

## Anorexia y Medios de Comunicación

**Roberto Argente del Castillo**

Licenciado en Ciencias de la Información  
Director de A&R de Prensa y Publicidad

*Este artículo, dedicado al tratamiento de la anorexia en los medios de comunicación y a su posible influencia en el desarrollo de la enfermedad, expone un estudio realizado sobre diferentes publicaciones femeninas y las opiniones de algunas de sus responsables. Sus conclusiones parecen apuntar hacia una cada vez mayor concienciación de la sociedad española en cuanto a los riesgos de esta patología y hacia una labor periodística que progresivamente se ha hecho más rigurosa, basada fundamentalmente en la oferta informativa (estadísticas, posibles causas, métodos de curación...) y en el intento de concienciación de la audiencia. El artículo incluye, asimismo, algunas referencias al mundo de la publicidad y a la televisión, dada su destacada influencia en el gran público.*

**Palabras clave:** Datos, desestabilizador, propuestas estéticas, dietas, tratamiento informativo, causas, juicio de los expertos, métodos de curación, publicidad, compromiso informativo, concienciar, alimentación sana, casos reales, coherencia, aprender a comer, deporte, especialistas, rigor, recomendaciones, hábitos saludables, autoestima, colaborar, responsabilidad, modelos, televisión, castings, personajes, influencia, debate.

### 1. ¿Por buen camino?

La cuota de responsabilidad que puede atribuirse a la prensa escrita, a la televisión y al mundo de la publicidad en el desarrollo de una enfermedad como la anorexia se basa en su papel de soporte para la creación y difusión de determinados modelos o arquetipos estéticos. En nuestro país, pese a que suele aceptarse el hecho de que la anorexia es un trastorno complejo que aparece debido a la suma de diferentes factores, los medios de comunicación parecen haber tomado conciencia de lo que sus contenidos informativos y sus propuestas estéticas pueden llegar a significar para gran número de adolescentes y jóvenes.

No existen estadísticas fiables. No se encuentran explicaciones suficientemente claras. Nadie parece tener la culpa. Mientras la sociedad busca una explicación a su alarmante desarrollo, la anorexia nerviosa— esa enfermedad que literalmente se come a la gente que no quiere comer— continúa planteando numerosos interrogantes tanto en cuanto a sus posibles causas, que probablemente sean muchas, como en lo que se refiere a su curación.

La información que aparece en los medios de comunicación es cada vez más frecuente. Y eso es bueno, porque permite conocer datos, noticias y hechos concretos sobre la enfermedad, porque puede hacer que muchas adolescentes y jóvenes (el 95% de los casos corresponde al sexo femenino) abran los ojos y soliciten ayuda y porque asimismo puede facilitar a los adultos las pistas necesarias para descubrir si sus hijas son anoréxicas o forman parte de lo que podría llamarse población de riesgo.

Los medios de comunicación, no obstante, también desempeñan otro papel que muchos califican como desestabilizador en la lucha contra la anorexia; en la era de la imagen y el culto al cuerpo, la prensa escrita y la televisión son las encargadas de difundir las propuestas estéticas que dicta la moda temporada tras temporada, propuestas que acaban convirtiéndose en auténticos cánones de belleza que gozan en ocasiones de una excesiva valoración social. La prensa, además, responde a la constante demanda de las lectoras preocupadas por el sobrepeso con la continua publicación de información sobre dietas, métodos de adelgazamiento, aparatos y productos cosméticos para la reducción de grasa corporal y estudios

sobre la obesidad y otras alteraciones físico-estéticas. Y eso, cuando conseguir la figura de una *top models* puede llegar a convertirse en una obsesión para muchas niñas que se encuentran en pleno desarrollo –inseguras, descontentas con su propio cuerpo, con frecuentes dificultades para encontrar talla en muchas tiendas de ropa para jóvenes...– no sólo no es bueno sino que, como puede confirmar cualquier familiar de un afectado por anorexia, puede ser algo muy peligroso.

