

“Entonces pierdes peso y terminas enfermado”

EL GERMANY'S NEXT TOPMODEL Y SU PAPEL EN LOS DESÓRDENES ALIMENTARIOS

Maya Götz, Caroline Mendel

Un estudio de IZI explora la posibilidad de una conexión entre mirar programas de televisión y los desórdenes alimentarios entre las niñas y jóvenes de Alemania. Un informe representativo y parte de otro estudio con 241 participantes que reciben terapia por desórdenes alimentarios, sugiere que los programas como *Germany's Next Topmodel* pueden intensificar la tendencia ya existente a tener un desorden alimentario.

Los desórdenes alimentarios son una de las enfermedades psicosomáticas más comunes entre las niñas y jóvenes en los países occidentales industrializados. Se puede decir que un tercio de las adolescentes de Alemania están “en riesgo”. Al menos 2 de cada 100 niñas han desarrollado serios desórdenes alimentarios como la anorexia, la bulimia o los atracones y otro 2% ha desarrollado otras formas de desórdenes alimentarios (Swanson et al, 2011). Las razones detrás de las respectivas enfermedades son siempre complejas. Se expresa con una conducta alimentaria que es, para simplificar, manipulada a fin de reducir los sentimientos de inferioridad (Ver Lahusen en este número).

En la investigación apenas hay dudas de que la exposición a los medios influencia la imagen corporal de la gente joven y predice patologías alimentarias simultáneamente y a través del tiempo (Harrison, 2013).

Estudios experimentales verifican que cuando las niñas ven estas imágenes de cuerpos que ellas nunca llegaron a lograr, se produce en algunas de ellas una declinación espontánea en la sa-

tisfacción con sus propios cuerpos (Ej, Bell & Dittmar, 2011). Es crucial en este proceso la cuestión de en qué medida las niñas y mujeres han internalizado el ideal de un cuerpo muy delgado (Harrison, 2013). La insatisfacción con el propio cuerpo es, a su vez, un probado factor de riesgo para el inicio de desórdenes alimentarios (The McKnight Investigators, 2003). En este sentido, el programa *Germany's Next Topmodel*, en particular, es visto como reforzador de la insatisfacción de las niñas con sus propios cuerpos.

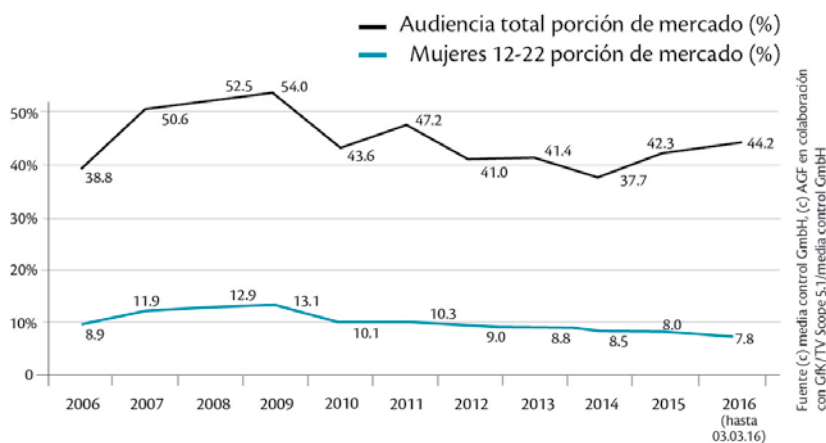
GERMANY'S NEXT TOPMODEL

El programa de *Alemania Next Topmodel* (GNTM) es un show de talentos que ha sido emitido durante 3 o 4 meses todos los años desde 2006 por un productor privado de Alemania (Pro 7). Los derechos del formato para *Next Topmodel* pertenecen a la compañía de medios de EE.UU, CBS Corporation,

que ha vendido el show a más de 40 países. En la versión alemana del formato, 2 docenas de jóvenes son elegidas entre 10.000 participantes y durante el transcurso del show éstas se reducen a 3 finalistas. En cada episodio las concursantes deben tomar desafíos y probarse en castings y tomas de fotos. El clímax de cada programa es cuando cada candidata camina por la pasarela frente a los jueces. Si Heidi Klum, la líder del jurado le entrega una foto al final, eso demuestra que ella no ha sido aún eliminada.

