



Alumna:

Viviana Niño Leguizamo

Docente:

Rosaura Audi

Asignatura:

Trabajo de investigación final

Fecha de entrega:

7 de agosto 2014

Titulo

Salud vs. Perfección física. ¿Quién gana?

Tema

Mostrar cómo afectó en la salud de la presentadora y modelo colombiana Jessica Cediell y Sandra Acosta cabeza de hogar, los modelos de belleza que la sociedad y los medios de comunicación han impuesto en los últimos tres años en Colombia.

Problema

Mostrar cómo afectan negativamente los modelos de belleza que los medios de comunicación han impuesto en los últimos años en Colombia, en la salud, la manera de actuar y de vestir de las mujeres colombianas.

Justificación

A diario se ve como se han incrementado las cirugías plásticas en las jóvenes; además de esto se encuentra un patrón muy alto de bulimia y anorexia. Desde los años 80 la publicidad fue un factor fundamental para que el estereotipo de mujer bonita tuviera que ser delgada o voluptuosa.

Dependiendo la época y el lugar así mismo se clasifican los estereotipos que la sociedad ha permitido que entren a través de los medios de comunicación, de esta manera el concepto de belleza ha cambiado, dando un giro e importancia a lo estético del cómo se ven para poder encajar en un círculo social o sentirse aceptados por un grupo, comunidad o hacer parte de un status.

Hay una gran campaña por parte de las modelos y presentadoras en contra de las enfermedades o cirugías mal practicadas, sin embargo las mujeres jóvenes no pueden dejar de seguir este modelo que han implantado los medios de comunicación durante años y se dejan guiar por lo que ven en los programas y revistas.

Dentro de los modelos de belleza que hay, además de la tendencia por ser exageradamente delgadas, encontramos también la fascinación por tener lo que se conoce como un “cuerpo perfecto”, este proyecto se basa principalmente en los casos de la modelo colombiana Jessica Cediell y la madre de hogar Sandra Acosta.

Objetivo general

Analizar cómo los canales RCN, Caracol y las revistas Tv y Novelas y Soho de Colombia, plantean el estereotipo de mujer “bella”, llegando a generar un descontento con su físico. También se va a comparar a RCN y Caracol en como manejan estos temas, que formato tienen cuando se dirigen a este público (las mujeres).

Objetivos específicos

- 1) Mostrar cómo los medios gráficos, radio y televisión ayudan a fomentar un estereotipo de mujer.
- 2) Mostrar la importancia del estereotipo de belleza y como afecta esto en las mujeres.

- 3) Mostrar cuáles son los principales factores que llevan a la mujer a hacerse un cambio físico, ya sea a la hora de operarse, inyectarse o cambiar su look llevándola a tomar la decisión de querer ser “perfecta”.
- 4) Identificar si los medios de comunicación a la hora de vender un producto de belleza, tienen presente las consecuencias que puede traer esto en el comportamiento y la salud de las mujeres.

Marco teórico:

Este proyecto está planteado para dar a conocer la influencia que tienen los medios de comunicación en las mujeres colombianas y los modelos de belleza que la sociedad ha impuesto.

Para poder entender el concepto de belleza, hay que entender que *“bello, al igual que gracioso, o bien sublime, maravilloso, soberbio y expresiones similares, es un adjetivo que utilizamos a menudo para calificar una cosa que nos gusta”* Eco Umberto, 2004, introducción.

Por otro lado se entiende que *“La Belleza como entidad es y seguirá siendo algo así como un noúmeno kantiano, del cual a raíz de nuestras limitaciones, poco podemos advertir. Mientras que sobre lo que nos está permitido hablar es acerca de lo bello, lo bello en tanto una imposición, una convención que cambia según*

pasan los años y las sociedades. Es decir, una variable más de lo histórico y social.” Murolo Leonardo, 2009, numero 22.

“Es posible que más allá de las distintas concepciones de la belleza, haya algunas reglas únicas para todos los pueblos y en todos los tiempos”, Eco Umberto, 2004, pág.14. Esto quiere decir que dependiendo la época así mismo se ha manejado el concepto de belleza y el lugar marca la diferencia.

En la actualidad existen muchos estereotipos que pueden deberse a diferentes características como clase social, edad, religión, etnia, sexo. Los medios de comunicación son unas de las principales influencias, ya que a través de muchas estrategias comerciales logran establecer modelos de conducta o apariencia que la mayoría de las personas tratará de adquirir. La comunicación presenta estereotipos de casi todos los tipos de persona ya sea, hombre o mujer sin importar la edad.

En el sistema capitalista de normalización y acumulación ilimitada, lo bello es un factor clave de producción, reproducción y sostenimiento. Lo bello es tangible, es mercancía y objeto, mientras que la Belleza, en este escenario, devino en discurso, en referente mudo, en una narrativa delo deseable. Murolo Leonardo, 2009, numero 22.

Los estereotipos se transmiten y promueven por diversas vías, tales como la educación formal y la educación informal, principalmente en el núcleo familiar y a través de los medios masivos de comunicación. Cuando prenden la televisión, la

radio o abren una revista, le están abriendo la puerta a las mentes de cada persona y a una serie de ideas y de imágenes que, si bien, por un lado, reflejan la realidad, e informan y entretienen, por otro lado presentan una visión reducida y tendenciosa de cómo vivir, como pensar, como vestir o como ser.

No se han podido demostrar los efectos negativos de la limitación de la autonomía cultural, (el impacto real sobre las culturas), que en gran medida no han sido sometidos a verificación alguna, situación que probablemente perdurara, Mcqual Denis, 1998, pag.424.

Dentro de los múltiples estereotipos que nos ofrece está el de la mujer ideal que, a través de los anuncios comerciales, muestra a una mujer feliz, espontánea, inteligente, respetable, socialmente aceptable, deseable e influyente. No contradicen lo que se les dice, es complaciente, servicial, atenta. Físicamente es delgada, con el cuerpo perfecto y facciones clásicas, bella.

Por consiguiente, esta imagen de la mujer ideal ha sido de gran impacto, ya que ha aumentado la insatisfacción de las mujeres por su cuerpo. Por ejemplo, las mujeres más jóvenes aparecen como objeto sexual mientras que las mujeres adultas aparecen en los anuncios como ama de casa, madre, trabajadora, paciente, bonita. De esta forma los estereotipos que existen sobre la mujer son transmitidos día a día por televisión y se encargan de acentuar unos rasgos negativos que no representan lo que es el género femenino.

“Los medios de comunicación de masas son totalmente democráticos, ofrecen un modelo de belleza tanto para aquella a quien la naturaleza ha dotado ya de gracia aristocrática como para la proletaria de formas opulentas” Eco Umberto, 2004, pág. 425.

Para entender el poder que tiene la influencia de los medios de comunicación en la sociedad, se analizara a profundidad como hacen para general un cambio en la vida y volverse algo personal con cada tema o programa que se transmite o se muestra gráficamente.

En ocasiones, en conversaciones cotidianas nos referimos a la industria del cine, televisión y radio simplemente como medios de comunicación de masas. Sin embargo, el término «medios de comunicación de masas» no describe la habilidad de los medios de controlar y determinar la dirección de la sociedad, el alcance de la calidad de los contenidos y la diversidad de audiencias. Steven Peter, 2005, Pág. 54.

De esta manera, Steven quiere mostrar hasta donde llegan los medios de comunicación y como hacen para que sus contenidos tengan tanto poder y valor a la hora de ser publicados, ya que va dirigido a un público específico.

El problema es que sigue siendo difícil de esclarecer cómo se nos influye: ¿reaccionamos ante los demás simplemente como humanos o también juegan un papel nuestras costumbres, forma de vestir e incluso hablar de influenciados por los medios de comunicación?”. Steven Peter, 2005, Pág. 32.

Por otro lado, Steve muestra que las culturas o costumbres son el punto de partida para que haya una gran influencia, debido a esto los medios utilizan esta información o recursos a su favor para transmitir y llegar a imponer un estilo o general un pensamiento propio pero a la vez igual a los demás, queriendo seguir a dónde va la corriente.

Un grupo que por supuesto cree que los medios de comunicación pueden influenciarnos mucho son los anunciantes. En especial la publicidad televisiva trata de relacionar objetos y servicios en venta con ideas corrientes en nuestra cultura. (Todos los anuncios tienen el significado básico compre este producto). Steven Peter, 2005, Pág. 32.

De esta forma, los medios usan la publicidad como una estrategia de mercadeo para vender productos ya sean de belleza, salud o deportes, entre otros, sin importar que tan buenos o malos resultados deje, si afecte, ya que el interés principal de estas publicaciones es vender y enriquecerse.

“La aparente abundancia de medios para mujeres en gran medida se explica por el papel clave de la mujer como consumidora, (de medios y también de otros bienes y servicios)”, Mcqual Denis, 1998, pág. 383. Por eso es que se encuentran más productos de toda clase para la mujer. Ya que entra más demanda haya más oferta ahí.

Si la estética se constituye como una reflexión sobre la sensación, es inevitable la referencia explícita a la práctica del juicio del gusto. Y la cuestión del gusto remite al sujeto en tanto que recibe algo. De esta forma, la estética aparece indisolublemente relacionada con lo íntimo. Walzer Alejandra, 2008, pág. 78

Todas las mujeres tienen gustos y necesidades específicas y más cuando se trata de querer verse mejor y estar cada vez más “linda”, ante una sociedad que ha ejercido una presión con los años, mediante los medios, los cuales nos muestran los diferentes estereotipos “perfectos” que deberían seguir o de imitar. En algunas ocasiones va más allá de querer ser igual a la modelo que sale en la portada, es el querer sentirse bien consigo misma, ya sea para darle un gusto a su intimidad o subir su autoestima.

La asociación de belleza con el cuerpo y con el consumo impone, de inmediato, una referencia a lo perecedero. De un lado la mercancía que se agota, que debe ser renovada por otra o por la misma, del otro lado, el hecho de que esos productos se aplican sobre materia perecedera: el cuerpo humano. Esto supone la renovación de ciclos de consumo, una búsqueda que ha de reiniciarse permanentemente. Walzer Alejandra, 2008, pág. 162.

Dada anteriormente la visión de Peter Steven, sobre el consumo masivo que tiene el público a la hora de comprar todo lo que se ve en cuestión de belleza: Alejandra Walzer nos marca también que la mercancía, tiene que ser renovada constantemente, ya que la fuerte demanda que hay sobre productos para la mujer aumenta a diario.

Metodología:

Para la realización de este trabajo se hará una recolección de artículos publicados en documentales, revistas, páginas web y libros que traten el tema de la influencia de los medios de comunicación en una sociedad y en las mujeres de Colombia.

También se van a analizar los diferentes estereotipos que la sociedad y los medios han impuesto con el pasar de los años.

Inicialmente se tomará como referencia al canal RCN y Caracol que han mostrado en los últimos años, series y programas donde se vende un estereotipo de mujer “perfecta”. Como la serie “Sin tetas no hay paraíso” basada en el libro de Gustavo Bolívar, editorial El Tercer Nombre. También se tomará de referencia la serie “Muñecas de la mafia” basado en el libro “Las fantásticas” de Andrés López López y Juan Camilo Ferrand, editorial Oveja Negra. Presentadas en el canal Caracol.