### **Cada vez mejor**

El tratamiento informativo que recibe la enfermedad en los medios de comunicación de nuestro país es, sin embargo, cada vez mejor. Muchos periódicos y la práctica totalidad de las revistas (las femeninas, todas) publican con notable frecuencia todo tipo de artículos, reportajes, entrevistas e informes dedicados a la anorexia. Las diferentes cadenas de televisión, por su parte, presentan las noticias que surgen en torno a esta patología en las secciones dedicadas a salud o sociedad de sus informativos, emitiendo ocasionalmente determinados programas en los que se aborda su problemática de forma específica e incorporándola a la trama de algunos episodios de exitosas series de producción nacional como *Periodistas* o *Compañeros*. Gracias a la prensa, por ejemplo, han podido conocerse muchos de los datos del trastorno que la Organización Mundial de la Salud entiende como «una pérdida deliberada de peso inducida o mantenida por el propio enfermo»: la existencia de cerca de 400.000 casos en España (aunque determinadas fuentes aseguran que únicamente 80.000 pueden ser considerados realmente como anorexia; el resto podría atribuirse al llamado *síndrome del miedo a engordar*, cuyos afectados desarrollan comportamientos similares a los de esta patología), el incremento anual del 15% en el número de enfermos, las estadísticas que determinan la edad de 14 años como el momento en el que con más frecuencia suele desarrollarse la enfermedad, los escalofriantes porcentajes que aseguran que un 30% de los afectados no llega a recuperarse jamás y que un 10% de ellos fallece en un plazo de 8 años... La prensa, además, ha informado sobre la opinión de quienes afirman que estas cifras no son un fiel reflejo de la realidad, dado que la anorexia en

muchos casos no llega nunca a ser identificada como tal, recibiendo entonces tratamiento como si fuera otro tipo de enfermedad. Por otra parte, los medios han aportado su granito de arena para hacer llegar a la sociedad española el juicio de los expertos respecto a las causas que pueden provocar el desarrollo de este trastorno y sus métodos de curación: entre las primeras, las más comunes parecen ser la presión social, la soledad, la moda y el bajo concepto físico de uno mismo; en cuanto a los segundos, se suele hablar de una combinación de diferentes terapias en procesos que son generalmente muy lentos debido a que precisan realizar un cambio completo en la mentalidad del paciente.

Hablar de los medios de comunicación hace obligada la referencia al mundo de la publicidad. Los anuncios en prensa y televisión son las imágenes en las que muchas adolescentes y jóvenes buscan el canon de belleza a imitar. Su diseño, su estética y, sobre todo, el aspecto de las modelos que en ellos aparecen pueden llegar a ejercer una enorme influencia en el ánimo de un sector de la población que, por edad, educación o personalidad, se encuentra en una etapa muy susceptible de su formación. La responsabilidad de las imágenes que aparecen en la publicidad puede atribuirse en última instancia a los anunciantes, pero también sería conveniente reflexionar en cuanto al papel que juegan los directores de *castings* y las propias agencias de modelos en esta particular problemática.

### **Compromiso informativo**

La especial incidencia de la anorexia entre las mujeres ha hecho que las revistas femeninas dediquen una especial atención a la enfermedad. Publicaciones como *Elle*, *Nuevo Vale*, *Bravo*, *You* o *Ragazza*, cuyas respectivas audiencias se encuentran en un abanico comprendido entre 301.000 y 452.000 lectoras según datos del Estudio General de Medios referidos a los primeros meses de 1999, buscan ofrecer en todo momento una información útil y práctica. «Nuestra publicación mantiene desde hace tiempo un especial compromiso en el tema de la anorexia –asegura Virginia Galvín, redactora jefe de la revista *Elle*–. Desde el punto de vista informativo periódicamente intentamos hacer llegar a nuestras lectoras todo lo que concierne a la enfermedad: en

qué consiste, cómo se manifiesta, cuáles son sus posibles causas y sus métodos de detección, cuál es la evolución del trastorno en nuestro país... En lo que se refiere a la imagen, *Elle* nunca publica fotografías de modelos excesivamente delgadas o demacradas; con ello evitamos la propuesta de un modelo estético que puede sugerir la extrema delgadez como prototipo de belleza, aunque no podemos, obviamente, ilustrar nuestros artículos y reportajes con imágenes de mujeres gordas porque a nadie le apetece estar así».

