ella.

P: *¿Qué hace tu papá?*

R: Mi papá es Ingeniero Civil y ahora está trabajando en una consultora de ingeniería.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de él?*

R: Lo que me irrita es que es muy cabeza dura, muy cuadrado. Pero me llevo muy bien, capaz que hasta me llevo mejor con mi papá que con mi mamá. Pero no le cuento tantas cosas como a ella, porque es hombre.

P: *¿Hacen programas en familia?*

R: El programa que hacemos siempre es ir a comer afuera o ir juntos a algún cumpleaños. Antes, cuando éramos un poco más chicos, hacíamos muchos más programas en familia, pero ahora que somos grandes y que cada uno tiene su vida es mas difícil que podamos hacer algo todos juntos.

P: *¿Mirás televisión?*

R: Muy poco, y lo que generalmente veo son novelas.

P: *¿Cuáles son tus programas preferidos?*

R: Miro *Los Simpsons*, *Acoso textual*, *RSM* que por lo general lo vemos mientras comemos. También me gusta *Sos mi vida*, pero a veces me olvido de que está y no lo veo.

P: *¿Ves algún programa de cable?*

R: No, nada.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de los programas que ves?*

R: Que son humorísticos y me hacen reír.

P: *¿Cuál o cuáles son los personajes que más te gustan?*

R: Ninguno en especial.

P: *¿Alguien que no te guste?*

R: Sí, odio a una panelista de *Acoso Textual* que le da “chupones” a todos... (risas). Es una “trola”, se la pasa tocando a los invitados y dándoles besos.

P: *¿Cuál es el programa que menos te gusta?*

R: Algunas series de cable que ven mis amigas, como *DOC*, *Friends* o *Gilmore Girls*.

P: *¿Por qué no te gustan?*

R: No se, no logro engancharme, me aburren bastante.

P: *¿Y de televisión abierta?*

R: No, no hay ninguno que odie. En realidad casi no se que hay en televisión.

P: *¿Hay algún personaje del ambiente televisivo que no te guste?*

R: No me gusta Mario Pergollini, es muy soberbio. Lo odio.

P: *¿Tampoco te gusta su programa?*

R: Nunca lo veo, aunque todo el mundo lo ve y a lo mejor está bueno.

P: *¿Charlás con tus amigas sobre los programas de televisión?*

R: Sí, aunque en general hablan ellas de las series que ven en cable, por eso yo muchas veces quedo afuera de esas conversaciones. Hablan mucho de *Montecristo*, un programa que yo veo a veces. También hablamos de *Sos mi vida*.

P: *¿Sobre qué charlan?*

R: Charlamos sobre cómo se van desarrollando las historias o nos contamos quién nos gusta o quién nos irrita. De eso, más que nada.

P: *¿Te parece que estos programas tratan temáticas o problemáticas de la vida cotidiana de un adolescente común?*

R: Justo los que veo yo, que son programas humorísticos, no. Son programas que tienden a ver los adolescentes, pero eso no quiere decir que traten sus problemas.

P: *¿Pensás que los programas de televisión, en general, reflejan la realidad social?*

R: La reflejan pero no la reflejan, son muy cachivache en general. Capaz cuentan cosas de la realidad pero no se si tienen que ver, por ejemplo, con mi realidad. Creo que reflejan una realidad pero que no es la mía. Existen personas reflejadas ahí que no tienen nada que ver conmigo.

P: *¿Pero te parece que esa realidad que muestran es verdadera o inventada por los medios?*

R: No, yo creo bastante en las cosas que veo. Hay gente que está todo el tiempo pensando que la televisión miente y no cree en nada de lo que ve. En cambio, yo creo en lo que dicen en la televisión.

P: *¿Qué haces cuando aparece la tanda publicitaria: la ves o cambiás de canal?*

R: Las veo.

P: *¿Por qué?*

R: Porque estoy viendo el programa y no me interesa cambiar de canal. Sólo cambio cuando estoy viendo dos cosas a la vez y tengo que hacer zapping. Pero sino las veo.

P: *¿Compraste algo que viste en un comercial de televisión?*

R: No me acuerdo, aunque seguramente sí. Alguna vez me antojé con algo que vi, por ejemplo, con un yogurt, y le dije a mi mamá que me lo comprara. Supongo que sí compré alguna vez algo que vi en la tele, pero la verdad es que no puedo acordarme qué exactamente.

P: *¿Escuchás radio?*

R: No escucho casi nada de radio. Algunas veces, y de casualidad, escucho cuando viajo en el auto.

P: *¿Por qué no escuchás radio?*

R: Porque no estoy acostumbrada, básicamente. Pensá que hasta el año pasado estaba todo el día en el colegio y no tenía tiempo para hacerlo. Y cuando estoy en casa escucho más cds que otra cosa.

P: *¿Tampoco conocés ningún programa de radio?*

R: Conozco el de González Oro.

P: *¿Cómo llegaste a conocerlo?*

R: Porque una amiga mía lo escucha a la mañana cuando va a la facultad. Me cuenta que se divierte mucho escuchándolo.

P: *¿Leés revistas?*

R: En general sí, leo *Para Ti*, *Gente* o la revista de domingo del diario *La Nación*.

P: *¿Quién las compra?*

R: Mi mamá.

P: *¿Qué te atrae de esas revistas?*

R: Nada en especial, las compran y me divierte verlas. Mas que nada las leo cuando hablan de alguien conocido. En realidad las ojeo y después leo lo que me interesa. Esto lo hago más que nada con *Gente*, *Para Ti* o *Caras*, que traen siempre las mismas notas. En realidad, son más o menos lo mismo.

P: *¿Qué secciones lees de la revista de La Nación?*

R: El horóscopo.

P: *¿Te gusta esa revista?*

R: Sí, que se yo, en realidad me gusta mucho más el diario, pero tampoco es que lo leo mucho. Aunque me encantaría tener el hábito de leerlo.

P: *¿Llega todos los días el diario a tu casa?*

R: Sí. A veces me siento y lo leo, pero son pocas esas veces.

P: *¿Alguna vez compraste algo que viste en una revista?*

R: No, creo que no.

P: *¿Leés libros? ¿Por qué?*

R: Sí, leo libros porque me encanta leer. Leo de todo, no hay un rubro que me guste más que otro.

P: *¿Estás leyendo algo ahora?*

R: Terminé hace poco *El nombre de la Rosa*, que me llevó bastante tiempo leerlo. Después leí *El viejo y el mar*, de Hemingway, que lo empecé y terminé en un mismo día. Ahora estoy leyendo uno de cuentos cortos que me prestó un amigo.

Me gusta mucho leer, y más ahora que no tengo nada para hacer y dispongo de mucho más tiempo libre.

P: *¿Cómo accedés a los libros?*

R: A veces voy a la librería y me compro varios para que me duren un tiempo. Sino me prestan mis amigas o mi hermana, que es una asidua lectora.

P: *¿Son de leer mucho en tu casa?*

R: Sí, mis hermanos leen mucho y mis papás también. Mi papá lee muchas novelas históricas.

P: *¿Vas al cine?*

R: Sí, voy bastante seguido. Me encanta ir al cine.

P: *¿Con quién vas?*

R: Con mi novio

P: *¿Qué películas son las que más te gustan?*

R: Todas me gustan, menos las de terror que me aburren un poco. En otra época me encantaba ver películas de miedo, pero ahora ya no me interesa para nada.

P: *¿Tenés algún actor o actriz preferida? ¿Cuál / cuáles?*

R: No, no conozco a nadie. En realidad se los nombres de los actores más conocidos, pero no es que voy al cine porque actúe tal o cual actor. Voy porque me recomiendan la película o porque me tienta ir a verla, pero no por los actores que trabajan en ella.

P: *¿Qué música escuchás?*

R: No tengo un tipo de música que me guste especialmente, me gusta Shakira, Ricardo Arjona, Facundo Saravia, Luli Pizarro. Se que a Luli no la conoce nadie, creo que es una de las que ganó esos concursos de televisión, no me acuerdo si fue *Operación triunfo* o *Escalera a la fama*. Mis amigas la escuchaban siempre y lograron contagiarme a mí.

P: *¿Te gusta algo de música en inglés?*

R: Sí, me gustan pero no entiendo nada... (risas). Más que nada, me gusta como suenan.

P: *¿Cómo accedés a los cds de los autores que te gustan?*

R: Me compro los originales, y alguna que otra vez uno trucho.

P: *¿Qué es lo que te gusta de estos músicos que mencionaste?*

R: De *Arjona* me gustan algunas letras y hay otras que no porque me dan la sensación de que son medio sexópatas. De *Saravia* me gustan mucho las letras, y él también... (risas).

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: Justo en este momento de mi vida, que no trabajo ni estudio, tengo un montón de tiempo libre. Ahora la estoy acompañando mucho a mi mamá a comprar cosas para nuestra nueva casa. En noviembre nos mudamos a una casa en Colegiales y vendemos el departamento.

Otra cosa que hago es leer o escuchar música, pero cada tanto. Sino salgo con mis amigas o con mi mamá. Con mi novio salimos a la tardecita, cuando él sale del trabajo. Generalmente vamos a caminar o a tomar algo.

P: *¿No estás estudiando?*

R: No, dejé la carrera que había empezado el año pasado. No me gustaba y la colgué. Ahora me anoté en el *ABM* para estudiar Diseño de Interiores. Pero recién empiezo el año que viene porque este cuatrimestre ya había empezado y no me dejaron cursar.

P: *¿Qué hacés los fines de semana?*

R: Salgo con mis amigas, pero no voy a bailar todos los viernes porque me da fiaca. Me gusta ir pero cada tanto. A mis amigas les encanta ir todos los fines de semana. Los jueves también van a *Roxy*, a donde yo no voy nunca, porque soy medio abuela y no me gusta nada salir los días de semana. A mí me gusta más ir a tomar algo que salir a bailar.

P: *¿Cuando te ves con tus amigas: de qué temas charlan?*

R: De hombres, principalmente... (risas), de nuestras vidas, de ropa. Ahora el tema es qué vamos a hacer en el verano, estamos organizando para ir a Brasil

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes de los jóvenes de hoy?*

R: Creo que los problemas familiares porque por lo general derivan en una falta de límites por parte de los padres.

P: *¿En qué conductas te parece que se manifiesta esa falta de límites?*

R: Por ejemplo, yo veo que en relación con el colegio, los padres no les ponen límites a sus hijos y eso provoca que los chicos terminen el secundario mucho después de lo que debieran, o se toman un montón de tiempo para decidir qué estudiar o dónde trabajar. También lo veo en el hecho de que ahora los adolescentes empiezan a tomar alcohol desde más chicos, e incluso en las casas.

P: *Contame cómo es la ceremonia de la comida en tu casa.*

R: Capaz antes, cuando éramos más chicos, se le daba más importancia al tema de la comida, pero ahora que somos más grandes es más difícil juntarlos a todos. En la semana cada uno tiene sus cosas o sus programas con amigos, entonces ya no es tan común que comamos juntos. De todas formas nadie come en su cuarto separado del resto, sino que nos sentamos a comer los que estemos en la misma mesa y a la misma hora.

P: *¿Comen viendo televisión?*

R: Sí, la tele siempre está prendida cuando comemos, sólo se apaga cuando hay algún tema importante para charlar entre todos. Pero sino, está prendida y charlamos encima de ella. Se que está mal, pero bueno, ya estamos acostumbrados a eso.

P: *¿Quién cocina?*

R: A la noche mi mamá y al mediodía la chica que trabaja en casa.

P: *¿Qué lugar ocupa la comida en tu vida?*

R: Ocupa un lugar importante, por suerte nosotros nunca tuvimos problema con la comida. Mis amigas en cambio sí, ahora todas están anémicas. Tienen mucho problema con la comida, le gustan muy pocas cosas. Pero no son ni bulímicas ni anoréxicas, nada más que comen poca variedad de alimentos.

P: *¿A vos te gusta comer?*

R: Sí, me encanta, y te aseguro que mis hijos nunca van a tener problema con el tema de la comida.

P: *¿Te preocupa tu cuerpo?*

**R:** Sí, pero no mucho. Obviamente que si peso más de lo que tengo que pesar empiezo algún tipo de dieta que implique comer menos porquerías. Trato de dejar las cosas saladas que son las que más me engordan, pero me cuesta mucho porque en casa siempre hay y además, siempre que nos juntamos con mis amigas hay picadita y me tiento y como. Cuando se acerca el verano me empiezo a preocupar más, trato de no comer tantas pavadas que engordan.

**P:** *¿Vas al gimnasio o hacés deporte?*

**R:** En el colegio era muy buena deportista y siempre me encantó hacer ejercicio. Pero ahora me da un poco de fiaca ir al gimnasio, de hecho empecé un par de veces, pero en seguida abandoné.

**P:** *¿Estás conforme con tu cuerpo?*

**R:** En este momento me veo normal, aunque me gustaría estar un poco más flaca, tener un poco menos de panza. Pero en general, no me hago mucho problema, para mí estoy normal.

**P:** *¿Creés que la mujer está más exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del mismo?*

**R:** A esta altura creo que ya hay bastantes hombres que se preocupan por su físico y por su estética. Obvio que las mujeres también, siempre lo hicieron.

**P:** *¿Qué cosas observás que hacen los hombres y que antes no hacían?*

**R:** Se miran más al espejo, hacen dieta y se cuidan más en las comidas.

**P:** *¿Cuando hablás de hombres te referís a chicos jóvenes o adultos?*

**R:** Chicos jóvenes, en general, de entre 18 y veintipico.

**P:** *¿Cómo elegís la ropa que te compras?*

**R:** En general me compro de marca, sobre todo los jeans. Siempre me compro de marca porque se que voy a esos lugares y las cosas me quedan bien y me gustan. Las zapatillas también las compro en base a la marca. Yo invierto mucho en zapatillas.

**P:** *¿Qué sabes sobre la Bulimia y la Anorexia?*

**R:** Las conozco, pero no se bien cuál es cuál. Conocí gente que tuvo esas enfermedades, la hermana y la mamá de una amiga, por ejemplo. Creo que ya se deben haber recuperado. No sé bien, porque más que amiga era compañera de colegio.

**P:** *¿Cuál fue la fuente que te brindó mayor información sobre ellas?*

**R:** No se quién, creo que aprendí de la vida, nadie vino especialmente a explicarme.

**Entrevistada:** Victoria, 25 años, Maestra jardinera y Psicóloga

Pregunta: *¿Con quién vivís?*

Respuesta: Vivo con mis papás y mis tres hermanos. Somos tres mujeres y un varón.

P: *¿Qué hace tu mamá?*

R: Mi mamá es ama de casa y da apoyo escolar en una parroquia. Ahora está haciendo un curso de bordado y de tejido.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de ella?*

R: Lo que más me gusta es su generosidad y lo que menos me gusta es que es muy exagerada frente a algunas cosas. Se hace tanta mala sangre frente a determinadas situaciones que termina haciendo un *show*. La verdad es que eso me molesta porque me termina transmitiendo sus angustias a mí.

P: *¿Charlás con ella sobre las cosas que te pasan?*

R: Charlo sobre la vida cotidiana, sobre la carrera o el trabajo. Pero no le cuento cosas más personales porque a mamá no la considero una amiga.

P: *¿Qué hace tu papá?*

R: Mi papá es Ingeniero y trabaja en una empresa de construcción. Se va de casa a las 8.30 y vuelve todos los días a las 9. Trabaja un montón.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de él?*

R: Lo que más me gusta es que es una muy buena persona, con capacidad para escucharte y preocuparse por tus problemas. Aunque siempre desde una posición más distante. No es de abrazarte y decirte que te quiere mucho. Creo que esto es lo que menos me gusta, porque a pesar de saber que mi papá me adora y yo también a él, siempre sufrí la falta de cariño manifiesta, la demostración. Antes me costaba aceptarlo, porque yo soy mucho más cariñosa y demostrativa, pero ahora estoy empezando a tomarlo de otra manera al asunto.

La realidad es que yo lo admiro un montón a mi papá. No digo que no tenga defectos porque todos tienen defectos, pero me cuesta un montón verlos.

Otra cosa que no me gusta es que es muy obsesivo con algunas cosas y la forma que tiene de ver la realidad es muy estructurada.

Lo que me molesta de los dos es que viven en una nube de sueños, porque se horrorizan con la droga y siempre tienen miedo que por tomar una cerveza seamos alcohólicos. Es como que les cuesta trasladarse a la realidad de hoy.

P: *¿Charlás con él sobre las cosas que te pasan?*

R: La verdad es que con mis papás no hablo de mis cosas privadas. Tal vez con mi papá hablo más de mi profesión pero, por lo general, no se meten mucho en mi vida. Obvio que siempre saben lo que hago, con quien salgo o dónde estoy pero eso, más que nada, es por una cuestión de seguridad. Digamos que con mis papás hablo lo normal y lo suficiente como para tenerlos informados sobre mi vida.

P: *¿Hacés programas con tu familia?*

R: Sí, la verdad es que somos muy familiares. Si bien cada uno tiene sus amigos y sus propios programas, salir todos juntos nos parece una opción divertida al momento de hacer algo. Por lo general vamos a comer o nos vamos de vacaciones todos juntos. Hasta hace un tiempo íbamos al campo todos juntos a pasar los fines de semana.

La verdad es que tenemos una muy buena relación, todos nos llevamos muy bien y nos encanta compartir momentos juntos.

P: *¿Mirás televisión?*

R: Casi nada. Tengo televisión en mi cuarto y la veo sólo porque mi hermana, que duerme conmigo, la ve. Algunos programas que veo son el noticiero de la mañana, el de canal 9, *Mujeres asesinas*, *Showmatch*. Pero son todos programas que veo porque los ve mi hermana.

P: *¿Si tu hermana no prende el televisor vos no ves tele?*

R: No, ni la prendo. No me gusta mucho la tele.

P: *¿Por qué no ves televisión?*

R: Ver tele me parece una pérdida de tiempo, prefiero hacer otras cosas en lugar de ver televisión. Además, no logro engancharme con ningún programa más que nada por cuestiones de tiempo. Todos los días me la paso fuera de casa entonces se me hace difícil planificarme los tiempos para ver algún programa. Mi vida es bastante ajetreada, si no estoy estudiando estoy trabajando o haciendo un curso.

P: *¿Escuchás radio? ¿Por qué?*

R: Escucho cuando voy en el auto pero pongo sólo radios que pasen música. De todas maneras no viajo mucho en auto, así que no son muchas las oportunidades en la que escucho. Me gusta mucho la música pero no sé nada al respecto. Me encantaría saber un poco más sobre autores o grupos.

P: *¿Leés revistas? ¿Por qué?*

R: Leo la *Para Ti* cuando la compra mamá o la revista de *La Nación* que llega todos los domingos a casa. Me gusta chuusmearlas. La única revista que compro yo es la *Maestra jardinera* que me sirve mucho para sacar ideas para aplicarlas a mi trabajo.

P: *¿Te gusta leer libros? ¿Por qué?*

R: Me gusta leer libros que tienen que ver con mi profesión o que traten temas de mi interés. No soy de llevar un libro abajo del brazo. Leo mucho cosas que tienen que ver con Psicología, con Logoterapia o algunos que tratan el tema de la espiritualidad o la fe. No soy de leer novelas sino libros que tengan que ver con mi carrera.

P: *¿Vas al cine? ¿Por qué?*

R: Al cine me gusta ir pero por lo general voy cuando estoy de novia. Con mis amigas no voy porque no es muy común que salgan este tipo de programas, con ellas voy más a comer o a tomar algo. Es un programa que hago cuando estoy de novia. Sí veo más dvds, porque mi hermana se la pasa alquilando películas con las que a veces me engancha. Pero también siento que pierdo el tiempo viendo películas. Ni loca me quedo todo un sábado viendo una película. Si bien es algo que me gusta, prefiero salir o hacer otro tipo de programas.

P: *¿Qué música escuchás?*

R: Me encanta la música, pero no soy fanática de ningún grupo. Me gusta mucho Diego Torres o Shakira, pero más que nada los últimos temas que son más bolicheros. También me gusta Joaquín Sabina o León Gieco, que tienen canciones más tranquilas con letras más profundas. La música me gusta mucho pero no conosco mucho de autores ni de grupos.

En mi casa tampoco se escucha mucha música, entonces tampoco estoy estimulada desde ese lado.

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: En el tiempo libre que tengo durante la semana me dedico a hacer cosas para el jardín o estudio para mi carrera. También veo a mis amigas o aprovecho para ir a misa. Los fines de semana los dedico más que nada a mis amigas. Generalmente nos juntamos a comer en la casa de alguna o en algún restaurant. Muy de vez en cuando vamos a bailar o a alguna fiesta. También paso tiempo con mi familia.

P: *¿De que temas conversás con tus amigas?*

R: Hablamos de todo un poco, de trabajo, de los novios, de los problemas de cada uno. Pero, por lo general, los temas son variados.

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes de los jóvenes de hoy?*

R: El tema de qué hacer o saber quiénes son, el alcoholismo y las drogas. No tener en claro hacia dónde van. Hay una incertidumbre generalizada, los jóvenes no tienen proyectos de vida concretos, tampoco ideas claras y los valores están tergiversados.

El tema del cuerpo también es un problema.

P: *Contame cómo es la ceremonia de la comida en tu casa*

R: Al mediodía la empleada hace la comida y comemos los que estamos que son mi mamá, dos de mis hermanos y yo. Casi siempre comemos los cuatro. A la noche cocina mi mamá y comemos todos juntos. En casa se le da importancia a la comida porque es un momento donde compartimos nuestras cosas y nos contamos un poco nuestras vidas. Es una suerte de tradición juntarnos todos a comer, pero no lo hacemos sólo por costumbre sino por gusto.

P: *¿Te preocupa tu cuerpo?*

R: No, no me preocupa, pero sí me gusta verme bien. No me hace sentir cómoda verme como una vaquillona. Siempre estuve conforme con mi cuerpo, aunque a veces me gustaría tener algunos quilos menos o un poco más de cintura, que nunca la tuve pero creo que tampoco la voy a tener. Esto es algo que asumo como propio de mi cuerpo, pero no es algo que me preocupe. La única vez que me preocupé fue cuando subí casi 15 kilos, pero me lo tomé con clama y los fui bajando de a poco. Por supuesto que me encantaría hacer un poco de ejercicio, pero no tanto por el tema de la figura sino por una cuestión de salud. No es la imagen lo que me preocupa sino el verme bien yo.

P: *¿Estás haciendo algo para cuidarlo?*

R: La verdad es que me encantaría hacer deporte, pero no encuentro con quién hacerlo o el momento para practicarlo. Se que es algo que me hace bien y que me encantaría hacer pero me es difícil encontrar el momento para hacerlo. En el verano empecé a ir a correr a Palermo con mi hermana, pero la iniciativa duró sólo tres semanas...(risas).

La verdad es que me encantaría hacer un deporte que disfrute y que me haga bien. Es más, el médico me aconsejó que hiciera deporte por una cuestión de salud.

P: *¿Hacés dieta o hiciste alguna vez?*

R: Ahora no. Hice una sola vez para bajar los 15 kilos de más que tenía. Con dieta y gimnasio logré reducir esos quilos y normalizar mi peso. En esa oportunidad hice sólo dos semanas de dieta.

P: *¿Creés que la mujer está más exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del cuerpo?*

R: Creo que sí, pero también creo que hoy en día los hombres también se exigen. Las mujeres siempre buscaron tener una cola perfecta, buenas lolas y una panza chata, pero ahora los hombres también buscan verse bien físicamente. Le dan más importancia a los músculos, a estar en forma, a tener buena cola. No creo que lleguen al nivel de preocupación que tienen las mujeres, pero sí le dan mucha mayor importancia que lo que le daban antes.

P: *¿Cómo elegís la ropa que te comprás?*

R: La ropa que compro la elijo según mis gustos, pueda o no estar de moda. Si me gusta algo y no está de moda me lo compro igual y lo uso. Aunque lo que está de moda es lo que se vende. Pero dentro de lo que está de moda uso sólo lo que me gusta y me queda bien. Jamás compraría algo sólo por el hecho de que sea canchero o se use. Si a mí no me gusta, nunca lo compraría. La ropa me tiene que gustar y yo me tengo que sentir cómoda con ella.

P: *¿Compraste prendas guiándote sólo por la marca?*

R: Algunas cosas sí, por ejemplo el jean. Esta prenda la compro sólo en algunos lugares porque sé que los cortes de ahí me gustan y me quedan bien. Pero, no porque salga \$200 me lo tengo que comprar. Además como el jean es una prenda que no compro tan seguido sino una vez por año, busco marcas que sean de buena calidad para que me duren. Por eso, en este caso, compro por marca pero también por calidad y buen gusto.

P: *¿El jean es la única prenda que comprás guiándote por la marca?*

R: En realidad, hay mucha ropa que compro en casas de marca, pero no necesariamente cuando compro una remera tengo que ir a una casa de marca conocida. Si paso por cualquier local de Cabildo o Santa Fé y veo algo que me guste me lo compro. Pero también me gusta tener remeras de marca, porque más allá de lo que signifique la marca se que es ropa de buena calidad. No es lo mismo comprarte una remera en Cabildo a \$20 pesos que se te encoje al primer lavado que comprar una de \$45 que sabés que te va a durar mucho más porque está hecha con mejores materiales que aquéllas que no son de marca conocida. Por eso es que a veces compro cosas más caras, porque se que pago más pero la ropa me va a durar más tiempo.

Lo cierto es que tiendo a gastar plata en ropa, sin exederme, por supuesto, porque tampoco me gusta tirar la plata. Si me tengo que comprar un jean de \$180 lo pienso más de dos veces y hasta que no me termina de cerrar la idea y estoy convencida no lo compro.

P: *¿Conocés las enfermedades de la Bulimia y la Anorexia? ¿Qué sabés sobre ellas?*

**R:** Yo soy psicopedagoga, por eso conosco bien estas enfermedades y se cómo se desarrollan. Se lo que son y conosco las influencias que recibe la persona que las padece y los conflictos psíquicos que las llevan a tener este tipo de trastornos.

**P:** *¿Cuál es la fuente que te brindó mayor información sobre estas enfermedades?*

**R:** En mi caso, la universidad y un centro de Anorexia y Bulimia en el cual trabajé. Allí se abordaban estos trastornos desde un ámbito interdisciplinario.

**P:** *¿A qué factores te parece que obedecen estas enfermedades?*

**R:** Creo que obedecen a conflictos intrapsíquicos pero además hay una influencia muy importante desde la realidad y desde la sociedad, ya sea desde los medios de comunicación, amistades, por querer uno verse bien y dejarse llevar por los cuerpos perfectos que la sociedad te brinda, por las casas de ropa que tienen sólo talle 1 y 2 y si no te quedan te tenés que ir a otro lado aún siendo flaca. Eso traumatiza mucho a las mujeres y las lleva a hacer cosas que no tienen sentido. La Bulimia y la Anorexia, en realidad, son enfermedades de origen multifactorial.

**P:** *Los medios de comunicación ¿influyen en cualquier persona o sólo en aquéllas que tienen un conflicto interno anterior?*

**R:** Yo creo que influyen en cualquiera pero en distinta medida, porque una persona que ya tiene una predisposición es más fácil que sea influenciada por una propaganda, un comentario o una marca de ropa. Estas cuestiones la pueden llevar a desarrollar una patología. En cambio, una persona que no tiene esta predisposición puede manejar estos mensajes de otra forma. A lo mejor ven el cuerpo de Valeria Mazza y piensan en hacer una pequeña dieta pero sin caer en estras patologías. Son concientes de que les gustaría estar un poco más flacas pero no se obsesionan con el cuerpo. Estas personas tienen resueltos ciertos temas que son los que llevan a contraer estas patologías.

**Entrevistada: Cecilia, 21 años, estudiante de Derecho, Universidad de Buenos Aires.**

**Pregunta:** *¿Con quién vivís?*

**Respuesta:** Vivo con mi familia, que está compuesta por mi mamá, mi papá y dos hermanos varones: uno mayor y otro menor que yo. Soy la niña mimada de la casa... (risas).