Se tomarán las revistas como Soho, la cual va dirigida a un público masculino, en donde muestra fotografías sugerentes o desnudos de modelos, actrices y mujeres de la vida pública colombiana en su portada y una galería en páginas interiores, es publicada por la editorial Semana. Junto con la revista Tv Novelas la cual es publicada por la Editorial Televisa y va dirigida a un público femenino y aunque sus publicaciones son directamente de farándula o espectáculos, también trata temas de vanidad, donde van tips de cómo hacer dietas y ejercicios para bajar de peso y mantener una figura esbelta.

Todo esto genera una presión social y un pensamiento en las mujeres que tienen que ser 90-60-90 sin importar el riesgo que ponen su salud por seguir “consejos” sin prevención alguna.

Hay mujeres que se intervienen quirúrgicamente o se inyectan para aumentar partes de su cuerpo aunque no lo necesiten. Como es el caso de Jessica Cediell modelo y presentadora Colombiana, que no conforme con su físico y en búsqueda

de una “cola perfecta”, que paradójicamente no necesitaba, tomó la decisión de mandarse a inyectar Acido Hialuronico.

“Es una sustancia que se encuentra naturalmente en los organismos vivos, la cual se puede mezclar con ciertos líquidos, los cuales son aplicables únicamente en zonas faciales” dijo el Médico Cirujano y Científico Felipe Coiffman en su libro “Cirugía plástica reconstructiva estética, Tomo IV, Senos, tronco y miembros inferiores”. En el cual se basara este trabajo para explicar los procesos quirúrgicos y las consecuencias o beneficios que esto deja. Sin embargo, el documental que dio a conocer esta noticia fue el Periodista, Guillermo Arturo Prieto, más conocido como “Pirry” en el canal RCN en el 2011.

También se basara en el caso de Sandra Acosta una madre cabeza de hogar, la cual influenciada por los medios de comunicación decidió hacerse una mamoplastia, tuvo algunos problemas por lo cual tuvo que operarse nuevamente para corregir lo que le dejo la primera cirugía.

La opinión de la psicóloga Kearney-Cooke está muy relacionada con esto *“para alguien que tiene partes de su cuerpo que son excesivamente diferentes de lo normal, yo haría una excepción”*. Las cirugías plásticas deberían ser usadas bajo la concesión o pensamiento de arreglar algo que por naturaleza no están dentro de lo “normal y no para sobresalir dentro de una sociedad de consumo.

Después, se hará una elección de la información recolectada, para organizarla y responder cada uno de los objetivos planteados. Sobre el tema de las cirugías plásticas, inyecciones o cambios de look que se realizan las mujeres siguiendo un

esquema de querer ser “divinas”, se analizara cual es la razón principal del por qué deciden hacerse un cambio en su cuerpo y que consecuencias o beneficios les traerá esta nueva imagen.

Sin los medios de comunicación, no tendríamos contacto con ese mundo que no podemos tocar pero si ver, el cual sirve para informar o para dañar el pensamiento de una persona si no sabe manejarlo debidamente.

Mucha información que es mostrada a diario en todos los medios, algunas no tienen filtros, ni cuidados a la hora de querer vender un producto o generar un criterio, no advierten las consecuencias o daños que pueden causar y llegar a perjudicar física, moral y emocionalmente al consumidor.

Cronograma:

FECHA	ACTIVIDAD
Agosto 31 de 2012	Elección del tema
Agosto a Nov. 2012	Buscar información del tema y analizarla

Octubre 19 de 2012	Entrega del borrador de proyecto
Noviembre 2 de 2012	Entrega del borrador de proyecto (nota)
Noviembre 20 - 2012	Entrega final del proyecto tesis
Nov./12 a Mayo 2013	Recolectar más información del tema
Agosto-diciembre 2013	Escritura de los capítulos
Febrero 2014	Entrega de borrador de tesis a tutor
Agosto 2014	Entrega de la tesis

Bibliografía

- Steven Peter, Dominatrix, Editorial Intermón, 2005
- Eco Umberto, La historia de la belleza, editorial Lumen, 2004
- Walzer Alejandra, La Belleza, editorial Octaedro, 2008
- Mcqual Denis, La acción de los medios, editorial Amorrortos, 1998
- Branden Nathaniel, El poder de la autoestima, editorial Paidós, 2012

- Branden Nathaniel, La autoestima de la mujer, editorial Paidós, 2010
- Murolo Leonardo, Revista Question, número 22, 2009
- Coiffman Felipe, Cirugía plástica reconstructiva estética, Tomo IV, Senos, tronco y miembros inferiores
- http://www.canalrcnmsn.com/content/especiales_pirry_ii_parte_riesgos_y_peligros_detr%C3%A1s_de_la_cola_perfecta. Canal RCN, 2011
- Kearney Cooke, los adolescentes acuden a cirugías plásticas para ser aceptados:
- http://www.elconfidencial.com/cache/2008/06/14/32_adolescentes_acuden_cirugia_plastic_aceptados.html. 3/10/12
- Gibaja Regina Elena, Imágenes de la condición femenina, publicación Eudeba, 1990.

Índice

Introducción

1. Que es la belleza en la globalización
 - 1.1 Que es un estereotipo
 - 1.2 Autoestima femenina
 - 1.3 ¿La belleza es una adicción?
2. La influencia de los medios
 - 2.1 RCN y Caracol
 - 2.2 Soho y Tv Novelas
3. Caso Jessica Cediell en Colombia
4. Caso Sandra Acosta en Colombia
5. En búsqueda de la “perfección”
 - 4.1 Las cirugías plásticas

4.2 Enfermedades

Conclusión

Bibliografía

Anexos

Introducción

A diario se ve como la influencia de los medios va ganando un lugar especial en el mundo de cada persona y más cuando se trata de querer seguir los estereotipos que el mismo medio se ha cargado de difundir. En este caso las mujeres tienen una lucha diaria en donde la Salud juega en contra de la perfección física ¿Quién gana? Es la pregunta por la cual este proyecto dio inicio para dar a conocer a fondo el por qué sucede y tratar de dar una posible respuesta.

Este proyecto está basado en mostrar cómo afectó en la salud de la presentadora y modelo colombiana Jessica Cediell y Sandra Acosta una madre cabeza de hogar, los modelos de belleza que la sociedad y los medios de comunicación han impuesto en los últimos 3 años en Colombia. De igual forma se va a mostrar cómo afectan negativamente los modelos de belleza que los medios de comunicación han impuesto en los últimos años en Colombia, en la salud, la manera de actuar y de vestir de las mujeres colombianas.

A través del tiempo se ve como han incrementado las cirugías plásticas en las jóvenes, además de esto se encuentra un patrón muy alto de bulimia y de anorexia. Desde los años 80 la publicidad fue un factor fundamental para que el estereotipo de mujer bonita tuviera que ser delgada o voluptuosa. Dependiendo la época y el lugar así mismo se clasifican los estereotipos que la sociedad ha permitido que entren a través de los medios de comunicación, de esta manera el concepto de belleza ha cambiado, dando un giro e importancia a lo estético del cómo se ven para poder encajar en un círculo social o sentirse aceptados por un grupo, comunidad o hacer parte de un status.

Hay una gran campaña por parte de las modelos y presentadoras en contra de las enfermedades o cirugías mal practicadas, sin embargo las mujeres jóvenes no pueden dejar de seguir este modelo que han implantado los medios de comunicación durante años y se dejan guiar por lo que ven en los programas y revistas. Dentro de los modelos de belleza que hay, además de la tendencia por ser exageradamente delgadas, encontramos también la fascinación por tener lo que se conoce como un “cuerpo perfecto”, por eso los casos de dos mujeres con vidas distintas una del común, Sandra Acosta, y otra del medio, Jessica Cediell, son un ejemplo del resultado que deja esa búsqueda de “perfección”.

Este proyecto se encarga de analizar cómo los canales RCN, Caracol y las revistas Tv y Novelas y Soho de Colombia, plantean el estereotipo de mujer “bella”, llegando a generar un descontento con su físico. También se va a comparar a RCN y Caracol en como manejan estos temas, que formato tienen cuando se dirigen a este público (las mujeres). De igual forma se mostrarán cómo

los medios gráficos, radio y televisión ayudan a fomentar un estereotipo de mujer y la importancia del estereotipo de belleza y como afecta esto en las mujeres.

Por otro lado, se muestra cuáles son los principales factores que llevan a la mujer a hacerse un cambio físico, ya sea a la hora de operarse, inyectarse o cambiar su look llevándola a tomar la decisión de querer ser “perfecta”. También se va a identificar si los medios de comunicación a la hora de vender un producto de belleza, tienen presente las consecuencias que puede traer esto en el comportamiento y la salud de las mujeres.

De esta forma, el proyecto va a dar a conocer la influencia que tienen los medios de comunicación en las mujeres colombianas y los modelos de belleza que la sociedad ha impuesto. El primer capítulo da a conocer el concepto de belleza, para entender que lo *“bello, al igual que gracioso, o bien sublime, maravilloso, soberbio y expresiones similares, es un adjetivo que utilizamos a menudo para calificar una cosa que nos gusta”* Eco Umberto, 2004.

Por otro lado, se entiende que *“La Belleza como entidad es y seguirá siendo algo así como un noúmeno kantiano, del cual a raíz de nuestras limitaciones, poco podemos advertir. Mientras que sobre lo que nos está permitido hablar es acerca de lo bello, lo bello en tanto una imposición, una convención que cambia según pasan los años y las sociedades. Es decir, una variable más de lo histórico y social.”* Murolo Leonardo, 2009, numero 22. También *“es posible que más allá de las distintas concepciones de la belleza, haya algunas reglas únicas para todos los pueblos y en todos los tiempos”*, Eco Umberto, 2004, pág.14. Esto quiere decir que dependiendo la época así mismo se ha manejado el concepto de belleza y el lugar marca la diferencia.

Se da a conocer que es un estereotipo y que puede haber diferentes características como clase social, edad, religión, etnia, sexo. Los medios de comunicación son una de las principales influencias, ya que a través de muchas estrategias comerciales logran establecer modelos de conducta o apariencia que la mayoría de las personas tratará de adquirir. La comunicación presenta estereotipos de casi todos los tipos de persona ya sea, hombre, mujer, niño, anciano, político, homosexual. *“En el sistema capitalista de normalización y acumulación ilimitada, lo bello es un factor clave de producción, reproducción y sostenimiento. Lo bello es tangible, es mercancía y objeto, mientras que la Belleza, en este escenario, devino en discurso, en referente mudo, en una narrativa delo deseable”*. Murolo Leonardo, 2009.

Los estereotipos se transmiten y promueven por diversas vías, tales como la educación formal y la educación informal, principalmente en el núcleo familiar y a través de los medios masivos de comunicación. Cuando prenden la televisión, la radio o abren una revista, le están abriendo la puerta a las mentes de cada persona y a una serie de ideas y de imágenes que, si bien, por un lado, reflejan la realidad, e informan y entretienen, por otro lado presentan una visión reducida y tendenciosa de cómo vivir, cómo pensar, cómo vestir o cómo ser.