Concienciar a las lectoras de los peligros que supone esta patología y destacar la necesidad de mantener una alimentación sana al tiempo que se aprende a aceptar el propio cuerpo son dos de las constantes en la información de las revistas femeninas. «Una de las principales preocupaciones de las publicaciones femeninas debe ser desterrar la idea de que la mujer debe estar permanentemente a dieta –comenta Mónica Artigas, directora de *Nuevo Vale*– Nuestra revista desarrolla dos líneas muy definidas para el tratamiento informativo de la enfermedad: por un lado, intentamos concienciar a nuestras lectoras sobre los riesgos que conlleva, destacando todas las noticias, datos y estadísticas que aparecen relacionadas con la anorexia; por otro, tratamos de luchar contra el estereotipo *chica delgada, chica feliz*, incidiendo en la necesidad de comer bien, de aceptar el propio cuerpo, de reforzar la autoestima frente a modelos estéticos que implícitamente relacionan la extrema delgadez con la belleza. En *Nuevo Vale* consideramos que esta es una labor que debe implicar a todos los agentes sociales, porque por mucho que cambien las leyes, si no cambia la mentalidad de la gente será muy difícil encontrar una solución al problema».

«Nuestros consultorios explican qué es la anorexia y cómo se puede tratar, recomendando siempre acudir al consejo del especialista porque sólo con su ayuda se puede resolver el problema –dice Katrin Senne, directora de *Bravo*–. En nuestras páginas de moda aparecen modelos sencillas, no *top models*, y las hay más o menos guapas, más o menos delgadas... Desde luego no buscamos la perfección estética a través de la delgadez, sino a través de un estilo propio. Insistimos, además, en que todo el mundo es guapo, eso sí, a su manera, y en que lo importante es sentirse a gusto con uno mismo».

La información, en muchos casos, presenta casos reales con el objetivo de acercar más aun a la audiencia la realidad del problema. «Se trata, ante todo, de explicar a las lectoras que un desorden alimenticio, cuando viene provocado por diferentes factores de tipo psicológico, puede llegar a desembocar en algo tan grave como la anorexia –argumenta Inmaculada Sebastián, directora de *You*–. En un reciente reportaje titulado *Alerta Roja*, por ejemplo, exponíamos las razones que pueden inducir a esta enfermedad, con una información ampliamente documentada en la que se destacaban las señales de peligro que pueden ayudar a identificar el inicio del trastorno. Nuestra revista trata de ofrecer un enfoque muy práctico de la información para que las lectoras sepan a qué atenerse, porque muchas veces se piensa que algo así no le puede ocurrir a uno mismo o a alguien del propio entorno. En otra ocasión presentamos un testimonio real, con declaraciones y fotografías de una joven anoréxica que se brindó a colaborar con la revista con el objetivo de ayudar a otras chicas a concienciarse sobre los riesgos que representa esta enfermedad».

#### ¿Falta de coherencia?

Resulta curioso, no obstante, constatar que pese a la atención que dedican las revistas femeninas a la anorexia, todas ellas publican constantemente dietas o tratamientos de choque contra la obesidad y trastornos estéticos como la celulitis. «En *Elle* intentamos ante todo ser coherentes –apunta Virginia Galvín–. Tanto los temas de nutrición como los de estética buscan ofrecer una información contrastada a nuestras lectoras, solicitando para ello la colaboración de endocrinos y expertos. Cuando hablamos de dietas, por ejemplo, no ofrecemos fórmulas mágicas; recientemente publicamos un suplemento especial supervisado por la Asociación Española de Endocrinología en el que las veinte dietas más famosas del mundo fueron sometidas a examen, destacando que todas las conclusiones que exponíamos en cuanto a su efectividad eran fruto de la opinión de profesionales de la medicina». «Las dietas y el sobrepeso son temas a los que nuestra revista presta una especial atención –señala Inmaculada Sebastián–, pero siempre destacando la importancia que tiene aprender a comer de forma equilibrada. Cuando llega la