**P:** *¿Qué hace tu mamá?*

R: Mi mamá es profesora en un colegio privado, trabaja sólo a la mañana para poder estar a la tarde en casa y ocuparse de las tareas domésticas. La verdad es que este es como su segundo trabajo porque en casa siempre hay mil cosas para hacer, pensá que tengo dos hermanos varones que ensucian todo permanentemente y colaboran muy esporádicamente, como todos los hombres.

P: *¿Tiene a alguien que le ayude con las tareas de la casa?*

R: Sí, por suerte viene la empleada dos veces por semana y la ayuda con el orden y la limpieza, aunque a veces no es suficiente porque mi casa es grande y somos muchos. Somos cinco personas que dormimos, usamos el baño, comemos, trabajamos. Imaginate todo lo que cada una de estas actividades implica.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de ella?*

R: Lo que más me gusta de ella es que es una persona con un gran empuje y con una enorme capacidad para reírse de sí misma. Trata de no hacerse problema por aquello que no vale la pena y eso a mi me transmite una enorme tranquilidad. Otra cosa que me gusta es que es una mamá súper cariñosa que no tiene el menor inconveniente en demostrar su amor. Justamente esa característica de ella es la que me ha convertido a mi y a mis hermanos en personas muy seguras, que afrontamos la vida sin temor. Seguramente tenga cosas que no me gustan pero al lado de la gran persona que es con nosotros, no tienen importancia, me sentiría egoísta si tuviera que pensar en ellas.

P: *Por lo que decís, me imagino que tendrán una buena relación madre – hija, ¿no?*

R: Te imaginás bien, la verdad es que tengo una excelente relación con mi mamá, charlamos mucho y yo le cuento de mi vida. Por suerte ella se interesa mucho por mis cosas y siempre me ha sabido dar buenísimos consejos cuando se los pedí. Es una persona muy sabia. Además nos reímos mucho juntas porque como te dije antes, ella tiene un gran sentido del humor. Con todo esto no quiero decir que mi mamá sea mi amiga, pero sí una gran compañera y la persona más incondicional que tengo a mi lado en este momento.

P: *¿Qué hace tu papá?*

R: Mi papá es Licenciado en Economía y trabaja en una empresa multinacional desde hace ya 20 años. Es una persona muy inteligente y muy capaz.

P: *¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de él?*

R: Lo que más me gusta de él es que es una persona muy inteligente y creativa que está pensando siempre en cómo hacer para mejorar las cosas. Otra cosa que me gusta es que tiene una gran energía y empuje para hacer las cosas, ha sido una persona muy

perseverante y trabajadora. Todo lo que consiguió en su vida fue gracias a estas aptitudes. Lo único que te puedo decir que no me gusta en él es que es un poco cabeza dura y le gusta que las cosas se hagan como él quiere, esa es su única contra aunque es algo perfectamente tolerable.

P: ¿Charlás con él sobre las cosas que te pasan?

R: Sí, charlo con él pero no de todo. Generalmente a mi papá le cuento cosas de mi vida que tienen que ver con mi trabajo o con mi carrera. Todo lo que tenga que ver con novio o amigas generalmente lo hablo con mi mamá.

P: ¿Por qué?

R: Porque hay temas que considero que son más privados y me da vergüenza hablarlos con mi papá. Además, en algunas cuestiones a veces es mejor escuchar el consejo de una mujer que el de un hombre.

P: ¿Hacés programas con tu familia?

R: Sí, me gusta mucho estar con mi familia, en casa somos muy familiares. En realidad creo que yo soy la más familiar de los tres. Solemos ir a comer afuera los fines de semana o alguna que otra vez vamos al cine. Pero generalmente estamos mucho en casa, ahí nos reunimos a tomar el té todos juntos o a ver algún programa de tele.

P: ¿Mirás televisión?

R: Miro televisión pero muy poco. La verdad es que encuentro pocos programas que me llamen la atención o que me gusten. Y estoy hablando tanto para televisión abierta como para cable.

P: ¿Tenés algún programa preferido?

R: Mi programa preferido desde hace más de 10 años es *Los Simpsons*. Lo veo en Telefé y en Fox, me encanta. Otro programa que veo es *Casados con hijos*, este generalmente lo vemos en familia antes de comer a la noche o durante la comida. Esos son mis preferidos, pero después veo algunos programas de ciertos canales de cable como *Discovery Channel*, *Animal Planet*, *People and Arts* o *The History Channel*. Me gusta ver los programas que ahí transmiten aunque no los registro por nombres. Generalmente los veo con mi novio a quien también le encantan. A él le gustan todos los programas que tienen que ver con animales o con construcciones magistrales.

P: ¿Qué es lo que más te gusta de los programas que me mencionaste?

R: De *Los Simpsons* me gusta la historia que tiene cada personaje detrás y, a su vez, cómo se relacionan entre ellos. Además, tienen un humor muy piola y diferente. Pero sobre todo, lo que más me gusta de esta serie es que al haberla visto durante tantos años

he llegado a encariñarme con los personajes y a sentirlos como propios. *Los Simpsons* son parte de mi vida. *Casados con hijos* me hace reír mucho, tiene muy buenos actores y un humor muy ácido. Aunque por momentos los chistes se tornen un poco violentos y no sea una serie con valores precisamente morales, me parece una opción creativa y distinta en televisión.

P: ¿Cuál / cuáles son los personajes que más te gustan?

R: En *Los Simpsons* el personaje que más me gusta es Homero porque es un tipo común, muy simple y buena persona. Me da gracia porque dentro de lo que podría ser una vida monótona tiene las mil y una aventuras y le pasan las cosas más extraordinarias que a nadie le han pasado en su vida. Lo que me atrae de él es que parece ser una persona estúpida pero guarda cierta inteligencia en su accionar, es decir, tiene ideas simples pero no por ello tontas. Es un personaje muy completo y me hace reír mucho. En *Casados con hijos* el personaje que más me gusta es el de Moni, me divierte que no sepa hacer nada, que sea una completa inútil. Y lo que más me da gracia es que ella se enorgullece de su inutilidad.

P: ¿Cuál es el programa que menos te gusta? ¿Por qué?

R: No se si tengo un programa que no me guste, lo que sí se es que no me banco a Tinelli, me parece un mediocre y un populista barato que juega con los sentimientos de la gente y hace raiting a partir de ellos. También hay un estilo de programa que no me gusta como por ejemplo, *La Liga* o *Humanos en el camino*, de Gastón Pauls. Me da vergüenza ajena ver cómo lucran a partir de la desgracia ajena y además me tiene cansada la permanente recurrencia a lo marginal. Parece que para los que hacen el programa la única realidad es la del pobre o el desgraciado. Y no soy la única que lo piensa, ya escuché a muchas personas que me dijeron lo mismo.

P: ¿Charlás con tus amigos sobre los programas de televisión?

R: Yo no, la verdad es que me resulta bastante aburrido hablar de televisión con mis amigas, prefiero hablar de algo más interesante. Pero algunas de mis amigas sí hablan de programas o novelas entre ellas, por ejemplo, de *Montecristo*. Ahora están casi todas fanatizadas con ese programa, es más, nos juntamos en la casa de alguna a comer y es inevitable que no prendan la tele y lo vean. Me embola cuando hacen eso, pero las tengo que respetar.

P: ¿Te parece que los programas que me mencionaste tratan temáticas o problemáticas de la vida de un adolescente común?

R: No, por lo menos los que yo veo no

P: *¿Algún otro?*

R: Creo que si bien existen programas que van dirigidos a adolescentes, ninguno de ellos trata de manera responsable sus problemas. Es más, creo que no se tiene ni siquiera un conocimiento acabado de las cuestiones por las que atraviesa una persona a esa edad. Me parece que el interés por los adolescentes es una cuestión de rating y de facturación más que de tratar de comprender sus problemas.

P: *¿Pensás que los programas de televisión, en general, reflejan la realidad social?*

R: Pienso que es complicado hablar de reflejar la realidad, porque no hay una sola sino muchas realidades. Cada ser humano hace de la realidad su propia realidad, por eso es muy difícil afirmar si los medios reflejan o no la realidad. Se que lo que muestran es lo que ocurre aunque muchas veces lo agrandan o tergiversan, es decir, es una mirada sobre lo que ocurre y una mirada siempre implica un punto de vista. Quiero decir que lo que muestran que pasa en la Argentina no es todo lo que pasa sino que dejan afuera un montón de acontecimientos que también forman parte de la realidad.

P: *¿Qué haces cuando aparece la tanda publicitaria: la ves o cambiás de canal?*

R: Depende, a veces la cambio y a veces no. Si la dejo es porque me pongo a hacer otra cosa mientras espero a que retorne el programa. Si no hago nada entremedio hago zapping.

P: *¿Compraste algo que viste en un comercial de televisión?*

R: Puede ser que haya comprado algo pero sin hacer conciente que lo compraba porque lo vi en un aviso. Pero no recuerdo que en los últimos tiempos haya comprado algo por haberlo visto en la tele. Sí me acuerdo de haber comprado algo cuando era más chica. Me acuerdo que cuando tenia diez o doce años vi en la tele la propaganda de un ganchito que te lo ponías en los cordones de las zapatillas y lograbas de esa manera que no se desataran. Los ganchitos se llamaban *Bow Biters* y me gustaron tanto que le pedí a mi mamá plata para comprármelos. Ahí si que hubo una influencia directa, pero hoy no creo que eso suceda de esa manera.

P: *¿Hoy creés que el efecto puede existir pero actúa de manera subliminal?*

R: Exacto, no tengo dudas de que existe un efecto pero ello no quiere decir que inmediatamente después de ver el aviso vaya corriendo a los negocios a comprar lo que vi.

P: *¿Escuchás radio?*

R: Sí escucho radio es por culpa de mi mamá que la tiene todo el día encendida en casa, es fanática. Pero no enciendo la radio por motivación propia, salvo cuando estoy en el

trabajo o viajando en auto que pongo *Aspen*. Es la única radio que escucho porque me gusta la música que pasan.

P: *¿Leés revistas? ¿Por qué?*

R: No, por lo general no leo revistas. La única que puedo llegar a leer es la que viene con el diario *La Nación* todos los domingos. La verdad es que no leo porque no he encontrado hasta el momento ninguna revista que valga la pena, me parece que la información que contienen es vacía e inútil, o sea, no es una lectura que te enriquezca.

P: *¿Cuál / cuáles son las secciones que más te interesan de la revista de La Nación?*

R: Los reportajes y algunas notas de turismo que cada tanto sacan.

P: *¿Alguna vez compraste algo que viste en una revista?*

R: Sí, no hace mucho me compré un par de zapatos que les vi puestos a una modelo en una producción de moda. Me encantaron y creo que al día siguiente me los fui a comprar al negocio. En este momento no recuerdo con exactitud, pero estoy segura de que en alguna otra oportunidad hice lo mismo con alguna otra cosa, pero siempre hablando de ropa.

P: *¿Recordás haber comprado alguna otra cosa que no sea ropa?*

R: Puede ser, creo que compré un libro, *Elogio de la lentitud*. Me acuerdo que tenía que hacerle un regalo a mi papá y leí la crítica en la revista de *La Nación* y me decidí a comprarlo. No resultó ser muy bueno...

P: *¿Te gusta leer libros? ¿Por qué?*

R: Me gusta mucho leer libros, aunque considero que debería leer más de lo que leo. Me gusta por dos razones, primero porque me entretiene y segundo porque la lectura me permite aprender a organizar mejor mis pensamientos, gracias a ella mejoro la manera de expresarme oralmente y de escribir. Por supuesto que también te enriquece culturalmente. Es un pasatiempo que tiene muchos puntos a favor y, por ahora, ninguno en contra.

P: *¿Qué género / géneros son los que más te gustan?*

R: Me gusta leer de todo un poco, la verdad es que no selecciono por géneros. Leo mucho en inglés, también. Por ejemplo, ahora estoy leyendo *1984* de Orwell.

P: *¿Vas al cine? ¿Por qué?*

R: Me encanta el cine, pero no voy con demasiada frecuencia. Es decir, no voy todo lo que me gustaría ir.

P: *¿Con quién vas?*

R: Casi siempre voy con mi novio, aunque también lo hago con mis papás. Con mis amigas hace muchísimo tiempo que no voy.

P: *¿Qué películas son las que más te gustan?*

R: Me gustan las de acción, las de suspenso, las de aventuras, las románticas, las comedias, en fin, de todo un poco. En realidad me gustan todos los géneros menos terror. Ya no veo más películas de miedo porque me hacen muy mal, soy muy miedosa y después a la noche no puedo dormir. Imaginate que si me da miedo verlas en tele en cine me petrifico del espanto... (risas)

P: *¿Por qué te da más miedo verlas en cine que en televisión?*

R: Y porque el cine tiene toda esa cosa de espectacularidad que hace más apasionante y más impactante a una película. Es una experiencia única y totalmente diferente a la televisión.

P: *¿Tenés un actor o actriz favorito? ¿Cuál / cuáles?*

R: Una actriz argentina que me gusta mucho es Norma Aleandro y un actor que me gusta es un tipo que se llama Blanco de apellido, pero no recuerdo el nombre. Darín también me gusta mucho. Actores extranjeros me gustan Ewan Mc Gregor, Daniel Brul, Tom Hanks, Tim Robbins, Susan Sarandom, Sean Penn, por ejemplo. Todos ellos me gustan, lo que no quiere decir que sean mis preferidos y vaya a ver una película sólo porque actúan en ella.

P: *¿Que música escuchás?*

R: Escucho rock y pop básicamente. Cada tanto también me gusta escuchar algo de música clásica.

P: *¿Cuál es tu autor o grupo preferido? ¿Por qué?*

R: Mi grupo preferido es U2. No creo poder decirte con precisión porqué me gusta, creo que es más bien una conjunción de cosas que se dan juntas y no pueden ser fácilmente separables. Tienen excelentes temas y los músicos son muy carismáticos. Pero en algún punto me encantan porque también es un punto de unión con mi novio, quien también es fanático.

P: *¿Qué creés que significa esa música para aquellos que la siguen?*

R: Creo que la música en sí es todo en la vida, la música te despierta, te hace sentir alegre, te emociona, te permite compartir, te acompaña en los malos momentos, en fin, creo que es indispensable en la vida de una persona. Lo que pasa es que algunos la sienten más que otros. La música es un canalizador de nuestros sentimientos.

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: Cuando no estoy estudiando ni trabajando me dedico a leer, ver películas, disfrutar de los espacios verdes o simplemente a estar con mis afectos. Generalmente distribuyo mi tiempo entre novio, amigas y familia.

P: *¿Qué lugares preferís para hacer tus salidas los fines de semana?*

R: Los viernes a la noche por lo general hago algo tranquilo porque termino muerta, generalmente voy a comer con amigas o me alquilo una película con mi novio. Los sábados durante el día me voy al club a ver a mi novio que juega al rugby. A la noche me quedo en el tercer tiempo o vamos a algún bar. El domingo trato de hacer vida en familia, almuerzo con todos en casa y tal vez a la tarde me voy un rato a la casa de mi novio.

P: *¿Qué hacen cuando van al bar?*

R: Últimamente vamos siempre al mismo bar, uno que queda en Palermo. Vamos temprano, tipo 11.30 porque sino después se llena de gente y no podés pasar, son muy estrictos con ese tema. Una vez que se llena el cupo no dejan entrar a nadie más y si estás afuera haciendo la cola tenés que esperar hasta que alguno de adentro se decida a salir. Es así, sale uno y entra otro. La verdad es que eso me parece bárbaro, de esa manera las personas no estamos hacinadas adentro como si fuéramos ganado.

P: *¿De qué temas conversas con tus amigas?*

R: Charlamos de los novios, de salidas, de trabajo, de la facultad, de nuestras familias. De todo un poco. Hay veces que tenemos conversaciones muy interesantes y otras en las que sólo hablamos de pavadas como por ejemplo, la ropa.

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes de los jóvenes de hoy?*

R: Creo que uno de los problemas más graves que hoy atraviesa la juventud son las drogas y el alcohol. Creció peligrosamente el consumo en los jóvenes. Esto es muy grave porque acarrea infinidad de trastornos y problemas, no les permite a los adolescentes llevar una vida normal, al contrario, los pierde en una nebulosa. Otro problema que también considero de gravedad es la desesperanza. Creo que las condiciones en las que nos ha tocado vivir son altamente difíciles. La Argentina de hoy no es la misma que la de nuestros papás, es un país lleno de corrupción, de mentira y de resentimiento. Todo ello genera en nosotros falta de esperanza y pocas ganas de pelear por un país más justo. De todas formas, yo estoy convencida de que no todo está perdido y estoy dispuesta a quedarme acá y tratar desde mi posición de que las cosas mejoren. Pienso que debería inculcarse a nuestra sociedad un mensaje más positivo y alentador que incentive a todos a tratar de salir adelante. Creo que valemos la pena.

P: *¿Tenés una visión positiva sobre el futuro?*

R: La verdad es que el futuro no es algo que me quite el sueño, pero creo que esto va a mejorar pero es una tarea de todos, de la sociedad como conjunto. Y eso es lo que no anda bien, hoy no somos una sociedad unida y si no estás unido te hundís como nación.

P: *Contame cómo es la ceremonia de la comida en tu casa*

R: En casa se le da mucha importancia a la comida, mis padres nos inculcaron el gusto por la buena comida y, sobre todo, por comer todos juntos en familia. Sea al mediodía, al té o a la noche siempre procuramos sentarnos todos juntos a la mesa. La comida es un punto de reunión, es el elemento que nos convoca y que nos une, por eso ocupa un lugar primordial en casa.

P: *¿Quién cocina?*

R: Cocina mi mamá, y yo a veces la ayudo.

P: *¿Qué tipos de platos les prepara?*

R: Casi siempre prepara platos más o menos fáciles, pero no por ello dejan de ser exquisitos. Hace milanesas, supremas, tartas, ensaladas, etc. Pero bastante seguido prepara platos más elaborados como guisos, carne al horno o pescado. Cocina muy bien mi mamá.

P: *¿Qué lugar ocupa la comida en tu vida?*

R: Ocupa un lugar importante, porque como te conté antes es el punto de unión con mi familia, es el único momento del día en el que estamos todos juntos y sabemos qué es de la vida del otro. Además, yo soy una fanática de la comida, me encanta comer y me gusta comer bien.

P: *¿No te privás de nada?*

R: Trato de no privarme de nada, aunque no te voy a decir que me como todo lo que encuentro a mi paso, me controlo, pero no dejo de comer nada que tenga ganas de comer.

P: *¿Te preocupa tu cuerpo?*

R: Me preocupo por mi apariencia física, aunque por suerte soy flaca y no he tenido hasta ahora problemas de gordura. Cada tanto voy al gimnasio pero no solo lo hago por una cuestión de estética sino por cuestiones de salud, es muy importante hacer ejercicio.

P: *¿Te parece importante mantenerlo en forma?*

R: Me parece que es importante sentirse bien con uno mismo, y si eso implica estar bien físicamente entonces habrá que mantener el cuerpo en forma. Mantenerme en forma implica para mí no comer cosas súper engordantes e ir cada tanto a hacer un poco de

ejercicios. De esa manera cuido mi cuerpo, aunque me gustaría hacer más cosas por él, como por ejemplo algún deporte. El año pasado empecé tenis con una amiga, pero al poco tiempo dejamos. Eso me suele suceder cada vez que me anoto en actividades extracurriculares. No tengo mucha constancia.

*P: ¿Hiciste dieta alguna vez?*

*R:* Nunca en la vida hice una dieta, lo único que hice fue dejar de comer golosinas por un tiempo y comer menos pan o galletitas, nada más. Es decir, traté de dejar de comer aquellos alimentos que engordan mucho.

*P: ¿Creés que la mujer está más exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del cuerpo?*

*R:* Totalmente. Creo que la mujer está muy exigida por la sociedad y por la cultura. El cuidado del físico se ha convertido en una obligación para la mujer, a quien no le queda otra que cumplirla si desea ser aceptada. Hoy la aceptación pasa mucho por lo físico, aunque eso empieza a contar también no sólo para las mujeres sino también para los hombres.

*P: ¿Cómo elegís la ropa que te comprás?*

*R:* La elijo teniendo en cuenta si va con mi estilo y si es de buena calidad. Generalmente voy de compras con mi mamá, que es quien me da el visto bueno sobre lo que yo elijo. Tiene mucho ojo, así que me da buenos consejos.

*P: ¿Comprás guiándote por la marca? ¿Qué prendas?*

*R:* Muy a menudo compro por marca, no tengo vergüenza de decirlo. Hay prendas, como los *sweters* que las compro en determinados lugares porque se que la ropa de ahí es buena y además me queda bien. Los jeans también los compro siempre en la misma casa, porque se que los de ahí me calzan perfecto.

*P: ¿Comprás prendas de marcas no conocidas? ¿Qué prendas?*

*R:* Por lo general no, aunque hay algunas cosas que no necesito que sean de marca como por ejemplo los joggins. Pero son pocas las prendas que tengo en mi placard que no tienen marca reconocida.

*P: ¿Qué sabés sobre la Bulimia y la Anorexia?*

*R:* Conozco ambas enfermedades y se que son trastornos en la alimentación. La persona que padece de Bulimia tiende a comer mucho y luego a vomitar. La que sufre de Anorexia directamente no come por varios días consecutivos. Son enfermedades que generalmente tienen las mujeres y tienen que ver con la forma de ver el cuerpo y con querer verse delgadas hasta el punto de la locura.

*P: ¿Cuál es la fuente que te ha brindado mayor información sobre ellas?*

*R:* El colegio, principalmente. Varias veces fueron a darnos charlas sobre el asunto, aunque no recuerdo bien qué fue lo que dijeron. He escuchado algo en los medios de comunicación y alguna que otra vez algún familiar o alguna amiga me contó de alguna persona enferma. Por suerte ni a mis amigas ni a mí nos ha tocado sufrirlas.

**Entrevistada: Constanza, 25 años, Licenciada en Ciencias del Ambiente, Universidad del Salvador.**

*Pregunta: ¿Con quién vivís?*

*Respuesta:* Vivo con mi mamá y con el marido de mi mamá. Tengo tres hermanos pero cada uno tiene su casa porque están todos casados y con hijos.

*P: ¿Y tu papá?*

*R:* Mi papá falleció hace más de veinte años.

*P: ¿Qué hace tu mamá?*

*R:* Es psicopedagoga, atiende chicos y hace orientación vocacional. Trabaja desde casa.

*P: ¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de ella?*

*R:* Lo que más me gusta es la fuerza que tiene para salir adelante cuando las cosas no le van tan bien. Lo que menos me gusta es que es medio pesada y muy vueltera para todo. Se preocupa mucho por estupideces.

*P: ¿Charlás con ella sobre las cosas que te pasan?*

*R:* No mucho. Le cuento algunas cosas pero no mis intimidades. Le puedo contar sobre mis proyectos o sobre lo que hago con mis amigas o con mi novio, pero nunca le cuento cosas que me pasan en mi interior.

*P: ¿Qué hace el marido de tu mamá?*

*R:* Es psiquiatra, atiende dos días a la semana en un consultorio que tiene en mi casa, otros dos días en uno que tiene en Belgrano y el resto de su tiempo lo dedica a atender en un centro médico.

*P: ¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta de él?*

*R:* Lo que más me gusta es que es una persona grande pero aún así tiene pilas para rato, tiene mucha energía para hacer las cosas y emprender nuevos proyectos. Lo que menos me gusta es que a veces se pone medio nervioso y no te escucha cuando le hablás.

*P: ¿Charlás con él sobre las cosas que te pasan?*

R: Ellos son los que me hacen charlar, no es que yo les vaya a ir a hablar. Generalmente dialogamos cuando comemos.

P: *¿Hacés programas con tu familia?*

R: Sí, bastante. Para empezar, nos vemos todos el domingo en mi casa y, además, voy muy seguido a la casa de mis hermanas a tomar el té y a estar con mis sobrinos. Ahora que tengo mucho más tiempo libre voy más a menudo.

P: *¿No estás trabajando?*

R: No formalmente, pero en este momento estoy con dos Pymes: una es de decoración y ambientación para casamientos y la otra es de ropita para bebés.

P: *¿Estos trabajos los hacés desde tu casa?*

R: Sí, todo desde casa.

P: *¿Dónde trabajabas antes?*

R: Trabajaba como asistente de un biólogo que tiene una consultora de medio ambiente.

P: *¿Por qué renunciaste?*

R: Porque no estaba contenta con el trabajo, no era lo que realmente me gustaba. Además, trabajaba muchísimo, a veces me tenía que quedar hasta las once de la noche terminando informes.

P: *¿Mirás televisión? ¿Por qué?*

R: No miro mucho porque me parece una pérdida de tiempo.

P: *¿En qué sentido?*

R: En que te enganchás con un programa y te enganchaste todo el día. Por eso trato de no sentarme a ver tele. Y más ahora que no tengo horarios fijos.

P: *¿Cuáles son tus programas preferidos?*

R: *Sos mi vida* y *Montecristo*. También veo cada tanto *Alma pirata* y los noticieros, pero no es que sean mis preferidos.

P: *¿Qué es lo que más te gusta de ellos?*

R: ¡Lo que más me gusta es que son una truchada! (risas)

P: *¿Por qué decís eso?*

R: Porque siempre pasa lo mismo, más que nada en *Sos mi vida*. Siempre es la misma historia y desde el principio sabés como va a terminar. Como todas las series de Suar. *Montecristo*, en cambio, me gusta porque tiene una historia con fundamento, tiene un sentido. Además me gusta porque trata temas relacionados con la historia argentina.

P: *¿Qué temas?*

R: Hablan mucho de los “desaparecidos”, incluso uno de los personajes tiene mucha relación con la agrupación de *Abuelas de Plaza de Mayo*. La novela se basa en esa época. Más que nada la historia parte de algo que pasó hace treinta años atrás y que se descubre recién ahora. Es una historia de venganza.

P: *¿Tenés algún personaje preferido en esa serie?*

R: No, me gusta la historia de amor, entre Echarry y Krum.

P: *¿Por qué? ¿Qué tiene de diferente esta historia que hace que te guste?*

R: Lo emocionante es que él desaparece por un largo tiempo, en realidad, lo hacen desaparecer, pero después vuelve y la busca a ella. Lo emocionante es que estás todo el tiempo pensando en cómo va a ser el reencuentro y en qué va a pasar después. La intriga te mantiene atrapada.

P: *¿Cuál es el programa que menos te gusta? ¿Por qué?*

R: Tinelli, porque ya es un pesado que está hace más de diez años en la televisión. Me parece que su tiempo ya pasó y que se tendría que ir. Tinelli ya me parece un nabo y su programa es un embole.

P: *¿Charlás con tus amigas sobre los programas de televisión?*

R: Sí, charlamos sobre *Montecristo*. Más que nada nos contamos cómo va la historia y qué pasa con los personajes.

P: *¿Se juntan a verla?*

R: No, no nos juntamos especialmente a verla, pero si resulta que estamos juntas a esa hora prendemos la tele y la vemos. No todas, sólo algunas la vemos.

P: *¿Te parece que estos programas tratan temáticas o problemáticas de la vida cotidiana de un adolescente común?*

R: No, de un adolescente no, pero sí puede ser de una persona que hoy tenga treinta años. Eso en *Montecristo*, pero en *Sos mi vida* creo que no se refleja nada que pueda pasar en la realidad, ni en la vida de grandes, de chicos ni de adolescentes.

P: *¿Pensás que los programas de televisión, en general, reflejan la realidad social?*

R: No, empezando por el noticiero. Están una hora mostrándote boludeces. El resto de los programas, como te dije, no tienen nada que ver con la realidad que vive uno todos los días.

P: *¿Qué hacés cuando aparece la tanda publicitaria: la ves o cambiás de canal?*

R: La veo, porque me gusta ver las publicidades. Me gustan las que te pasan una imagen y no sabés de qué producto te están hablando hasta el final. Después, cuando las repiten,

me divierte acordarme de qué marca era antes de que llegue el final. Pero sí, en general, les presto atención.

P: *¿Compraste alguna vez algo que viste en un comercial de tv?*

R: Yo no, pero mi sobrina todo... (risas). Ella quiere todo lo que ve en la tele, lo pide y se lo compran.

P: *¿Escuchás radio? ¿Por qué?*

R: Escucho poco y nada. Primero porque en el auto no tengo *stereo*. Segundo porque a la mañana, antes de salir para el trabajo, ponía la radio y como me quedaba escuchando salía tarde y llegaba a cualquier hora. Escuchaba el programa de Pettinato que me encantaba y me hacía reír mucho.