“No se han podido demostrar los efectos negativos de la limitación de la autonomía cultural, (el impacto real sobre las culturas), que en gran medida no han sido sometidos a verificación alguna, situación que probablemente perdurara”, Mcqual Denis, 1998, pag.424. Dentro de los múltiples estereotipos que nos ofrece está el de la mujer

ideal que, a través de los anuncios comerciales, muestra a una mujer feliz, espontánea, inteligente, respetable, socialmente aceptable, deseable e influyente. No contradicen lo que se les dice, es complaciente, servicial, atenta. Físicamente es delgada, con el cuerpo “perfecto” y facciones clásicas, bella.

Por consiguiente, esta imagen de la mujer ideal ha sido de gran impacto, ya que ha aumentado la insatisfacción de las mujeres por su cuerpo. Por ejemplo, las mujeres más jóvenes se muestran como objeto sexual mientras que las más adultas aparecen en los anuncios como amas de casa, madres, trabajadoras, pacientes, bonitas. De esta forma los estereotipos que existen sobre la mujer son transmitidos día a día por televisión y se encargan de acentuar unos rasgos negativos que no representan lo que es el género femenino.

El segundo capítulo se trata de como *“los medios de comunicación de masas son totalmente democráticos, ofrecen un modelo de belleza tanto para aquella a quien la naturaleza ha dotado ya de gracia aristocrática como para la proletaria de formas opulentas”* Eco Umberto, 2004, pág. 425. Para entender el poder que tiene la influencia de los medios de comunicación en la sociedad, se analizará en profundidad cómo hacen para generar un cambio en la vida y volverse algo personal con cada tema o programa que se transmite o se muestra gráficamente.

“En ocasiones, en conversaciones cotidianas nos referimos a la industria del cine, televisión y radio simplemente como medios de comunicación de masas. Sin embargo, el término «medios de comunicación de masas» no describe la habilidad de los medios de controlar y determinar la dirección de la sociedad, el alcance de la calidad de los

contenidos y la diversidad de audiencias.”. Steven Peter, 2005, Pág. 54. De esta manera, Steven quiere mostrar hasta dónde llegan los medios de comunicación y cómo hacen para que sus contenidos tengan tanto poder y valor a la hora de ser publicados, ya que va dirigido a un público específico.

“El problema es que sigue siendo difícil de esclarecer cómo se nos influye: ¿reaccionamos ante los demás simplemente como humanos o también juegan un papel nuestras costumbres, forma de vestir e incluso hablar de influenciados por los medios de comunicación?”. Steven Peter, 2005, Pág. 32.

Por otro lado, Steve nos muestra que las culturas o costumbres son el punto de partida para que haya una gran influencia, debido a esto los medios utilizan esta información o recursos a su favor para transmitir y llegar a imponer un estilo o generan un pensamiento propio pero a la vez igual a los demás, queriendo seguir a dónde va la corriente.

“Un grupo que por supuesto cree que los medios de comunicación pueden influenciarnos mucho son los anunciantes. En especial la publicidad televisiva trata de relacionar objetos y servicios en venta con ideas corrientes en nuestra cultura. (Todos los anuncios tienen el significado básico compre este producto)”. Steven Peter, 2005, Pág. 32.

De esta forma, los medios usan la publicidad como una estrategia de mercadeo para vender productos ya sean de belleza, salud o deportes, entre otros, sin importar que tan buenos o malos resultados deje, si afecte, ya que el interés principal de estas publicaciones es vender y enriquecerse.

“La aparente abundancia de medios para mujeres en gran medida se explica por el papel clave de la mujer como consumidora, (de medios y también de otros bienes y servicios)”, Mcqual Denis, 1998, pág. 383. Por eso es que se encuentran más productos de toda clase para la mujer. Ya que entra más demanda haya más oferta ahí.

“Si la estética se constituye como una reflexión sobre la sensación, es inevitable la referencia explícita a la práctica del juicio del gusto. Y la cuestión del gusto remite al sujeto en tanto que recibe algo. De esta forma, la estética aparece indisolublemente relacionada con lo íntimo”. Walzer Alejandra, 2008, pág. 78

Todas las mujeres tienen gustos y necesidades específicas y más cuando se trata de querer verse mejor y estar cada vez más “lindas”, ante una sociedad que ha ejercido una presión con los años, mediante los medios, los cuales nos muestran los diferentes estereotipos de perfección que deberían seguir o de imitar. En algunas ocasiones va más allá de querer ser igual a la modelo que sale en la portada. Es el querer sentirse bien consigo misma, ya sea para darle un gusto a su intimidad o subir su autoestima.

“La asociación de belleza con el cuerpo y con el consumo impone, de inmediato, una referencia a lo perecedero. De un lado la mercancía que se agota, que debe ser renovada por otra o por la misma, del otro lado, el hecho de que esos productos se aplican sobre materia perecedera: el cuerpo humano. Esto supone la renovación de ciclos de consumo, una búsqueda que ha de reiniciarse permanentemente”. Walzer Alejandra, 2008, pág. 162.

Dada anteriormente la visión de Peter Steven, sobre el consumo masivo que tiene el público a la hora de comprar todo lo que se ve en cuestión de belleza: Alejandra

Walzer marca también que la mercancía, tiene que ser renovada constantemente, ya que la fuerte demanda que hay sobre productos para la mujer aumenta a diario.

Para la realización de este trabajo se hizo una recolección de artículos publicados en documentales, revistas, páginas web y libros que tratan el tema de la influencia de los medios de comunicación en una sociedad y en las mujeres de Colombia. También se van analizar los diferentes estereotipos que la sociedad y los medios han impuesto con el pasar de los años.

Inicialmente se tomó como referencia al canal RCN y Caracol que han mostrado en los últimos años, series y programas donde se vende un estereotipo de mujer “perfecta”. Como la serie “Sin tetas no hay paraíso”, basada en el libro de Gustavo Bolívar, editorial El Tercer Nombre. También se tomó de referencia la serie “Muñecas de la mafia” basado en el libro “Las fantásticas”, de Andrés López López y Juan camilo Ferrand, editorial Oveja Negra. Presentadas en el canal Caracol.

Se tomaron las revistas como Soho, la cual va dirigida a un público masculino, en donde se muestran fotografías sugerentes o desnudos de modelos, actrices y mujeres de la vida pública colombiana en su portada y una galería en páginas interiores (es publicada por la editorial Semana). Junto con la revista Tv Novelas, la cual es publicada por la Editorial Televisa y va dirigida a un público femenino y aunque sus publicaciones son directamente de farándula o espectáculos, también trata temas de vanidad, donde van tips de cómo hacer dietas y ejercicios para bajar de peso y mantener una figura espelta.

Todo esto genera una presión social y un pensamiento en las mujeres que tienen que ser 90-60-90 sin importar el riesgo que ponen su salud por seguir “consejos” sin prevención alguna. Hay mujeres que se intervienen quirúrgicamente o se inyectan para aumentar partes de su cuerpo aunque no lo necesiten. En el tercer capítulo se tomó el caso de Jessica Cediell modelo y presentadora Colombiana, que no conforme con su físico y en búsqueda de una “cola perfecta”, que paradójicamente no necesitaba, tomó la decisión de hacerse inyectar Acido Hialuronico.

“Es una sustancia que se encuentra naturalmente en los organismos vivos, la cual se puede mezclar con ciertos líquidos, los cuales son aplicables únicamente en zonas faciales” dijo el Médico Cirujano y Científico Felipe Coiffman en su libro “Cirugía plástica reconstructiva estética, Tomo IV, Senos, tronco y miembros inferiores”. En el cual se basó este trabajo para explicar los procesos quirúrgicos y las consecuencias o beneficios que esto deja. Sin embargo, el documental que dio a conocer esta noticia fue El Periodista, Guillermo Arturo Prieto, más conocido como “Pirry” en el canal RCN en el 2011.

El cuarto capítulo se basó en el caso de Sandra Acosta una madre y cabeza de hogar, la cual influenciada por los medios de comunicación decidió hacerse una mamoplastia, tuvo algunos problemas por lo cual tuvo que operarse nuevamente para corregir lo que le dejó la primera cirugía.

Estas mujeres como muchas otras colombianas en búsqueda de la “perfección” del cual se trata el quinto capítulo. Consiste en que algunas ponen en riesgo su

vida conscientemente para lograr su objetivo final que es el verse “bellas”, y no les importa si quien las opera es un profesional o no. Hay otras que no tienen los recursos económicos para pagar tal cirugía o los tienen todos, pero de igual manera deciden hacer estrictas dietas que las obligan a dejar de comer y tener un desorden alimenticio alto, como resultado a esto llegan enfermedades como la anorexia y la bulimia.

La opinión de la psicóloga Kearney-Cooke está muy relacionada con esto *“para alguien que tiene partes de su cuerpo que son excesivamente diferentes de lo normal, yo haría una excepción”*. Las cirugías plásticas deberían ser usadas bajo la concesión o pensamiento de arreglar algo que por naturaleza no están dentro de lo “normal” y no para sobresalir dentro de una sociedad de consumo.

Se hizo una elección de la información recolectada, y se organizó para responder cada uno de los objetivos planteados. Sobre el tema de las cirugías plásticas, inyecciones o cambios de look que se realizan las mujeres siguiendo un esquema de querer ser “divinas”, se analizó cual es la razón principal del por qué deciden hacerse un cambio en su cuerpo y que consecuencias o beneficios les traerá esta nueva imagen.

Sin los medios de comunicación, no tendríamos contacto con ese mundo que no podemos tocar pero si ver, el cual sirve para informar o para dañar el pensamiento de una persona si no sabe manejarlo debidamente. Mucha información que es mostrada a diario en todos los medios, algunas no tienen filtros, ni cuidados a la hora de querer vender un producto o generar un criterio, no advierten las

consecuencias o daños que pueden causar y llegar a perjudicar física, moral y emocionalmente al consumidor.

Capítulo 1

Que es la belleza en la globalización

En este capítulo se analiza como la belleza se maneja a diario tanto en Occidente como en Oriente, en donde los diferentes estereotipos han generado un cambio drástico en las mujeres hasta el día de hoy y como afecta en la autoestima femenina y puede llegar a convertirse en una adicción.

La influencia de Occidente sobre lo que es el modelo de belleza a nivel mundial, ha ido aumentando a través de productos cosméticos como L'Oreal o las cirugías plásticas, cada vez son más practicadas en lugares donde jamás se pensó que se fueran a realizar. Estos cambios se han visto a través del cine, televisión y revistas, las cuales muestran un estilo muy marcado, como la mujer delgada y alta o la que está bajo cirugía estética.

Esto ha producido en la sociedad un pensamiento muy tajante a la hora de evaluar a las personas, ya que se fijan en su físico sin importar qué tanto tengan en su cabeza. Por eso mismo entran en una exigencia a nivel personal y profesional por verse cada día mejor, esto no está mal siempre y cuando no arriesguen su salud entrando en un círculo vicioso que “más” es mejor, cuando muchas veces “más” puede ser un error.