primavera, el momento en que muchas mujeres comienzan a pensar en adelgazar para presentar el mejor aspecto posible, estas cuestiones deben tratarse con especial cuidado, y por ello intentamos que nuestras lectoras reflexionen en cuanto a la necesidad de hacer deporte y de mantener una alimentación sana. En todos nuestros reportajes se exige un particular esfuerzo de documentación, acudiendo a especialistas en nutrición y recomendando que cualquier dieta que se realice para perder un peso determinado tenga una duración específica, un período que posteriormente conduzca a lo que suele denominarse etapa de mantenimiento. La lectora debe entender que aceptarse a sí misma es tan importante como seguir lo que se conoce como hábitos de vida sana».

La información, efectivamente, suele caracterizarse tanto por el rigor con que se elabora como por incluir todo tipo de recomendaciones que tratan de concienciar a las lectoras sobre la importancia de mantener hábitos saludables de vida y de reforzar su autoestima. «Existen dietas buenas y malas, pero no se puede generalizar –afirma Katrin Senne–. La calidad de la información sobre dietas y regímenes de adelgazamiento depende de cada revista. Lo que sí es importante es hacer hincapié en la necesidad de mantener una alimentación equilibrada combinada con la práctica regular de una actividad física desde muy temprana edad».

«Lo cierto es que a la gente le preocupa su cuerpo y siempre intenta mejorar –dice Mónica Artigas–. En *Nuevo Vale* intentamos dejar bien claro que las dietas no son milagrosas, que pueden servir para adelgazar pero que únicamente deben seguirse durante un tiempo determinado y siempre bajo un estricto control. Uno de nuestros últimos reportajes en este sentido, titulado *Come Sana y Mantente Guapa*, apunta precisamente estas cuestiones, destacando la importancia de que la mujer aprenda a valorar realmente cuándo necesita perder algo de peso. La información sobre temas de adelgazamiento, teniendo en cuenta la incidencia que puede tener sobre un trastorno tan peligroso como es la anorexia, debe ser realizada con ética y con coherencia. Se puede hablar de anorexia y de dietas, pero hay que hacerlo con extremado rigor; no hay que olvidar que la audiencia de las revistas femeninas es muy

grande y muy variopinta, que muchas mujeres cuidan su estado físico sin caer en obsesiones y que no se dejan influir por determinados modelos para ser felices».

#### **Atención suficiente**

Las profesionales de la prensa femenina consideran que en la actualidad los medios prestan una atención adecuada al tema de la anorexia, tanto desde el punto de vista informativo como desde la óptica de la concienciación de la audiencia respecto a lo que supone la enfermedad. Según Inmaculada Sebastián «los textos son cada vez más cuidados; todas las revistas procuran ofrecer una información contrastada, apoyada siempre en las opiniones y consejos de expertos y especialistas. En cuanto a la parte gráfica, en *You* hemos conseguido que nuestros estilistas comprendan que no queremos modelos excesivamente delgadas; tanto el equipo de redacción como la mayoría de nuestras lectoras somos mujeres normales, mujeres que preferimos ver como le queda la ropa a otras mujeres parecidas a nosotras antes que obsesionarnos con perder varios kilos para entrar en el vestido que puede lucir una modelo demasiado delgada».

Para Katrin Senne «la información sobre la anorexia es cada vez mayor en todo tipo de publicaciones, pero se trata de una enfermedad demasiado complicada como para resolverla desde las páginas de una revista. *Bravo* intenta transmitir a sus lectoras que lo más importante es gustarse a sí mismas, aunque para las adolescentes esto resulte ciertamente difícil dado que se encuentran en pleno desarrollo y el aspecto físico es muy importante para ellas».