P: *¿Qué es lo que más te gustaba de ese programa?*

R: Me divierten las salidas que tiene Pettinato, es un tipo muy gracioso. Básicamente escuchaba el programa por él.

P: *¿Leés revistas?*

R: No, casi nada, salvo cuando voy a la peluquería. Pero tampoco voy mucho a la peluquería.

P: *¿Por qué no leés revistas?*

R: Porque son muy caras y me da fiaca gastar plata en eso. O sea, las leo cuando están en otro lado, pero yo no las compro.

P: *¿Cuáles son esas revistas que leés en otros lados?*

R: Me divierte leer *Cosmopolitan*, *Gente*, *Caras*; todas esas revistas. Antes compraba *National Geographic*, pero no las leía, las compraba porque me gustaba coleccionarlas... (risas). Algún día me gustaría sentarme a leerlas.

P: *¿Qué te gusta de esas revistas?*

R: Las imágenes de la naturaleza.

P: *¿Alguna vez compraste algo que viste en una revista?*

R: No. Capaz que alguna vez me fijé en la dirección de algún local, pero nunca tuve la energía para trasladarme hasta el lugar... (risas)

P: *¿Te gusta leer libros?*

R: Me gusta pero no leo. Tardo mucho en leer un libro y me parece que pierdo mucho tiempo haciéndolo. No pienso que leer sea una pérdida de tiempo, pero quizás me gustaría leer pero poder terminar los libros más rápido. A veces estoy medio día leyendo un libro y me doy cuenta de que no avancé nada en todo ese tiempo.

P: *¿Vas al cine?*

R: Me gusta ir al cine pero a mi novio no, entonces vamos pero muy de vez en cuando. Con mis amigas tampoco voy mucho, casi nada en realidad. Además, nunca estoy actualizada sobre las películas que están en cartelera.

P: *¿Que películas son las que más te gustan?*

R: Las de aventura, porque no me gusta estar pensando por mucho tiempo sobre el significado de la película.

P: *¿Tenés un actor o actriz favorito? ¿Cuál / cuáles?*

R: No. La verdad es que no conozco mucho a los actores extranjeros.

P: *Pero pueden ser nacionales también...*

R: Pero los actores nacionales son de las novelas que veo, porque actores de cine no tengo idea quienes son. No veo películas nacionales porque me aburren un poco.

P: *¿Que música escuchás?*

R: Me gusta mucho U2. También me gusta mucho la música latina como Jarabe de Palo, Maná...

P: *¿Te comprás cds?*

R: No, no me gusta gastar plata en eso.

P: *¿Y cómo accedés a los discos que te gustan/*

R: Me los regala mi novio, a él sí le gusta gastar plata en eso. A veces me compro grabados por Internet.

P: *¿Qué hacés en tu tiempo libre?*

R: Me gusta salir y estar al aire libre.

P: *¿Qué lugares elegís para salir?*

R: En el verano me voy a la isla de Tigre, estoy en el río, andamos en lancha, comemos asado. En el invierno me gusta hacer lo mismo, menos salir en lancha... (risas). También voy mucho a visitar a mis sobrinas.

P: *¿Qué haces los fines de semana por la noche?*

R: A la noche vamos a comer con mi novio a la casa de amigos, a veces vamos a comer afuera solos o nos quedamos viendo tele.

P: *¿No salís con tus amigas?*

R: Los fines de semana no mucho, salgo más en la semana.

P: *¿Por qué no salís tanto?*

R: Porque mis amigas no salen con los novios, y no me gusta dejarlo solo a mi novio. Por eso es que trato de salir en la semana con mis amigas y los fines de semana con él.

Porque además yo siempre salgo con sus amigos y me molesta no poder llevarlo a donde están mis amigas.

P: *¿Cuando estás con tus amigos / as de qué charlan?*

R: Cuando me junto con mis amigas charlamos del grupo, de amigas y de ropa. Con los amigos de mi novio hablamos mucho de la facultad y de la vida de cada uno. Muchos son más grandes que nosotros y se están por casar, así que con las chicas hablamos de los preparativos.

P: *¿Cuáles son para vos los problemas más importantes de los jóvenes de hoy?*

R: El alcohol. Si bien en mi grupo ya no pasa veo que hoy lo divertido es salir y tomar hasta pasarse del límite.

P: *¿Dónde observás estos comportamientos?*

R: Eso lo veo en la calle a la noche. A veces yo vuelvo a casa alrededor de las tres de la mañana y veo a los chicos tirados en las esquinas como si nada, tomando y fumando muchísimo. También me entero por la hermana de mi novio que es más chica que yo y me cuenta que sus amigos toman mucho cuando salen y se descontrolan.

Creo que las drogas también son un problema grave, en el sentido de que antes, por lo menos en mi época, uno no accedía tan fácilmente a las drogas en cambio hoy podés encontrar en cada esquina y es algo de lo más normal.

P: *Contame cómo es la ceremonia de la comida en tu casa.*

R: A la mañana cada uno se prepara su desayuno. Al mediodía como con mis papás algo bien rápido y a la noche comemos cosas más elaboradas. Dos veces por semana vienen a comer al mediodía mis sobrinos y comemos paty con puré o salchichas con puré... (risas)

P: *¿Quién cocina?*

R: La mucama.

P: *¿Qué lugar ocupa la comida en tu vida?*

R: Ocupa un lugar importante. Por ejemplo, a la noche siempre nos esperamos para comer para poder compartir la comida todos juntos. Además, la comida siempre es un punto de reunión con amigos. En líneas generales, me gusta mucho la comida y me gusta comer bien.

P: *¿Te preocupa tu cuerpo?*

R: No me preocupaba hasta hace poquito. Nunca hice ejercicio y uno empieza a notar las consecuencias después de un tiempo. Antes no me preocupaba, pero ahora me agarró un ataque y me preocupo.

P: *¿En este momento te ves más gorda?*

R: En este momento me veo más gorda aunque se que no estoy subida de peso. Las personas no me ven más gorda, al contrario, me dicen que estoy más flaca. No me veo gorda sino más fofa y con más rollos. Pero se que es producto de no haber hecho nada durante mucho tiempo.

P: *O sea que te parece que es solucionable a través del ejercicio y no de dejar de comer...*

R: Claro, seguro. No es que haría dieta sino que me pondría a hacer ejercicio. Ahora me estoy controlando con lo que como, trato de no comer mucho o comer en horas. Busco comer cosas no tan engordantes o no desubicarme con lo que como en el postre.

P: *¿Eso es lo único que hacés para mantenerte en forma?*

R: No, también quiero empezar a ir a *Figurella*.

P: *¿Por qué preferís ir ahí a hacer deporte o ir al gimnasio?*

R: Porque hacer deporte no me gusta y el gimnasio me aburre. Lo que tiene de bueno *Figurella* es que te hace hacer más ejercicio en menos tiempo. Es mucho más personalizado que un gimnasio, acá se fijan en lo que vos querés y te hacen un plan a medida.

P: *¿Creés que la mujer está más exigida que el hombre en lo que refiere al cuidado del cuerpo?*

R: Sí. Sólo por el hecho de que la mujer se tenga que depilar y el hombre no es que está más exigida. Se que es una cuestión social, pero esas cosas me molestan. Igual que si un hombre tiene rollos en la panza, seguramente nadie le diga nada pero eso no sucede con las mujeres, a ellas no se les permite que tengan un rollo de más. Aunque se que al hombre también le molesta estar gordo, pero tiene la ventaja de que no lo ve como una tragedia. La mujer se hace mucho más problema y está más pendiente de si engorda o adelgaza.

P: *¿Como elegís la ropa que te comprás?*

R: Compro lo bonito y barato... (risas). Últimamente compro cosas más caras y buenas, pero me cuesta mucho invertir tanto dinero.

P: *¿Lo bueno para vos viene de la mano de la marca?*

R: Se que lo barato es trucho, eso te lo firmo. Ojo que hay cosas que no son tan caras y son buenas. Pero a veces las marcas ponen precios muy caros en relación con la calidad de las prendas. En un jean, por ejemplo, sí gasto plata y me compro uno de marca, pero nunca compraría un *sweter* de marca porque se que son todos mas o menos iguales y las

marcas reconocidas te roban con los precios. Ahí no me parece que haya diferencia de calidad.

P: *O sea que a excepción del jean, cualquier otra cosa que compres puede no ser de marca...*

R: Sí, siempre compro los jeans de la misma marca. Las zapatillas también las compro de marca.

P: *¿Conocés la Bulimia y la Anorexia? ¿Qué sabés sobre ellas?*

R: No se cuál es cuál, siempre me las confundo. Se que en una las personas comen mucho y después se meten los dedos para vomitar y no engordar y de la otra se que directamente no comen nada. Se que el problema es que estas chicas siempre se ven gordas a pesar de adelgazar. El problemas en definitiva es psicológico.

P: *¿Cuál es la fuente que te ha brindado mayor información sobre ellas?*

R: El colegio, principalmente. El marido de mamá también me informó a partir de algunos casos que trató. El fue quien me dijo que una enfermedad puede llevar a la otra y que no es sólo una enfermedad que afecta a las mujeres sino que también les afecta a los hombres.

Creo que son enfermedades que tienen mucho que ver con la sociedad y con el grupo de gente que rodea al enfermo, si el adolescente está bien contenido es mas difícil que le pase. Si los padres contienen al joven y él se siente integrado al grupo de amigos es poco probable que se enferme. Salvo que esté enfermo psicológicamente y derive en esas enfermedades.

## **12.2. Focus Group**

**Participante n°1: Sofía, 20 años, estudiante de Derecho de la UCA**

**Participante n°2: Mercedes, 20 años, estudiante de Psicología de la USAL**

**Participante n°3: Lucía, 20 años, estudiante de Derecho de la UBA.**

Pregunta: *¿Qué programas de televisión ven?*

Sofía: Yo miro *El tiempo no para...*

Mercedes: Yo ya no veo más *El tiempo no para...*

S: Bueno, en realidad yo tampoco lo veo más. Ahora no veo nada.

Lucía: Yo te había contado antes que también veía *El tiempo no para* y que me gustaba porque era una novela que sabías cuándo empezaba y cuándo terminaba. Ya no pasa

eso, ahora la extendieron y pareciera que la graban día a día. Ya es una novela que perdió mi respeto. Ya no me interesa, las únicas veces que la veo es porque mi mamá la ve.

M: Yo tampoco la veo más, ahora veo *Montecristo*. En esa serie sí sabés que hay un principio y un fin. Esta bárbara esa novela.

S: A veces veo *El tiempo no para* pero si me lo pierdo no me importa, me da lo mismo. Dejé de ver *Se dice amor* porque no me dan los horarios con la facultad.

P: ¿Estos son los únicos programas que ven?

M: No, yo estoy viendo más cosas...

L: Yo veo *Mirtha Legrand* al mediodía o *Mañanas Informales*.

S: Yo a veces veo ese programa o cualquier noticiero de la mañana. Pero en realidad, me da lo mismo.

M: A Sofi le da lo mismo cualquier cosa, ella prende la tele y mira. No importa lo que haya.

L: Yo sigo algunos programas en televisión abierta que antes estaban en cable: *DOC*, por ejemplo, o *Amas de casa desesperadas* que la pasan en Telefe a la madrugada.

M: Pero ese programa no empezó todavía...

L: No, pero es la versión americana. A la imitación argentina no creo que la vea, me gusta como producción pero la cosa imitada no me gusta...

M: *Casados con hijos* es muy buena, yo me divierto mucho...

S: Sí, me encanta, me rió mucho con esa familia

L: Ay no, no, me parece patética. Esa cosa tan exagerada no me gusta para nada.

M: Sí, eso es verdad, es demasiado sobreactuado todo.

S: Bueno, tal vez no es para verla todos los días, pero está buena.

L: Es que la mina no me causa gracia, para mí no le pega ni a un chiste, ¿entendés? El nivel del chiste no me parece bueno, no es un chiste que me llegue o que me haga gracia. El humor de *Mañanas Informales* es el que me gusta, es un humor rápido y no la cosa preparada. Me gusta la espontaneidad, todos se joden y gastan. Ahora a Guinzburg lo joroban con el tema de que el granizo le destrozó todo el auto o a Ernestina la joden porque está gorda, y ella se mata de risa. Son chistes que se hacen y que sabés que los están disfrutando.

P: Vos, Mercedes, me dijiste que ves *Casados con hijos*...

M: A veces, muy cada tanto, pero me divierte. *Mañanas Informales* también lo veo, generalmente lo pongo cuando me estoy cambiando para salir a la mañana. Pero la serie que más veo es *Montecristo*, de esa sí que no me pierdo ningún capítulo.

P: ¿Hay algún personaje de esos programas, o de la televisión en general, que no les guste?

S: Sí, Tinelli, lo odio.

M: A mí no me gusta Sofía Gala.

P: Vos, Sofía, ¿por qué odiás a Tinelli?

S: Lo odio a Tinelli y odio su programa porque siempre hacen lo mismo. El tipo ya no sabe qué inventar, ahora está con esto de los bailes, que nunca veo...

L: No sé, pero ayer se comió una gastada.

S: ¿Qué gastada? ¿Por qué?

L: Porque San Lorenzo perdió 7 a 1 contra Boca. Larry hizo todo un *show*...

P: ¿Ves *Showmatch*?

L: No, no lo veo, mi mamá es la que lo ve y a veces me llama cuando quiere que vea algunas cosas.

P: ¿A vos, Mercedes, por qué no te gusta Sofía Gala?

M: No, no me gusta nada. Igual, ahora me da lo mismo porque ya no la veo más. Era cuando veía *El Tiempo no para*...

S: No, pero también estuvo en *Mirtha Legrand*...

M: Ojo, por ahí la mina hablando en un reportaje puede tirar cosas que son graciosas pero otras son siniestras...

S: No, es una desubicada.

M: Sí, en *Mirtha Legrand* se re desubicó...

S: Sí, yo la escuché.

M: Dijo una cantidad de pavadas impresionantes. Dijo que la vida era una mierda y que ella ya no quería vivir más. Mirtha estaba indignada, porque Sofía Gala decía que la vida era muy larga y, en cambio, ella decía que era muy corta.

L: Ojo, es muy piola la mina, va al frente y no le importa nada.

S: Pero tiene un papel de rebelde que es el que mantiene para llamar la atención. Le encanta llamar la atención.

L: Es que andá a saber en el ambiente en dónde se crió la mina, con la madre que tiene...

M: Vive acá nomás, con el novio. Mi hermano le va a llevar videos siempre y me dice que cada vez que baja a recibirlos está drogada. Es una "falopera".

L: ¿En serio? ¿Con quién está de novia?

M: Con un pirulo. No es conocido.

L: Bueno, pensá que es una mina que tuvo mucha libertad desde muy chica...

S: Además, tener una mamá como Moria no debe ser nada fácil

M: Sí, te la regalo. Igualmente es como actriz que no me gusta a mí.

L: Ay a mí me encanta Damián, el amigo...

S: ¡Ay, sí!

M: No, no lo soporto.

S: Pero a mí me encanta como actúa...

L: Sí, para mí va a ser el protagonista de alguna futura novela...

S: Protagonista no creo que sea nunca, excepto que hagan una novela de homosexuales. ¿No puede actuar de otra cosa, viste la cara que tiene? De macho argentino no puede hacer ese pibe...

M: Sí, es rechazante su cara. Walter Quiróz también es *gay*...

L: ¿En serio? Ay, no me importa, me encanta igual, no puede ser más *sexy*. Es un “trollo” *sexy*.

P: *¿Son de charlar entre ustedes sobre programas que ven en televisión?*

L: Cada tanto charlamos, por ejemplo, todas estas cosas que acabamos de decir las hablamos. A otra de las chicas del grupo también le encanta Walter Quiroz y siempre habla de él. Hay otra a la que le gusta Pedro...

M: ¿Pedro le gusta?, ¡que asco!

S: ¿Cuál es Pedro?

L: El cirujano.

L: Pero sí, hablamos de tele, yo por lo menos hablo o comento cosas de los programas. Pero no es que nos sentemos a hablar de los programas de televisión.

S: Yo me informo con ustedes y con Clarita...

M: Pero Clarita ahora no está tan informada porque consiguió trabajo. Pero antes, iba a la facultad a la mañana y se comía todos los programas de la tarde. Y Naty, no sabemos cómo pero siempre sabe qué pasó en tal programa o qué es de la vida de algunas personas famosas. Te juro que no sé cómo hace, pero siempre está al tanto de todo.

P: *¿Les parece que los programas de televisión, en general, tienen algún parecido con la realidad que uno vive todos los días?*

S: Para mí no, ninguno...

L: *El tiempo no para, puede ser...*

M: Sí, puede ser, porque muestran realidades como la droga, la homosexualidad, el descontrol...

L: Muestran cosas que no se despegan tanto de la realidad, como *Montecristo*, ¿me entendés?

M: Sí, *Montecristo* es un divague...

L: Se manejan con cosas que pasan, aunque a veces se van de tema con la manera en la que tratan los temas, como las drogas, que las tratan como si fuera una cosa de la vida cotidiana.

En una serie en la que encararon bien el tema del SIDA fue en *Doble Vida*. Una tenía la enfermedad y tuvo relaciones con un montón de personas, entonces te mostraban todas las personas que iban siendo afectadas por culpa de una. Ahí te manifestaban lo importante que era la prevención en ese aspecto. Estuvo bueno como lo encararon.

P: ¿A ustedes que les gusta más *El tiempo no para* o una serie como *Montecristo* que, según dicen, no tiene nada que ver con la realidad?

S: Yo prefiero *El tiempo no para*...

M: Yo prefiero novelas que traten problemas más reales, igual *Montecristo* me encanta porque está bien hecha y como decía Lula, tiene muy marcado qué va a pasar, está muy delimitada. No me gusta que las novelas se extiendan y empiecen a hacer cualquiera.

S: Pero seguramente se extiende por el éxito que están teniendo.

M: Pero ya está todo hecho, al tipo no le queda más nada por hacer. Tiene un final muy marcado, de hecho *Montecristo* no pasa de este año.

L: Aunque ahora con el monstruo del rating, nada se sabe.

P: ¿Son de ver las publicidades o cambian de canal?

S: No, no veo nada. Cuando viene la publicidad me paro a buscar algo en la cocina o trato de leer algo, de meter un párrafo... (risas generales)

M: Yo veo algunas publicidades, las que me llaman la atención. Pero no soy de ver las publicidades para adquirir algo que vi.

P: ¿Se acuerdan de haber comprado algo que vieron en la tele?

M: Yo le dije a mi mamá que compre un detergente *Cif*. Uno desengrasante. Resultó bueno. Lo vi en la propaganda y después Clarita me lo recomendó. Pero en realidad no me acuerdo de otra cosa que vi y me la haya comprado.

S: Yo nunca...

L: No, yo tampoco.

P: ¿Escuchan radio?

L: Yo escucho a la mañana a Peña porque mi mamá lo escucha. También escucha a la Negra Vernacci. Los escucho porque mi mamá los escucha, pero yo no soy de ir a prender la radio y ponerme a escuchar algo.

S: Yo escucho uno que está puesto siempre en mi casa, es un informativo.

M: Yo radio no escucho, salvo que ponga música. Pero noticias no pongo nunca.

P: *¿En tu casa no escuchan?*

M: No, en casa nadie escucha radio.

S: Yo le presto atención cuando pasan los ratings de televisión. Ayer, por ejemplo, dijeron que Marcelo Tinelli había hecho 36 puntos.

L: Para mí que fue por la gastada que se comió por el partido del domingo. Seguramente que la gente lo vio para ver cómo lo gastaban. Al menos mi mamá lo vio por eso.

P: *¿Tu mamá es de ver mucha televisión, no?*

S: Prende la tele desde temprano pero no la ve. Recién empieza a verla con *RSM*, tipo 9. Después ve *El tiempo no para* y Tinelli, que lo veíamos porque nos gustaba cómo bailaban pero ahora que cantan, no. Uno puede pilotearla si no sabe bailar, pero si no sabés cantar mejor dedícate a otra cosa.

S: Ya no saben qué inventar...

L: Lo que me pasa a mí es que Tinelli no me gusta, pero lo termino consumiendo.

S: Ay no, a mí no me gusta. Yo no lo veo porque no me lo banco a Tinelli, quiero que se vaya de la tele, ya pasó su hora.

M: Sí, es verdad, Tinelli ya recontra pasó de moda.

S: Tiene que hacer como Susana Giménez, que se dio cuenta de que ya había pasado su hora y se fue.

M: Pero Tinelli hace 36 puntos de rating, no se va a ir a ningún lado. Vos o yo podemos no bancarlo, pero resulta que hay un montón de gente que lo ve.

L: La clase media no lo quiere, pero la clase baja sí.

M: Obvio, si él salió de ahí...

P: *¿Leen revistas?*

S: Yo leo la de *La Nación*, los domingos.

P: *¿Qué secciones te resultan interesantes de esa revista?*

S: Si hay alguna nota o entrevista interesante, la leo. Sino voy directo al horóscopo. A veces salteo la revista y leo sólo el diario, depende de mi humor.

L: Yo también tengo siempre esa revista los domingos, pero nunca hay nada que me llame la atención.

M: Yo no soy de ir a comprar revistas, pero si encuentro alguna la hojeo. Pero, además, están carísimas las revistas, salen como ocho pesos.

P: ¿Les gusta leer?

S: Sí, a mí me gusta pero ahora no estoy leyendo nada porque estoy estudiando para la facultad. En realidad tiempo tengo, pero soy yo la que no me hago un lugar.

L: Yo soy de leer mucho, pero últimamente me cuesta engancharme con un libro.

P: ¿Van al cine?

L: Justo ayer fuimos al cine a ver *La casa del lago*. Pero no voy muy a menudo.

S: Yo tampoco voy muy seguido al cine, pero tampoco alquilo muchas películas.

M: Yo al cine tampoco voy mucho, pero sí soy de alquilar películas en video.

P: ¿Qué género de películas son los que más les gustan?

S: Me encantan las de suspenso y las que son de juicios. Una de las mejores películas que vi fue *Tribunal en fuga*, es excelente. Me quedó re grabada esa película. *El abogado del diablo* también me encantó. Y una que todavía no vi pero que me encantaría es *El Informe Pelicano* porque leí el libro y me encantó. Quiero ver *Diario de Motocicleta*, también.

M: Yo no se bien, si tengo que elegir y nadie me recomendó nada, elijo comedias. Pero por lo general alquilo y siempre elije mi novio porque yo tiendo a elegir películas “chotas”.

S: Una película que me encantó y que vi hace poco es *Match Point*. Habla de cómo la suerte puede influir para bien o para mal en tu vida. Me encantó.

M: Yo me olvido de las películas que veo...

P: ¿Les gustan las películas nacionales?

S: No. Además ni loca voy al cine a ver una película argentina. Si llego a elegir alguna me la alquilo en video.

P: ¿Por qué no te gustan?

S: Porque me aburren. Además, hay algo que me molesta de las películas argentinas y es que siempre te muestran un escenario pobre y me molesta verlo. Me molesta que siempre te muestren eso y no te muestren otra cosa. Todas son así. Siempre se remiten a lo mismo, a la clase baja, a los chorros; a todo eso. Además, visualmente tampoco te muestran nada muy lindo. Le faltan miles de cosas, ni se compara con las películas yankies.

M: Yo he visto algunas películas nacionales, pero no me las acuerdo mucho. Vi *Luna de Avellaneda* y *Roma* que es una porquería...

P: *¿Escuchan música?*

M: A mí me gusta la música y escucho cualquier cosa menos marcha.

S: A mí no me gusta ni la marcha ni la cumbia.

L: A mí sí me gusta la cumbia, me encanta la canción *Bombón Asesino...* (risas)

S: De *Los Palmeras*, ¿no?

L: ¡Sí!

M: Pero para el boliche la cumbia es más divertida que la marcha. No te digo la cumbia “cabeza” como la de Tévez...

L: La “cumbia villera”...

M: Claro, pero la cumbia y el cuarteto están buenos.

S: Yo últimamente estoy escuchando más Shakira o Arjona, porque son los últimos cds que me regalaron.

P: *¿Cuándo escuchás música?*

S: Tirada en la cama o cuando me cambio para salir. Siempre pongo música antes de salir.

M: En casa escuchamos mucha música, siempre hay algo prendido o hay alguien que está escuchando algo.

P: *¿Qué hacen en su tiempo libre? Tanto en la semana como los fines de semana.*

L: Los fines de semana salimos mucho a la noche. Los sábados a la noche la fija es ir al boliche. Durante el día nos juntamos en la casa de alguna a tomar le té y a charlar. Pero siempre nos cuesta mucho reunir a todas porque cada una tiene sus cosas.

M: También pasa que las que estamos de novias salimos con ellos y no nos divierte ir a bailar. Tal vez las chicas se juntan para tomar algo y después ir al boliche y a mí eso ya no me copa.

P: *¿Cuál / cuáles les parece que son los problemas más importantes de los jóvenes hoy?*

S: La inconciencia, las drogas...como que cada vez están más perdidos cuando salen del colegio. Ya no pasa lo que pasaba antes.

M: La falta de educación, la pérdida de los valores....

S: Ahora salen del colegio y están tres años “al pedo” hasta que deciden estudiar algo.

M: Claro...

L: Sí, pero también eso es una consecuencia de la poca educación que recibimos.

S: Sí, seguro.

P: *Dijiste recibimos, eso quiere decir que te incluís en lo que estás diciendo...*

L: Sí, obvio, totalmente. Si comparamos nuestra generación con la tuya, la diferencia es abismal. Nosotros somos más irrespetuosos, más de ir al choque y creer que podemos con todo. De sentir que cuando terminás el secundario sos el rey del mundo...

M: Bueno, eso le pasa a todos los adolescentes, tiene que ver con la adolescencia tardía.

S: Yo veo que ahora todo está mucho más manifiesto, se ven muchos problemas familiares, que tal vez antes existían pero ahora se muestran más. Los problemas económicos son los que desencadenan problemas familiares y eso termina afectando un montón a los chicos. Creo que eso es lo que genera que los adolescentes tengan un desarrollo tardío en lo que implica tomar conciencia de las cosas.

M: Hoy veo que la opción es estudiar o trabajar, pero tenés que hacer algo. Antes, tal vez hace cinco años atrás, lo más importante era que los chicos estudien más que nada. Si de paso podían y querían trabajar, mejor. Pero, en cambio, yo hoy lo veo a mí viejo que le dice a mi hermano que estudie o trabaje. Creo que en ese sentido se perdió el valor del estudio como un camino para poder hacer el día de mañana algo que te gusta y te haga bien. Por ahí el trabajo también te lo puede dar, pero me parece que el estudio es lo único que te ayuda a saber qué es lo que querés para vos y lo que, en definitiva, te convierte en un adulto. Ese valor ya se re perdió.

P: *¿Se perdió la motivación?*

M: Sí, totalmente.

P: *Vos, siendo una adolescente, ¿te sentís desmotivada? Te lo pregunto teniendo en cuenta el país que los recibe.*

M: No, ahora no. No sé si soy tan conciente de eso. Yo lo que estudio lo estudio porque me gusta. Tal vez me falte ese grado de conciencia que implica pensar qué quiero de mi vida el día de mañana más allá de recibirme. A mí me falta esa conciencia de pensar que como psicóloga el día de mañana voy a ganar dos pesos. Eso no me interesa, estudio porque me gusta lo que estudio y nada más. De hecho proyecto un montón de cosas que se que lo mas probable es que no las pueda cumplir, pero aún así sigo con mi carrera.

P: *¿En qué punto es, entonces, que te sentís desmotivada?*

M: Ahora no, por ahí cuando tuve que elegir la carrera me pasó. Pero me sentía perdida, más que desmotivada. Igual yo soy una mina que pasó por un montón de cosas y aún así nunca me estancué. Pero eso lo veo más en mi familia, en mi hermano, por ejemplo, que terminó el colegio hace ya tres años y todavía no sabe qué estudiar, no sabe qué hacer, pasó por un montón de carreras y trabajos y nada le gustó. Tiene cero motivaciones para eso. Mi papá le compró la *Guía de Estudiante* y la guardó sin

molestarse en hojearla al menos. Es como que no está motivado desde ningún aspecto. En sí, si te ponés a pensar por un momento y tomás conciencia te das cuenta de que en este país es muy difícil poder lograr algo. Y esas cosas pesan. La gente está permanentemente diciéndote la porquería que es esto y que no tienen un peso. Encima ves que todos tienen título y ahí es todavía peor porque decís, ¿para qué me va a servir el mío?