“Es posible que más allá de las distintas concepciones de la belleza, hayan algunas reglas únicas para todos los pueblos y en todos los tiempos”, Eco Umberto, 2004, Pág.14. Esto quiere decir que dependiendo la época así

mismo se ha manejado el concepto de belleza y el lugar marca la diferencia.

A medida que pasa el tiempo la cultura se va modificando en algunos países y van adoptando nuevos estereotipos que marcan y transforman los diferentes modelos de belleza, generando cambios fuertes en la sociedad.

Sin embargo, en Oriente se sigue manteniendo el estilo y la cultura que los identifica, una muestra de eso lo hace la escritora marroquí Fátima Mernissi en su libro *El Harén en Occidente*, en el que relata la historia de cómo fue la primera vez que estuvo en un shopping en Estados Unidos. Nuria Valera en su blog lo resalta: Fue el día que escucho por primera vez que sus caderas no iban a caber en una talla 38. *“Viví la desagradable experiencia de comprobar cómo el estereotipo de belleza vigente en el mundo occidental puede herir psicológicamente y humillar a una mujer”*. Mernissi asegura que, en aquella tienda, no sólo se sintió horrorosa, sino también inútil. Y expone el mecanismo, idéntico al utilizado con el velo en el mundo musulmán o contra las mujeres en la China feudal, a quienes se les vendaban los pies. *“No es que los chinos obligaran a las mujeres a ponerse vendajes en los pies para detener su crecimiento normal. Simplemente definían el ideal de belleza”*.

Es decir, no se obliga a ninguna mujer a hacerse una operación de cirugía estética o a pasar hambre, simplemente, se rechaza a quien no entra en el modelo impuesto. Sólo un modelo idéntico para todas porque las mujeres, en el patriarcado, son la mujer, en singular, lo que quiere decir, todas iguales.

Nuria Varela (2013), *El Haren de la talla 38*.

Recuperado de: <http://nuriavarela.com/el-haren-de-la-talla-38/>

De este modo, se pueden observar las grandes desigualdades que hay en el mundo, mientras que en una parte de Oriente la mujer tiene que vivir tapada de

pies a cabeza, en Occidente se presentan desnudos en público, a través de un medio gráfico o visual.

1.1 **Que es un estereotipo:**

Para analizar que es un estereotipo se toma el significado de la Real Academia Española de la Lengua “el estereotipo es una *imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable*”.

En la actualidad existen muchos estereotipos que pueden deberse a las diferentes clases sociales, a la edad, a la religión o tipo de sexo. Los medios de comunicación juegan un papel fundamental, por medio de muchas campañas publicitarias fomentan modelos de conducta o apariencias que la mayoría de las personas quieren adquirir.

A través de la educación formal e informal también se transmiten estos estereotipos, desde el núcleo familiar, el colegio, cuando prenden la radio, la televisión o simplemente andando en la calle y ven las vallas de publicidad, de esta manera están abriendo las puertas de sus mentes y recibiendo ya sea información importante de lo que pasa en la actualidad o sencillamente están obteniendo una visión corta de cómo vivir, hablar, vestir o simplemente ser.

La utilización de los estereotipos es un proceso cognitivo normal, pues reduce el entorno complejo a un tamaño manejable; nos permite identificar diferencias entre los estímulos, es decir, diferentes atributos de las personas, como alegre, triste, bien intencionada, mal intencionada, etcétera; así identificamos a los miembros de una clase, y reduciendo la necesidad de fijarnos en la particularidad de cada estímulo, relacionando una clase de eventos con otra. (McEntee Eileen, 1998, Pág.459.)

De esta manera, como lo dice el autor McEntee (1998) clasifican a las personas sin darse cuenta y juzgan muchas veces por su apariencia física sin darles la oportunidad de demostrar que se puede llegar a ser más que una cara linda o por el contrario porque su aspecto físico no es el adecuado para ciertos rangos requeridos.

Según el análisis que hace Walzer (2008) los diferentes estereotipos que la industria ha mostrado, está el tipo de mujer “comestible” que es la mujer joven que aparece en calendarios o revistas y es tomada como un objeto sexual o el de la mujer adulta que da de “comer”, que sale en anuncios o comerciales como un ama de casa, trabajadora o bonita, la cual se muestra feliz y de apariencia delgada y facciones delicadas. Debido a esto ha causado una enorme insatisfacción y frustración en la mujer real, ya que eso que venden a diario no es una buena representación del género femenino. (pág.107).

Se puede decir que “el estereotipo involucra la acentuación exagerada de alguna característica real y su extrema simplificación”, Gibaja Regina Elena, 1990, Pág.68. Por eso se denomina que el carácter de las mujeres y “los estereotipos tienen distintas dimensiones que aluden a los diversos aspectos de la personalidad y se expresan en diferentes niveles de penetración psicológica” Gibaja Regina Elena, 1990, Pág. 69.

Las personas tienden a criticar a simple vista y las mujeres entre las mismas mujeres son las más duras a la hora de juzgar, por eso es que *“los estereotipos de la mujer y la conceptualización del carácter femenino y su origen, afecta a las mujeres, ya sea que las obligue a reaccionar en su contra, y les fije una pauta de comportamiento o*

un ideal de personalidad, les permita auto justificarse en sus decisiones de vida o las obligue a reflexionar acerca de su condición” Gibaja Regina Elena, 1990, Pág.106.

1.2 Autoestima femenina:

Para saber qué es la autoestima de la mujer, se inicia por definir en qué consiste la autoestima. Branden Nathaniel (2010) hace un análisis donde dice:

La autoestima es estar dispuestos a ser conscientes de que somos capaces de ser competentes para enfrentarnos en los desafíos de la vida y ser merecedores de felicidad. Esto está compuesto por dos ideas básicas, a) la autoeficacia, es decir, confianza en nuestra capacidad de pensar, aprender, elegir y tomar las decisiones adecuadas y b) autorrespeto, es decir, confianza en nuestro derecho a ser felices. (pág.17).

También se puede definir como:

Una necesidad básica del ser humano es lo mismo que decir que es esencial para el desarrollo normal y sano. Es importante para la supervivencia. Sin autoestima positiva, el crecimiento psicológico se ve perturbado. La autoestima positiva actúa en efecto como el sistema inmunológico del espíritu, proporcionándonos resistencia, fortaleza y capacidad de regeneración.

Branden Nathaniel, 2010, Pág.18.

De acuerdo con lo que dice Branden (2010), es importante manejar una buena autoestima como persona, el como uno se sienta es como uno se va a ver y poder reflejar eso positivo que todo ser humano tiene pero no se da cuenta a veces por simple temor de demostrar quien es, por eso *“cuando más alta sea nuestra autoestima, más ambiciosos seremos, no solo en sentido profesional o financiero, si no en materia de lo que esperamos experimentar en nuestras vidas: emocional, romántica, intelectual, creativa y espiritualmente”*. Branden Nathaniel. Pág.19.

La autoestima es indispensable para la mujer en el momento en que decide tomar decisiones como cambiar de trabajo o progresar en el que están. Para mostrarse a sí mismas y al resto que pueden manejar y tener el poder de estar en ámbitos en donde solo los hombres solían tener el mando. Es importante sentirse seguro y confiado como persona y como mujer, para (Branden 2010) el poder proyectar una buena imagen, algunas mujeres creen poder tener esa seguridad basándola en cambios físicos, ya sea en un cambio simple o muy drástico. (pág.56)

Lo que ha hecho que la mayoría de ellas tomen decisiones que aparentemente suelen ser lo apropiado pero con el tiempo se dan cuenta que están cometiendo un error al exponerse a cambios demasiado bruscos, cuando no se saben manejar de forma adecuada.

No se debe basar la autoestima en otras personas, si una relación no termina bien o si ya no trabajas en el mismo lugar que durante años hiciste parte de él. Siempre hay que pensar que vendrá algo mejor, algo que te nutrirá y servirá mucho más que lo anterior. El sentirse confiado consigo mismo ayudara a que cada proceso o cambio en la vida se ha más llevadero.

“Ser autorresponsables es reconocer que somos los autores de nuestras decisiones y nuestras acciones, que tenemos que ser la causa última de nuestra propia realización como personas”, Branden Nathaniel, 2010, Pág.22. De esta manera como lo indica el autor, si se quiere un cambio en la vida ya sea emocional o físico, debe ser bajo el propio criterio y no por la influencia de terceras personas o de los medios de comunicación.

En algunos lugares y dependiendo de la cultura o de sus costumbres así mismo le han dado valor a la mujer y a la autoestima de la mujer. *“La feminidad se identificaba con la pasividad, no con la afirmación; con la complacencia, no con la independencia, con la dependencia, no la autonomía; con el autosacrificio, no a la autosatisfacción”*. Branden Nathaniel, 2010, Pág.23.

De esta forma tan tradicional se veía y se ve aún a la mujer, la cual jugaba un papel de mujer sumisa, sin tener voz ni voto. Pero con el tiempo esto en algunos sitios ha ido cambiando, por eso muchas de ellas han asumido roles y han alcanzado metas que en su momento no se pensó lograr.

Branden (2010) afirma que esto acompañado de una gran autoestima ha ayudado a tomar fuerza para progresar a nivel personal y laboral. Sin embargo, hay muchas mujeres que su aspecto físico lo ven como una prioridad y lo ponen por encima de cualquier cosa, hasta de su propia salud. (pág.24)

Es importante el confiar en uno mismo *“para los seres humanos, la mente o conciencia es el medio básico de supervivencia en el que confiamos para mantenernos contacto con la realidad y orientar nuestro comportamientos de forma apropiada”* Branden Nathaniel, 2011, Pág.90 El ser consciente y aceptar lo que uno es como persona o en este caso como mujer, como lo indica (Branden 2010) ayuda a tener unas bases sobre la tierra para poder progresar a nivel personal y profesional.

Hay *“personas que gozan de popularidad o de estima y que tienen una apariencia publica de seguridad; sin embargo, se sienten profundamente insatisfechos o deprimidos”*. Branden Nathaniel, 2011, Pág.55. La gran mayoría de las mujeres de los medios de comunicación se exigen a nivel personal un físico

que sea agradable ante los ojos de los demás y que pueda mantenerlas en esa posición en la que se encuentran, en donde muchas de ellas acuden a cambios extremos como una cirugía plástica o tratamientos que las ayuden a mejorar según ellas.

Es natural el querer ser apreciado y visto por los demás, por ejemplo algunas resaltan por su labor como madres, otras por su nivel intelectual y otras por su físico, estas que viven pendientes de cómo se ven frente a un espejo o cual es la última ropa de moda que salió para tenerla, no están viendo más allá de lo que realmente son como persona y lo que pueden ofrecer sin necesidad de estar como aquellas que se ven en una revista.

El tener un buen físico o vestirse bien no es un delito y ayuda a sentirse mejor con uno mismo. Sin embargo, esto no debería de ser un privilegio en la vida de nadie.

1.3 ¿La “belleza” es una adicción?