La porción del mercado entre las niñas y jóvenes de entre 12 a 23 años es de alrededor de 40 % dependiendo de la temporada (III. 1).

El programa ha estado en la lista anual de los más populares entre este grupo etario y el 75% de las audiencia de GNTM habla sobre el programa al día siguiente con sus amigas (Götz, 2014). Heidi Klum fue la figura mediática más popular entre los niños y gente joven de Ale-



III. 1: Cifras de telespectadores de GNTM por temporadas.

mania en 2015 (Trend Tracking Kids, 2015) Ella es muy conocida entre la gente joven y particularmente, los que miran muchos shows de talentos, sienten que pueden aprender mucho de ella sobre cómo realizar una crítica.

Les gustaría tenerla como mentora y a más de la mitad incluso les gustaría tenerla como madre. (Götz, Bulla & Mendel, 2012)

En 2009 IZI exploró, vía un estudio de fans, lo que fascina a las niñas y varones de este formato y dónde radican las potenciales áreas de problemas. El principal comentario es que el programa promueve una actitud crítica hacia el propio cuerpo, en especial en lo referente al peso (Götz, 2014). Los resultados corresponden a hallazgos del más extenso informe realizado en 2006 y 2009.

Mientras que en 2006, poco antes de que la primera temporada de *GNTM* fuera emitida, 69 % de las jóvenes de 16 a 17 años estaban contentas con su peso, en el estudio de seguimiento de 2009, que tuvo lugar durante la 4ª temporada de *GNTM*, esta cifra bajó al 48 %; sin embargo el porcentaje de los varones que estaban contentos con sus cuerpos permaneció inalterado. Hubo también destacados aumentos del deseo de “estar más delgados” y el sueño de tener “un abdomen plano” al igual que sintieron la necesidad de optimizar sus piernas y caras (Ver Iconkids % Youth international research, 2009). No hubo al menos cambios sociales obvios en Alemania que pudieran explicar esta baja en un tercio de la satisfacción con sus cuerpos en las niñas durante esos 3 años. Hay sospechas razonables que está conectado con el formato televisivo más popular entre las niñas y jóvenes: el *Germany’s Next Topmodel* En un estudio representativo, por lo tanto, primero enfrentamos la cuestión de si se podía probar una conexión estadística.

ESTUDIO REPRESENTATIVO: LA IDEA DE SER “DEMASIADO GORDA” Y EL GERMANY’S NEXT TOPMODEL

Los datos del BMI de jóvenes de entre 6 y 19 años fueron reunidos en un informe representativo (1). A los participantes de Alemania también se les preguntó si a veces pensaban que estaban “demasiado gordos” y con qué frecuencia miraban el programa *Germany’s Next Topmodel*. 78% de los de entre 6 a 9 años de Alemania, según sus BMI, tienen un peso normal. 7% de los de 6 a 19 años, según su BMI, tienen bajo peso. La comparación según el género muestra que la mayoría de los varones tienen un peso mayor que el normal del rango del BMI mientras que la mayoría de las niñas tienen un peso menor de lo normal según el rango BMI.

Estos resultados se corresponden exactamente con los hallazgos de informes alemanes de salud en gran escala (2). Casi uno de dos de los de 6 a 19 años al menos alguna vez tiene la idea de estar “demasiado gordo”: 55% de las niñas y 36 % de los varones. Aquellos con un BMI más alto se inclinan a pensar que están demasiado gordos- sin embargo, esto es totalmente proporcional a su peso respectivo. Por ejemplo, de las niñas que tienen bajo peso, 45 % todavía piensa que está “demasiado gorda”, a pesar que desde la perspectiva de la salud no es la visión apropiada.