L: Yo creo es que en este momento nosotros tenemos que agradecer que estamos estudiando lo que queremos. Porque hay gente que no tiene la posibilidad de estudiar lo que quiere sino lo que le da plata. Antes capaz tenías un título y sabías que ibas a poder vivir de eso y laburar de eso. Ahora, te colgás el título en la pared y tenés que salir a vender verdura. Eso es lo que yo veo que trae mucha desmotivación. El futuro es muy incierto hoy y los plazos son cortos.

M: Yo soy partidaria de proyectar metas cortas y cumplirlas. Por ejemplo, me propongo pasar tercer año bien en vez de buscar recibirme ya, ¿entendés? Porque si te ponés en la cabeza que te querés recibir a toda costa y hacés todo rápido, al final no disfrutás de las materias. Por eso soy partidaria de proyectar a corto plazo.

L: Pero para mí todos estamos yendo a mil.

M: Por ejemplo, yo no soy de leer mucho, pero me pasa que si faltó un día a la facultad para quedarme leyendo me siento culpable por no haber salido en todo el día a hacer algo. Cuando en realidad, para mí, hacer eso es mucho más sano que salir a la calle a hacer veintemil cosas sin disfrutar nada de lo que hacés. La sociedad es la que te indica cómo se debe gastar el tiempo, y siempre es de acuerdo a lo que es útil para la sociedad. Porque tal vez para uno la manera más útil de gastar el tiempo sea quedarse tirado en la cama leyendo un libro o pintar un cuadro. Pero si hacés eso todos los días llega un momento en que te sentís mal porque hablás con el otro que te cuenta que sale a las seis de la mañana, que trabaja todo el día, que llega de laburar arruinado y que lo único que le queda cuando llega a la casa es dormir; y vos lo único que tenés para decir es que disfrutaste el día.

L: Bueno pero ya no somos pendejos de 17 años, ya tenemos 20 y vamos de a poco proyectando lo que queremos hacer.

M: Obvio, yo no estoy diciendo que me encanta tirarme a ver televisión todos los días y dedicarme a disfrutar. A lo que apunto es a que uno vive tan a mil que lo que estás haciendo para un futuro o para el día de mañana lo terminás haciendo sin disfrutarlo. Y termina siendo todo un sacrificio: ir a la facultad, ir a trabajar, dormir para recuperarse.

Lo mismo pasa con la cantidad de gente que te cruzás todos los días y con quien no cruzás ni dos palabras porque están todos en la misma locura. A mí me impresiona ver eso.

P: *¿Esto lo ven, entonces, como un problema?*

M: Sí, igual creo que estamos invadidos de problemas. A lo mejor es una visión bastante negativa, pero veo que estamos llenos de problemas. No sólo los adolescentes sino también los adultos. Lo que pasa es que los adolescentes son más vulnerables.

L: No sé si somos los más vulnerables, porque somos los que más capacidad tenemos para el cambio. Nosotros podemos todavía elegir. Si te ponés a pensar en la gente grande, que es el sostén de una familia, ves que no les queda otra. No tienen otra salida más que seguir andando el mismo camino.

S: Yo veo que estamos mucho más perdidos...

M: Es que la adolescencia de por sí es una etapa vulnerable frente a un montón de aspectos, por algo todos los mensajes que buscan persuadir, como la publicidad, están dirigidos de una manera muy espacial a los adolescentes. De por sí somos vulnerables, porque estamos entre ser un chico y ser un adulto y hacerte cargo de un montón de responsabilidades que antes no las tenías. Cambiás en un montón de cosas, incluso en el cuerpo.

P: *¿Les parece que los medios promueven un tipo de sociedad adolescente?*

M: A mí me da la sensación de que ahora veo mucha mayor cantidad de gente grande queriendo vivir como adolescente. Yo hablo de mi época, porque me da la sensación de que antes una persona a los 21 años no era un adolescente y ahora todavía sí. Ahora recién a esa edad se ponen a pensar qué estudiar o dónde trabajar.

S: Sí, yo veo gente de 28 o 30 años que están en la misma que yo, que tengo 20. Siguen viviendo con sus padres o a lo mejor todavía ni siquiera se recibieron.

M: Es ridículo que pase eso. Obvio que ahora también la expectativa de vida es mucho más larga, pero hoy encontrar gente de treinta años que siga saliendo y considerándose adolescente tiene su costado divertido pero por otro lado me parece que también es hora de que a esa edad ya haya sentado cabeza, ¿entendés?

L: Claro, pero también eso tiene que ver con lo que vos proyectás para tu futuro, porque a lo mejor vos a los 27 años ya te ves casada y con hijos. Yo capaz que a esa edad todavía no sé qué hacer con mi vida. Igualmente para mí una persona que a los treinta años sigue yendo a bailar me parece un huevón o una huevona.

M: A mí no me parece mal que a los 28 años sigas saliendo y te sigas matando de risa....

S: Pero sí tenés que tener responsabilidades a esa edad.

M: Tenés que divertirte como un adulto, y no como un adolescente. Acá yo veo gente de 28 años que aunque labura sigue viviendo con los padres y sigue saliendo como si tuviera 18 años. Veo que la adolescencia está muy extendida.

L: Pero todo depende de la proyección que tenga cada uno. A mí, por ejemplo, me encantaría poder vivir sola a los 27.

M: Lo que pasa es que para que puedas irte a vivir solo necesitás de un laburo en dónde te paguen bien y puedas acceder a mantenerte sin la ayuda de nadie. Incluso si te querés casar, sí o sí necesitás de la ayuda económica de tus padres para poder comprarte algo en donde vivir. Hoy te pagan dos mangos y una mina de nuestra edad, sin título, no puede ganar más de 1000 pesos y hoy con esa plata no hacés nada. Por otro lado, también a los padres les cuesta aceptar la idea de que los hijos algún día se van a tener que ir. A mi mamá la aterra la idea de que nosotros algún día nos vamos a ir de casa y no le gusta nada hablar de eso. Se pone triste. Entonces, son un conjunto de factores que te empujan a quedarte más en tu casa y prolongar la adolescencia.

En un punto estás tranquilo porque, por ejemplo, yo lo veo a mi hermano que se pasó más de tres años viendo qué estudiar y en casa sólo le dijeron que tenía que elegir una carrera sí o sí. Nunca sintió la presión, está más que cómodo en ese sentido.

P: *Veamos ahora qué me pueden decir en relación con la comida...*

L: Yo como de todo pero ahora me estoy cuidando porque había adelgazado pero empecé a engordar.

P: *¿Por qué adelgazaste? ¿Hiciste dieta?*

L: Sí, había empezado una dieta porque no me entraban los jeans.

P: *¿Estás a dieta ahora?*

L: Hago una dieta normal pero como perfecto, como tostadas, como carne, es decir, como mucho pero me cuido. Lo que no como son golosinas o fritos, todas esas cosas riquísimas que te hacen engordar.

P: *¿En este momento estás cómoda con tu cuerpo?*

L: Sí, porque me empezaron a entrar los jeans...(risas). Lo que más me molesta es saber que ya no me entran los jeans.

P: *Ustedes chicas, ¿están a dieta?*

M: No, yo no. Es más, estoy ansiosa entonces me la paso comiendo.

S: Yo no estoy a dieta, simplemente estoy tratando de cuidarme.

M: Yo como mal, toda la vida comí mal. Sólo por épocas como normal, aunque nunca llegué a darme atracones porque mi cabeza no me lo permitió. Pero sí tengo épocas en las que quiero cuidarme y puedo pasarme todo el día sin comer absolutamente nada.

L: Claro, pero vos ya te vas al otro extremo.

M: Sí, yo me voy a la mierda con eso. Pero después tengo épocas en las que como normal.

P: *¿A qué te referís con normal?*

M: Normal es almorzar algo al mediodía y comer algo a la noche. O sea que no hago las cuatro comidas por día, es decir, no tengo una alimentación sana.

P: *¿Con quién comés al mediodía?*

M: Depende, a veces con mi hermano que llega del colegio a esa hora. Lo que pasa es que en casa no le damos tanta importancia a comer todos juntos. Antes, cuando vivíamos con papá comíamos religiosamente todos juntos. Pero con mamá no, ella casi no le da bola al tema de la comida, es capaz de darte a la noche unos fideos que estuvieron por más de cinco días en la heladera. Es un desastre en ese sentido.

El respeto por la comida en algún punto te lo inculcan. Además, yo siempre tuve quilombos con la comida. Eso también te traba y hace que tengas una malísima alimentación.

P: *Vos, Sofía, ¿estás a dieta?*

S: No estoy a dieta estricta, pero estoy tratando de cuidarme. Yo también tengo un tema con el cuerpo, y el hecho de que no me entren los jeans también me influye mucho. Ponele, ahora me entran tres, pero apretados. Lo que hago entonces, es no lavarlos por un mes más o menos para que no se encojan. De esa manera me quedan estirados y los puedo seguir usando. Veo los jeans que tengo en mi placard y no me gusta limitarme a dos, encima estirados. Además yo engordo mucho de cintura, no es parejo el asunto....

P: *¿Las inquieta, en ese sentido, la llegada del verano?*

S: Sí, totalmente, te sentís mucho más presionada...

M: Hay una presión social. No es que uno quiera tener cuerpo de modelo pero en algún punto la modelo tiene linda ropa, que es la ropa que está en las casas y es la ropa que te vas a ir a comprar. Es un prototipo que se arma que no es el natural y no es el común denominador de las mujeres ni de la gente. No digo que el común denominador tengan que ser las minas gorditas, para nada.

S: A mí no me influye tanto eso que vos decís, ¿ves?

M: Bueno, Sofi, porque vos sos una mina re flaquita, que vos no lo puedas distinguir es otra cosa.

S: No, pero a mí no me influye tanto el hecho de que si las modelos son flacas yo tenga que ser flaca, a mí no me molesta.

M: Bueno, pero sí te molesta que si vas a una casa de ropa tengas que pedir tres talles más que el tuyo porque esa casa no tiene el que a vos te queda bien. Eso es lo que hablábamos el otro día. Seguro que la mina que es un esqueleto no tiene problemas, pero sí puede pasarle a una mina que tiene cinco quilos de más. Porque, además, la ropa no tiene bien puestos los talles, cada casa pone el talle que se le canta.

L: Eso es un engaño adrede, porque le cambian los talles a las prendas. Ponele, alguien que tiene talle 30 en algunas casas puede encontrar que es 27 en otras, entonces se pone contenta porque le parece que le quedan mejor esos jeans o la prenda que fuera. Así logran que te vayas contenta y que la próxima vez que tengas que comprar vuelvas por su marca.

M: Bueno, yo tengo tres pantalones de la misma casa con tres talles diferentes, y son los mismos pantalones y los tres me quedan igual.

L: Ponele yo soy un 27 en *Jazmín Chebar* y en *Vitamina*. Pero 27 en *Kosiuko* hace mucho tiempo era una cosa mínima, me entraba en sexto grado.

S: A mí no me parece mal eso, ¿eh?

M: No digas eso porque si vos te vas a comprar un jean y resulta que te tenés que llevar tres talles más, te tengo dos semanas enteras deprimida por eso. ¡Seamos realistas! Si vos estás acostumbrada a comprarte talle 24 en los jeans de *Paula* y resulta que un día vas y te los probás y te das cuenta de que te queda chico y necesitás por lo menos dos talles más, te aseguro que no te vas a sentir bien. Te hace sentir mal, y ni te cuento si es más la diferencia de talles. Y la justificación no la vas a encontrar en que la casa hizo un talle 24 más chico, sino en que estás más gorda y que el jean que tenés en tu casa está estirado.

P: *¿Te agarra bronca con la casa de ropa que no tiene talle o con vos que sentís que estás más gorda?*

S: A mí eso no me influye, ¿eh?

M: A mí la bronca no me agarra contra las casa de ropa sino que me agarra contra mí misma. Pero todo depende de cómo esté yo de la cabeza. Me ha pasado que fui a probarme un pantalón a un negocio y largarme a llorar en el probador porque no me entraban. Después de eso por ahí me quedaba un mes entero sin comer nada...

P: No se si conocen una Ley de Talles que se sancionó el año pasado, que justamente lo que busca es que los comerciantes hagan un “sinceramiento” de los talles...

M: Sí, la conozco...

L: Yo también la conozco y la hemos hablado con las chicas. Todo bien con la Ley, pero si yo soy una casa de ropa y quiero tener un cierto perfil y que sólo cierta gente tenga mi ropa y mi estilo, no voy a hacer talles para gordas. Porque quiero que mi casa sea de estilo europeo, para chicas falcas y largas.

M: Sí, si lo ves desde esa óptica está perfecto. Pero si te pones a pensar, lo que está en juego es la ropa como factor social, que puede influenciar de modo negativo en la vida de las personas. Quiero decir, mediante la ropa podés generar un problema social muy importante, como los trastornos en la concepción del físico que pueden llevarte a cualquier cosa. Porque una cosa es que una chica diga que se quiere cuidar pero también hay casos graves de chicas que terminan locas, muriéndose o suicidándose.

L: Bueno, pero pensá que vos estás hablando desde el lugar de una persona que lo sufrió terriblemente...

M: Sí, totalmente...

L: Pero a una persona que lo único que le preocupa es su negocio y que la verdad es que no está pensando en las problemáticas psíquicas y físicas que puede llegar a tener una chica, no pone en juego si está bien o esta mal lo que hace con los talles

M: Obvio, yo no estoy diciendo que el negocio esté mal...

L: Influyen porque está el otro que de alguna manera lo sufre, pero no es que *Vitamina* tiene la culpa de algo... En relación con esto que vos decís de que te cambian los talles: ¿fuiste alguna vez a una casa en donde te pasó?

M: Sí, en *Cuesta Blanca*, de ahí tengo casi todos mis jeans y son todos de talles diferentes: 22, 24 y 26. Todos me quedan igual.

S: Pero, Mer, capaz son distintos modelos...

M: Sí, pero son todos iguales de tamaño, a eso voy, ¿entendés? Aparte no hace falta que te lo diga yo, por algo pusieron esta Ley. Es obvio que están mal tallados, no es que soy yo la única que me doy cuenta.

S: Bueno, la verdad es que a mí eso no me influye para nada...

M: Te puede influir como no, igual yo creo que esto es algo muy subjetivo, que tiene que ver con la relación que tiene cada uno con su cuerpo. Hay gente a la que le influye más y otra a la que le influye menos. A cada uno se le manifiesta por donde puede y

hace lo que puede con eso. También hay gente como vos que engorda y decide cuidarse como hay otra que decide no salir por tres meses.

L: Obvio, pero no me parece que las casas de ropa sean el detonante de estos trastornos...

M: No digo que sean el detonante sino que influyen y bastante...

L: Pero influyen en la gente que ya está trastornada...

M: Obvio, no te va a influir si no tenés ningún tipo de problema.

L: Bueno, ahí está el tema. Yo creo que influye si ya sos una persona trastornada. Pero si sos una persona totalmente tranquila a la que el tema del físico ni le afecta, no pasa nada.

M: Más vale que sí. Yo no digo que las casas de ropa crean anoréxicas, pero digo que son un factor que potencia determinadas conductas en gente que ya tiene trastornos. Si vos sos una mina a la que no le importa tener dos kilos de más y tampoco te importa tener que comprarte tres talles más cuando vas a una casa de ropa, me parece bárbaro. Hay mucha gente que es así, como también hay mucha gente a la que sí le influye. Si tenés un mínimo de debilidad, no te favorece en lo absoluto. A eso apunto yo.

L: No, obvio.

P: *¿Creen que hay modelo de belleza instalado a nivel social? ¿Cómo piensan que influyen en las conductas de la población?*

M: El tema de las modelos, para mí, es copia de las modelos europeas que son largas y mucho más flaquita. Y, para mí, sí influye pero no porque uno diga conscientemente que quiere parecerse a Nicole Neuman, por ejemplo. Creo que son contadas las personas que te pueden llegar a decir semejante boludez. No es que te quieras parecer a la modelo, pero tal vez le viste puesto algo que te copó y lo primero que pensás es que ni en pedo te va a quedar así a vos. Esto no implica que seas una chica con problemas porque una mina normal también te lo puede decir. De hecho, es más probable que lo digas si no tenés problemas, porque sos más conciente de tu imagen que una mina con problemas. Por ahí, una mina trastocada te va a decir cualquier disparate. Pero te vuelvo a repetir, para mí es completamente influyente, sin que necesariamente te quieras parecer a alguien, ¿entendés?

P: *Sí, vos querés decir que no es un proceso que uno haga conscientemente.*

M: Claro, porque si vos ves a una modelo desfilando alguna ropa lo primero que te entra en la cabeza es esa imagen. Y cuando vos te vayás a probar esas mismas prendas obviamente que va a diferir muchísimo como te quede. Eso puede como no influir.

P: Pero yo apuntaba más a modelos que tienden a imponer un estilo de belleza o estética, más que a la persona que se desempeña profesionalmente como modelo.

M: Sí, yo creo que también influyen. Sino de quién surgió el corte de pelo rebajado y con flequillo. No surgió de la señora que vende verduras en la esquina, salió de otro lado.

S: Sí, esas cosas influyen, pero para mí no es para mal. Que todas las chicas tengan el mismo corte de pelo no me parece que esté mal.

L: Pero pensá que nosotras pertenecemos a una clase media y somos las que consumimos. Si vos vas a Ciudad Universitaria te vas a encontrar un montón de gente que no va a tener ese mismo corte de pelo del que estás hablando.

S: Sí, totalmente...

M: Yo creo que todo eso tiene que ver con las modas y las tendencias, pero esas modas las promueve alguien. ¿Y quién las promueve?: los medios, los modelos, las casas de ropa; todo lo que tiene que ver con eso. Yo digo que todo esto influencia a las chicas pero no quiero decir que sea siempre para mal. De hecho las marcas las usa todo el mundo por algo...

P: ¿Compran guiándose por la marca?

M: Yo no soy muy “marquera”...

S: Ponele, ahora estan muy de moda los jeans de *Jazmín Chebar* y a mí, la verdad, es que esa marca no me queda bien. No me compro ahí sino en el lugar donde me quedan bien.

M: Sí, yo soy más partidaria de eso...

L: Bueno, pero no deja de ser marca...

S: Sí, es marca, pero me compro ropa de la marca que me queda bien. Si me queda mal no me compro nada.

L: Bueno, yo las zapatillas las compro sólo de marca. Tienen que ser *All Star*. En jeans y zapatillas son las dos cosas en las que busco marca.

M: Lo que pasa es que si te comprás zapatillas berretas se nota mucho.

P: ¿Qué saben sobre la *Bulimia* y la *Anorexia*? ¿Qué fuente fue la que les brindó mayor información acerca de estas enfermedades?

L: Yo creo que el colegio...

M: Sí, el colegio.

S: El colegio y también me hizo conocer más sobre estas enfermedades el hecho de haber tenido casos cercanos de gente que las sufrió,

M: Últimamente están muy promovidas, es como que se dio una moda por el hecho de que murió una modelo en Uruguay. Pero hablan en los medios sin informar casi nada. Para mí no toman seriamente el problema. Igual, trataron de resurgir este tema pero en seguida decayó y ya no siguieron tratándolo. Creo que lo superaron otros temas.

L: Sí, el aborto, la política...en fin, lo mismo de siempre.

### **12.3. Entrevistas a voces autorizadas**

#### **Entrevista a Guillermo Flaherty, médico cirujano, presidente de la Sociedad Argentina de Cirugía Plástica**

Pregunta: *Como cirujano plástico, ¿qué puede decirnos sobre la cirugía en general y cuál es el fin último al que esta apunta?*

Respuesta: La cirugía es la especialidad que trata sobre la forma y tiene tres enfoques. Estos son la cirugía plástica, la reconstructiva y la estética. La plástica es aquella que trata las alteraciones de la forma, la reconstructiva es la que reconstruye la forma y la estética es la que mejora un rasgo normalmente no agradable. La plástica, por ejemplo, trabaja sobre las quemaduras de la piel que son una alteración de la forma. La reconstructiva es la que va a reconstruir la pérdida de la forma, por ejemplo, una mujer a la que se le saca el pecho y tiene una alteración de su anatomía. En este caso la cirugía reconstruye la forma perdida. Otro ejemplo puede ser alguien que perdió parte de su cuerpo al extraérsele algún tumor. Finalmente está la cirugía estética, a la que generalmente acuden las personas que no están conformes con su anatomía porque los cánones de la época hacen que a la persona no le guste alguna parte de su cuerpo. De esta manera el individuo busca el mejoramiento de la forma. En este sentido tiene una gran influencia la imagen que promueve la sociedad.

La estética tiene un gran componente subjetivo, porque es la necesidad del individuo de modificar su anatomía porque no se ve agradable. Ahí es cuando el cirujano plástico tiene que de alguna manera hacer un filtro. Es decir, uno como médico tiene que evaluar si lo que el paciente le solicita puede transformarse en algo objetivo. Por ejemplo, si una paciente me pide que le opere la nariz porque está obsesionada con ella (subjetivo), yo como médico tengo que determinar si efectivamente tiene una nariz grande y si el cambio es realizable. Porque también puede pasar que la mujer tenga una nariz perfecta

y la problemática en ese caso sea de orden psicológico. Cuando nosotros lo llevamos al plano objetivo y vemos que es una nariz perfecta entonces lo que la paciente pide no es objetivamente realizable. Eso es lo que tiene que hacer el cirujano. Pero ¿por qué? Porque en este trabajo nos encontramos con muchas patologías mentales, tal es así que nosotros ya hablamos de “dismorfofobia”. Esto es el miedo a tener una alteración de la forma. Este es un síndrome psicopatológico muy importante y el que lo tiene está obsesionado con su forma y haga lo que haga nunca va a quedar conforme. Esto es una alteración mental y es importante saber que a esos pacientes no los tenés que tratar porque el paciente viene a verte porque se ve mal y eso no tiene que ver con el exterior sino con el interior de la persona. Por eso nunca vamos a poder solucionarle el problema.

P: *¿Qué relación guardan estas dismorfofobias con la Anorexia o la Bulimia?*

R: Esta cuestión se relaciona directamente con la Anorexia porque ésta es una enfermedad mental. La paciente anoréxica necesita verse delgada aunque sea súper flaca. La Anorexia es una dismorfofobia que hay que detectar y tratar psicológicamente. Si una paciente anoréxica me viene a pedir una lipoaspiración yo no la puedo tratar sino que la tengo que derivar al psiquiatra.

Frente a los casos de chicas con Bulimia y Anorexia uno tiene que saber diferenciar cómo influye la forma y cómo influye la enfermedad mental. No toda chica influenciada por el medio va a desarrollar una anorexia ni toda anoréxica tiene una absoluta influencia del medio. Es decir, se tienen que dar una serie de circunstancias.

La Anorexia y la Bulimia, que ahora están tan de moda, existen desde hace muchísimo tiempo. Lo que pasa es que antes pasaban mucho más desapercibidas. Lo mismo que ocurre con el ataque de pánico que ahora está tan de moda. Esta patología existió siempre pero se tapaba con otros temas o no se la reconocía.

P: *Según su criterio ¿cuál es el papel que les corresponde a los medios de comunicación en este sentido?*

R: Para empezar, yo creo que los medios de comunicación son nocivos en muchos aspectos pero también pueden ser beneficiosos. Lo bueno de ellos es que la gran difusión que le han dado a los trastornos alimentarios ha generado que la gente se interiorice en estos temas y conozca más al respecto. Pero esa mayor difusión no indica que estas enfermedades hayan aumentado sino simplemente que se sabe más sobre ellas y se reconoce mucha más gente portadora de ese síndrome que antes pasaba desapercibida.

Pero, en este sentido, no hay que dejar de considerar que los medios de comunicación modifican conductas, crean conductas, establecen pautas sociales y hacen que hoy en día las imagen esté determinada por ellos. Entonces si vos hoy no sos flaca y de ojos celestes, a lo mejor no sos una triunfadora en la vida. Y esto tiene mucho que ver con el tema de la globalización, es decir, no es un problema que tenga sólo un grupo. Hoy vos consumís la misma marca de pantalón que alguien en Hong Kong. Si vos ves una foto de un subte no podés diferenciar si es de Japón, Estados Unidos o Buenos Aires, salvo por algunos rasgos faciales. En general las sociedades de hoy son muy parejas y eso es resultado de la globalización. Es decir, se imponen los mismos cánones y las mismas modas en todo el mundo. Y la moda es la que muchas veces empuja a la persona a las cirugías en la búsqueda por adaptarse a esos nuevos parámetros.

Un caso concreto y real de cómo influye la sociedad en las pautas que conducen a una operación es el tema mamario. En este momento se ha impuesto en Estados Unidos lo que se conoce como la imagen *Baywatch*. A partir de la serie de televisión y de la protagonista, Pamela Anderson, se originó una necesidad en las mujeres de tener las mamas más grandes y más redondas. Esto indica claramente la influencia de los medios de comunicación. Te doy otro ejemplo: en la década del 70' existía una modelo que se llamaba Twiggy que era una mujer absolutamente chata de busto y en aquella época las mujeres iban al cirujano plástico a sacarse pechos porque eso era lo que estaba de moda.

P: *¿Las modas las imponen los medios o sólo las reproducen?*

R: Yo te diría que en este momento hay gente que marca las tendencias pero porqué se marcan no te lo puedo decir. Lo que es seguro es que aquello que se marca es lo que va a influir en la moda. La sociedad se ve influida por los marcadores de tendencia.

En este momento, lamentablemente, los grandes consorcios invierten en cosas que sean de gran repercusión pública, de gran demanda y de fácil recambio. Y esto ocurre en todos los aspectos. Por ejemplo, si vos te comprás una computadora sabés que en dos años cuando vayas a comprar repuestos no los vas a encontrar porque los mismos fabricantes están creando la necesidad para el fácil recambio. En la moda pasa lo mismo, si vos te fijás hace unos cuantos años atrás las grandes casas de ropa tenían una línea de vestidos determinada que era la misma a través del tiempo. El automóvil *Falcon* era una línea que se mantenía a través del tiempo, con ciertas modificaciones, pero se mantenía. En cambio ahora los productos se van haciendo diferentes para crear una necesidad de mercado, es decir, para que la gente no use más lo que tiene y se compre otro nuevo. Esas son las tendencias y hay gente que estudia el entorno para ver

cómo se van marcando las tendencias y cómo se va cambiando el medio. Es el medio el que nos crea a nosotros la necesidad.

Yo, como cirujano plástico, veo esto con absoluta lástima, porque el cirujano plástico se caracterizó por ser un artífice, un artesano. Nosotros tenemos un arte en nuestras manos y tenemos un pensamiento desarrollado para hacer frente a lo que pide el paciente. Lamentablemente hoy los grandes consorcios están invirtiendo mucha plata en la cirugía plástica y están creando materiales que son de fácil recambio y de gran venta, como los inyectables y los hilos quirúrgicos. Ellos son los que crean la necesidad en la gente y como tienen mucha plata invierten en los medios y en la publicidad. Te voy a poner un ejemplo: *Botox*. Esta es una marca que invierte mucho dinero en publicidad, de tal manera que todo el mundo lee en las revistas sobre las bondades y la efectividad del *Botox*. Entonces la gente me viene a pedir a mí que se lo coloque. Y aunque yo no estoy convencido de que ese producto sea bueno debo aplicarlo para hacer frente a la fuerte demanda de mis pacientes. De esa manera yo también estoy generando la necesidad de *Botox* en el individuo. Entonces, la labor del cirujano no sólo depende de su criterio quirúrgico sino de la influencia del medio. Esto es lo mismo que si vos ponés un quiosco y viene alguien y te pide bolitas plateaditas que vos no vendés. Le decís “no tengo”, pero si vienen tres o cuatro más y te perdés la venta, ¿qué hacés? Llamás al proveedor de las bolitas para que te las traiga y a partir de ahí las empezás a vender. Esto ocurre de igual manera en la medicina. Lo que hacemos nosotros frente a esto es reunirnos en sociedades de profesionales con el objetivo de evaluar en conjunto que lo que el medio te quiera vender sea factible, sea bueno, tenga durabilidad, sea reproducible y sea inocuo para el paciente. Porque los consorcios te venden el producto pero puede pasar que a la larga falle. Por supuesto que ellos también ponen a prueba los productos pero lo más importante entre sus objetivos es vender. Por eso nosotros, como sociedades de cirugía tenemos que evaluar que eso que se aplica es bueno.