El objetivo de este análisis es demostrar cómo se convirtió en una adicción la belleza. Se parte del momento en que los medios empezaron a vender y a generar un estereotipo de mujer “perfecta”. Según Walzer (2008), se puede manipular a este público tan compulsivo y sensible, como lo son las mujeres, las cuales siempre quieren encajar y resaltar en medio de la sociedad que las hizo querer verse cada vez más bellas, sin importar los riesgos o consecuencias que esto les pueda dejar. (pág.109).

A medida que pasa el tiempo van saliendo más productos de belleza con el fin de “solucionar” esas inconformidades que las mujeres tanto jóvenes como adultas se han creado. El querer verse bien o mejorar su aspecto, no es un pecado ni está

mal visto, siempre y cuando sea de la manera correcta en la que se está buscando y se está haciendo ese cambio.

La adicción empieza cuando los pocos cambios pequeños no son suficientes para mejorar o verse bien y quieren cada día más, como una cirugía plástica, las cuales hacen una transformación en el cuerpo. Para algunas, el bisturí genera una adicción llevándolas a querer ser cada vez más diferentes y dejándolas en un estado irreconocible. Por eso, como lo indica Branden (2010) hay que saber manejar el punto de cambio que en realidad se necesita para sentirse bien consigo misma, sin afectar la salud física o emocionalmente.

Muchas de ellas no necesitan un cambio físico si no una renovación mental, el poder experimentarse a sí mismas de forma espiritual, para poder llenar ese vacío y esa baja autoestima que tienen. El ejercitarse ayuda a mantener un estado físico bueno y a que su mente viva descargada de tanta acumulación de información que guardan durante los días, semanas o años.

Es importante llevar una buena alimentación, hacer ejercicio no solo para verse bien físicamente si no para mejorar su salud, es indispensable contar con buena información y buenos profesionales a la hora de querer hacer un cambio si esa es la decisión final. Estas son una de las recomendaciones que hace el Doctor Tamayo.

Capítulo 2

La influencia de los medios

El propósito de este análisis es señalar cómo los medios de comunicación han ido creciendo y cada vez es más la información que se transmite, mucha de esta no

tiene límites a la hora de ser mostrada, un gran ejemplo son los estereotipos que se generan en las mujeres.

Por ejemplo, la publicidad tiene el control para hacer que el público crea en ellos y aumenten las ventas en este caso los productos de belleza, sin informar las causas o consecuencias que puede traer y generar muchas de ellas. *“un grupo que por supuesto cree que los medios de comunicación pueden influenciarnos mucho son los anunciantes. En especial la publicidad televisiva trata de relacionar objetos y servicios de venta con ideas corrientes en nuestra cultura. (Todos los anuncios tienen significado básico compre este producto)”*. Steven Peter, 2005, Pág.32.

De esta manera, se crea una estrategia de mercado en donde lo principal para el vendedor, es vender su producto sin estar pendiente de las repercusiones que puede dejar en sus compradores, como lo son las mujeres, con tal de verse cada vez más “bellas” físicamente se exponen a altos riesgos de salud. Por eso siempre se encuentran más productos para las mujeres.

Por otro lado, está la televisión y los medios gráficos que se han encargado de mostrar un estilo de mujer estilizada con pequeñas curvas y muy voluptuosa. Las marcas estadounidenses y españolas como Zara, Bershka, Stradivarius, Forever21 entre otras, han llevado un tipo de mujer alta y muy delgada, la mayoría de sus talles son extremadamente pequeños, algo fuera de lo normal para Colombia.

Esto ha generado conmoción en las adolescentes y en las mujeres adultas, debido que por intentar caber en una prenda de alguna marca de estas, se han visto enfrentadas en dejar de comer, hacer ejercicio extremo o acudir directamente a una cirugía para obtener ese cuerpo “estupendo” que venden estas marcas.

2.1 RCN y Caracol

El canal Radio Cadena Nacional de Televisión, conocido por sus siglas como RCN es un canal de televisión privado de Colombia de señal abierta, por lo cual se transmite en todo el país. Su contenido es amplio a la hora de transmitir programas como novelas, noticieros, realitys, documentales, películas entre otros. Al ser uno de los canales más vistos por los colombianos hace que toda su información tome una gran importancia en la sociedad.

Programas como Estilo RCN, en donde el contenido es sobre la moda y el espectáculo, generan en las mujeres de cualquier edad, el querer estar siempre al mismo nivel como lo muestra el programa, por ejemplo como mantener su estado físico, cual es la última tendencia en ropa, zapatos o accesorios, cual es el mejor corte de pelo o que no se debe usar. De esta manera se ve un estereotipo de mujer fashion y se crean unas “reglas” las cuales toda mujer en “teoría” tendrían que seguir.

La mayor competencia del canal RCN es el canal Caracol, este también es de televisión privado y su señal es abierta, por lo cual se transmite en todo el país. Su contenido al igual que el de RCN es muy parecido, se emiten noticieros, novelas, realitys, programas de investigación, etc.

El contenido del canal Caracol es popular a la hora de mostrar novelas o series “nar-colombianas”, como “Sin tetas no hay paraíso”, transmitida en el 2010 y basada en el libro de Gustavo Bolívar. En esta serie trabajó la actriz y modelo Marilyn Patiño, la cual durante sus grabaciones sufrió problemas de salud por una cirugía mal realizada.

Su contenido era mostrar como jovencitas de temprana edad querían aumentar el tamaño de su busto o cola, para poder conquistar a los narcos que estaban “gobernando” las pequeñas ciudades del eje cafetero, zona que se caracteriza por tener mujeres “bellas” y personajes como estos. Se quería dar a conocer las consecuencias que esto les podría dejar y de alguna forma mostrar la cruda realidad que se vive en esa parte del país y en general.

Otra serie que causó mucha controversia fue “Las muñecas de la mafia”, basada en el libro “Las fantásticas”, de Andrés López y Juan Camilo Ferrand. Al igual que la otra, mostraba como un grupo de mujeres querían ser parte del narcotráfico, algunas de ellas siendo las esposas de los “traquetos” (como son conocidos en Colombia) o poder tener el mando absoluto. Este tipo de mujer que se transmitía a través de estas series, era aparentemente de una mujer luchadora y emprendedora, pero en realidad es una mujer ambiciosa y oportunista que no le importa cómo llegar pero llega a su objetivo.

Estos estereotipos de mujeres no son bien vistos para la mayoría del público. Sin embargo, el mensaje que el autor quiere difundir, es tomado muchas veces al revés de lo que es en realidad. Muchas jóvenes quisieran ser parte de esta vida creyendo que es fácil, por eso algunas optan por una cirugía plástica con el fin de poder conquistar a estos hombres y tener ese estilo de vida que para ellas es lo mejor.

Esta clase de programas lo que hace es enseñar que no se debe hacer o por el contrario enseñan cómo lo deben hacer. De esta manera, los medios de comunicación no tienen cuidado en el momento de mostrar este tipo de novelas o

series. No se fijan en las percusiones que pueden generar en las niñas que hasta ahora están empezando a vivir y que ven como “ejemplo” a estas mujeres que son actrices en realidad, pero que están mostrando lo que es el mundo real, lo que ellas no entienden es que hace parte de una “ficción” que no se debe seguir.

Por otro lado, está el reality ‘Colombia Next Top Model’ que se da en el canal Caracol, el cual trata en reunir algunas modelos del país y enseñarles cómo mejorar en su carrera, lo que no dicen en las convocatorias, es que para poder ser parte de este reality ya tienen que ser modelos profesionales, por lo cual muchas jóvenes aplican y hacen esfuerzos sobre mayores, como dejando de comer para poder alcanzar el peso “ideal” que la modelo tiene que tener. Como resultado a esto dejan a muchas jóvenes metidas en problemas de salud, como la anorexia o bulimia.

2.2 Soho y Tv Novelas

La revista Soho fue fundada en 1999 en Colombia, su publicación es mensual y va dirigida a un público masculino, en donde se muestran fotografías de mujeres desnudas como modelos, actrices y mujeres de la vida pública, acompañado de artículos o consejos para el hombre y declaraciones de estas mujeres sobre su vida íntima o sexual.

Recién salió la revista se generó una gran polémica, ya que el país no estaba acostumbrado a ver este tipo de imágenes, con el tiempo ha tomado mucha fuerza y es una de las más vendidas en Colombia.

Publicaciones como estas que van dirigidas a un solo público en especial como son los hombres en este caso, no hacen que las mujeres no vean u omitan este

estereotipo que se está fundando en la sociedad, de mujer voluptuosa y con grandes curvas. Esto ha producido en más de una ama de casa o jovencita el querer ser igual a la mujer que sale en la portada de esta o muchas revistas con este mismo estilo.

La Revista Tv Novelas es fundada en 1979 en México, luego se extendió a Puerto Rico, Chile, Estados Unidos, Perú y Colombia donde tiene el primer lugar por ser la más leída del país, ya que su contenido de “Periodismo Rosa” como la llaman algunos, consiste en resaltar lo mejor del espectáculo y mostrar la vida de los personajes del medio como actores, modelos, empresarios, políticos entre otros. Esta revista hace un concurso donde postulan a diferentes modelos, presentadoras y actrices del país para elegir la mejor cola del año.

En el 2011 la modelo Jessica Cediell participó y ganó el concurso. Lo que muchos no sabían es que ella estaba padeciendo un grave dolor en su cuerpo específicamente en su cola, debido a un líquido que le inyectaron llamado Acido Hialuronico el cual se le convirtió en Biopolímeros, por lo cual tuvo que ser interna varias veces para poder extraerle esa sustancia de su cuerpo. Concursos como estos hacen que tanto la gente del medio y la gente del común se exijan cada vez más físicamente exponiéndose a casos como estos. El querer ser parte de esa belleza “ideal” que los medios han vendido, han logrado que millones de mujeres y hombres pongan en riesgo su salud.

En esta revista también aparecen tips de “belleza”, por ejemplo como bajar de peso en tantos días, como mantener una piel hidratada, que color de uñas usar o que look va bien con la temporada. Estas recomendaciones si se utilizaran de manera correcta podrían llegar a servir favorablemente pero lastimosamente hay

muchas jóvenes o mujeres adultas que se obsesionan con su estado físico y como se ven frente a un espejo, llevándolas a cometer imprudencias que afectan su salud mental y física.

Capítulo 3

Caso de Jessica Cediell en Colombia:

La modelo y presentadora de televisión colombiana Jessica Cediell es conocida por su trabajo y su belleza en ese país, trabajó en programas como “Muy Buenos Días” y “Estilo RCN”, a sus 31 años ha logrado lo que muchas jóvenes consideran el sueño de sus vidas, triunfar en la televisión.

Para el 2011 Jessica sufrió graves problemas de salud debido a un mal proceso quirúrgico al que se sometió, por conseguir una cola “perfecta” que paradójicamente no necesitaba. Su médico de confianza Martin Carillo, le inyectó ácido hialurónico en glúteos.

Este ácido, “es una sustancia que se encuentra naturalmente en los organismos vivos, la cual se puede mezclar con ciertos líquidos, los cuales son aplicables únicamente en zonas faciales” dijo el médico cirujano y científico Felipe Coiffman en su libro “Cirugía Plástica reconstructiva estética, Tomo IV, senos, tronco y miembros inferiores”.