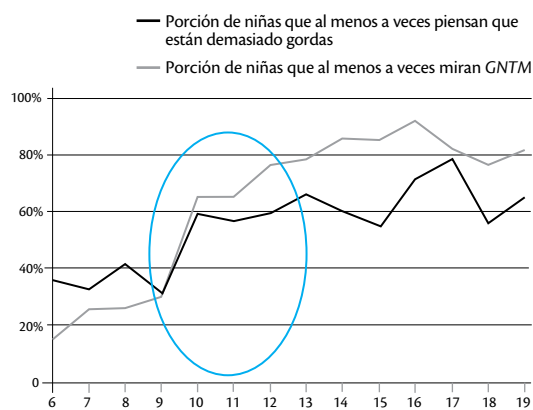
La idea de ser “demasiado gorda” crece significativamente entre las niñas, en particular a medida que su edad avanza. El aumento alcanza niveles altísimos entre las niñas de 10 años donde las cifras se duplican (32% a 59%, III.2)

El segundo período particularmente crítico para las niñas es la edad entre los 15 y 17 años y finalmente

llega a un pico a los 17 años. 8 de 10 (¡) de las niñas de 17 años tienen la idea de ser “demasiado gordas” aún cuando el 79 % de ellas tiene un peso normal. Los cálculos estadísticos muestran una relación altamente significativa con el ver regularmente el formato *Next Topmodel*. Es particularmente pertinente en la cuestión de los medios y los desórdenes alimentarios que las niñas con bajo peso que miran *GNTM* tienen 5 veces más posibilidades de verse “demasiado gordas” que otras niñas con bajo peso que nunca miran ese programa. Esto indica el riesgo particular que el programa representa para las niñas con predisposición a los desórdenes alimentarios.

ESTUDIO 2: EL DESORDEN ALIMENTARIO Y EL GNTM

Estudios correlativos pueden, en cierta medida, describir fenómenos pero no pueden realmente proveer una visión más profunda de las relaciones complejas. La importancia de los medios en el desarrollo de la identidad o en un desorden psicósomático no es un simple mecanismo de estímulo –respuesta. La recepción de los medios es siempre una apropiación activa, un proceso de dar significado e integrar partes seleccionadas del texto mediático en el trabajo de identidad, la comunicación, la estructuración de la vida cotidiana etc. (ver Lemish, 2015).



III. 2: Audiencia de GNTM es significativamente más propensa a pensar que está “demasiado gorda”.

Por ahora sólo hay unos pocos estudios cualitativos de mujeres con desorden alimentario que exploren en detalle la significación de la televisión en el contexto de su enfermedad. Baumann, por ejemplo, ha mostrado que la televisión es esencial al comienzo y desarrollo del desorden alimentario. Particularmente al comienzo de la enfermedad, las mujeres jóvenes a menudo se sienten inferiores al confrontarse con el ideal mediático de belleza como el de la delgadez; ellas se sienten desamparadas y presas de las imágenes. Luego, en el curso del desorden, también reúnen claves de cómo manipular su peso.

Cuando se informa algo sobre su enfermedad, ellas lo utilizan como medio para escapar o como fuente de información y comparación. Durante la fase de superar activamente el desorden alimentario, se pone una creciente significación a los estereotipos expuestos y se disocian del ideal de belleza de estar con bajo peso, del “terrorismo de dieta” y de mensajes publicitarios contradictorios (Baumann, 2009(4)) Una entrevista del estudio de Märtschel revela: el consumo de televisión engendra, entre otras cosas, motivos específicos para los desórdenes

alimentarios. Los programas brindan motivación, reconocimiento y justificación para las propias acciones pero también son fuente de información de datos y guía para la optimización de la conducta del desorden alimentario. La televisión es utilizada como sustituto o complemento de la terapia, a veces crea un espacio en el que al menos temporariamente, los individuos no tienen que pensar sobre el tema de

“comer” (Märtschel, 2007) Hasta ahora no hay estudios que exploren específicamente el significado de formatos televisivos particulares en el contexto de los desórdenes alimentarios y, que además, faciliten una evaluación cuantitativa por medio de muestras más amplias. Aquí es donde entra nuestro segundo estudio. El mismo apunta a dar voz a los que actualmente reciben terapia por desorden alimentario y que viven en clínicas o cuidados grupales en residencias, para explicar el significado de las series televisivas en el desarrollo de la propia enfermedad. El estudio fue dirigido en colaboración con la Ferderal Association for Eating Disorders de Alemania (BFE)(6)