Pero la cuestión de los medios va todavía más allá. Sí, por ejemplo, prendés el televisor a la noche vas a encontrar que en cinco o seis canales hay cirujanos plásticos hablando de cirugía. Cuando veo esto me pregunto ¿esto pasa porque existe una necesidad en la gente o porque simplemente se compra el espacio? Porque todo el mundo sabe que por \$1600 podés tener un espacio en un programa de televisión. Te digo esto porque quiero marcarte la corrupción que hay en los medios de comunicación. Los medios permiten que alguien salga al aire sólo porque pagó el espacio y no les interesa que esa persona sea un experto en su materia y tenga un conocimiento acabado de lo que está diciendo.

Esa es la corrupción de los medios de comunicación que permite que un recién recibido salga al aire a decir lo que quiere a cambio de \$1600. Hay que tener mucho cuidado con esto porque esa persona que sale al aire puede ejercer una mala influencia sobre quien la está escuchando.

*P: De alguna manera usted está denunciando una falta de ética en la labor de los medios...*

*R: Sí, totalmente. Para mí la ética queda perfectamente definida por una frase anónima que dice que ética es hacer lo que se debe y no lo que se quiere. El médico tiene que tener ética para desempeñarse en su trabajo pero también los medios de comunicación deben tener ética, no pueden hacer lo que ellos quieren. La ética es lo que tiene que primar en todas las profesiones. Ese es el camino para que la sociedad crezca y ande bien, de lo contrario termina siendo una sociedad caótica.*

*P: Las personas que se someten a cirugías estéticas ¿siguen siendo en su mayoría mujeres o esta tendencia está cambiando?*

*R: No, yo te diría que el gran cliente de la cirugía estética sigue siendo la mujer pero tenemos cada vez más pacientes hombres que consultan por lo mismo. Yo te diría que hoy en día la nariz reúne el 50% de las consultas. Aunque, en proporción, la operación de nariz bajó. Antiguamente era una de las más comunes que se hacían.*

*Si yo estableciera un ranking de operaciones, las más realizadas son las que tienen que ver con el pecho y con el contorno corporal, es decir, la lipoaspiración. Después le sigue el envejecimiento facial, es decir, todo lo que tenga que ver con las arrugas de la cara y las de párpados. Después sigue la nariz que ahora no es tan frecuente como antes porque ya la imagen de la nariz no importa tanto, no hay un estereotipo de la nariz por eso la gente no tiene tanto problema con esa parte de la cara.*

*P: ¿Existe algún estereotipo corporal?*

*R: El estereotipo es el del cuerpo marcado en sus contornos, la cola parada, la cintura marcada, una cadera estrecha, el pecho grande. Ese es el estereotipo que busca la mujer. Pero volviendo a la diferencia entre el hombre y la mujer, lo que está cambiando no es la cirugía plástica, no hay más hombres que se quieren operar. Lo que pasa es que cambió el concepto de la sociedad. Si vos te trasladás cincuenta años atrás descubrís que en esa sociedad los roles estaban muy marcados. El hombre era el padre de familia que salía a trabajar y la mujer era la que se dedicaba a la casa y a los chicos. Podía tener vida social pero era muy limitada. El hombre podía tener una aventura amorosa e incluso estaba permitido que la tuviera, pero no se le podía ocurrir a nadie que la mujer*

fuera la que tuviera algún amorío. Una mujer que fracasaba en su matrimonio y quedaba sola debía afrontar la marginación por parte de la sociedad. Entonces la mujer tenía que aceptar ciertas cosas porque no podía salir de ese rol y tampoco el hombre podía salirse de ese rol de macho que tenía impuesto. Hoy las cosas cambiaron, la mujer participa en conjunto con el hombre en el mantenimiento de la casa y en el cuidado de los hijos. Pero hoy las cosas cambiaron y entre ellas el rol femenino y el masculino. Y acá entra nuevamente el capítulo de la estética y aparece este nuevo título para la figura masculina que es el de “metrosexual”, el tipo que se pone crema, que se cuida el pelo, que hace gimnasia, etc. Y todas estas personas buscan también un mejoramiento desde la cirugía, porque no quieren verse viejos.

P: *¿Cuáles son las operaciones más requeridas por los hombres?*

R: Las operaciones que más buscan los hombres son las de nariz, en primer lugar, después la de párpados y por último la lipoaspiración del famoso “salvavidas” que les aparece en la panza. Esta última es muy común entre los hombres de cuarenta años que quieren mantenerse bien. Ahora se ha abierto un enorme capítulo que es el del pelo, existe una gran cantidad de hombres que se hacen injertos de pelo porque no les gusta verse pelados.

Esto en cuanto a las operaciones, pero en relación con los métodos de cirugía estética el relleno es el más pedido. Relleno de todo lo que sean arrugas o marcas de expresión de la cara.

P: *¿Bajó la edad de los pacientes que lo consultan?*

R: Bajó la edad de los pacientes porque la sociedad está cambiando y hoy en día el consumo social está focalizado en el mundo adolescente. Entonces los grandes consorcios ponen plata en el estímulo del consumo del adolescente. De esta manera se crean las necesidades del adolescente. Y esto se hace a través de los marcadores de tendencias que están subvencionados económicamente por los grandes consorcios. El hecho de que se haga del adolescente un gran consumista crea la necesidad de que tenga que verse mejor.

P: *Y, a su vez, que los adultos quieran parecerse a los jóvenes...*

R: Exactamente. Porque hoy es el adolescente el que maneja el mundo. Esta tendencia es la que se ve reflejada en las consultas que vienen a hacerme las chicas jóvenes, para que les realice algún implante o les haga alguna lipoaspiración. La mayoría de las veces vienen solas a la consulta pero muchas otras vienen inducidas por las madres, que es peor.

Pero ningún método quirúrgico estético, a no ser que tenga una indicación médica precisa, se debe hacer en una persona que no ha cumplido el desarrollo sexual. No se debe operar a nadie que no haya superado el desarrollo que se da recién a los 18 años. Ahí uno tiene que valorar y pensar si lo que el paciente te pide es realizable o no. Sólo se puede operar antes de esa edad si existe una indicación médica previa, por ejemplo, si hay una chica que manifiesta un desarrollo excepcional de sus mamas o de su grasa corporal y esto le puede ocasionar un mal psicológico grave. En estos casos puntuales es el mismo psicólogo quien nos pide que realicemos esa intervención pero por una cuestión de salud mental.

P: *Estas tendencias estéticas de las que hablé, ¿las observa sólo a nivel nacional o son de carácter internacional?*

R: Nosotros siempre copiamos y esto que te dije no es algo que ocurra sólo acá sino que es un fenómeno mundial. Esto que nosotros vivimos acá es algo que pasa en todo el mundo.

P: *¿Cómo participan los medios en esta transformación cultural?*

R: Es importante hablar de la influencia que tienen los medios de comunicación en todo esto, por eso te voy a hablar un poquito de cine. A mí me encanta ver mucho cine, aunque sea por televisión, porque el cine te marca lo que está pasando en cierto lugar y en cierto momento. El otro día enganché por tele una película china, y ahí pude ver que la sociedad de consumo es igual que acá. A pesar de que ellos han tenido una revolución cultural devastadora, los medios de comunicación han sido tan fuertes y los grandes consorcios económicos han influido tanto que han logrado cambiar su cultura. Uno siempre tiene la imagen de China como una sociedad diferente, pero con esa película te das cuenta de que no se diferencian en nada de nosotros. Los medios crean una tendencia y junto con ella una manera nueva de pensar. Por eso es importante que uno como receptor esté capacitado de alguna manera para poder discernir entre lo bueno y lo malo. El cine junto con la televisión son los grandes factores del cambio cultural. Pensar que hace mucho tiempo atrás nosotros nos enteramos que se había terminado la guerra porque nos informó la prensa escrita. Hoy en día vos estás sentado en el living de tu casa y por la televisión podés ver cómo se arrojan misiles en Bagdad. Estas cosas son las que hacen que uno esté absolutamente expuesto a que cualquiera te venda cualquier cosa.

P: *También lo insensibilizan a uno frente a algunos temas...*

R: Puede ser, pero ese es el mecanismo de defensa que pone en práctica el individuo frente a este tipo de atrocidades. Pero a lo mejor el individuo que ve en la tele con total naturalidad cientos de cadáveres tirados en el piso por la explosión de un autobomba, se conmueve cuando le avisan que mataron al quiosquero de la esquina al intentar asaltarlo. Porque esa es la muerte real, es la muerte que tiene cerca y es la muerte de un conocido. Y esa muerte no se acepta, no se metaboliza y te horroriza. La otra es una muerte de ficción. Y eso es lo que te da el cine. El cine te da la posibilidad de entrar en un juego ficcional en donde vos sos el protagonista. Cuando vas al cine, en términos psicoanalíticos, hacés la introyección y la introspección. Te proyectás en el personaje y lo introspectás, por eso jugás.

P: *Teniendo en cuenta lo expresado hasta el momento, ¿cuál es la influencia de los medios de comunicación en la Bulimia y la Anorexia?*

R: Yo te diría que es mucha, más bien te afirmo que la Bulimia y la Anorexia son enfermedades mentales que están influidas por la sociedad y por los medios de comunicación. Las personas que padecen estos trastornos son exponentes de una sociedad enferma, son chicas que buscan la forma pero en realidad lo que están gritando es que la sociedad está enferma. Una sociedad absolutamente enferma de violencia donde se perdieron muchos de los roles que marcaban límites. Son sociedades demasiados competitivas.

### **Entrevista a Verónica Gobbeé, Licenciada en Nutrición, integrante del equipo de Anorexia y Bulimia del Centro Oro<sup>82</sup>.**

Pregunta: *¿En dónde trabajás y cuáles son tus tareas diarias?*

Respuesta: Trabajo en el *Centro Oro*, en el equipo de Anorexia y Bulimia. Ahora soy acompañante terapéutica de una chica con Anorexia. Lo que hago es acompañarla en las comidas: en el almuerzo, la merienda y la cena. Mientras ella come yo le charlo y trato de generar un ambiente agradable aunque a veces la situación en la casa no me ayuda mucho. La hermana, por ejemplo, también tiene problemas de alimentación.

Con este trabajo muchas veces oficio de psicóloga, porque es mi deber atender a los problemas de mi paciente e intentar hacerle ver cuales son las soluciones posibles. Hay que tener en cuenta que la persona canaliza todo a través de la comida, este es el medio

---

<sup>82</sup> El *Centro Oro* es una institución abocada a la docencia, prevención y tratamiento en Salud Mental.

más fácil para expresar sus emociones y hacer una llamado de atención. Es una tarea muy delicada y sumamente compleja porque cada persona tiene su manera propia de reaccionar frente a determinadas situaciones. Por ejemplo, a veces pasa que esta paciente se enoja por algún motivo que yo desconozco y toma la decisión de no comer en todo el día.

P: *¿Cómo actuás frente a esas situaciones?*

R: Trato de hablarle y desviar la conversación hacia otros temas. Intento no hablar sobre la comida sino descubrir qué emociones son las que está ocultando a través de la comida.

P: *¿Cómo influyen las relaciones familiares en los trastornos alimentarios?*

R: Generalmente las personas con Anorexia y Bulimia siempre tienen un problema familiar de base. Son familias muy estrictas o muy exitosas a nivel laboral, con un alto nivel de exigencia y en donde se rinde un importante culto al físico.

Por lo general, cuando uno observa a los padres de pacientes enfermas puede entender de dónde viene la enfermedad. Por eso la terapia se hace a nivel familiar, para evaluar la problemática del ambiente, es decir, no sólo el problema de la chica sino el del ambiente en el que se encuentra inserta.

De todas formas hay que establecer una distinción entre Bulimia y Anorexia porque implican conductas diferentes en el individuo. Al bulímico le gusta la vida en sociedad y come frente a otras personas pero después de hacerlo se despierta en él un sentimiento de culpa que lo conduce al vómito. El anoréxico, por el contrario, es antisocial y su vida gira en torno a la comida.

P: *¿Qué otros factores, además del familiar, influyen en la Bulimia y la Anorexia?*

R: Generalmente el factor familiar está ligado al factor social, porque las pacientes son hijas de mujeres que están influenciadas por los medios y la publicidad. También ocurre que las pacientes tienen padres muy exitosos en lo laboral y lo profesional que quieren que sus hijas sigan su ejemplo y muestren determinada imagen frente a la sociedad.

P: *¿Por qué motivo la persona canaliza sus angustias y presiones en la comida y no en otras conductas?*

R: Porque la comida es algo que se puede masticar, retorcer, tirar y vomitar; es decir, es algo que uno puede manipular a sus anchas. Y en esto tiene mucho que ver el lugar que ocupa la comida en el ambiente familiar. Hay familias que se sientan a comer y que durante el transcurso de la comida expresan su mal humor y cuentan los problemas laborales. De esta manera se va criando al chico en un ambiente en el que la comida se

asocia a un momento desagradable. Esto crea un hábito perjudicial en los chicos porque con el tiempo la persona sólo va a encontrar en la comida un lugar en donde canalizar inquietudes y angustias.

Aunque no lo creas existen muchos casos de Anorexia en bebés, que están en un estado crítico y no quieren vivir más entonces expresan este sentimiento a través de la comida. En realidad, este sentimiento es común a todos los enfermos, no quieren vivir y la forma más práctica de expresarlo es no comiendo.

P: *¿Una persona que padece trastornos alimentarios, está buscando su muerte?*

R: Inconscientemente la persona está teniendo conductas autodestructivas. El anoréxico es más propenso a tener conductas suicidas en comparación con el bulímico y tienen mayor riesgo de muerte porque la disminución del potasio puede conducir a arritmias cardíacas o a un infarto.

P: *¿Son curables estas enfermedades?*

R: Yo creo que sí, pero la curación es un proceso que lleva mucho tiempo. Es necesario realizar un buen tratamiento psicológico, aprender a ver la comida desde otro lugar como así también intentar cambiar el ambiente en donde está inserta la persona afectada. La terapia es importante porque allí la persona descarga sus tensiones y se libera de las exigencias y la presión. La idea es que no se sienta culpable por sus conductas y que no tenga comportamientos tan masoquistas con su propio cuerpo.

El tratamiento siempre tiene que ser grupal porque hay que intentar cambiar el ambiente para lograr que la comida sea un momento de gratificación para todos. Sería bueno que la comida volviera a ocupar el lugar que ocupaba antes. Hace un tiempo atrás la madre concinaba para todos y los hijos participaban en la elaboración de la comida. La comida era una celebración, en cambio ahora que los tiempos son más rápidos es más difícil que la familia se pueda reunir en la mesa.

P: *¿Este tipo de sociedades han generado que aumenten los casos de Bulimia y Anorexia o es sólo que ahora estas enfermedades se conocen más?*

R: Yo creo que han aumentado, pensá que hoy existen chicas de 12 años anoréxicas. En esto pesa mucho la cuestión de los medios de comunicación. Hoy una chica pasa muchísimo tiempo frente al televisor y es allí en donde ve publicidades que le dicen que siendo flaca se puede casar, tener el hombre ideal o conseguir el mejor trabajo. Incluso la obesidad se considera un factor totalmente negativo en muchos trabajos, la gente gorda es muy discriminada. Nuestra sociedad vive mucho en los extremos, entre la

gordura y la anorexia. Así es muy difícil que las personas logren encontrar un equilibrio, más cuando los medios ayudan para generar esos desequilibrios.

P: *Tanto los medios de comunicación como la publicidad, ¿pueden ser considerados factores influyentes en la Bulimia y la Anorexia?*

R: Sí, son factores que influyen y van acompañados con el factor familiar. Es decir, influyen si el chico no tiene una buena contención y están insertos en un ambiente en donde ser delgado es sinónimo de éxito. Si una persona está equilibrada emocionalmente se preocupa más por la salud de su cuerpo que por la estética. Si la persona está bien consigo misma y tiene la autoestima alta, es más difícil que se deje llevar por los dictados de la sociedad. Pero cuando la persona está mal consigo misma y su autoestima está baja, es más fácil que canalice sus sentimientos a través de la comida porque es el medio más fácil y tangible en donde puede hacerlo.

P: *¿Cuáles son las inquietudes más comunes de las adolescentes que te consultan?*

R: La mayoría de las chicas jóvenes me consultan porque necesitan dietas para bajar de peso, aún cuando su masa corporal es correcta.

P: *¿Qué respuesta das antes esos casos?*

R: Depende de los casos, porque cada chica es un mundo aparte. Pero lo importante es tratar de hacerle ver a la persona que su grasa está localizada en alguna parte del cuerpo pero que no por eso tiene que verse gorda en su totalidad. Hay que tratar de ver cómo bajar esa grasa a través de ejercicios o a través de una buena alimentación. Porque en realidad la dieta está más ligada a una patología de base: una gastritis o un posoperatorio, por ejemplo. Para las personas que no tienen estas patologías lo correcto no es hablar de dietas sino de un correcto plan de alimentación, y ello implica aprender a comer bien. Obviamente que existen nutricionistas que dan dietas para todo, pero esto es como la psicología, cada uno tiene su propia escuela.

Pero lo que yo trato siempre de hacerle entender a las chicas es que no se trata de dietas sino de llevar adelante un buen plan de alimentación que les enseñe a comer bien y sanamente. Es importante que entiendan que el cuerpo necesita hidratos de carbono, proteínas, grasas, minerales y que todo tiene que ir en determinadas cantidades sin caer en los extremos. Es fundamental lograr un equilibrio en este sentido y ser consciente de lo que uno come y aprender a disfrutar la comida. En la sociedad en la que vivimos hoy todo se hace muy rápido y se hace difícil disfrutar una comida. Esto tiene que ver con lo que decíamos antes, en otra época las comidas tenían una larga elaboración y todo era

casero. Hoy todo eso se perdió, todo está industrializado y la comida no se disfruta de la misma manera. La gente come por una obligación o para marcar un horario.

P: *¿Cómo definirías el modelo estético-corporal que existe hoy a nivel social?*

R: La Argentina es uno de los países con más alto grado de Anorexia y Bulimia y lo que yo veo es que en otros países una persona baja de peso por una cuestión de salud: por miedo a tener un infarto o para prevenir enfermedades cardiovasculares. Acá las personas bajan de peso por una cuestión de estética y la cuestión de la salud no está ni pensada. En esto tiene mucho que ver la inseguridad del argentino que busca bajar de peso para que lo quieran más o para sentirse más aceptado por el otro. Ahí afectan los medios y la publicidad porque promueven esa inseguridad en las personas al comunicar que si no sos flaco nadie te va a querer. Además, el argentino es mucho más estricto con su físico en comparación con otros países, sobre todo las mujeres. No es bueno estar preocupándose las 24 horas del día por el físico, como pasa acá, pero tampoco es correcto dejarse estar y no hacer nada por el cuerpo, como la mujer americana que se la pasa comiendo y viendo televisión y sólo camina para ir a la facultad. No son buenos ninguno de los dos extremos, en este sentido, lo importante es tratar de lograr un equilibrio y hacérselo comprender a las personas.

El argentino sólo quiere bajar de peso por una cuestión estética. Y esto ocurre también entre los hombres. Hoy existe una patología que se denomina “síndrome adonis”, que son comúnmente llamados “metrosexuales”, a los que les importa mucho su apariencia física y se someten a todo tipo de prácticas para cuidarla. Ese síndrome no es común en otras partes del mundo y acá es totalmente normal.

Volviendo a la pregunta inicial, el modelo que existe hoy es el del cuerpo flaco que hace hincapié en la estética pero no en la salud. Bajar de peso no está asociado a una mejora en la salud, sino que implica ser más linda o tener mejores posibilidades de conseguir un pareja, etc. Este es el modelo que se propone desde la sociedad y desde los medios. Este es un país donde se hace mucho culto a la estética, no es que esté en desacuerdo con esto pero cuando esto afecta a la parte psicológica de la persona y la autoestima se liga a una cuestión estética, se convierte en algo insano.

P: *Este modelo estético que se promueve desde la sociedad y los medios de comunicación, ¿influye en la Anorexia y la Bulimia?*

R: Sí, porque la persona intenta copiarlo. Pero esto no es algo que tenga lugar de un día para el otro sino que implica un largo proceso que empieza con el deseo de bajar de peso que desemboca en una dieta o en un excesivo ejercicio físico. Luego la persona

empieza a tener conductas antisociales, por ejemplo, deja de ir a las fiestas o cumpleaños porque sabe que si lo hace se va a tentar con la comida. Por otro lado, la gente que la rodea la va a felicitar porque bajó de peso entonces siente eso como una gratificación y como una forma de lograr la aceptación de su grupo. De esta manera la delgadez se convierte en una obsesión para la persona que quiere bajar cada vez más de peso hasta llegar a un extremo peligroso que puede derivar en una Anorexia o en la Bulimia. Pero en todo esto tiene mucho que ver lo que dijimos antes, cómo está esa persona a nivel psicológico, cómo tiene la autoestima, qué tipo de familia tiene y en qué ambiente se mueve y, por otro lado, los medios de comunicación y la publicidad.

Pero pueden ser varios los factores que detonen este tipo de trastornos en una chica. Puede ser una persona que sufrió mucho en algún punto de su vida por algún motivo particular y decide ir muriéndose lentamente; también existen casos de Anorexia en clases sociales altas en donde el mundo donde se mueven está muy ligado al tema de bajar de peso o a las cirugías. Por eso hay que evaluar de dónde proviene esa enfermedad. También tenés Anorexia en clases sociales bajas, en donde la chica decide bajar de peso para poder integrarse en una sociedad o en una clase social alta en donde el éxito se mide por lo estético.

*P: De modo que los trastornos alimentarios no son propios de una única clase social...*

*R:* En nuestro país encontrás estas enfermedades en todos lados, aunque se encuentran en mayor medida en las clases altas.

*P: ¿Cuál es el tratamiento común que reciben las personas que padecen estas enfermedades?*

*R:* Depende del caso, pero lo ideal es que se realice un tratamiento con su familia y que los padres de la persona afectada se integren a un grupo de tratamiento integrado por otros padres con el mismo problema. Porque, por lo general, estos padres niegan mucho la enfermedad porque son personas muy exitosas en sus vidas y no pueden aceptar que tienen una hija enferma. En los grupos de padres es más fácil que las personas puedan aceptar las dificultades que están atravesando sus hijas en materia de alimentación. El tratamiento usual requiere entonces que exista este grupo de padres, que se contemplen las necesidades nutricionales de cada caso, que las chicas tengan un psicólogo y que además conformen un grupo junto con otras chicas que padecen estos trastornos. En casos extremos también es necesario que exista un acompañante terapéutico.

*P: ¿Por qué motivo la Bulimia y la Anorexia son enfermedades que afectan en su mayoría a adolescentes mujeres?*

R: Porque los adolescentes están en una etapa de la vida en la que buscan copiar modelos, en la que empiezan a interactuar con el otro sexo y a creer que van a ser más aceptadas si son más flacas. Además las mujeres son mucho más inseguras que los hombres y es común que piensen que cuanto más delgadas están más seguro es que el otro las quiera o las acepte. Por supuesto que esto tiene que ver con la imagen femenina que cada sociedad elabora. Y aquí es importante mencionar nuevamente que los medios influyen en ellas porque celebran la delgadez y discriminan mucho la gordura. En la Argentina los medios de comunicación tienen un poder sumamente importante y en sus mensajes, aunque inconscientemente, promueven el ideal de delgadez como modelo a copiar.

**Entrevista al Dr. Octavo Fernández Mouján, médico psicoanalista, catedrático de la Universidad de Belgrano; presidente del Centro Oro, institución dedicada a la docencia, prevención y tratamiento en salud mental).**

Pregunta: *¿Cómo se da la transición de la pubertad a la adolescencia? ¿Cuáles son las características y problemáticas propias de cada etapa?*

Respuesta: El inicio de la pubertad viene dado por el desarrollo sexual. Esta etapa termina alrededor de los 15 años que es donde el pensamiento pega un salto fundamental. Cuando se produce este salto es cuando el púber entra en la adolescencia propiamente dicha. En esta segunda etapa el cuerpo ya está desarrollado y el individuo tiene una forma de pensar distinta.

En la pubertad el pensamiento es lógico-concreto, un pensamiento que no reflexiona mucho, más bien va directo a la acción. Es recién a partir de los 15 años que se produce un cambio en la forma de pensamiento y el púber empieza a reflexionar. El cambio que se produce es hacia un pensamiento lógico-formal, que es un pensamiento sobre las ideas. Esta es la etapa en la que el adolescente comienza a hacer reflexiones y a teorizar sobre lo real. Por supuesto que esto ocurre en el mejor de los casos, puesto que hoy en día nada de eso pasa porque la pubertad se prolonga en el tiempo.

La adolescencia se caracteriza por el desarrollo de la reflexión y la imaginación: el adolescente tiene la capacidad de crear soluciones que no están dadas. Es la etapa de la poesía, de la mística y de la solidaridad social. Este período le permite a la persona despegarse de lo concreto (a lo que va el púber) y volar con sus ideas.

El adolescente es un sujeto que experimenta una permanente crisis porque se encuentra con un cuerpo que su pensamiento todavía no ha elaborado. De esta manera, la primera crisis que se da es entre el pensar y el cuerpo. Es el cuerpo pulsional que empieza a desear y a sentir cosas que obviamente no sentía en la infancia y una mente que no está acostumbrada a ese mundo de fantasías, deseos y pulsiones.

La segunda crisis tiene lugar alrededor de los 18 años que es cuando se inicia la etapa de formación, la última etapa. En ella el adolescente ya tiene incorporado aquello que aprendió en la adolescencia que es dominar su cuerpo y sus pulsiones y ya está preparado para enfrentarse al mundo social y establecer nuevos vínculos con la realidad. Aquí hace explosión la vida porque afloran las pasiones sociales y religiosas y la persona empieza a pensar en un proyecto de vida.

Este proceso que mencioné es el normal, pero hay que tener en cuenta que las circunstancias particulares por las que hoy atraviesa nuestra sociedad han provocado que el paso de la pubertad a la adolescencia no se desarrolle normalmente.

La transición de la pubertad a la adolescencia es un proceso que lleva tiempo y un ámbito de contención, pero cuando al púber no se le da un contexto para lograr este proceso ocurre lo que pasa hoy: en lugar de reflexionar (adolescencia) el sujeto actúa sus pulsiones (pubertad). Es decir, el púber entra en la etapa de la adolescencia pero aún siendo un púber y no logra completar la transición natural.

Es por este motivo que hoy en día la sexualidad perversa aparece a los 12 o 13 años, porque el sujeto no pasa a la otra etapa y se queda en la etapa polimorfo-perversa (pubertad).

*P: ¿Cuáles son, a su criterio, los factores que interfieren obstaculizando esa transición natural?*

*R:* En primer lugar existe una falla institucional. Con esto quiero decir que las instituciones no cumplen con sus funciones como debieran. Para efectuar correctamente su desarrollo, el púber necesita de un ámbito de contención que se lo aportan las instituciones: el colegio, la familia, etc. Pero este es un ámbito que hoy en día el sujeto no encuentra o lo encuentra pero debilitado. Frente a esta falencia institucional entra en juego otro de los factores que yo considero como intervinientes que son la publicidad y los medios de comunicación. Estos apuntan a los púberes porque son más vulnerables y representan un mercado potencial. De esta manera el púber encuentra en los medios, especialmente en la televisión, la contención que las instituciones no le aportan y se ve llevado a actuar su etapa polimorfo - perversa. En este punto la publicidad tiene mucho

que ver porque en ella se ven mujeres súper *sexies* y semidesnudas, cuerpos bellos y armoniosos que conforman modelos estéticos en los que el adolescente se auto-reconoce.