A los meses de haberse inyectado esta sustancia en sus glúteos, fue nominada para participar en la revista Tv Novelas como la mejor cola del año. Concurso que ganó, por ende salieron publicadas las fotos que habían sido tomadas bajo una supervisión médica, debido a que estaba drenada como resultado ya que había sido intervenida varias veces para retirarle ese líquido que le causó pequeñas bolsas en su cola y columna. A pesar de la cantidad de maquillaje que le pusieron

para ocultar morados e hinchazones era imposible ocultar el dolor que se vivía tras la cámara.

Fue expuesta a duras críticas a nivel nacional, además de arriesgar su vida, profesionalmente perdió muchos contratos y se vio obligada a enfrentarse a la justicia, tras la demanda que le hizo a su supuesto médico de “confianza”.

Hoy en día se arrepiente por haberse dejado llevar por la presión del medio y querer tener una cola “perfecta”, aunque le cuesta el poder hablar de ese episodio de su vida, da charlas y consejos sobre su caso, para que no cometan el error que ella cometió, el cual resalta y del que tanto se lamenta.

Si la estética se constituye como una reflexión sobre la sensación, es inevitable la referencia explícita a la práctica del juicio del gusto. Y la cuestión del gusto remite al sujeto en tanto que recibe algo. De esta forma, la estética aparece indisolublemente relacionada con lo íntimo. Walzer Alejandra, 2008, Pág.78.

Los medios no solo tienen influencia en el público sino para quien trabaja en él, ya que la presión que hay sobre ellos es muy fuerte, todos y cada uno de ellos se quiere mantener a toda costa en él, por eso llegan a cometer imprudencias con su salud o con su cuerpo, enfrentándose a riesgos muchas veces irremediables.

Capítulo 4

Caso Sandra Acosta

Una mujer bogotana, entregada a su casa y a sus hijos, (cabeza de hogar) como se les llama a aquellas mujeres que velan por el bienestar de sus familias a nivel económico y emocional. Con el paso del tiempo y ver que su cuerpo había perdido grasa en sus senos y masa muscular por el ejercicio que practicó durante años.

Sandra Acosta tomó la decisión de hacerse una mamoplastia en agosto del 2004 con el cirujano Iván Santos.

Después de la cirugía, a los pocos meses, tuvo problemas con su seno derecho debido a una mala postura que le hizo el cirujano. Ella, ante esto, decidió acudir con él para buscar una solución, pero este le dio solo dos posibilidades una era reducir su tamaño o aumentarlo. Cuando Sandra decidió operarse tenía algo claro y era que no quería cambiar por completo su apariencia, por lo cual decidió acudir a otro cirujano.

Julián Morales, fue el nuevo cirujano de Sandra. Este doctor tomo la decisión de operarla nuevamente y utilizar las mismas prótesis que habían usado en la primera cirugía, pero esta vez colocándolas de forma adecuada y correcta para darle la forma natural que Sandra buscaba. Finalmente, ella quedo muy contenta con los resultados y no se arrepiente de haberse practicado este procedimiento.

Sin embargo, ella reconoce que los medios de comunicación tienen una fuerte influencia en las mujeres, ella creció en una ciudad donde se vive y se respira la competencia por ser cada día más “bonita”. Pereira, la ciudad de su madre y donde vivió hasta su adolescencia, fue el lugar que la hizo tener la mentalidad de estar físicamente siempre atractiva.

Hay que resaltar que el dominio que tuvo el narcotráfico en los 80, en esa zona del país, hizo que muchas niñas de 15 años quisieran estar muy voluptuosas para llamar la atención de estos personajes. Por eso muchas de ellas que no tenían recursos económicos, vendían su cuerpo para conseguir una cirugía plástica que las llevara a obtener una “vida de lujos”, junto a los Capos del narcotráfico.

Esta “tendencia” se fue distribuyendo por varias ciudades de Colombia y cada vez eran más las niñas y mujeres que asistían a un quirófano con la idea de poder conquistar a los “traquetos” como algunos les dicen. Esto se ve plasmado en el libro y la serie de televisión “Sin tetas no hay paraíso” por Gustavo Bolívar y transmitida por el canal Caracol.

Capítulo 5

En búsqueda de la “perfección”

En este capítulo se exponen como las cirugías plásticas y las enfermedades como la anorexia y la bulimia han modificado el cuerpo y están relacionadas entre sí El ser humano se va adaptando a los cambios que hay, ya sea por política, religión, sociedad o la moda entre otros. Por eso vemos a diario como el aspecto físico va tomando una gran importancia a nivel personal y profesional, esto se debe a la influencia que tienen los medios de comunicación en ellas, sin importar la edad. Ya sea a través de una revista, series o novelas de televisión, películas, carteles, etc.

Estos cambios se logran por medio de cirugías plásticas, tratamientos para bajar de peso, un corte de pelo o simplemente dejando de comer a lo que muchas han adoptado sin importarles el riesgo que corre su salud por no alimentarse debidamente. Muchas lo que han conseguido es la muerte, en búsqueda de esa “perfección” que la misma sociedad se encargó de crear.

El querer verse bien físicamente no es una flaqueza, siempre y cuando se haga de forma correcta y no se vuelva una obsesión, el físico. Es importante estar bien informado a la hora de tomar una decisión que puede cambiar su cuerpo y hasta sus mentes. Es indispensable estar en manos de profesionales si la decisión es

una cirugía plástica o si es un simple corte de pelo o bajar de peso con ejercicio, siempre estar bien asesorada y no inventarse cosas que puedan perjudicar la salud.

5.1 Las cirugías plásticas

Es importante nombrar que se dividen en dos las cirugías plásticas: en reconstructivas y estéticas, la cual dio inicio con la primera para curar accidentes provocados por la misma humanidad, con el tiempo pasó de ser una curación del cuerpo a un cambio físico, donde se moldean o se ponen implantes para aumentar o disminuir partes del cuerpo. Así lo señala el Doctor Felipe Coiffman en su libro Cirugía Plástica Reconstructiva Estética, tomo1.

Dentro de las cirugías esta la mamoplastia o el aumento de mamas como es conocida, la cual sirve para disminuir o dar aumento al busto de la mujer. *“La cicatriz queda al lado de la areola y se toma imperceptible”*.
En la lipoescultura *“se retiran los depósitos de grasa indeseados en la parte del cuerpo como el abdomen superior, inferior, espalda, y si el paciente lo desea puede ser ubicado en sitios donde hacen falta, como los glúteos”*

Doctor Luis Octavio Tamayo, Recuperado de:

<http://luisoctaviotamayo.com/cirujanoplastico/index.php/procedimientos-y-resultados/lipoescultura>

Para el doctor Tamayo las cirugías más pedidas por las mujeres son la liposucción, el aumento de senos, la lipectomía y la cara. También afirma que cada año aumenta más el número de cirugías en Colombia y que esto se debe a la exigencia laboral, para poder entrar y permanecer en el campo competitivo. Asegura, que los medios de comunicación hacen parte de las decisiones que toman las mujeres, cuando deciden hacerse un cambio.

En el 2010 en el programa “Séptimo Día” transmitido por el Canal Caracol se dio a conocer por medio de un episodio como las cirugías estéticas en Colombia, son las más pedidas por los extranjeros, debido al gran reconocimiento que han adquirido algunos cirujanos en el país, y por los bajos costos a diferencia de sus países de origen.

5.2 Enfermedades

Como describe Aris Yosifides en su libro Bulimia y Anorexia (2006) son enfermedades y trastornos de alimentación marcados por conductas defensivas frente a la comida. Se ha instalado una contradicción a nivel social, ya que se sostiene una estética de la delgadez y al mismo tiempo una política de consumo. Para entender el término Anorexia se define como un síntoma de situaciones fisiológicas o patológicas. Es la reducción del apetito, que lleva a su vez a la disminución de alimentos, donde se ve la pérdida de peso y como lo indica Yosifides, (2006) la enfermedad presenta síntomas como diarrea, depresión y tipos de demencias.

También se puede identificar por medio de *“la ausencia de al menos tres períodos menstruales consecutivos puede ser un dato para diagnosticarla. Hay dos tipos de anorexia: la restrictiva (la persona no come) y la bulímica (hay atracones seguidos de vómitos autoinducidos, uso de laxantes o diuréticos)”*. Diana Fernández Irusta, Octubre del 2007, publicado en edición impresa y Recopilado de: <http://www.lanacion.com.ar/949392-no-comeras>

Si esto se produce desde la niñez o la adolescencia, la anorexia se puede tomar, no como una pérdida de peso si no como una falta de peso, debido a la mala alimentación o el ejercicio extremo al que se someten, lo cual produce una

desnutrición progresiva y trastornos físicos y psicológicos que afectan la salud gravemente.

El objetivo de las que padecen está enferma como lo señala Yosifides (2006) es perder el mayor peso que sea posible por un determinado tiempo, pero por más kilos que bajen, estos no serán satisfactorios por que no podrán adquirir esa autoestima, seguridad y adaptación que necesitan. Es tan grande la obsesión que puede llegar a tener, que se fijan cuantas calorías trae cada comida para sacarlas de su menú.

La modelo francesa Isabelle Caro fue la protagonista de una campaña que le dio la vuelta al mundo contra la anorexia, en la que mostró su cuerpo desnudo bajo los efectos de esta enfermedad. Murió en noviembre del 2010. Así como se hacen campañas en contra de estas enfermedades a través de los medios, son por estos mismos medios de comunicación que las mujeres se han dejado influenciar para tener una figura esbelta.

Este trastorno puede ser el resultado de una presión social, problemas familiares o individuales, que llevan a la mujer a descuidar su propia vida. También se puede dar a partir del nivel de autoestima que se tenga la persona, el cómo se ve así mismo, en este caso las mujeres son vulnerables ante situaciones a las que se enfrentan y plasman toda su carga en dejar de comer o por el contrario comer en cantidades enormes para luego ser expulsadas de su cuerpo, a esto se le conoce como bulimia.

Para darle una definición más clara al concepto de bulimia se puede decir que:

Se caracteriza por los atracones recurrentes (un promedio de dos veces por semana por un período de tres meses). El paciente ingiere en lapsos muy breves cantidades excesivas de comida, con la sensación de que no puede parar de comer ni controlar lo que está consumiendo. Luego de cada atracón sobreviene una purga (vómito autoinducido, laxantes), un ayuno o un exceso de ejercicio. Diana Fernández Irusta, Octubre del 2007, publicado en edición impresa y Recopilado de: <http://www.lanacion.com.ar/949392-no-comeras>

Las mujeres con este trastorno ingieren una gran cantidad de comida en un tiempo corto, más de lo que una persona puede llegar a comer en dos días, para luego vomitar o tienen un uso excesivo por los laxantes. De esta forma, creen que pueden nivelar las calorías que han consumido. Generalmente, este tipo de personas se avergüenzan de su conducta por eso siempre lo hacen a escondidas.