Algunas publicaciones, además, han puesto en marcha ciertas iniciativas con las que pretenden colaborar en contra de la anorexia: «nuestra presentación de la moda de primavera, por ejemplo, especificó que todas las modelos fotografiadas lucían tallas 38 ó 40, haciendo ver a muchas jóvenes que no es necesario tener una 36 para estar guapa –explica Mónica Artigas–. El tratamiento informativo de la anorexia es cada vez día mejor, más completo, y aunque al principio pudo existir un cierto sensacionalismo, a medida que se ha ido conociendo la enfermedad la información se ha vuelto mucho más rigurosa. En

este sentido, la prensa ha tomado poco a poco conciencia de la importancia de su papel en la lucha contra este trastorno».

### Imágenes para el recuerdo

Las propuestas estéticas que presenta la publicidad han sido y son duramente criticadas desde diferentes posturas; en ocasiones, se ha llegado a considerar al sector como uno de los principales responsables de la obsesión de muchas adolescentes por el tema del adelgazamiento. «El bombardeo de los modelos estéticos que la publicidad propone puede sin duda inducir a la anorexia –dice María Calle, directora de la agencia Magic Network–, pero no puede afirmarse que toda la responsabilidad en el desarrollo de la enfermedad deba recaer precisamente en el sector publicitario. También influye la continua publicación de dietas y métodos para adelgazar rápidamente. Por otra parte, tanto las demandas de los directores del casting para los anuncios como las de los propios diseñadores de moda siempre se orientan hacia jóvenes que ante todo deben ser guapas y delgadas, circunstancia que hace que para las agencias y los modelos resulte muy complicado plantear otras alternativas. No obstante, también hay que decir que muchas modelos tienen la talla 36 y están en perfecto estado de salud, por lo que no se trata de un simple problema de imagen o de medidas. La anorexia es algo mucho más complejo.».

«No se puede establecer una relación causa-efecto entre publicidad y anorexia –afirma Virginia Galván–, eso es simplificar demasiado el problema. Existen numerosas razones de tipo psicológico, educacional y cultural para explicar el fenómeno que supone esta enfermedad. Los últimos estudios, incluso, apuntan que determinados genes pueden tener una influencia determinante en el desarrollo de la enfermedad. Considerar que la publicidad o los medios de comunicación son los grandes responsables del aumento del número de casos es un grave error».

Katrin Senne es de la misma opinión: «Muchas chicas sueñan con ser modelos y hacen mucho por parecerse a ellas. El hecho de que numerosas campañas publicitarias utilicen modelos delgadas puede promover el afán de adelgazar, pero la publicidad no es el único factor que incide en el

aumento del número de casos de anorexia. No hay que olvidar el ejemplo que ofrecen actrices como Penélope Cruz o Lydia Bosch, presentadoras como Paloma Lago o cantantes como Lene, del grupo *Aqua*, o Dolores, de *The Cranberries*; muchas de ellas son delgadas por naturaleza, y otras porque el entorno se lo exige.

Responsabilizar exclusivamente a la publicidad de algo tan grave como la anorexia sería demasiado fácil.»

Inmaculada Sebastián también descarga de culpas al sector publicitario, destacando la necesidad de contemplar el problema de forma global: «a nuestra redacción han llegado cartas de niñas obsesionadas con el mundo de la pasarela diciendo que si para ser modelo hace falta volverse anoréxica, están dispuestas a ello; esto no es algo que hayan favorecido la publicidad o los medios de comunicación, sino que se trata de una situación en la que influyen cuestiones como la educación y el carácter de la persona o su situación familiar y afectiva. También los médicos dicen que es mejor estar delgada, y no por ello son responsables de la anorexia».