Frente a las imágenes el adolescente pone en funcionamiento un pensamiento lógico-concreto (propio de la pubertad), es decir, mira y actúa lo que ve. Lo que le venden lo toma como modelo pero no lo procesa sino que lo actúa.

Hoy en día la pubertad está invadida por las imágenes de la publicidad y por el estilo de vida que esta promueve. Y no hay que olvidar que en esta etapa de la vida la imagen entra por imitación.

La consecuencia de todo esto es que el púber no logra elaborar su etapa e invade la adolescencia en donde el sujeto debe ser más reflexivo y saber esperar en lugar de actuar sus fantasías. De modo que es la sociedad la que invita a actuar al adolescente.

Por otro lado se ha venido dando en los últimos tiempos un fenómeno social que tiene que ver con el desplazamiento en el rol del adolescente. Es decir, por un lado encontramos que hoy en día la sociedad toma al adolescente como modelo de vida pero, por el otro, se observa claramente que se han ido modificando los ámbitos de pertenencia de los jóvenes, como son el grupo de amigos, la barrita, el club de barrio, etc. Estos lugares configuran espacios de pertenencia que hoy son débiles y difusos.

P: *¿Por qué cree usted que ha ocurrido este desplazamiento?*

R: La raíz del porqué esto pasa se encuentra en el hecho de que la adolescencia no existe más como moratoria psico - social. Antes era un rito de iniciación, esto significa que es un espacio sagrado donde hay un iniciado que de niño pasa a adulto. Pero como ya dijimos antes este proceso exige tiempo y espacio, y si estas condiciones no se respetan, porque no hay instituciones que las garanticen y la sociedad es nada más que un mercado, el adolescente no encuentra un espacio elaborativo. Por lo tanto, el púber actúa su pensamiento lógico-concreto y el adolescente con su pensamiento lógico-formal no reflexiona y también actúa.

El adolescente es manipulado por la publicidad y por los medios porque perdió su autonomía. En otra época la adolescencia tenía siempre un mensaje generacional, ahora la adolescencia no tiene ningún mensaje. Lo que hace ahora es imponer modas, pero no modas que son producto de su propia elaboración, sino aquellas que surgen de los medios.

P: *¿Qué puede decir, desde la óptica de médico, de la Bulimia y la Anorexia?*

R: Bulimia y Anorexia son enfermedades que empiezan en la pubertad, porque es justamente en esta etapa cuando se da la crisis con el cuerpo. En este período el sujeto experimenta un conflicto con su propia corporalidad. Ahora bien, ese cuerpo es el que el mercado utiliza como herramienta de venta. El mercado impone modelos corporales que suscitan en el adolescente o púber el deseo de imitación. Estos modelos que a su vez reproduce la publicidad promueven una imagen ideal que es difícilmente alcanzable por el común de los adolescentes. Es ahí, entonces, cuando el individuo comienza a inducirse el vómito y a negarse a comer.

En realidad, hay un conjunto de factores que determinan estas enfermedades: factores familiares, sociales y personales. Este tipo de trastornos se da generalmente en las mujeres, aunque existen casos en los que afectan al hombre. Cuando el hombre es anoréxico el factor es menos social y más familiar y personal. Son simbiosis madre - hijo en donde la comida pasa a ser un factor de integración y de unión. Entonces la relación madre-hijo impregna toda su vida. La comida pasa a ser el motivo de su vida.

P: *¿Se puede afirmar que los medios y la publicidad actúan como factores desencadenantes de los trastornos alimentarios en los adolescentes?*

R: Yo más bien diría que la publicidad es un elemento que reproduce determinadas pautas estéticas que encuentran su origen en la cultura. Con esto quiero decir que si, por ejemplo, hoy ser linda y estar flaca son sinónimos de éxito social, estos son mandatos culturales que hacen eco en los medios y la publicidad. Hay que tener en cuenta que el aumento de la Bulimia y la Anorexia se da en una época en que se introyectan demandas irracionales de delgadez y belleza, que llegan a comprometer la vida con peligro de muerte. De todas maneras debemos tener en cuenta la singularidad de cada persona porque no hay patologías sin historia del sujeto pero tampoco sin historia social.

Es decir, no se puede afirmar que los medios y la publicidad son determinantes de estas enfermedades pero de lo que sí estoy seguro es de que de alguna manera influyen en los adolescentes y pueden contribuir a la aparición de estos trastornos.

P: *¿Cuál es la diferencia entre valor e ideal? ¿Cómo se relacionan estos conceptos con la adolescencia?*

R: Los valores son, no se tienen; los valores no son una imagen. Uno puede dibujar un ideal de cuerpo femenino e identificarse con él, pero no puede hacer lo mismo con los valores. Estos son compartibles, no son ideales con los que uno se identifica. El valor es aquello en donde uno se siente parte con el otro.

Cualquier cosa puede ser un valor. El valor siempre convoca, y permite convertir lo que es individual en grupal y eso genera una fuerza nueva. El valor es siempre algo que no se puede tener, sólo se comparte. En cambio, el ideal se puede tener y al poder tener yo lo puedo identificar y con eso dominar. El valor es cultural. Los valores no se tienen, se tienen los ideales. Hoy en día los adolescentes no tienen valores convocantes tienen ideales aglutinantes, masificadores.

Los valores no son objeto de identificación, no se pueden tener, sino que son experiencias de participación. Uno participa en ellos. A nivel social no hay valores convocantes sino ideales masificadores. Un ideal masificador es el modelo de cuerpo ideal que se le impone hoy a la mujer; o que el éxito implique llegar a tener una 4 x 4, o que los adolescentes vayan todos en masa a comprarse una misma marca de jeans. En realidad, esto último es característico de los adolescentes, lo que es importante hoy en día es que esa masificación es impuesta desde afuera. Antes ellos formaban una masa de autodefensa y se protegían de la información que venía de afuera. Hoy esa información la asimilan e incorporan.

P: *¿Podría darme algún ejemplo de valor?*

R: Un ejemplo de valor es la familia, que puede ser sólo un techo pero también puede ser un valor en cuanto a que comparto con mis padres y hermanos el mismo hogar. Aquí tenés la familia como valor, como objeto ideal y como objeto de uso.

Heidegger decía: “detrás de todo objeto hay un valor”. Todo se puede convertir en un valor. Un ejemplo de ello es el café. Este puede ser un objeto de uso, por ejemplo, tomo café para mantenerme despierto mientras estudio; un objeto ideal: el café me encanta; pero también es un valor porque me comunica con otros y en él encuentro calidez.

También el cuerpo puede ser considerado como valor. En términos religiosos, por ejemplo, es el templo de Dios. Puede también ser un objeto ideal: quiero ser como fulanita que tiene un cuerpo espectacular. El cuerpo además puede tener un valor de uso y esto ocurre cuando se convierte en objeto de deseo. El cuerpo como valor es no sólo en términos religiosos, puede ser también el cuerpo como sede del amor, es decir, sin cuerpo no puedo amar ni ser amado. El cuerpo es el templo del alma, ahí mora la persona. Sin el cuerpo no hay persona. Y si al cuerpo se le quita la persona, termina por ser un objeto de uso o un objeto ideal.

## **Entrevista a Agustina Nelson, redactora de la revista *Para Teens***

Pregunta: *¿Cuáles son tus tareas habituales dentro de la revista?*

Respuesta: Soy productora y redactora de las notas de moda y belleza.

P: *¿Cómo se arma un número de Para Teens? ¿Cómo se deciden las notas, producciones, entrevistas, temáticas, etc., de cada mes?*

R: Una vez que terminamos un número hacemos reunión de sumario. Nos reunimos todos: Eliseo que es el chico encargado de Arte, la retocadora, Patsy (directora), Romi (redactora), Silvia (redactora), Nadia (redactora) y yo. Siempre hay un título de tapa que proponemos entre todos y la mayoría de las notas se basan en este título. Hay notas fijas, como *Combinables*, y notas especiales. En agosto, por ejemplo, siempre se hace el *Anticipo Colecciones*. En septiembre se hace *Colecciones* y el *Especial Horóscopo*, que a las lectoras les encanta. Este mes estamos haciendo el *Especial Ropa Interior*, porque tenemos millones de anunciantes de ropa interior que tienen que salir. Además vamos a hacer un *Especial Ofertas*. En octubre casi siempre hacemos el *Especial de Fiestas de Quince*. Esto lo hacen todas las revistas. Por eso leemos muchas revistas de afuera como *Vogue Teens*, *Elle Teens*, *Cosmo Teens*, *Seven Teens*, etc.

P: *¿Cuál es el criterio editorial que se tiene en cuenta para tomar estas decisiones?*

R: Primero que nada tenés que escribir para una adolescente pero sin usar el vocabulario que ellas emplean. Hablamos con chicas jóvenes pero con un vocabulario más formal, nos ponemos en su lugar pero no usamos los términos que ellas emplean como “re groso”, que tal vez otras revistas sí lo usan.

La revista en realidad apunta más la moda y eso a las chicas les encanta. A ellas no les gusta leer, obviamente no es que escribimos poco, porque lo que nosotros queremos es que lean, pero siempre tratamos de ilustrar las notas para que sean más atractivas. Si les ponés una nota de cuatro páginas toda en blanco y negro y sin imágenes, no la leen porque no les gusta. O sea, tratamos de que lean pero sin aburrirlas.

P: *¿Cuáles son las principales características de la lectora de Para Teens?*

R: La revista apunta a adolescentes entre 13 y 20 años, aunque el nicho más fuerte está entre los 12 y los 15. Económicamente es difícil definir el perfil de las lectoras. En un principio pensamos que eran chicas de colegios privados, que hablan inglés, etc., pero no. Hemos leído *mails* de chicas muy humildes, o chicas del interior que viven en pueblos chicos. Nos dimos cuenta de que recibíamos *mails* de lugares a los que nunca imaginamos que íbamos a llegar. Por este motivo tuvimos que ampliar el target inicial.

Aunque exista una bajada de línea que indica que nos dirijamos a chicas que son más intelectuales o deportistas, nosotros tratamos de incluir un poco de todo, desde una chica que baila danza clásica hasta una que juega al jockey

P: *¿Qué tipo de relación tiene Para Teens con su público?*

R: Tenemos mucha relación con las adolescentes y conocemos bien a nuestro público. Nos llegan más de cuatrocientos *mails* por día. A veces ponemos ciertas consignas y les pedimos a las lectoras que nos escriban, luego premiamos a la mejor de esas cartas. Hay algunos *mails* que son un desastre, encontrás que escriben hola sin “h” o beso con “v”, y otros que son buenísimos y esos son los que elegimos. También tenemos la página *Web* a donde pueden escribirnos.

P: *¿Cuáles son las problemáticas adolescentes que la revista refleja? ¿De qué manera son abordadas?*

R: En general, tratamos de tener en cuenta los problemas típicos que una chica tiene cuando es adolescente. Por ejemplo, hace poco hicimos una nota de Bulimia y Anorexia, y ahora vamos a hacer una de excesos: fumar, comer, etc. Este mes sale una nota de anticoncepción, un tema difícil de abordar porque son chicas que tal vez tienen relaciones pero las mamás no lo saben. Puede pasar que estas madres no les quieran comprar la revista porque no aceptan que su hija está creciendo.

De todas formas, siempre acudimos a un especialista para abordar los temas. Para la nota de anticoncepción, por ejemplo, recurrimos a un ginecólogo.

La Bulimia y la Anorexia es un tema que preocupa a las chicas, mal de amores también. Por ejemplo, ahora en junio sale una *Guía para la Conquista*, que te da ciertos tips para saber qué hacer si te gusta un chico, pero está hecha con una cuota de humor porque tampoco le podés decir a las chicas lo que tienen que hacer.

P: *¿Considerás que las imágenes que muestra la revista son representativas de un adolescente común? ¿Por qué?*

R: Sí y no. Sí porque cuando vos ves la revista ves todas chicas que son modelos, que son lindas y flacas. Pero a la vez damos un discurso que es para chicas “normales”. Es difícil porque para que una revista quede linda necesita un modelo de chica flaquita, linda, con buen pelo, buen cuerpo. Pero también queremos que llegue a todas, no queremos que la chica fea no la lea porque en la tapa hay una linda. Pero es difícil abarcar a todas. Para incluir a las chicas comunes hacemos notas que apuntan a ello. Ahora va a salir una nota de una chica que es golfista, otra de un grupo de chicas que

ganaron un torneo de fútbol organizado por una señal de cable, otra que habla de una chica que pinta tablas de *surf*. Con esas notas tratamos de ampliar el *target*.

P: *¿Trabajan con la imagen de una adolescente modelo?*

R: Y, mirá, tenés que tener en cuenta que esto es un negocio. La Editorial Atlántida, por ejemplo, tiene un convenio con la agencia de modelos de *Pancho Dotto*, por eso es que la revista siempre va a tener modelos.

P: *Pero me refiero a un tipo de modelo que implica cumplir con determinadas características: que sea linda, flaca, exitosa, con buen cuerpo, etc.*

R: Para nosotras es más fácil trabajar con chicas que tengan una buena figura, porque sabés que le ponés una mini cortita y una remerita y le va a quedar bien. Incluso cuando armamos las tapas en base a un concurso entre las lectoras también buscamos chicas con ese estilo porque necesitamos que lo que le ponemos le quede siempre bien.

P: *¿Qué repercusiones pensás que podría tener la inclusión de modelos que no cumplan con esas características?*

R: Creo que es muy difícil que eso ocurra, pero obviamente que se podría intentar hacer

P: *¿Pero vendería?*

R: No sé, porque este es un mundo muy estético, y cada vez más.

P: *Hay entonces un modelo de belleza que “se vende” pero también hay alguien que lo compra...*

R: Sí, obvio. Yo creo que hay mucha demanda, y más de la gente grande. No tanto las chicas, a ellas tal vez no les importa tanto. Creo que es más importante para una mujer de cuarenta años verse joven que para la chica lo que tiene puesto. La señora quiere ser joven. Es un mundo muy materialista.

P: *¿Qué responsabilidad le cabe a los medios en este sentido?*

R: Obviamente que nosotros somos parte del problema, los medios tienen cierta culpa de la euforia que se está viviendo con el tema de lo estético y querer ser joven. Pero son varios los factores que influyen. La medicina también tiene una responsabilidad porque está permanentemente lanzando productos para el embellecimiento del cuerpo que las mujeres a penas los ven los quieren. Ahora los dermatólogos se dedican más a cuestiones estéticas que a curar los problemas de la piel. Cada vez hay más centros de estética que ofrecen tratamientos con *botox*, inyecciones para alisar la piel, etc. Cuando todos estos productos salen a la venta los medios lo informan, la mujer lo lee y lo quiere. O sea que a los medios también les cabe una responsabilidad en el asunto. Es

una ola de la que los medios forman parte pero no son los únicos culpables, son todos los culpables. Hay muchos factores involucrados.

Yo creo que es como un círculo vicioso: es culpa de los medios, de los que producen determinados productos o bienes, pero hay alguien que demanda eso. Existe una demanda por tener una vida más joven y más larga. Pero creo que también tiene que ver con la expectativa de vida, antes una persona de 60 o 70 años era un anciano que enfermaba y se moría. Ahora eso no pasa, la gente puede llegar a esa edad más vital que nunca. Está bien que los medios ayuden y son el cuarto poder, e influyen sobre la opinión de la gente, pero son un conjunto de cosas las que están puestas en juego.

P: *Las publicidades de los ejemplares, ¿deben contener ciertos rasgos que vayan de acuerdo con el contenido de la revista?*

R: Eso nosotros no lo tocamos, se encarga el departamento comercial. Yo creo que a veces ni miran los avisos y los ponen, con tal de que paguen, entran. Es decir, para que la revista pueda existir necesita de avisos y con tal de tenerlos ponen cualquier cosa.

### **Entrevista a Miguel Usandivaras – Director Creativo de la agencia de publicidad *Del Campo***

#### Discurso publicitario

Pregunta: *¿Cómo definirías al discurso publicitario?*

Respuesta: La publicidad se caracteriza por emitir un discurso básicamente ideológico que interpela a los individuos en cuanto a sujetos que recrean un sistema de interpretación del mundo. El discurso publicitario privilegia determinados valores sociales que se insertan en un contexto de cultura considerada fundamentalmente como cultura de consumo.

P: *Si partimos de la idea de que el discurso publicitario apela a ciertos estereotipos en su discurso, ¿podrías explicar cuál es la función que estos desempeñan en la estructuración de los mensajes?*

R: El discurso publicitario construye sus mensajes apelando a ciertos estereotipos vigentes. Estos permiten segmentar y dirigir un mensaje. Es decir, permiten reducir cualquier distorsión en el mensaje y de esta manera llegar más fácilmente al público objetivo. La publicidad utiliza solo un rasgo diferenciador y lo potencia. Esto provoca

que muchas veces los mensajes se tornen exagerados porque marcan una única característica del público al cual apuntan.

P: *¿Cuál es la relación entre dichos estereotipos y el producto promocionado en cuestión?*

R: Los estereotipos que se proponen buscan mostrar las funciones que el producto puede cumplir en el público objetivo. El creativo utiliza estereotipos porque es la única manera que tiene de lograr que el mensaje sea percibido correctamente por el receptor.

## Mujer

P: *Considerando lo dicho hasta el momento ¿de que manera representa a la mujer el discurso publicitario?*

R: Las maneras de representar a la mujer son muy determinadas. Por lo general la imagen que muestran los medios responde a ciertas figuras femeninas establecidas socialmente. Así es como se crean las figuras de la mujer ama de casa, la mujer profesional o la mujer sexo; todas ajustadas a determinados cánones de belleza que se imponen desde lo cultural. Es decir, el discurso publicitario se vale de esos modelos culturales para construir su propio mensaje. Y estos modelos nos comunican un estilo de femineidad que se promueve hoy desde lo social y que define a la mujer en base a características tales como la belleza, la perfección, la salud, la sensualidad, etc. Este estilo es el que retoma y reproduce la publicidad.

P: *¿Pueden estas representaciones incidir en la mujer a tal punto de modificar su comportamiento?*

R: Creo que sí aunque no toda la responsabilidad le cabe a la publicidad. Hay una realidad que indica que los anuncios tienen una influencia determinante en la transmisión cultural de valores y de actitudes, en la educación ética y estética de la ciudadanía y en la globalización de los estilos de vida y de las formas de percibir el mundo en nuestras sociedades. En los anuncios no sólo se venden objetos sino que también se construye la identidad sociocultural de los sujetos y se estimulan maneras concretas de entender y de hacer el mundo, se fomentan o silencian ideologías, se persuade a las personas de la utilidad de ciertos hábitos y de ciertas conductas y se vende un oasis soñado, de euforia y de perfección en el que se proclama el intenso placer que produce la adquisición y el disfrute de los objetos y la ostentación de las marcas. Esta es una realidad que hoy nadie puede negar, pero tal como te dije en la

respuesta anterior, la publicidad va acorde con lo que dictan las pautas culturales y, sobre todo, económicas de la época.

### Adolescentes

P: *¿Realizaste comerciales dirigidos al público adolescente?*

R: Sí, hace muy poquito estuvo al aire en televisión abierta un comercial de *Personal* que fue realizado por nuestra agencia. La campaña se llamó “Secreto” y se dirigió a chicos de entre 10 y 17 años que quieren tener su propio teléfono celular.

P: *¿Cuáles son las características principales de los jóvenes a los cuales apuntaban?*

R: Apuntamos a chicos que están terminando la pre adolescencia y entrando en la adolescencia y que empiezan a necesitar un espacio propio para poder expresarse. Es un público de clase media y media alta. De hecho el comercial trataba de dos chicas de 11 años aproximadamente, que se esconden en un salón del colegio (privado) para contarse en secreto que compraron su primer corpiño. Piensan que están solas pero resulta que hay varios de sus compañeros escondidos en el mismo lugar porque estaban jugando a las escondidas. De modo que escuchan toda la conversación.

P: *¿Sobre qué ejes se centró el mensaje dirigido a este público?*

R: El mensaje se dirigía a esos chicos que necesitan nuevos canales para comunicarse. Y la respuesta a ese problema viene a ser el celular que les da la posibilidad de establecer una comunicación más íntima y propia con sus amigos.

P: *¿Trabajan sobre un modelo de adolescente en particular? ¿Cuál es?*

R: No trabajamos nunca con modelos particulares, estos siempre van cambiando de acuerdo a las necesidades de comunicación. Es decir, el modelo utilizado va a depender de aquello que el cliente quiera comunicar.

P: *Los modelos que utilizan, ¿están presentes a nivel social o son construcciones que realiza el discurso publicitario?*

R: En general, la publicidad se nutre de la realidad social para luego transformarla en un mundo aspiracional. Lo que yo creo es que el consumidor tiene necesidades básicas y lo que hace la publicidad es potenciarlas. De todas formas tanto los mensajes que van dirigidos al público adolescente como los que apuntan al universo femenino, apelan a estereotipos que recortan solo un aspecto de esa realidad.

P: *¿Cómo se considera al cuerpo del adolescente en los estereotipos utilizados?*

R: Los que hacemos publicidad sabemos que en el universo de los jóvenes, la figura del cuerpo tiene un lugar muy importante. Los adolescentes sienten gran inseguridad en ese momento de sus vidas y el cuerpo es un gran pasaporte al éxito, así como también todo lo que tenga que ver con moda o tecnología. Estos son lugares de pertenencia que en los avisos publicitarios deben estar contemplados.

P: *¿Sobre qué valores se asienta el mensaje publicitario dirigido a los adolescentes?*

R: Creo que lo fundamental es no mentirles a los jóvenes. Que no sientan que el que les está hablando es una marca. La marca tiene que ser uno más del grupo. Quien haga esto tendrá el éxito asegurado. Un buen ejemplo de esto es *Sprite*. A lo largo del tiempo su mensaje siempre estuvo basado en decirles la verdad a los adolescentes.

### Segmentación

P: *¿Qué factores se tienen en cuenta al momento de segmentar al público?*

R: Antes de realizar cualquier comunicación, es importante definir bien a quién le estamos hablando. Para eso nos hacemos preguntas muy simples como ¿quien es esa persona?, ¿qué hace?, ¿qué le gusta? o ¿qué espera del producto?

P: *¿En qué consiste el sistema de segmentación denominado VALS?*

R: El modelo de segmentación *VALS* es una herramienta que se desarrolló en Estados Unidos con el objetivo de conocer las características de los consumidores. Significa *Values And Life Styles* (valores y estilos de vida). Se busca el qué, quién, dónde, cómo y porqué del target. Este es un sistema de segmentación sociográfica que surgió a raíz de la necesidad de explicar los cambios que experimentó la sociedad norteamericana en los años '60. Se basó en la idea de que las personas a lo largo de sus vidas pasan a través de diferentes etapas, y cada etapa afecta las actitudes, conductas y necesidades psicológicas de las personas.

El *VALS* fue ampliamente criticado porque era demasiado general, es decir, abarcaba muchas áreas y actitudes pero carecía de datos sobre la compra de productos específicos. Es así como surge *VALS 2*, como un instrumento de negocios enfocado en la predicción del comportamiento de compra. Esta segunda etapa fue desarrollada en dos fases durante 1987. En la primera fase, se desarrolló el sistema de segmentación y un cuestionario de 400 ítems de actitudes que medían 65 dimensiones psicológicas. La segunda fase buscaba atar esas actitudes de la primera fase a una investigación de 170 categorías.

## **12.4. Leyes**

### **Ley de Talles – N° 12.665**

Proyecto de Ley

*El Senado y Cámara de Diputados,...*

Art. 1°: A partir de los 240 días de promulgada la presente ley, los fabricantes o importadores de indumentaria deberán confeccionar o importar las mismas, de acuerdo a las normas IRAM de la serie 75300 y la ISO 3635.

Las medidas antropométricas deberán estar determinados en la etiqueta, rótulo o en ambos, con palabras en idioma nacional y/o con números de acuerdo a la medida del talle. Todo ello en relación con las definiciones y procedimientos de medición del cuerpo, las medidas de identificación, la designación de los talles y el etiquetado, independientemente de la moda o estilo de ropa.

Art. 2°: Los comerciantes y distribuidores de prendas de vestir deberán tener en existencia los talles correspondientes a las medidas antropométricas de la mujer niña, adolescente, joven adulta, adulta o adulta mayor, para ser comercializado en nuestra comunidad, de manera que se pueda hacer una correcta selección de las mismas, de acuerdo a los talles y gama de modelos que comercialicen y ofrezcan al público.

Art. 3°: De acuerdo a lo establecido en el artículo 2°, también deberán ser contempladas las medidas antropométricas masculinas respetándose de igual forma lo normado en el artículo 1°.

Art. 4°: A los efectos de la presente ley, los sujetos comprendidos en los artículos 1° y 2°, deberán declarar al momento de solicitar la habilitación cuál es la franja etárea a la que están destinados las prendas que fabriquen, importen, distribuyan o comercialicen.

Art. 5°: El Poder Ejecutivo deberá elaborar una tabla de medidas que fije los topes mínimos y máximos de talles, de cada etapa señalada en el art. 2 y como así también la establecida en el art. 3.

Durante el lapso que medie, entre la entrada en vigencia de dicha norma y la elaboración de la tabla de medidas que contemple su reglamentación, los que fabriquen,

importen, distribuyan o comercialicen indumentaria, deberán proveer y poner a disposición del público, según el caso, un mínimo de cinco talles.

Art.6°: Los fabricantes, importadores, distribuidores y comerciantes que ofrezcan al público cualquier tipo de prenda, que no den cumplimiento a lo dispuesto en los artículos anteriores se les impondrá una multa de \$ 500.- a \$ 10.000.- proporcional a los diferentes casos y si el incumplimiento es reiterado se dispondrá la clausura de hasta 5 días ya sea establecimiento fabril o local comercial.

En los períodos de liquidación o cambio de temporada, cuando la oferta de los productos de indumentaria quede discontinuada, no le serán aplicables las sanciones previstas, previo informe de la autoridad de aplicación que determine dicha excepción.

Art. 7°: La Subsecretaría de Defensa de la Competencia y Defensa del Consumidor será la autoridad de aplicación de la presente Ley. La misma deberá reglamentar la norma dentro de los 90 días contados a partir de su promulgación.