Los cuestionarios anónimos con preguntas mayormente abiertas dieron

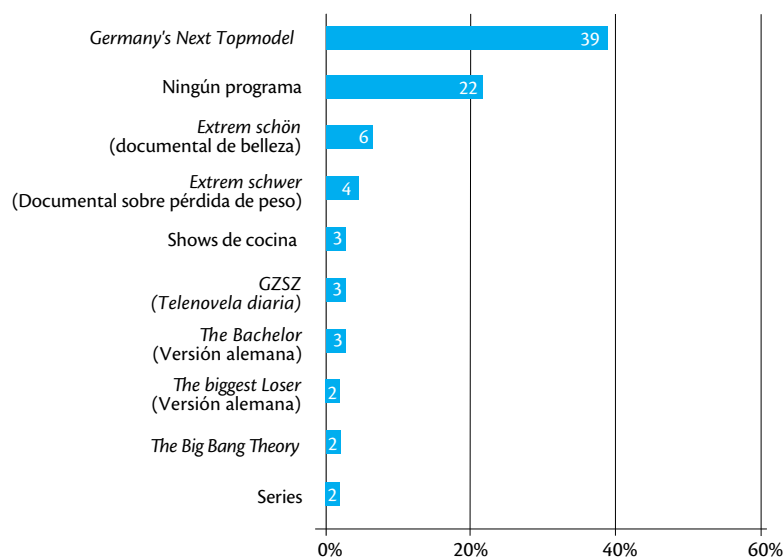
la bulimia y desórdenes alimentarios que incluyen atracones, a veces también combinados con otros problemas .(7)

La importancia de programas de T.V. particulares en el desarrollo de los desórdenes alimentarios

En el caso de la mitad de los informantes el desorden alimentario comenzó entre los 12 y los 15 años; para otro quinto entre los 16 y 17 años. Como la mayoría de la gente joven ellos también miraban televisión durante ese período. De lejos los programas más populares eran *Germany's Next Topmodel (GNTM)* y la versión alemana de la telenovela diaria *Good Times, Bad Times (GZSZ)* que corresponde a la tendencia general para este grupo etario. Las conversaciones con amigos giraron, en particular, acerca de los shows de talentos y sobretodo sobre *GNTM*.

Casi tres cuartos (71%) de nuestros informantes confirmaron que había un programa que los había influenciado de una manera particular. Si un programa de T.V. jugó un papel signi-

ficativo es mayormente al intensificar pensamientos patógenos. Los programas contribuyeron a más sentimientos de inferioridad y demostraron cómo la gente puede incluso manipular su peso más sistemáticamente. A veces sirven para compensar el desorden psicossomático, permitiendo a los individuos sentirse mejor al menos temporariamente. En una cantidad de casos, sin embargo, los programas de



III. 3: Programas que tuvieron especial influencia en las propias enfermedades de los individuos (Respuestas múltiples posibles): GNTM (39%); todos los otros programas estuvieron por debajo de 6% n= 157 entre 11 y 15 años.

a 241 individuos la oportunidad de resumir sus propias percepciones. La muestra consiste casi exclusivamente en niñas y mujeres jóvenes (96%) con el adicional de 10 hombre jóvenes. Algunos de los informantes tienen menos de 16 años- el más joven tiene 11 años y casi la mitad tiene entre 16 y 21 años.

La mayoría de los que toman parte en el estudio han sido diagnosticados con anorexia (85%) otras enfermedades son

televisión también dispararon la dinámica de la enfermedad. Un programa fue mencionado espontáneamente por encima de los otros: *Germany's Next Topmodel* (Pro 7). Muy por detrás hubo programas como *Extrem Schön!*, *Extrem Schwer* (telenovelas documentales sobre belleza y pérdida de peso, ambos RTL2 y programas de cocina (III.3).