«La publicidad puede estar relacionada con la anorexia en tanto en cuanto identifique la delgadez con la felicidad –concluye Mónica Artigas–. En cualquier caso, la creatividad de los anuncios debería ser más abierta, contemplando en mayor medida la infinidad de tipos y cuerpos de mujer que existen».

### La anorexia en televisión

Las series de televisión también sirven como punto de referencia para muchas adolescentes y jóvenes que persiguen determinados patrones estéticos. Luis San Narciso, director de *castings* de Globo Media –productora de la que han surgido éxitos tales como *Médico de Familia*, *Periodistas* o *Compañeros*–, enfoca su labor como un trabajo que debe llevarse a cabo con una especial responsabilidad: «sabemos que los personajes de nuestras series pueden llegar a tener una cierta influencia sobre la audiencia, especialmente entre los más jóvenes, y por eso siempre intentamos que sean interpretados por actores y actrices que físicamente sean absolutamente normales, gente con la que uno se puede cruzar cada día en la calle. Después, durante el rodaje de los distintos episodios, únicamente intervenimos en casos muy

especiales; a poco de empezar la emisión de *Más que Amigos*, por ejemplo, se detectó cierta competencia entre las actrices, que cada vez querían estar más guapas y más delgadas, pero todo aquello se terminó rápidamente al introducir nuevos personajes y nuevos argumentos en los que el aspecto físico pasaba a un segundo plano. Nosotros no establecemos ningún tipo de control sobre el peso o las medidas de los actores que trabajan en nuestras series; muchos de ellos son niños o adolescentes, y su desarrollo físico es impredecible».

El interés social que despierta la enfermedad ha llevado a algunas de las series a abordar su problemática en ciertos capítulos. «La idea de tocar el tema de la anorexia en uno de los episodios –comenta Jesús Rodrigo, director de *Periodistas*– surgió a raíz de la polémica que se suscitó en torno al mundo de las *top models* poco antes de la pasarela Cibeles. A partir de ese momento empezamos a trabajar preparando el guión a fondo, asesorándonos desde todos los puntos de vista. Nuestro objetivo era tratar un tema de actualidad, exponiendo el problema, planteando el debate e intentando concienciar a la audiencia para que ésta saque sus propias conclusiones».

Para Guillermo Fernández, director de *Compañeros*: «una serie de ficción no debe intentar educar al espectador, pero sí puede hacerle pensar. Su finalidad es contar una historia interesante, con guiones realistas que se basan en la actualidad y que deben tratarse de forma constructiva, siempre desde un punto de vista positivo y cercano. Para preparar los distintos temas que se abordan en cada episodio reunimos una gran cantidad de documentación: por un lado, las experiencias que recogemos en la calle, en directo, y por otro la información que nos brindan los expertos a los que acudimos; con todo ello tratamos de ofrecer una visión del problema lo más acertada posible. Para hacer *Compañeros*, por ejemplo, convivimos durante dos meses con alumnos y profesores en el día a día de un colegio español, grabando el desarrollo completo de numerosas clases para recoger actitudes e inquietudes que nos permitieran descubrir en qué grado de aproximación podíamos acercarnos a la realidad durante el rodaje de la serie. En cuanto a la posible influencia de los personajes que

presentamos en el deseo de estar delgados de los espectadores más jóvenes, es necesario recordar que tanto los guionistas como los actores y actrices que intervienen en *Compañeros* han conseguido hacer atractivas sus interpretaciones por otras razones que no son únicamente físicas o estéticas. Cuando los personajes están bien interpretados y se presenta una trama argumental de calidad, la cuestión física pasa a un segundo plano. La anorexia es un problema complejo cuyo origen no puede atribuirse al mero afán de conseguir o imitar una imagen determinada, sino a otro tipo de desequilibrios».

#### BIBLIOGRAFIA

El estudio se ha basado en el análisis de diferentes números de las revistas *Bravo*, *CNR*, *Elle*, *Nuevo Vale*, *Quo*, *Ragazza*, *Woman* y *You*, así como en datos publicados por la primera edición de 1999 del Estudio General de Medios.