Art. 8°: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

### Fundamentos

Señor presidente:

*La cuestión central de este proyecto de Ley, se debe al relato de muchas mujeres de nuestro país que se sienten discriminadas y presionadas, llegando a hasta la enfermedad y la desnutrición, por una moda perversa que atenta contra la salud, imponiendo estereotipos que no nos representan.*

*Sé que las demás mujeres me van a entender respecto a esta propuesta, ya que a la mayoría de nosotras nos ocurre que cuando tenemos que comprar ropa sentimos la discriminación en carne propia, respecto a las medidas de nuestro cuerpo, la ropa que ofrecen las diferentes marcas está hecha exclusivamente para mujeres muy delgadas.*

*También es preocupante, el auge de las modelos como "modelos" de vida exitosa, ya que en el pasado una "modelo" o maniquí era eso, una estructura corporal para lucir ropa, pero lo importante era la ropa y no la modelo como proyecto de vida.*

*En el cambio de cultura y valores, resulta que el físico ideal es de una extremada delgadez, cosa que atenta contra la naturaleza de la mayoría de las mujeres, y que es muy difícil de sostener en la realidad, lo cual produce un deterioro en la salud de muchas jovencitas, y la discriminación en las mujeres maduras.*

*Cuando una mujer de nuestro país, decide comprar alguna prenda de vestir, se da cuenta que, si no está dentro de las medidas antropométricas de una adolescente delgada, no tiene mucho para elegir y además, las mismas vendedoras de los comercios le indican " NO, COMO PARA VOS NO TENEMOS", como si la que pretende comprar un talle 50 o 52 estuviera fuera de la medida normal.*

*A la vez dando lugar al negocio de las dietas, los adelgazamientos forzosos y la desesperación por ser delgadísima, aún a costa de la salud de su cuerpo y su mente.*

*En el caso de las adolescentes y jóvenes, en muchos casos trae aparejada la depresión y el desorden nutricional, ya que se empieza con dietas descontroladas y con la puerta de entrada a la anorexia y la bulimia, cuya conclusión es muchas veces la muerte.*

*En otros el deterioro de la salud es tal, que se llega a perder hasta el ciclo menstrual, por tanto la fertilidad, lo cual no es fácil de recuperar. Así vemos mujeres de pocos años en estado de fragilidad máxima, con terrible riesgo, todo por este paradigma perverso de la delgadez a ultranza.*

*En el caso de las mujeres maduras, nos encontramos con que, al achicar los talles de la ropa, por considerarla talle especial, es mucho mas cara que la común, no siendo necesario, ya que hasta el talle 54 es de talla normal. Esto, sin ninguna duda hace mucho más difícil encontrar y comprar ropa adecuada.*

*Conforme a esto, es dable observar que los talles son fabricados sin tener en cuenta que para determinarlos debe medirse el contorno de la cadera o el pecho y dividirlo por dos, es decir a 100 cm. de contorno, 50 es el talle correspondiente, se observa que la mayoría de los talles tiene 4 o 5 cm. menos de lo debido. En la República Argentina, existen, parámetros, como los que fija el Instituto de Normalización Argentino, que determinan claramente esta cuestión, ellas son la norma serie 75300 y la ISO 3635. Este Instituto, es el organismo Argentino de Normalización, y es el representante de la Argentina en la International Organización de Standardización (ISO), en la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT) y en el Comité MERCOSUR de Normalización (CMN). Destaco por lo tanto, que no solo nos corresponde, sino que los que produzcan indumentaria, deberán obtener una certificación, es decir, que es una obligación pero también un muestra de calidad, ineludible para las empresas que producen prendas a gran escala.*

*No un misterio para nadie que los modelos de belleza cambian con el tiempo y que las Venus opulentas del renacimiento en este momento serían simplemente gordas, usando este calificativo con ironía, ya que la delgadez o la gordura no afectan en absoluto las*

*condiciones morales de las personas, y tampoco son parámetros a tener en cuenta respecto, la inteligencia o a la capacidad, sin embargo, vemos con asombro que muchas veces en los avisos clasificados de algunos diarios, se describe a los posibles postulantes con estatura, peso y medidas antropométricas.*

*Estos hechos, afianzan los dichos anteriores, ya que está instalado culturalmente en el inconsciente colectivo que para ser bella, exitosa y tener el futuro asegurado hay que ser FLACA, a costa de cualquier sacrificio.*

*Se fundamenta este proyecto en que es necesario evitar cuanto antes esta carrera despiadada hacia un modelo de belleza que termina siendo de perversión al proponer estereotipos que no necesariamente y seguramente nos acercarán a la felicidad y la plenitud.*

*Además, también se puede sospechar que las marcas de ropa intentan discriminar a quienes no cumplen los parámetros físicos que ellos creen que son ideales, de manera que dejan afuera de sus ventas a las mujeres normales y comunes, limitando su producción a una franja de mujeres que obedecen a los cánones que les imponen.*

*Por todos estos motivos, es que las casas que ofrecen ropa de mujer deberán cumplir las siguientes normas a partir de los 240 días de sancionado el presente proyecto de ley:*

*A) Los fabricantes, importadores, distribuidores y comerciantes de ropa para mujer deberán tener en existencia todos los talles considerados normales para la mujer media argentina, y estos talles deberán estar debidamente confeccionados de acuerdo a las normas de calidad para la industria de la indumentaria y los que determine el Estado Argentino.*

*B) Los comerciantes y fabricantes que no cumplan con esta ley serán sancionados con multas que aplicará la autoridad competente.*

*C) En caso de reiteradas violaciones a esta ley, la sanción será de clausura por determinado tiempo a criterio de la autoridad de aplicación.*

*Dada la importancia de los argumentos esgrimidos, solicito que el proyecto sea tratado a la brevedad y en carácter de urgente.*

La Cámara de Diputados de la Nación resuelve:

Dirigirse al Poder Ejecutivo para que, en cumplimiento de lo normado por el artículo 100, inciso 11 de la Constitución Nacional, informe:

1°- Si tiene conocimiento de que la anorexia, que se define como la negación a comer, está llegando a niveles "epidémicos" en algunos países del mundo occidental, según indica un reporte de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

2°- Si existen guarismos oficiales que reflejen el estado de situación en nuestro país.

3°- En el supuesto de ser afirmativa la respuesta al punto anterior, indique qué cifras de personas anoréxicas se registran en la Argentina.

4°- Por el contrario, de ser negativa la respuesta al punto anterior, informe respecto de previsiones para realizar en el futuro estudios que permitan conocer el estado de esta cuestión en nuestro país.

5°- Si, considerando los ejemplos de España y Estados Unidos, donde la anorexia ya se considera como un grave problema de salud pública y, por tanto, el Senado citó a los grandes diseñadores para que dejaran de promover desde las pasarelas los talles súper pequeños, por ser el de las modelos el ejemplo emblemático, ha previsto estudiar la factibilidad de aplicar medidas similares en nuestro país.

6°- Si, considerando que en dichos países esta realidad se extiende a otros ámbitos, como el de la danza o el de la gimnasia, en los que también la comida es un tema conflictivo, llegando al extremo de que en España, se debate una ley para prohibir las competencias de gimnasta rítmica a menores de 18 años, prevé la aplicación de medidas similares en estos ámbitos.

7°- Si, a tener de las palabras de destacados deportistas de nuestro país, quienes afirmaron que aseguraron que el centro del problema es que en los equipos de competición no hay un nutricionista, por lo que entonces es el entrenador el que se pone a armar dietas sin saber, ha previsto la incorporación de tales profesionales en los equipos deportivos de alto rendimiento de nuestro país que reciben subvenciones del Estado.

8°- Si, considerando el cariz social que muchos especialistas, así como también enfermos recuperados, atribuyen a la anorexia, ha estudiado la conveniencia de iniciar campañas de educación destinadas a los niños desde sus primeros momentos de formación escolar con el objeto de que conozcan y entiendan los alcances y consecuencias de esta enfermedad.

*Alfredo N. Atanasof.*

## Fundamentos

Señor presidente:

Entre las muchas y variadas formas de avance que puede mostrar la sociedad de nuestros días, el de las telecomunicaciones es, sin dudas, uno de los puntos más altos. No obstante, muchas de las consecuencias que siguen a esos fenómenos son francamente negativas, ya sea porque los modelos que, desde ese singular espacio que han alcanzado los medios de difusión, se lanzan son indeseables por sus consecuencias, ya sea porque la educación que reciben quiénes son los principales destinatarios de los mismos no les permite discernir hasta qué punto es deseable copiar a esos modelos y cuándo debe ponerse un límite y asumir las propias posibilidades como las cualidades con que nos dotó la naturaleza.

Esta introducción viene a cuento porque en forma reciente la Organización Mundial de la Salud se ha ocupado del crecimiento del número de personas que padecen anorexia. Esta enfermedad que se define como la negación a comer está llegando a niveles "epidémicos" en algunos países del mundo occidental según indica un reporte de la Organización Mundial de la Salud (OMS). En los Estados Unidos, la Asociación Americana de Anorexia y Bulimia denunció que un millón de jóvenes padecen anorexia -el 90 por ciento son mujeres- y que un 10 por ciento muere por sus consecuencias. Y es aquí cuando debe dimensionarse el rol que tiene la sociedad en la causación de estos índices y, junto con ellos, los modelos que desde los denominados "formadores de opinión o de tendencias" se hacen llegar a los jóvenes y niños. Porque, como dice Marya Hornbacher, una ex anoréxica que acaba de escribir *Días perdidos*, un libro autobiográfico que es *boom* en los Estados Unidos y que se acaba de editar en el país: "¿Qué extraño fenómeno actual vuelve a las mujeres contra sus propios cuerpos? El individuo no existe al margen de la sociedad. Hay razones por las que esto ocurre y dichas razones no anidan sólo en la mente. En la Argentina no existen datos oficiales, pero los especialistas aseguran, empíricamente, que los casos aumentan: la doctora Olga Ramos, jefa del servicio de nutrición y diabetes del Hospital "Pedro de Elizalde" (ex Casa Cuna), explicó que sólo en ese centro infantojuvenil hay por lo menos una consulta por día y ya hay internación para jóvenes anoréxico. Es que aunque este mal no es exclusivo de estos tiempos -dicen que muchas santas eran anoréxicas- los expertos afirman que la cultura moderna plagada de modelos estéticos extremadamente delgados

lo disparó. Muchos oficios de hoy obligan a la delgadez como único medio para acceder a ellos. En España y los Estados Unidos, donde la anorexia ya se considera como un grave problema de salud pública, el Senado citó a los grandes diseñadores para que dejaran de promover desde las pasarelas los talles súper pequeños. El ejemplo emblemático es el de las modelos. Pero en otros ámbitos, como el de la danza o el de la gimnasia, también la comida es un tema conflictivo. En estos días, en España, se debate una ley para prohibir las competencias de gimnasia rítmica a menores de 18 años. Para esto, fue clave el testimonio de María Pardo, una atleta que se retiró al ganar nueve medallas en juegos olímpicos. Pardo acusó a su ex entrenadora de haberle hecho pasar hambre debido al régimen espartano al que era sometida para no engordar. Los casos de este tipo se han hecho presentes también en nuestro país. Romina Plataroti fue campeona argentina de gimnasia artística. Empezó a los 5 años y se retiró a los 18. Considera que el centro del problema es que en los equipos de competición no hay un nutricionista. "Entonces es el entrenador el que se pone a armar dietas sin saber", explicó. En Noruega, una investigación descubrió que casi el 90 por ciento de los miembros de su selección nacional de gimnasia rítmica estaba en tratamiento, en distintos grados, por esta enfermedad. "El paciente anoréxico sufre el mismo proceso de un desnutrido -enfaticó la doctora Ramos-. El rechazo a la comida les provoca graves problemas orgánicos, pero también depresión, abulia. Un logro del tratamiento es que vuelvan a fijar la mirada perdida y que vuelvan a sonreír. En general, agregó la especialista, todo empieza como un simple deseo de perder unos kilos. Después, el camino hacia la extrema delgadez es imparable". Son, como dije anteriormente, la presencia de estos graves males sociales, cuya curva ascendente ha motivado la preocupación y el pronunciamiento de la Organización Mundial de la Salud, así como también la intervención de los parlamentos y las organizaciones no gubernamentales de países tan disímiles en sus concepciones culturales como lo son España y los Estados Unidos de América, el crecimiento que las mismas han manifestado en el marco de nuestra sociedad, de lo que dan muestra los testimonios de los especialistas a través de su experiencia cotidiana debido a la falla de registros por parte de las áreas pertinentes del Estado; y, precisamente, la carencia de un accionar apropiado por parte del Estado en su rol de garante de la salud de la población, los motivos que me impelen a solicitar la aprobación del presente proyecto.

*Alfredo Atanasof*

**LEY 13.133**  
**El Senado y Cámara de Diputados de la**  
**Provincia de Buenos Aires sancionan con fuerza de**  
**LEY**

CODIGO PROVINCIAL DE IMPLEMENTACION  
DE LOS DERECHOS DE LOS  
CONSUMIDORES Y USUARIOS

**TITULO I OBJETO**

Art. 1° La presente Ley establece las bases legales para la defensa del consumidor y del usuario según los términos del artículo 38° de la Constitución de la Provincia de Buenos Aires, y tiene por objeto establecer las reglas de las políticas públicas y los mecanismos administrativos y judiciales para la efectiva implementación en el ámbito provincial:

- a) De los derechos de los consumidores y usuarios reconocidos en la Constitución Nacional y en la Constitución de la Provincia de Buenos Aires.
- b) De las normas de protección consagradas en la Ley Nacional de Defensa del Consumidor y disposiciones complementarias, sin perjuicio de las competencias concurrentes de la Autoridad Nacional de Aplicación.

**TITULO II**

**POLÍTICAS DE PROTECCIÓN**

ARTICULO 2°: El Gobierno Provincial deberá formular políticas enérgicas de protección de los consumidores y usuarios, dentro del marco constitucional de competencias, y establecer una infraestructura adecuada que permita aplicarlas. Las medidas de protección al consumidor se deberán aplicar en beneficio de todos los sectores de la población.

ARTICULO 3°: La acción gubernamental de protección a los consumidores y usuarios tendrá, dentro del marco constitucional de competencias entre otros, los siguientes objetivos:

- a) Políticas de regulación del mercado en materia de protección a la salud, seguridad y cumplimiento de los standards mínimos de calidad.
- b) Políticas de acceso al consumo.
- c) Programas de educación e información al consumidor y promoción a las organizaciones de consumidores.
- d) Políticas de solución de conflictos y sanción de abusos.
- e) Políticas de control de servicios públicos.
- f) Políticas sobre consumo sustentable.

**TITULO III**

**POLÍTICAS DE REGULACIÓN**

**CAPITULO I**

**ACCESO AL CONSUMO**

ARTICULO 4º: Las políticas del gobierno deben garantizar a los consumidores y usuarios

- a) El acceso al consumo en condiciones de trato digno y equitativo, sin discriminaciones ni arbitrariedades por parte de los proveedores.
- b) La protección efectiva contra las prácticas que puedan perjudicar la posibilidad de los consumidores de elegir en el mercado.
- c) La competencia leal y efectiva, a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir variedad de productos y servicios a precios justos.
- d) El permanente abastecimiento por parte de los prestadores de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades corrientes de la población.

## **CAPITULO II**

### **PROTECCIÓN DE LA SALUD Y SEGURIDAD**

ARTICULO 5º: La Autoridad de Aplicación arbitrará los medios necesarios para el fiel, oportuno e íntegro cumplimiento de las obligaciones de los proveedores, tendientes a garantizar que los productos y servicios comercializados sean inocuos en el uso a que se destinen o normalmente previsible, protegiendo a los consumidores y usuarios frente a los riesgos que importen para la salud y seguridad.

Vigilará asimismo que la información y publicidad sobre productos y servicios no importen riesgos para la salud y seguridad de los consumidores. Controlará en particular, la información y publicidad referida a fármacos, tabaco y bebidas alcohólicas.

ARTICULO 6º: Comprobado por cualquier medio idóneo que un producto o servicio adolece de un defecto grave o constituye un peligro considerable para los consumidores, la Autoridad de Aplicación debe adoptar medidas para que los consumidores estén debidamente informados y los proveedores deban retirarlo inmediatamente del mercado, prohibiendo la circulación del mismo.

## **CAPITULO III**

### **CONTROLES DE CALIDAD Y EQUIDAD**

ARTICULO 7º: La Autoridad de Aplicación efectuará los controles pertinentes dentro del ámbito de competencia provincial, a fin de promover y defender los intereses económicos de los consumidores y usuarios entre otras, en las siguientes materias:

- a) Calidad de los productos y servicios.
- b) Equidad de las prácticas comerciales y cláusulas contractuales.
- c) Veracidad, adecuación y lealtad en la información y publicidad comercial.

Específicamente, la Autoridad de Aplicación vigilará que los contratos de adhesión o similares no contengan cláusulas abusivas en los términos de la Ley Nacional de Defensa del Consumidor.

La aprobación administrativa de los formularios tipo y otros documentos utilizados en las contrataciones predispuestas decidida en otras jurisdicciones, no obligará a la Autoridad de Aplicación Provincial a disponer también su aprobación.

## **CAPITULO IV**

### **CONSUMO SUSTENTABLE**

ARTICULO 8º: El Gobierno deberá formular políticas y ejercer los controles

pertinentes para evitar los riesgos que puedan importar para el medio ambiente los productos, y servicios que se ofrecen y proveen a los consumidores y usuarios.

Las medidas a implementar, serán tendientes a que los patrones de consumo actuales no amenacen la aptitud del medio ambiente para satisfacer las necesidades humanas futuras.

ARTICULO 9º: Las medidas gubernamentales para el consumo sustentable deberán estar encaminadas entre otros objetivos, a los siguientes:

- a) Campañas educativas para fomentar el consumo sustentable, formando a los consumidores para un comportamiento no dañino del medio ambiente.
- b) Certificación oficial de los productos y servicios desde el punto de vista ambiental.
- c) Impulsar la reducción de consumos irracionales, perjudiciales al medio ambiente.
- d) Orientar mediante impuestos o subvenciones, dentro del marco de competencia provincial, los precios de los productos según su riesgo ecológico.
- e) Promover la oferta y la demanda de productos ecológicos.
- f) Regular y publicar listas respecto a productos tóxicos.
- g) Regular el tratamiento de “los residuos”, con orientación ecológica.
- h) Información y etiquetado ambientalista.
- i) Ensayos comparativos sobre el impacto ecológico de productos.
- j) Impedir las publicidades antiambientalistas.

## **CAPITULO V**

### **CONTROL DE SERVICIOS PUBLICOS**

ARTICULO 10: Las políticas y controles sobre los servicios públicos de jurisdicción provincial tendrán entre otros, los siguientes objetivos:

- a) asegurar a los usuarios el acceso al consumo y una distribución eficiente de los servicios esenciales.
- b) que la extensión de las redes de servicios a todos los sectores de la población no resulte amenazada ni condicionada por razones de rentabilidad.
- c) la calidad y eficiencia en la prestación de los servicios públicos.
- d) el control de los monopolios.
- e) la equidad de los precios y tarifas.
- f) propender a evitar el cobro de cargos de infraestructura y otras traslaciones de costos a los usuarios.
- g) la eficacia de los mecanismos de recepción de quejas y atención al usuario.
- h) intervenir en la normalización de los instrumentos de medición, a efectos que pueda verificarse su funcionamiento.

ARTICULO 11: El Gobierno Provincial dará participación en los directorios de los Entes Reguladores de Servicios Públicos a especialistas en defensa del consumidor. Los poderes públicos adoptarán las medidas necesarias para efectivizar la participación de la Provincia en los Organismos de control de servicios públicos de jurisdicción nacional que comprometan el interés provincial.

## **TITULO IV**

### **EDUCACIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS**

ARTICULO 12: El gobierno formulará programas generales de educación para

usuarios y consumidores, que serán incorporados dentro de los planes oficiales de Educación General Básica y Polimodal, y capacitará a los educadores para ejecutarlos.

ARTICULO 13: Los programas de educación para el consumo tendrán entre otros, los siguientes objetivos:

- a) Difundir los derechos de los consumidores y usuarios para que los conozcan efectivamente.
  - b) Divulgar los instrumentos para hacer valer esos derechos y canalizar su defensa y los mecanismos para ejercerlos activamente en el mercado.
  - c) Capacitar a los consumidores y usuarios para que sepan discernir, hacer elecciones bien fundadas de bienes y servicios y tengan conciencia de sus derechos y obligaciones.
  - d) Facilitar a los consumidores y usuarios la comprensión de la información y orientarlos a prevenir los riesgos que puedan derivar del consumo de productos y servicios.
  - e) Formar a los consumidores y usuarios para un comportamiento no dañino del medio ambiente.
  - f) Concientización contra el consumo de tabaco, contra el exceso en el consumo de bebidas alcohólicas y contra la automedicación y todo otro tipo de adicción.
- ARTICULO 14: En los planes de enseñanza oficiales, dentro de las asignaturas ya existentes, se incorporarán entre otros, los siguientes elementos sobre educación para el consumo:
- a) Características del mercado.
  - b) Vulnerabilidad del consumidor.
  - c) Calidad de los productos y servicios.
  - d) Artículos y servicios de primera necesidad.
  - e) Salubridad de alimentos.
  - f) Prevención de accidentes.
  - g) Peligros de los productos y servicios.
  - h) Información, rotulado y publicidad.
  - i) Organismos de Defensa del Consumidor.
  - j) Pesas y medidas.
  - k) Precios de productos y servicios y empleo eficiente de recursos.
  - l) Técnicas de comercialización.
  - m) Consumo y sustentabilidad del medio ambiente.

ARTICULO 15: Al formular los programas generales de educación e información a los consumidores y usuarios, el gobierno deberá prestar especial atención a las necesidades de los consumidores y usuarios que se encuentren en situación desprotegida, tanto en las zonas rurales como urbanas.

## **TITULO V**

### **INFORMACIÓN A LOS CONSUMIDORES**

#### **Y USUARIOS**

ARTICULO 16º: La Autoridad de Aplicación ejecutará programas de divulgación pública sobre los derechos de los consumidores y usuarios, las normas vigentes y las vías para reclamar. Garantizará que la información esté destinada a alcanzar a todos los sectores de la población, a través de los medios de comunicación. Formulará campañas especiales para alertar sobre los riesgos que determinados productos y servicios importan para la salud y seguridad de la

población. Asimismo, estimulando el consumo sustentable y desalentando el consumo de tabaco, los excesos en el consumo de bebidas alcohólicas, la automedicación y todo otro tipo de adicción.

ARTICULO 17°: La Autoridad de Aplicación instará también a organismos Públicos, Asociaciones de Consumidores, Empresarios y Medios de Comunicación, a divulgar programas de información al consumidor, organizando su capacitación.

Fomentará asimismo las investigaciones y publicaciones técnicas y científicas sobre defensa del consumidor, divulgación de la doctrina jurídica y jurisprudencia de la materia.

ARTICULO 18° : Toda persona física o jurídica que comercialice bienes o preste servicios a consumidores y usuarios, deberá exhibir en sus locales comerciales conforme a las ordenanzas de cada municipio, un cartel perfectamente visible en lugar destacado que contenga:

a) El enunciado de los siguientes derechos de los consumidores y usuarios:

Protección de la salud y seguridad.

Protección de los intereses económicos.

Información adecuada y veraz.

Libertad de elección.

Condiciones de trato digno y equitativo.

Educación para el consumo.

Calidad y eficiencia de los servicios públicos.

Constitución de asociaciones de consumidores y usuarios.

Procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos.

b) La indicación del domicilio y teléfono de las Autoridades Provincial y Municipal competentes para recibir cualquier consulta o reclamo relacionado con los productos o servicios que se comercializan.

## **TITULO VI**

### **ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS**

#### **CAPITULO I**

##### **DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS**

ARTICULO 19 : Las Asociaciones de consumidores y usuarios deberán propender a:

a) La promoción, protección y defensa de los intereses individuales y colectivos de los consumidores y usuarios, ya sea con carácter general, como en relación a determinados productos o servicios.

b) Formular y participar en programas de educación e información, capacitación y orientación a los consumidores y usuarios.

c) Representar los intereses de los consumidores y usuarios, individual o colectivamente en instancias privadas, o en procedimientos administrativos o judiciales, mediante el ejercicio de las acciones, recursos, trámites o gestiones que procedan.

d) Recibir reclamaciones de consumidores o usuarios, y celebrar audiencias conciliatorias extrajudiciales con los proveedores de productos o servicios, para facilitar la prevención y solución de conflictos.

e) Brindar a los consumidores y usuarios un servicio de asesoramiento, consultas y asistencia técnica y jurídica.

- f) Realizar y divulgar investigaciones y estudios de mercado sobre seguridad, calidad, sustentabilidad, precios y otras características de los productos y servicios.
- g) Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información acerca de los bienes y servicios existentes en el mercado.
- h) Difundir estadísticas de las reclamaciones recibidas contra proveedores de productos y servicios, indicando si fueron o no satisfechos los intereses de los consumidores y usuarios.
- i) Promover los principios del consumo sustentable y educar a los consumidores en relación a un consumo responsable y armónico con el respeto al medio ambiente.

## **CAPITULO II**

### **FOMENTO ESTATAL**

ARTICULO 20: El Gobierno Provincial promoverá la constitución de Asociaciones de Consumidores y Usuarios, fomentará su funcionamiento e instará a la participación de la comunidad en ellas.

ARTICULO 21: La Autoridad de Aplicación podrá dar a las Asociaciones de Consumidores y Usuarios registradas de conformidad con la presente Ley, participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones de carácter general relativas a materias que afecten directa o indirectamente a consumidores o usuarios.

## **CAPITULO III**

### **REGISTRO DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS**

ARTICULO 22: Las Asociaciones de Consumidores y Usuarios para su registración, deberán cumplir con lo establecido en la Ley 12.460.

## **TITULO VII**

### **ACCESO A LA JUSTICIA**

#### **CAPITULO I**

##### **PROCEDIMIENTO SUMARISIMO**

ARTICULO 23: Para la defensa de los derechos e intereses protegidos por este Código, son admisibles todas las acciones capaces de propiciar su adecuada y efectiva tutela.

A las demandas de cualquier naturaleza promovidas para la prevención o resolución de conflictos, por consumidores o usuarios individual o colectivamente contra proveedores de productos o servicios o cualquiera que de algún modo lesione o restrinja los derechos que aquí se tutelan, será aplicable el procedimiento sumarísimo establecido en el artículo 496° del Código Procesal Civil y Comercial de la Provincia de Buenos Aires.

ARTICULO 24: En oportunidad de la audiencia de prueba que se celebre en los términos del artículo 496 inciso 3°) del Código Procesal en lo Civil y Comercial de la Provincia de Buenos Aires, el Juez intentará con carácter previo una conciliación entre las partes. Cuando las acciones judiciales hayan sido promovidas en razón de derechos de incidencia colectiva de los consumidores o usuarios, los acuerdos conciliatorios beneficiarán a todos los consumidores y

usuarios afectados o amenazados por el mismo hecho que motivó el litigio, quienes podrán por vía incidental en el mismo proceso, acreditar la legitimación, su perjuicio, ejecutar la sentencia homologatoria, y en su caso liquidar los daños. A tal efecto, el acuerdo deberá ser publicado a través del medio de comunicación que el Juez considere más conducente. Si quien participó del proceso no suscribiere el acuerdo por no considerarlo beneficioso, podrá continuar; o iniciar por vía incidental, en su caso, el reclamo del que se considere titular, sin perjuicio de la validez de aquel celebrado con relación a quienes lo concluyeron o que por vía incidental pretendan su admisión.

## **CAPITULO II**

### **GRATUIDAD**

ARTICULO 25: Las actuaciones judiciales promovidas por consumidores o usuarios, individual o colectivamente, de conformidad con las normas de defensa del consumidor, estarán exentos del pago de tasas, contribuciones u otra imposición económica. El juez al momento de dictar la sentencia impondrá las costas evaluando la proporcionalidad del monto de la pretensión y los costos del proceso con la capacidad económica de las partes.

## **CAPITULO III**

### **LEGITIMACIÓN**

ARTICULO 26: Cuando los consumidores y usuarios resulten amenazados o afectados en sus derechos subjetivos, de incidencia colectiva o intereses legítimos, se encuentran legitimados para interponer las acciones correspondientes:

- a) Los consumidores y usuarios en forma individual o colectiva.
- b) Las Asociaciones de Consumidores debidamente registradas en la Provincia de Buenos Aires.
- c) El Ministerio Público.

ARTICULO 27: El Ministerio Público cuando no intervenga en el proceso como parte, actuará obligatoriamente como fiscal de la ley. Cuando las acciones judiciales hayan sido promovidas en razón de derechos de incidencia colectiva de los consumidores o usuarios las renunciaciones o desistimientos efectuados por uno de sus miembros no vinculará a los restantes litisconsortes. En caso de abandono de la acción por las Asociaciones legitimadas, la titularidad activa será asumida por el Ministerio Público.

## **CAPITULO IV**

### **EFFECTOS DE LA SENTENCIA**

ARTICULO 28: Cuando se trate de acciones judiciales para la prevención o solución de conflictos, las sentencias tendrán los siguientes efectos:

- a) Si admiten la demanda, beneficiarán a todos los consumidores y usuarios afectados o amenazados por el mismo hecho que motivó el litigio, quienes podrán por vía incidental en el mismo proceso acreditar la legitimación, su perjuicio, ejecutar la sentencia, y en su caso liquidar los daños.
- b) Si rechazan la demanda, no impedirán la acción de los consumidores y usuarios titulares de un interés individual, que no hayan intervenido en el proceso.

c) Si el rechazo de la demanda se fundó en la insuficiencia de pruebas, cualquier otro legitimado diferente al actor podrá intentar otra acción valiéndose de nuevas pruebas.

A tales efectos, la parte resolutive de la sentencia deberá ser publicada a través del medio de comunicación que el Juez considere más conveniente, a cargo de quien resulte vencido.

ARTICULO 29: Cuando la sentencia acogiere la pretensión, la apelación será concedida previo depósito del capital, intereses y costas, con la sola excepción de los honorarios de los profesionales que representan o patrocinan a la parte recurrente, al solo efecto devolutivo.