85% está de acuerdo en que GNTM puede intensificar la anorexia y la bulimia

Como respuesta a la pregunta abierta de si hay un programa que refleja el ideal de belleza de la sociedad, 83% mencionó, espontáneamente (¡) a *GNTM*. Más de tres cuartos de los participantes del estudio miran el programa, muchos lo han estado mirando durante más de 5 años y algunos de ellos desde la escuela primaria. Es el formato que más frecuentemente ha influenciado su enfermedad “muy fuertemente” y la mayoría (85%) concuerda que *GNTM* puede intensificar los desórdenes alimentarios como la anorexia y la bulimia.

¿Qué hace atractivo al formato *Next Topmodel*?

El éxito del formato *Next Topmodel* se basa en el hecho de que es atractivo para muchas fans femeninas (Götz, 2014): *GNTM* se focaliza en las mujeres jóvenes y su desarrollo más que cualquier otro programa- de hecho independientemente de las relaciones románticas. El programa ofrece una variedad de tipos con los cuales identificarse, planteando desafíos de manera altamente atractiva para este grupo etario y en locaciones llamativas. El elemento de competición y rating dentro del programa crea emoción y, simultáneamente, la oportunidad de unirse para clasificar a los competidores y quejarse de ellos en el grupo de compinches y en la familia. Como los competidores del programa deben ir

mucho más allá de sus zonas de confort, los jóvenes televidentes, también, se ven forzados a cuestionarse cómo se hubieran comportado ellos en esta situación. Estas son formas de trabajo de identidad que estudios previos han mirado con fuerte sospechas, argumentando que este tipo de desarrollo de identidad está rodeado de obstáculos. Esto se debe a que los competidores y la audiencia respectivamente parecen tener absoluta voluntad sobre sus acciones y la habilidad para crearse a sí mismos a través del auto conocimiento, la autoexploración y el propio modelado.

Parecen personalizar a la niña del “poder hacer”(Harris, 2004). El objeto que ellos crean acá es su propio cuerpo. La orientación, sin embargo, es hacia la



© picture alliance/dpa

III. 4: Particularmente atractivo para las niñas desde la tímida a la topmodel: Luisa Hartema.

individualidad o felicidad y ninguna de ambas son la medida alguna de valor, en cambio, el foco está en los valores neoliberales del éxito de mercado. Las mujeres jóvenes se convierten en “empresarias de sí mismas” (McRobbie, 2009), perpetuamente focalizadas en el cuerpo delgado y su presentación, al igual que se acomodan a los valores de los otros y a una autoridad de la moda y belleza (McRobbie, 2008), y los intereses de una emisora y su presentadora Heidi Klum. El análisis de los datos cualitativos revela un típico camino de apropiación del formato

Next Topmodel que acompaña la ruta hacia el desorden alimentario.

GNTM impone estándares poco realistas

“Una apariencia aparentemente perfecta es presentada como lo más importante: sólo las que son delgadas logran ser parte de él” (Birgit, 19 años, anorexia).

El programa coloca a las apariencias en el centro de su éxito y reconocimientos. Esto significa que el programa presenta exclusivamente a mujeres jóvenes que son excepciones físicas (III.4). Tienen al menos 1.76 m de altura (5 pies 9) y como máximo talle 8. El show presenta “cantidades de chicas hermosas y perfectas a la vez, todas ellas deseosas de hacer cualquier cosa para ser bellas” (Jessica, 17 años, anorexia).

Esto distorsiona la visión de la realidad y la variedad de formas y tamaños que el cuerpo humano puede adoptar en la realidad. Esto da lugar al “sentimiento que hay tantas chicas grandes, delgadas, disciplinadas que logran algo con esto y que sobretodo se ven grandiosas” (Jessica, 17 años, anorexia). La apariencia- en términos de excepción absoluta- se equipara con el éxito y la felicidad, y así se vuelve la normalidad. Un desarrollo lógico por el cual “cualquiera que no luzca al menos tan bien como esto, es fea, inadecuada y gorda. Esto lleva a severos complejos de inferioridad” (Cassandra, 18 años, anorexia)

El deseo de verse así, también

“Porque quieres realmente verte así, como las modelos, así que adelgazas y terminas enferma” (Yvonne, 16 años, anorexia)

Una característica particular de las descripciones de la importancia de *GNTM* en el contexto de sus propios desórdenes alimentarios es el deseo de “verse así también” (Anna, 17 años, en su propia etapa de anorexia)

“Entonces uno quiere verse como esas chicas y al mismo tiempo uno está molesta con una misma por no tener toda esa fuerza de voluntad” (Anna, 17 años, bulimia). Las normas no cuestionadas y las muchas excepciones físicas dan a nuestras informantes la impresión de que es su falta, si no logran eso que es aparentemente “normal”.