La psicóloga María Cecilia Vallejo define la anorexia y la bulimia como “dos patologías que hacen parte de los trastornos de conducta alimentaria y de acuerdo con el DCM4 y el C10 que son las clasificaciones que hacen parte de las enfermedades mentales y psiquiátricas que involucran la actividad de alimentarse y tienen un componente y una causa emocional y psicológica”.

También dice que las consecuencias y causas de estas enfermedades se deben al área social, laboral y educativa, lo que hace que padezca un trastorno de conducta alimentaria y señaló que *“el área social se encuentra bajo la presión y la influencia de los medios, el ámbito familiar pueden haber características especiales y que hay otros factores como los biológicos o hereditarios”.*

Por otro lado, María Cecilia afirmó que las edades en las que más se presentan este tipo de enfermedades son en la pre-adolescencia y adolescencia para la anorexia y para la bulimia una parte final de esta adolescencia y una etapa de la adultez temprana y también confirmó que estas enfermedades se dan más en las mujeres ya que *“está muy relacionado con la moda con el tema de la figura del éxito y de la capacidad de éxito de las personas, toda la vida el cuerpo ha sido valorado y tenido en cuenta como un factor predominante para que la persona sea exitosa o no”*.

La psicóloga Vallejo habló desde su punto de vista psicológico. Como diferenciar a una mujer que sufre de bulimia a otra que sufre de anorexia:

Son dos patologías aparentemente muy distintas pero tienen en el mismo origen. Los comportamientos en las bulímicas son retraimiento social, inducción al vomito o búsqueda de actividades compensatorias que logren equilibrar la cantidad de ingesta de comida. Antes de esto, en la bulimia hay un “atacón” que genera una cadena de comportamientos que lleva todo el ciclo bulímico.

En la anorexia se ve la baja ingesta o disminución del consumo de energía, hay diferentes tipos como la anorexia purgativa: que es lo poco que comen lo manejan como si fueran bulímicas. Se puede ver una combinación de las dos. Ya sea una desnutrición o el exceso o el desbordamiento de alimentos.

Teniendo en cuenta lo que dice Vallejo aunque son dos enfermedades distintas aparentemente, las dos vienen o parten de la misma raíz que son los problemas de desorden alimenticio, para esto ella explico una posible solución y enfatizó que:

Necesariamente tiene que ser un tratamiento multidisciplinario y multifactorial, ya que es una patología sumamente complicada porque las niñas están obteniendo beneficios, los cuales están motivando a que estén en esto, entonces hay que luchar para demostrarle que está deteriorando su calidad de vida como persona y como individuo.

Los medios de comunicación hacen parte de la gran influencia que se da en las mujeres, ya que son los encargados de comunicar modas y que las costumbres, como las reglas sociales se dispersen, esto es lo que opina la psicóloga Vallejo en donde también asegura que *“los estándares de belleza que hoy se consideran importante y exitosos los transmiten los medios”*.

Así como los medios se han encargado de transmitir y general esta clase de estereotipos, los mismos medios han ayudado para que personas que padecen este tipo de enfermedades puedan hacer campañas en contra de la anorexia y bulimia, en donde plasman su historia de vida y pueden servir de ejemplo para otras mujeres que estén entrando en ese callejón

Conclusión

La influencia de los medios de comunicación ha ido aumentando a través de los años y va tomando fuerza con cada cosa nueva que sale al mercado, ya sea un producto de belleza o un estereotipo que transmita alguna mujer del medio. Cada país se destaca y se diferencia por su cultura, costumbres y lengua, en donde su tendencia o el tipo de mujer resaltan dependiendo lo que se haya difundido.

En Sur América es muy destacada la mujer con curvas o muy voluptuosa, en Europa la mujer alta y delgada, dependiendo del lugar así mismo se mostrara

frente a la sociedad. Los medios se han encargado de transmitir y vender un tipo de mujer que sea “comprable” o “gustosa” ante los ojos de los demás, por lo cual muchas mujeres quisieran ser como lo que están viendo, sin importar los riesgos que tengan y que tanto pueda afectar su salud mental y física.

Esta tesina trató específicamente las consecuencias que causa el querer seguir con estos estereotipos que la misma sociedad se ha encargado de crear e implementar. Los problemas que causan y pueden llegar a ser extremadamente graves, si no se tiene la información y orientación adecuada para hacerlo de forma debida. Por ejemplo, las cirugías plásticas en Colombia tienen mucha fama a nivel nacional e internacional, ya que a diario se ve el aumento de este tipo de cirugías en el país.

Por otro lado, la publicidad que tienen algunas marcas como Zara, Bershka, Forever21, Stradivairus, entre otras. Hacen campañas en donde muestran un tipo de mujer extremadamente delgada y de tallas muy pequeñas, esto ha generado una gran influencia en las adolescencias y una fuerte frustración en el resto de las mujeres, al observar este prototipo de belleza no común en Colombia pero que ha tomado fuerza en los últimos años.

Como consecuencia a todo esto las enfermedades y los problemas alimenticios son el pan de cada día, de mujeres del común como del medio. La gran mayoría de presentadoras, modelos, actrices y de más que estén relacionadas con los medios de comunicación han vivido una experiencia no agradable con las malas cirugías practicadas y los trastornos como la anorexia y la bulimia. Sin darse

cuenta, ellas se han encargado de mostrar esa “belleza” no saludable pero si muy influyente en las mujeres que luchan a diario por tener esa figura “esbelta”.

La autoestima hace parte del crecimiento como persona y como mujer, algunas de estas han sido maltratadas psicológicamente por terceros, creando un trauma sobre su peso y al verse frente a un espejo, no les gustan lo que ven, por eso recurren a pequeñas o grandes ayudas para cambiar. Muchas de ellas acuden a medidas extremas que las llevan a cometer errores a veces irreversibles.

Es importante siempre acudir con los especialistas y profesionales con los temas a tratar, ya sea para una cirugía estética o con una nutricionista para cambiar la forma de comer y poder tener una mejor salud que se vea reflejada en el estilo de vida.

Seguir consejos de las revistas de moda, de los anuncios que hacen en televisión o vallas de la calle, entre muchas otras publicidades es una mala decisión. El querer ser y verse como la modelo que sale en portadas o en desnudos de cine, es solo una obsesión que ha dejado la influencia que tienen los medios con la sociedad, hay que saber tomar lo bueno que pueden llegar a transmitir para usarlo como beneficio pero lo malo desecharlo para no acabar cometiendo equivocaciones que pongan en riesgo la propia vida.

Bibliografía

- Steven Peter, Dominatrix, Editorial Intermón, 2005

- Eco Umberto, La historia de la belleza, editorial Lumen, 2004
- Walzer Alejandra, La Belleza, editorial Octaedro,2008
- Mcqual Denis, La acción de los medios, editorial Amorrortos, 1998
- Bolívar Gustavo, Sin tetas no hay paraíso, Editorial El tercer nombre ,2006
“Serie del canal caracol sin tetas no hay paraíso”.2010
- Gibaja Regina Elena, Imágenes de la condición femenina, publicación Eudeba, 1990
- Murolo Leonardo, Revista Question, numero 22, 2009
- Coiffman Felipe, Cirugía plástica reconstructiva estética, Tomo IV, Senos, tronco y miembros inferiores
- http://www.canalrcnmsn.com/content/especiales_pirry_ii_parte_riesgos_y_peligros_detr%C3%A1s_de_la_cola_perfecta. Canal RCN, 2011
- Kearney Cooke, los adolescentes acuden a cirugías plásticas para ser aceptados:
http://www.elconfidencial.com/cache/2008/06/14/32_adolescentes_acuden_cirurgia_plastic_aceptados.html. 3/10/12

ANEXOS

Entrevista realizada al Doctor Luis Octavio Tamayo

1) ¿Cuáles son las cirugías plásticas más pedidas por las mujeres?

RT// Básicamente las más pedidas son de contorno corporal, hablamos de la liposucción, el aumento de senos, la lipectomía y la cara ya pasa a un cuarto y quinto nivel.

2) Enfocándonos en la mamoplastia de aumento, ¿Cuáles son las indicaciones reales a la hora de ser practicada esta cirugía?

RT// Tiene sus indicaciones reparadoras y estéticas, la parte reparadora sería para reconstrucción mamaria, generalmente donde hay cirugías mutilantes que son cirugías que resecan gran cantidad de tejido mamario o toda la mama; se puede hacer la reparación colocándole las prótesis mamarias. De resto son cirugías estéticas que son las que más hacemos.

3) ¿En qué casos está contraindicado este procedimiento?

RT// pacientes menores de edad, que no sean desarrollados, pacientes con enfermedades graves por decir algo un cáncer, algo extremo, primero está la salud del paciente, si es saludable si se puede hacer una cirugía.

4) ¿Cuáles son los cuidados que hay que tener antes y después de una cirugía plástica?

RT// Hay ciertos medicamentos que no pueden tomar antes como aspirina, los omega o vitamina E, también se recomienda que llegue sin haber tomado ni fumado. Para poder tener éxito durante y después de la cirugía.

5) ¿A qué edad es recomendable hacerse una cirugía plástica?

RT// Cada vez vemos que la cirugía de mamoplastia es la más pedida a más temprana edad, el límite es que la paciente o la niña ya se haya desarrollado mínimo de 17 o 18 años. De resto hay pacientes de 40 y 50 años que deciden hacerse esta cirugía, desde que las condiciones físicas y de salud estén buenas se puede realizar.

6) ¿Cada año aumenta más el número de cirugías aquí en Colombia?

RT// Si mucho, inclusive vemos un aumento lento pero progresivo en hombres haciéndoles lipectomía entre otros, yo pienso que tiene que ver mucho con la parte laboral, cada vez se exige más que el paciente o la persona tenga una apariencia saludable para poder entrar al campo competitivo con más edad.

7) Doctor, ¿Ud. cree que este aumento de cirugías se debe a la influencia que tienen los medios de comunicación en las mujeres?

RT// Si sin lugar a duda, todos esos puntos juegan un papel muy importante , el aspecto visual, el estar a toda hora en contacto, el prender un televisor y ver una persona joven y bonita o todas las revistas, infelizmente es lo que vemos todos los días y lo que nos transmiten los medios de comunicación.

Entrevista realizada a Sandra Acosta

1) ¿En qué momento decidiste hacerte una mamoplastia?

RT//yo decido hacerme una mamoplastia en el momento en que me doy cuenta que con el pasar de los años había perdido masa muscular y grasa en los senos y que había quedado un espacio por rellenar.

2) ¿En qué año y con qué cirujano fue esto?

RT// eso fue en agosto del 2004 con el doctor Iván Santos.

3) ¿En qué ciudad te hiciste este procedimiento?

RT// Aquí en Bogotá

4) ¿Quedaste a gusto con el resultado?

RT// No, porque tuve problemas

5) ¿Cuál fue el problema que tuviste después de la cirugía?

RT// Un par de meses después de haberme operado, me di cuenta que con el movimiento de los brazos sentía molestia de los senos, me dirigí a donde el doctor y el me daba solo dos soluciones.