## **CAPITULO V**

### **COMPETENCIA**

ARTICULO 30: Serán competentes para intervenir en estos litigios los Juzgados de Primera Instancia en lo Civil y Comercial, y los Juzgados de Paz Letrado que correspondan.

## **TITULO VIII**

### **PREVENCIÓN Y SOLUCION DE CONFLICTOS EN AMBITO ADMINISTRATIVO**

## **CAPITULO I**

### **AUTORIDAD DE APLICACIÓN**

ARTICULO 31: La Autoridad de Aplicación será la que determine el Poder Ejecutivo.

Deberá proveer integralmente a la protección de los derechos de los consumidores y usuarios consagrados en los artículos 42 y 43 de la Constitución Nacional, en el artículo 38 de la Constitución Provincial, y en las demás normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo, ejecutando las políticas previstas en esta ley.

## **CAPITULO II**

### **SISTEMA DE EXAMEN Y CERTIFICACIÓN**

#### **DE SEGURIDAD Y CALIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

ARTICULO 32: La Autoridad de Aplicación propenderá, a través de convenios con Laboratorios Públicos o Privados habilitados al efecto, de Universidades u Organismos Científicos de Investigación, a la disponibilidad de servicios técnicos, para examinar y certificar en forma periódica las condiciones de seguridad, sustentabilidad y calidad de los productos y servicios de consumo esenciales, incluyendo ensayos comparativos, para su divulgación a los consumidores y usuarios.

## **CAPITULO III**

### **ASISTENCIA A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS**

ARTICULO 33: La Autoridad de Aplicación brindará un servicio de asistencia técnica y jurídica, consulta, consejo y asesoramiento, sobre los derechos y

cuestiones relativas a los contratos de consumo, en relación a los productos y servicios que se comercializan en el mercado, o de los proveedores de los mismos, y vías para efectuar denuncias y reclamaciones.

ARTICULO 34: Sin perjuicio de las demás funciones previstas en la presente ley, el Gobierno Provincial a través de la Autoridad de Aplicación, prestará un servicio integral y gratuito de consultas y asesoramiento técnico, jurídico, y programas de asistencia a los consumidores y usuarios que en las relaciones de consumo se encuentren en situaciones de desventaja, necesidad, inferioridad, subordinación o indefensión, asimismo podrán participar como peritos o emitiendo dictamen en los procesos si fueren requeridos por el juez .

ARTICULO 35: El Gobierno Provincial fomentará el desenvolvimiento de las instituciones académicas y científicas, que tengan por objetivo actividades de capacitación técnica y jurídica en el ámbito de las diferentes disciplinas con incumbencia en la defensa de los consumidores y usuarios, pudiendo solicitar su participación para el desenvolvimiento de las funciones de asistencia y asesoramiento.

#### **CAPITULO IV**

##### **PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO DE LAS NORMAS DE APLICACIÓN**

ARTICULO 36: El procedimiento para la inspección, comprobación y juzgamiento de las infracciones a la Ley de Defensa del Consumidor 24.240 y sus normas reglamentarias en la Provincia de Buenos Aires, se ajustará a las normas previstas en la misma y a las prescripciones de la presente ley, siendo de aplicación supletoria el Código de Procedimiento en lo Penal de la Provincia de Buenos Aires -con excepción del artículo 430° y de lo previsto en el artículo 23° de la presente Ley- para resolver cuestiones no previstas expresamente en tanto no resulten incompatibles con la Ley 24.240 y esta Ley.

##### **DE LAS FORMAS DE APLICACIÓN**

ARTICULO 37: Las actuaciones correspondientes a la Ley 24.240 y esta Ley, podrán iniciarse de oficio o por denuncia del consumidor o usuario, sin perjuicio de quienes resulten legitimados por aplicación del artículo 26°.

##### **DE LA INICIACIÓN DE OFICIO**

ARTICULO 38: Cuando el sumario se iniciare de oficio, si correspondiere, se destinarán agentes inspectores que procederán a la constatación de la infracción, labrándose acta.

ARTICULO 39: El acta será labrada por triplicado, prenumerada, y contendrá los siguientes requisitos:

- a) Lugar, fecha y hora de la inspección.
- b) Individualización de la persona cuya actividad es objeto de inspección, tipo y número de documento de identidad y demás circunstancias.
- c) Domicilio comercial y ramo o actividad.
- d) Domicilio real o social de la persona.
- e) Nombre y apellido de la persona con quien se entienda la diligencia, carácter que reviste, identificación y domicilio real.
- f) Determinación clara y precisa del hecho o hechos constitutivos de la infracción y de la disposición legal presuntamente violada.
- g) Nombre, apellido y domicilio de los testigos que a instancias del personal actuante presenciaron la diligencia, y en caso de no contar con ninguno, expresa

constancia de ello.

h) Fecha y hora en que se culminó la diligencia.

i) Firma y aclaración del inspector y de los demás intervinientes.

ARTICULO 40: Labrada el acta en la forma indicada precedentemente, el personal actuante invitará al responsable a dejar constancia sobre el hecho o hechos motivo de la presunta infracción y la existencia de testigos y sus dichos. En caso de no hacer uso de tal facultad, deberá dejarse expresa constancia en el acta. La misma será firmada por el inspector actuante y por el responsable o persona con quien se entiende la diligencia. En caso de negativa de este último, se dejará constancia siendo suficiente la firma del personal actuante en la diligencia.

ARTICULO 41: El acta labrada con las formalidades indicadas, hará plena fe en tanto no resulte enervada por otros elementos de juicio.

ARTICULO 42: En el mismo acto se notificará al responsable, factor o encargado, quienes dentro de los cinco (5) días hábiles podrá presentar su descargo y ofrecer pruebas que hagan a su derecho ante el organismo interviniente, debiendo acreditar personería y constituir domicilio dentro del radio del municipio.

ARTICULO 43: Si fuere necesaria una comprobación técnica posterior a los efectos de la determinación de la presunta infracción, y que resultare positiva, se procederá a notificar al presunto responsable la infracción verificada, intimándolo para que en el plazo de cinco (5) días presente el descargo por escrito.

ARTICULO 44: El acta será remitida dentro del término de veinticuatro (24) horas para la prosecución del procedimiento. Su incumplimiento será considerado falta grave.

#### DE LA INICIACIÓN POR DENUNCIA

ARTICULO 45: La iniciación del sumario por denuncia, podrá formalizarse por escrito o verbalmente. En ambos casos se acompañarán las pruebas y se dejará constancia de los datos de identidad y el domicilio real. En el formulario que al efecto se cumplimentará se hará saber al denunciante de las penalidades previstas por el artículo 48° de la Ley 24.240, para el caso de denuncias maliciosas.

ARTICULO 46: Recepcionada la denuncia, se abrirá la instancia conciliatoria, a cuyos fines se designará audiencia. La notificación de la misma se hará por escrito.

ARTICULO 47: Con la comparecencia de las partes se celebrará audiencia de conciliación, labrándose acta. El acuerdo será rubricado por los intervinientes y homologado.

El acuerdo homologado suspenderá el procedimiento en cualquier momento del sumario hasta la oportunidad del cierre de la instancia conciliatoria.

Si no hubiere acuerdo, o notificada la audiencia el denunciado no compareciere sin causa justificada, se formulará auto de imputación el que contendrá una relación sucinta de los hechos y la determinación de la norma legal infringida. Notificado el mismo y efectuado el descargo pertinente, en este estado se elevarán las actuaciones al funcionario Municipal competente quien resolverá la sanción aplicable. Ello, sin perjuicio de las facultades conferidas por el artículo 44° de la Ley 24.240.

ARTICULO 48: La incomparecencia injustificada a la audiencia de conciliación y/o el incumplimiento de los acuerdos homologados, se considera violación de

la Ley 24.240 y de esta Ley.

El infractor será pasible de las sanciones establecidas en la presente, sin perjuicio del cumplimiento imperativo de las obligaciones que las partes hubieran acordado.

ARTICULO 49: Cuando las denuncias hayan sido promovidas en razón de derechos de incidencia colectiva de los consumidores o usuarios, los acuerdos conciliatorios debidamente homologados obligarán respecto a todos los consumidores y usuarios afectados por el mismo hecho que motivó el litigio, quienes tendrán la facultad de valerse de los mismos y exigir su cumplimiento. A tal efecto, el acuerdo deberá ser publicado a costa del denunciado, a través del medio de comunicación más conducente.

ARTICULO 50: El auto de imputación será notificado al infractor, a fin de que en el término de cinco (5) días hábiles e improrrogables presente por escrito su descargo, y ofrezca las pruebas que hagan a su derecho.

#### PROCEDIMIENTO COMUN

ARTICULO 51: En el escrito de descargo o en su primera presentación, el presunto infractor deberá constituir domicilio dentro del radio del Municipio y acreditar personería. Cuando no acredite personería se le intimará para que en el término de cinco (5) días hábiles subsane la omisión bajo apercibimiento de tenerlo por no presentado.

Podrá ofrecer la prueba que haga a su derecho, proponiendo en tal caso los peritos a su costa.

ARTICULO 52: Las pruebas se admitirán solamente en caso de existir hechos controvertidos y siempre que no resulten manifiestamente inconducentes.

Contra la resolución que deniegue medidas de prueba, sólo se concederá el recurso de reconsideración.

ARTICULO 53: La prueba deberá producirse dentro del término de diez (10) días hábiles prorrogables por causa justificada. Se tendrán por desistidas las pruebas no producidas dentro de dicho plazo por motivo atribuible al presunto infractor.

ARTICULO 54: La prueba documental original o en copia debidamente autenticada se acompañará con el escrito de descargo. En ningún caso se admitirá documentación que no reúna estos requisitos.

ARTICULO 55: Si procediere la prueba testimonial, sólo se admitirán hasta tres (3) testigos con la individualización de sus nombres, profesión u ocupación y domicilio, debiéndose adjuntar el interrogatorio. Se fijará la audiencia dentro del plazo previsto en el artículo 53°. Se hará saber el día, hora y que la comparencia del testigo corre por cuenta exclusiva del presunto infractor, bajo apercibimiento de tenerlo por desistido

ARTICULO 56: Si se solicitare informe, se proveerá dentro de los tres (3) días hábiles, debiendo el presunto infractor correr con su producción dentro del plazo de prueba bajo apercibimiento de tenerlo por desistido.

ARTICULO 57: La prueba pericial se admitirá cuando sea necesario contar con el dictamen de un experto para dilucidar hechos controvertidos en cuestiones que sean materia propia de alguna ciencia, arte y/o profesión, a los efectos de contar con un dictamen técnico científico. El presunto infractor deberá proponer a su costa el perito en la especialidad que se trate, y los puntos de la pericia. El municipio podrá proponer un segundo perito quien se expedirá por separado y/o requerir opinión del área técnica competente sea municipal, provincial, nacional o instituciones públicas o privadas. El plazo de producción lo será dentro del

general de la prueba.

ARTICULO 58: Producida la prueba y concluidas las diligencias sumariales se procederá al cierre de la instancia conciliatoria, quedando las actuaciones en condiciones de ser resueltas.

#### DE LA RESOLUCIÓN Y SU CUMPLIMIENTO

ARTICULO 59: La resolución definitiva se ajustará a las disposiciones de la Ley Nacional 24.240 y normas reglamentarias. Será dictada dentro del plazo de veinte (20) días hábiles. En ella también se evaluará la existencia o no de antecedentes en el Registro de Infractores.

ARTICULO 60: Consentida o ejecutoriada la resolución administrativa, se procederá al cumplimiento de las sanciones previstas en esta Ley.

ARTICULO 61: Se intimará al infractor a formalizar mediante boleta de depósito el pago de los gastos de publicidad que arancele el periódico del lugar del hecho, a los fines de dar publicidad a la condena, transcribiéndose la parte resolutive y su situación de firmeza adquirida.

ARTICULO 62: Si la sanción fuera apercibimiento, se dará por cumplida con su formal notificación al infractor.

ARTICULO 63: Si se tratare de multa, se intimará al infractor para que abone su importe y acredite su pago en el término de diez (10) días hábiles, debiendo acreditarse el depósito mediante las boletas respectivas, sin cuyo requisito el crédito no se tendrá por cancelado.

ARTICULO 64: La falta de pago hará exigible el cobro mediante ejecución fiscal por vía de apremio, siendo título suficiente el testimonio de la resolución condenatoria firme.

ARTICULO 65: Si la condena fuere el decomiso de la mercadería y/o producto de la infracción, el Municipio lo hará efectivo bajo constancia en acta, relevándose al depositario de sus obligaciones en el mismo acto de efectivizarse el traslado.

ARTICULO 66: Las mercaderías o productos decomisados, si sus condiciones de seguridad, higiene, salud, estado de conservación, inocuidad o utilidad lo permitiesen, serán incorporados al patrimonio de establecimientos del área de la salud, minoridad, educacionales o entidades de bien público, según lo aconsejen las circunstancias. Si no fuere posible el destino señalado, se procederá a su destrucción bajo constancia en acta y en presencia de dos (2) testigos.

ARTICULO 67: Si la sanción aplicada fuere la clausura del establecimiento o la suspensión del servicio afectado por un plazo determinado, la misma será efectivizada por personal de inspección especialmente destinado al efecto, labrándose el acta correspondiente.

ARTICULO 68: Si la sanción fuere de suspensión temporal en los Registros de Proveedores del Estado, se procederá a comunicar a la Contaduría General de la Provincia y/o a las Direcciones que se ocupen de las contrataciones y licitaciones públicas o contrataciones directas, para la debida anotación de la sanción. Igual temperamento se seguirá respecto de los Municipios, con intervención del Organismo competente.

ARTICULO 69: Si la sanción fuere de pérdida de concesiones, regímenes impositivos o crediticios especiales que gozare el infractor, se cursará nota de estilo al Organismo correspondiente para que proceda a aplicar la medida adoptada e informar acerca de la misma dentro del plazo de diez (10) días, bajo apercibimiento de que su omisión será considerada falta grave.

ARTICULO 70: Las decisiones tomadas por el Organismo correspondiente

agotarán la vía administrativa.

#### **NORMAS COMPLEMENTARIAS**

**ARTICULO 71:** Antes o durante la tramitación del expediente, se podrá dictar medida preventiva que ordene el cese de la conducta que se reputa violación a la Ley de Defensa del Consumidor y/o este Código y/o sus reglamentaciones.

Asimismo, y con la mayor amplitud, se podrán disponer medidas técnicas, admitir pruebas y dictar medidas de no innovar o para mejor proveer. Se podrá solicitar el auxilio de la fuerza pública al disponer la realización de inspecciones y pericias vinculadas con la aplicación de la ley y cuando disponga de oficio o a requerimiento de parte audiencias a las que deban concurrir los denunciantes, damnificados, presuntos infractores, testigos y perito, entre otros.

**ARTICULO 72:** Las constancias de la actuación serán evaluadas con razonable criterio de libre convicción. En caso de duda, se estará siempre a la interpretación más favorable al consumidor.

#### **CAPITULO V**

##### **SANCIONES**

**ARTICULO 73:** Si la resolución tiene por verificada la existencia de la infracción, quienes la hayan cometido se harán pasibles de las siguientes sanciones, las que se podrán aplicar independiente o conjuntamente, según resulte de las circunstancias del caso:

- a) **Apercibimiento.**
- b) **Multa de cien (100) pesos a quinientos mil (500.000) pesos.**
- c) **Decomiso de las mercaderías y productos objeto de la infracción.**
- d) **Clausura del establecimiento o suspensión del servicio afectado por un plazo de hasta treinta (30) días, excepto en los casos que se trate de servicios públicos sujetos a la competencia de entes reguladores u otros organismos de control.**
- e) **Suspensión de hasta cinco (5) años en los registros de proveedores que posibilitan contratar con el Estado.**
- f) **La pérdida de concesiones, permiso, habilitación, licencia, privilegios, regímenes impositivos o crediticios especiales de que gozare.**

**ARTICULO 74:** Sin perjuicio de la orden de cesación de los anuncios, se impondrá la sanción administrativa de contrapublicidad al denunciado que a través de la información o publicidad hubiera incurrido en prácticas engañosas o abusivas en infracción a las normas nacionales vigentes y a esta Ley.

La rectificación publicitaria será divulgada por el responsable, a sus expensas, en la misma forma, frecuencia, dimensión y preferentemente por el mismo medio, lugar, espacio y horario, de forma capaz de eliminar los efectos de la infracción.

**ARTICULO 75:** Los importes de las multas que surjan de la aplicación de la presente Ley e ingresen al erario público municipal, serán destinados única y exclusivamente a solventar los gastos que demande el cumplimiento de la misma.

El ochenta (80) por ciento de los fondos obtenidos quedarán en poder de los Municipios con la afectación dispuesta en el párrafo anterior, y el veinte (20) por ciento restante será girado a la Provincia a los efectos de solventar los gastos que demande el funcionamiento y la actividad de la Autoridad de Aplicación.

**ARTICULO 76:** En todos los casos se dispondrá la publicación de la resolución condenatoria a costa del infractor en el diario de mayor circulación de la jurisdicción donde se cometió la infracción.

La Autoridad de Aplicación conservará estadísticas actualizadas de resoluciones condenatorias contra proveedores de productos y servicios, debiendo divulgarlas pública y periódicamente. Las estadísticas y su publicación, comprenderán asimismo los casos de negativas a celebrar acuerdos conciliatorios y de incumplimientos de los celebrados.

ARTICULO 77: En la aplicación y graduación de las sanciones previstas en el artículo 73, se tendrá en cuenta:

- a) La circunstancia de haber denunciado, celebrado o no un acuerdo conciliatorio, y caso afirmativo, haberlo o no cumplido.
- b) El perjuicio resultante de la infracción para el consumidor o usuario.
- c) La posición del infractor en el mercado.
- d) La cuantía del beneficio obtenido.
- e) El grado de intencionalidad.
- f) La gravedad de los riesgos o de los perjuicios sociales derivados de la infracción y su generalización.
- g) La reincidencia.
- h) Las demás circunstancias relevantes del hecho.

Se considerará reincidente a quien, habiendo sido sancionado por una infracción a esta Ley, incurra en otra de similar naturaleza dentro del término de tres (3) años de haber quedado firme la resolución que la dispuso.

ARTICULO 78: Si del sumario surgiese la eventual comisión de un delito, se remitirán de inmediato las actuaciones al Juez competente.

## **TITULO IX**

### **DE LOS MUNICIPIOS**

ARTICULO 79: Los Municipios ejercerán las funciones emergentes de esta Ley; de la Ley Nacional de Defensa del Consumidor, y de las disposiciones complementarias, de conformidad con los límites en materia de competencias y atribuciones.

ARTICULO 80: Los Municipios serán los encargados de aplicar los procedimientos y las sanciones previstos en esta Ley, respecto de las infracciones cometidas dentro de los límites de sus respectivos territorios y con los alcances establecidos en este artículo.

Las sanciones que apliquen los Municipios tendrán el efecto previsto en el artículo 70.

ARTICULO 81: Corresponde a los Municipios:

- a) Implementar el funcionamiento de un organismo o estructura administrativa que se encargará de ejecutar las funciones emergentes de esta ley. A tal efecto, podrán crearse estructuras administrativas u organismos especializados, o asignárselas a organismos ya existentes con potestades jurisdiccionales sobre cuestiones afines.
- b) Instrumentar la estructura correspondiente a la instancia del procedimiento y a la etapa resolutoria, cada una de las cuales tendrá un funcionario competente a cargo.
- c) Deberán asimismo capacitar a su personal y cuerpo de inspectores.
- d) Confeccionar anualmente estadísticas que comprenderán las resoluciones condenatorias contra proveedores de productos y servicios; los casos de negativa a celebrar acuerdos conciliatorios, y los incumplimientos de los acuerdos celebrados. Las estadísticas deberán ser divulgadas pública y periódicamente y elevadas a la Autoridad de Aplicación.

e) Facilitar la tarea del Organismo Municipal encargado de aplicación de las funciones y atribuciones que les acuerda esta ley, creando tantas Oficinas Municipales de Información al Consumidor como lo consideren necesario, teniendo en cuenta sus características demográficas y geográficas.

Las Oficinas Municipales tendrán las siguientes funciones:

Prestar asesoramiento y evacuar consultas a los consumidores y usuarios.

Brindar información, orientación y educación al consumidor.

Fomentar y facilitar la creación y actuación de asociaciones locales de consumidores.

Efectuar controles sobre productos y servicios, en la medida que sean compatibles con el régimen de competencias municipal, y en su caso, elevar las actuaciones al organismo municipal de aplicación para la sustanciación del procedimiento pertinente.

Recibir denuncias de los consumidores y usuarios.

Fijar y celebrar conciliaciones entre el denunciante y la empresa denunciada.

Elevar las actuaciones al organismo municipal de aplicación en el caso que fracase la conciliación, o para su homologación.

Propiciar y aconsejar la creación de normativa protectora de los consumidores en el ámbito de competencia municipal teniendo en cuenta la problemática local o regional.

Colaborar con el Gobierno Municipal en la difusión de las campañas de educación y orientación al consumidor.

Asistir al organismo municipal en todo lo que esté a su alcance.

ARTICULO 82: A los fines establecidos en el artículo 83°, el Gobierno Provincial a través de la Autoridad de Aplicación deberá:

a) Contribuir con la implementación y desarrollo permanente de los Organismos Municipales sobre los que recaiga el ejercicio de las atribuciones conferidas por esta Ley, mediante planes especiales de ayuda; asistencia financiera, técnica y jurídica.

b) Para evitar la subsistencia de eventuales criterios contrapuestos respecto del juzgamiento de casos similares, llamará a un “Plenario Anual” al que serán convocados todos los Municipios de la Provincia a los efectos de unificar el criterio futuro a seguir sobre cada tema sometido al mismo. El criterio que adopte el plenario respecto de cada tema será vinculante en lo sucesivo para todos los Municipios de la Provincia de Buenos Aires. El Plenario se constituirá con los Municipios que asistan a la convocatoria y sus decisiones se tomarán por mayoría simple. El lugar de funcionamiento será rotativo y su asignación será por sorteo entre los municipios que se postulen para oficiar como anfitriones.

c) Velar en todo momento por el adecuado cumplimiento y ejercicio de las atribuciones y funciones que esta Ley otorga.

**TITULO X**  
**MINISTERIO PUBLICO**  
**PROMOTORIAS DE LOS**  
**CONSUMIDORES Y USUARIOS**

ARTICULO 83: Autorízase al Procurador General de la Suprema Corte de Justicia de la Provincia, a asignar a funcionarios del Ministerio Público, la función especial de defensa de los consumidores y usuarios, pudiendo a tal

efecto crear Promotorías de los Consumidores y Usuarios.

ARTICULO 84: Los funcionarios y dependencias del Ministerio Público que resulten especializados en la defensa de los consumidores y usuarios, tendrán las siguientes funciones específicas, sin perjuicio de las emergentes de las demás normas vigentes:

- a) Asesoramiento y asistencia jurídica a los consumidores y usuarios.
- b) Desarrollar de oficio o a pedido del interesado, la investigación de hechos atinentes a relaciones de consumo, que puedan significar lesiones o amenazas a los intereses de los consumidores y usuarios, y adoptar en su caso las medidas de acción pertinentes.
- c) Representar los intereses de los consumidores y usuarios para la prevención y/o solución de conflictos frente a los proveedores de productos y servicios, tanto extrajudicialmente como judicialmente en los términos de los artículos 26º y 27º, e incluso de oficio cuando se trate de intereses generales o derechos de incidencia colectiva.
- d) Velar, dentro de los límites de sus atribuciones, por el efectivo respeto por parte de los Poderes Públicos, a los derechos constitucionales de los consumidores y usuarios.

#### DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTICULO 85: Hasta tanto se encuentre en funcionamiento el fuero Contencioso Administrativo en la Provincia de Buenos Aires o, luego de ello, en aquellos Departamentos Judiciales en los que no existieren juzgados o tribunales de ese fuero, la revisión judicial de las sanciones aplicadas estará a cargo de la Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires.

ARTICULO 86: Los expedientes iniciados ante la Autoridad de Aplicación, continuarán en trámite en la misma hasta su resolución.

ARTICULO 87: Los expedientes iniciados en los Municipios, continuarán en trámite ante los mismos, hasta su resolución.

ARTICULO 88: Los expedientes que se encuentren con audiencia designada, continuarán su trámite en el organismo que fijó la fecha de audiencia, hasta su resolución.

ARTICULO 89: Deróganse todas las Leyes, Decretos, Resoluciones y Disposiciones que se opongan al presente Código de Implementación.

ARTICULO 90: Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Dada en la Sala de Sesiones de la Honorable Legislatura de la Provincia de Buenos Aires, en la ciudad de La Plata, a los veintisiete días del mes de noviembre del año dos mil tres.

ALEJANDRO H. CORVATTA

Vicepresidente 1º H. Senado

en ejercicio de la Presidencia

Máximo Augusto Rodríguez

Secretario Legislativo H. Senado

OSVALDO J. MERCURI

Presidente H. C. Diputados

Manuel Eduardo Isasi

Secretario Legislativo H. C. Diputados

Registrada bajo el número TRECE MIL CIENTO TREINTA Y TRES (13.133).

María López Outeda

Subsecretaría General de la Gobernación

**DECRETO 64**

La Plata, 16 de diciembre de 2003

VISTO lo actuado en el expediente 2100-27.129/03, por el que tramita la promulgación de un proyecto de ley, sancionado por la Honorable Legislatura en fecha 27 de noviembre del corriente año, mediante el cual se establece el Código Provincial de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios, y

**CONSIDERANDO:**

Que la iniciativa en cuestión establece las bases legales para la defensa del consumidor y del usuario, según los términos del artículo 38 de la Constitución Provincial, teniendo por objeto establecer las reglas de las políticas públicas y mecanismos de implementación en la materia en el Ambito provincial.,

Que liminarmente, es dable advertir que los artículos 23 y 30 de la propuesta establecen normas, de procedimiento sumarísima para las acciones promovidas por consumidores a usuarios contra proveedores de productos a servicios, fijando la competencia en la materia de los Juzgados civiles y comerciales; Que dicho régimen resulta incompatible con los postulados de la Ley 12.008 y sus modificatorias, que expresamente consagra la competencia contencioso administrativa en dichas acciones, en cuanto se encuentren regidas por el derecho administrativo, razón por la cual devienen observables los artículos precitados;

Que idéntica determinación cuadra exponer respecto del inciso c) del artículo 26 y parcialmente de su similar 27, en la medida que establecen la legitimación activa del Ministerio Público cuando los derechos de los consumidores y usuarios resulten afectados, incorporando, de tal modo, una considerable carga de tareas a dicho Organismo y obligándolo a entablar acciones en cualquier caso. En tal sentido, se prefiere acotar, mediante la objeción planteada, la intervención del mismo a aquellos supuestos de, abandono de la acción por parte de las Asociaciones legitimadas;

Que por último, en virtud de las funciones que se establecen a organismos provinciales y municipales de aplicación de la ley, aparece como inconveniente el Título X del proyecto analizado, ya que se superpondrían con las asignadas a las promotorias, resultando una multiplicación de organismos para actuar en un mismo campo;

Que atendiendo a las razones precedentemente expuestas y conforme a fundamentos de oportunidad, mérito y conveniencia, se estima procedente ejercer las facultades conferidas por los artículos 108 y 144 inciso 2) de la Constitución Provincial.

Por ello,

**EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA  
DE BUENOS AIRES**

**DECRETA:**

Artículo 1º.- Vétase en el proyecto de ley sancionado por la Honorable Legislatura con fecha 27 de noviembre de 2003, al que hace referencia el Visto del presente, lo siguiente:

a) el segundo párrafo del artículo 23-

b) el artículo 30.

c) el inciso c) del artículo 26

d) en el artículo 27, la expresión “cuando no intervenga en el proceso como

parte”.-

e) el Título X en su totalidad.

Artículo 2° - Promúlgase el texto aprobado, con excepción de las observaciones dispuestas en el artículo precedente.

Artículo 3° - Comuníquese a la Honorable Legislatura.

Artículo 4° - El presente Decreto será refrendado por el señor Ministro Secretario en el Departamento de Gobierno.

Artículo 5° - Regístrese, comuníquese, publíquese, dése al Boletín Oficial y archívese.