Comparar y adecuarse

“Como las mujeres son todas extremadamente delgadas, a menudo me comparo con ellas. Así es cómo empezó mi enfermedad” (Juliane, 14 años, anorexia)

La audiencia comienza a compararse con las candidatas particularmente cuando las participantes usan ropas reveladoras. Cuanto “más reveladoras son las ropas y, si las fotos son sexis, más se enfatizan las proporciones” (Diana, 16 años, anorexia), más se sienten impelidas nuestras informantes a compararse con las candidatas. La comparación es entonces, en cierta medida, claramente focalizada en partes individuales del cuerpo como “Un abdomen plano” o gira alrededor de cuestiones como “¿Qué huesos prominentes!, ¿cuán delgados parecen sus brazos?” (Betty, 29 años, anorexia). Cuando las concursantes del programa se paran delante del espejo y afirman que acá y allá están gordas, las jóvenes frente al televisor, observan más detalladamente a sus propios cuerpos y encuentran aún más defectos. Esto lleva a una lógica en particular entre las niñas con alto rendimiento que desean adecuarse y pueden reunir un montón de energía, optimizarse al punto de la perfección, por ej., características típicas de la gente en riesgo de desorden alimentario. Una descripción típica de este proceso escrita por Lia:

“Muchas de las chicas que forman parte de *Germany’s Next Topmodel* son tan delgadas (no todas ellas en realidad, pero sin dudas algunas) sin hacer mucho deporte y sin estar demasiado preocupadas con su dieta. Allí es cuando comencé a preguntarme, ¿por qué

no soy así? Pronto advertí que esa pregunta no me llevaría lejos así que comencé (no solo por esa razón) a perder peso y a hacer mucho deporte. Tengo una idea profundamente incorporada de que todo será más fácil si soy delgada. Todos los aspectos de mi vida. Lo que es cierto hasta un cierto punto. Debo decir que no me volví anoréxica por el *GNTM* pero él tuvo sin embargo, un papel importante. Y hoy deliberadamente no lo miro más; Porque me provocaría nuevamente anorexia” (Lia, 18 años, anorexia).

DONDE GNTM A MENUDO FORTALECE LA LÓGICA PATÓGENA DE LOS DESÓRDENES ALIMENTARIOS

El programa ejerce su poder particular sobre las niñas y mujeres predispuestas a los desórdenes alimentarios en un nivel más profundo. Para resumir el significado típico de la versión alemana del formato *Next Topmodel* es importante estar consciente: Un show televisivo no puede ser la principal razón de un desorden alimentario, esto será siempre multifactorial con antecedentes complejos y se basa fundamentalmente en crisis de identidad más profundas (Costin, 2007). Incluso el ideal de belleza al que se aspira es raramente el corazón del desorden alimentario. En cambio, se trata de profundas crisis e inseguridades, experiencias o circunstancias que el individuo parece no ser capaz de superar. A menudo el desorden alimentario es una manera de mantener el sentido de acción a pesar de la falta de poder de la persona sobre los hechos externos, al cambiar la propia percepción de los mundos internos a las esferas externas del cuerpo y la comida. Manipular su peso los ayuda a sentirse menos desvalorizados y en cierta medida restaura su sentido de acción y control si no respecto al mundo externo al menos respecto a sí mismos (Ver Lahusen en este número)