- 6) ¿Cuáles eran estas dos soluciones?
RT// una era que me hiciera una reducción de senos o un aumento de senos y ninguna de las dos me llamaba la atención.
- 7) ¿Qué decisión tomaste finalmente?
RT// Busque una segunda opinión, me dirigí con el doctor Julián Morales y con él decidimos reubicar las mismas prótesis, para que me quedaran mejor acomodadas y no me molestaran.
- 8) ¿El resultado de esta segunda operación, era el que querías?
RT// Si, finalmente obtuve el resultado que quería porque mis senos me quedaron muy naturales y con una caída perfecta.
- 9) ¿Crees que la influencia de los medios de comunicación tuvieron que ver con la decisión de operarte?
RT// Si lo creo y mucho, porque los medios te venden una imagen bonita y tu también te quieres ver bonita y te quieres sentir bien.

Entrevista realizada a la psicóloga María Cecilia Vallejo

- 1) ¿Qué es la anorexia y la bulimia?
RT// Son dos patologías que hacen parte de los trastornos de conducta alimentaria y de acuerdo con el DCM4 y el C10 que son las clasificaciones que hacen parte de las enfermedades mentales y psiquiátricas que involucran la actividad de alimentarse y tienen un componente y una causa emocional y psicológica.
- 2) ¿Cuáles son las causas y consecuencias de estas enfermedades?
RT// Son básicamente las áreas en las que están involucradas las pacientes, ya sea el área social, laboral y educativa, dependiendo

estas áreas hay factores que influyen y mantienen a que tu padezcas un trastorno de conducta alimentaria. Esto quiere decir, en el área social por ejemplo encontramos la presión y la influencia de los medios, en el ámbito familiar son familias con características especiales, hay otros factores que son los biológicos o hereditarios que tienen que ver en la forma en como tu concibas la vida y la veas.

- 3) ¿Cuáles son las edades en las que más se presentan este tipo de enfermedades?

RT// Las edades básicamente son en la adolescencia, para la anorexia podemos hablar de una pre-adolescencia y adolescencia y en la bulimia una parte final de la adolescencia y una etapa de la adultez temprana.

- 4) ¿Por qué la bulimia y la anorexia se da más en las mujeres?

RT// Está muy relacionado con la moda con el tema de la figura, del éxito y de la capacidad del éxito de las personas, toda la vida el cuerpo ha sido valorado y tenido en cuenta como un factor predominante para que la persona sean exitosas o no.

- 5) Desde el punto de vista psicológico, ¿Cómo se diferencia una mujer que sufre de anorexia a otra de bulimia?

RT// Son dos patologías aparentemente muy distintas pero tienen en el mismo origen. Los comportamientos en las bulímicas son retraimiento social, inducción al vomito o búsqueda de actividades compensatorias que logren equilibrar la cantidad de ingesta de

comida. Antes de esto, en la bulimia hay un “atracón” que genera una cadena de comportamientos que lleva todo el ciclo bulímico.

En la anorexia se ve la baja ingesta o disminución del consumo de energía, hay diferentes tipos como la anorexia purgativa: que es lo poco que comen lo manejan como si fueran bulímicas. Se puede ver una combinación de las dos. Ya sea una desnutrición o el exceso o el desbordamiento de alimentos.

6) ¿Cuál sería el tratamiento para poder curar estas enfermedades?

RT// Necesariamente tiene que ser un tratamiento multidisciplinario y multifactorial, ya que es una patología sumamente complicada porque las niñas están obteniendo beneficios, los cuales están motivando a que estén en esto, entonces hay que luchar para demostrarle que está deteriorando su calidad de vida como persona y como individuo.

7) Por último, ¿Ud. cree que los medios de comunicación han influenciado en las mujeres y esto las ha llevado a padecer de la anorexia y la bulimia?

RT// Desafortunadamente los medios son los encargados de comunicar las modas, en donde las costumbres y reglas sociales se dispersen. A través de los medios de comunicación esta la globalización y a partir de ellos es que se hacen cambios en nuestra vida. Los estándares de belleza que hoy se consideran importantes y exitosos los transmiten los medios.

FOTOS DE MUJERES OPERADAS

Antes

Después



Fotos de la presentadora Jessica Cediél, la Revista Tv Novelas y

Soho. Durante el problema y bajo la recuperación por salvar su vida Jessica Cediél gana como la mejor cola del año para la revista TV Novelas en Colombia.



Después de la recuperación:



Imágenes como estas hacen que las mujeres se quieran ver más delgadas o más

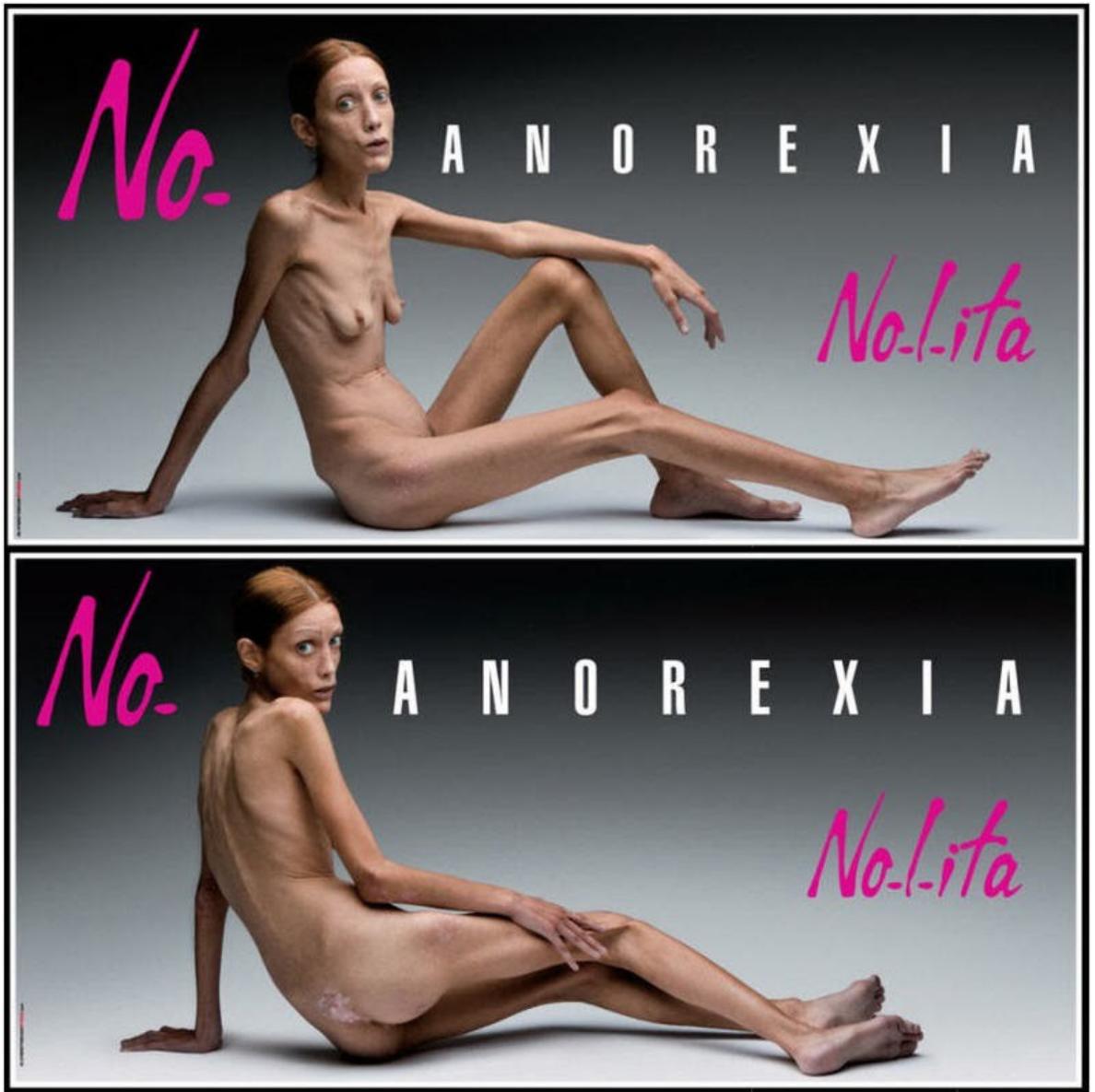


voluptuosas.



La modelo francesa Isabelle Caro fue la protagonista de una campaña que dio la vuelta al mundo contra la anorexia, donde mostro su cuerpo sin importarle las

condiciones en las que se encontraba debido a esta enfermedad. Murió en noviembre del 2010.



Campañas de tiendas estadounidenses y españolas en Colombia:

Forever 21:



Stradivarius:



Bershka:



Zara:
Tips de belleza y publicidad dentro de las revistas Tv novelas y Soho

60 minutos

"Creo que una hora al día es tiempo adecuado para el ejercicio. Siempre intento alternar las rutinas: camino, me ejercito en la elíptica, monto bicicleta o trotó. El deporte me mantiene activa, aumenta mi resistencia y elimino el estrés."

El secreto

"Realmente no creo en ninguna fórmula mágica para bajar de peso o mantener la línea. Lo que mejor funciona es una alimentación balanceada y una rutina de ejercicios acorde a las necesidades y gustos."

Alegría y pasión

"Me encanta el deporte porque me mantiene alegre, me eleva el ánimo, me da energía y me recarga de energía y resistencia. Ejercitarme ha contribuido positivamente en mi trabajo, pues me llena de buena actitud para entregar más del ciento por ciento en el set."

Con ritmo

"Lo que no puede faltar cuando salgo de viaje son mis tenis y mi reproductor de música. No hago ejercicio sin las buenas canciones que me contagian de energía."

Comida Caribe

"Mi mayor debilidad es la comida típica de mi tierra caribeña. Me encanta comer arroz con coco y patacones con queso, además los dulces típicos, me me canso de comerlos."

Al despertar

"Yo apoyo la teoría que dice: 'el desayuno es el alimento más importante del día'. Por esa razón, como bien en la mañana. Mi desayuno perfecto: una tasa de café negro, dos huevos cocidos sin yema y una tostada integral con mermelada".

Esta barranquillera (actriz en Rafael Orozco, el ídolo) confiesa que la comida del Caribe es su mayor debilidad, y que el ejercicio y la disciplina es su secreto para mantenerse en forma

Foto: BRIAN BUCIERA / SIC 112

María Lara

Inspiración

.....

Llegó el momento. Subo un pie, subo el otro, los números suben y bajan, se frenan y al fin se asoma lo que tanto quería ver, lo logré. La báscula ya es mi amiga y el Programa Special K® mi aliado con el que en solo 2 semanas, 2 veces al día, renuevo mi figura. Yo soy mi propia inspiración y voy por más.

¿Y TÚ QUÉ **ganarás?**

TU COLOR INTENSO SE QUEDA EN EL CABELLO Y NO EN EL AGUA.™

SIN EL SISTEMA COMPLETO SISTEMA KOLESTON

KOLESTON

WELLA

UNA MARCA LÍDER MUNDIAL EN SALONES™

El color intenso se queda en el cabello y no en el agua. Este tratamiento innovador utiliza un sistema de partículas que se adhieren al cabello, evitando que el color se lave con el agua. El resultado es un color que permanece más tiempo y se renueva con cada lavado.