Si las niñas y mujeres jóvenes que experimentan este tipo de crisis encuentran

el programa *GNTM*, no sólo aceptan sus valores y estándares irrealizables sino que también se sienten inferiores y desarrollan un fuerte deseo de concordar con esta norma evidente. Eso incluye el subtexto del *GNTM*: “la lucha para adecuarse” (Banet-Weiser, 2004). El éxito y el reconocimiento el formato del *Next Topmodel* están relacionados con la adecuación incondicional. Cada demanda, cada casting, cada desafío, cada requerimiento de “dejar que su cuerpo sea diseñado por otros” debe ser tomado con entusiasmo y deben dar todo de sí “para el cliente” por ej., la presentadora Heidi Klum. Para ser parte del sistema, la conciencia de las propias sensaciones, como cansancio, hambre o sentir frío, no se permiten, las emociones como la vergüenza, el asco, el enojo o el miedo deben suprimirse y ser desconectados de la propia conducta. Interrumpir el sistema o incluso criticarlo lleva a la inevitable eliminación del show- a menos que agregue a la atracción del programa.

El programa y los desórdenes alimentarios psicossomáticos por lo tanto tienen una base lógica similar y no sólo en un nivel superficial de ídolos de belleza. El objetivo es subordinar las propias percepciones reales, sentimientos y necesidades a fin de adecuarse perfectamente a las demandas y normas de otros. Si este paradigma implícito del programa se vuelve un principio guía, puede resultar en una enfermedad en aquéllos que experimentan una crisis de identidad y en los que tienen las correspondientes disposiciones psicológicas como es el deseo de lograr y adecuarse o una tendencia hacia el perfeccionismo.

Por eso no es sorprendente que 70 pacientes de este estudio reconozcan que el programa *Germany’s Next Topmodel* ha tenido una “muy fuerte influencia” sobre su enfermedad y otros 72 aseguraron que tuvo “alguna influencia”. Utilizar el material simbólico (Texto) de los medios les ha ofrecido principios guía para su trabajo de identidad. Particularmente si las mujeres jóvenes

tienen ciertos perfiles de personalidad y encuentran atractivo el concepto de ser “empresarias de sí mismas” (McRobbie, 2009), La auto optimización de su propio cuerpo y conducta pueden llevar a un serio desorden psicosomático.

REPERCUSIONES

GNTM también debe tener un IMC mínimo, más variedad Y mayor sensibilidad

Dimos a nuestros informantes la oportunidad de establecer las repercusiones para la propia industria mediática. Por encima de todo solicitaron un espectro más amplio de gente con físico y apariencia natural en los medios cuyas imágenes no utilicen foshops. Hubo también pedidos repetidos de “mayor educación en salud sobre desórdenes alimentarios ; no demonización de aquéllos que los sufren” (Regine, 16 años, anorexia). Además de documentales, las narrativas ficcionales seguramente tienen algo que ofrecer en este tema. El desafío particular en esto siempre será lograr el equilibrio entre brindar una opinión sin dar ideas de cómo manejarse con sus propios problemas de manera patológica. Las sugerencias relativas al programa GNTM van desde cerrar el programa “El programa *Germany’s Next Topmodel* en el que la competencia por un cuerpo “Inhumanamente perfecto” es manejado en el escenario de manera indecente”. (Anja, 32 años, anorexia), al pedido de que las competidoras sean tratadas más humanamente y no se las critique por cada pequeño error. Desde la perspectiva de la investigación receptiva, el principal tema es la necesidad de más sensibilidad cuando se critica los cuerpos de las participantes. Más consideración de la individualidad y resistencia (incluyendo para Heidi Klum) sería un signo de calidad. Es más, una contextualización específica para la audiencia sería útil porque esto

mostraría el hecho de que las competidoras son excepciones físicas y que los mecanismos requeridos de adecuación y represión son específicos del show y del negocio, no necesariamente bueno para la salud.

Además, sería temáticamente apropiado incorporar educación sobre el tema de la anorexia, esto demostraría que los productores estaban actuando responsablemente, justamente porque el programa es visto por muchas niñas que están en una edad sensible.

Una de nuestras informantes pide una promoción determinada de educación mediática, un tratamiento que desde la perspectiva de la pedagogía mediática debería ser apoyada. Sería una oportunidad para utilizar programas como GNTM para unidades de educación mediática en las que los estudiantes se vean enfrentados con imágenes corporales en los medios o en los que adquieran una comprensión de la naturaleza del manejo del escenario de shows de talentos a través de análisis crítico de medios.

Lo más importante para nuestras informantes respecto all desorden alimentario es sin embargo: “Dejen de propagar la idea de que es “normal” verse como modelos y que cualquiera que pesa más que ellas no se adecua a las normas sociales; debería ser diferente” (Eva, 18 años, anorexia). Esto da lugar a la demanda concreta de un mínimo de BMI (para modelos y actrices) y ¡que el talle cero sea retirado del mercado!” (Katrin, 17 años, anorexia), porque idealizar cuerpos obviamente muy delgados significa glorificar la enfermedad. ■

Traducción
María Elena Rey

NOTAS

¹ El periodo de muestreo fue en Marzo 2015; el estudio representativo fue dirigido por Iconkids & Youth, Munich, en el contexto de un informe omnibus realizado con 420 Entrevistadores entrenados con adolescentes en entrevistas cara a cara Utilizando un cuestionario estándar.

² Por ejemplo el estudio KiGGS (Kurt & Schaffrath-Rosario, 2007) NOTES Banet-Weiser, Sarah (2004). *Girls rule! Gender, femi 3* Mientras que el coeficiente de correlación es 0.17; $p < 0.001$ algo débil para los de 6- a 11 años, aumenta para los de 12 a 19 años a un número marcadamente alto 0.26; $p < 0.001$.

⁴ 2003/2004 estudio entrevista con 45 mujeres con desórdenes alimentarios.

⁵ Estudio entrevista con 4 mujeres con anorexia.

⁶ EL contacto fue establecido via miembros de la Federal Association, mayormente por los terapeutas y doctores de los que estaban enfermos. El estudio tuvo lugar entre Noviembre 2014 y Febrero 2015.

⁷ Otro estudio con 7 participantes que sufrían de obesidad Y no son tenidos en cuenta ni cualitativa ni cuantitativamente en los resultados presentados acá.

REFERENCIAS

Banet-Weiser, Sarah (2004). *Girls rule! Gender, feminism and Nickelodeon*. *Critical Studies in Media Communication*, 21, 119–131.

Baumann, Eva (2009). *Die Symptomatik des Medienhandelns. Zur Rolle der Medien im Kontext der Entstehung, des Verlaufs und der Bewältigung eines gestörten Essverhaltens*. Cologne: Herbert von Halem.

Bell, Beth Teresa & Dittmar, Helga (2011). *Does media type matter? The role of identification in adolescent girls' media consumption and the impact of different thin-ideal media on body image*. *Sex roles*, 65(7-8), 478-490.

Brown, Lyn Mikel & Gilligan, Carol (1992). *Meeting at the crossroads. Women's psychology and girls' development*. New York: Ballantine Books.

Costin, Carolyn (2007). *The Eating Disorders Sourcebook. Comprehensive Guide to the Causes, Treatments, and Prevention of Eating Disorders*. Madison: McGraw Hill Professional.

Götz, Maya (2014). *TV-Hero(in)es of Boys and Girls. Reception Studies of Favorite Characters*. Frankfurt: Peter Lang.

Götz, Maya & Herche, Margit (2012). *“Wasp Waists and V-Shape Torso” – Measuring the Body of the “Global” Girl and Boy in Animated Children's Programs*. In Maya Götz & Dafna Lemish (ed.), *Sexy Girls, Heroes and Funny Losers. Gender Representation in Children's TV around the World* (p. 49-68). Munich: Peter Lang.

Götz, Maya, Bulla, Christine & Mendel, Caroline (2012). *“Bestimmt ein tolles Erlebnis!” Repräsentativbefragung von 6- bis 17-jährigen zu ihren Vorstellungen vom “Erlebnis-Castingshowsteilnahme”*. *LfM-Dokumentation, Volume 49*. Available at: https://www.lfmrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/LfM_Doku49_web.pdf [22.04.15]

Hains, Rebecca C. (2012). *Growing up with girl power. Girlhood on screen and in everyday life*. New York: Peter Lang.

Harris, Anita (2004). *Future Girl. Young Women in the Twenty-first century*. London: Routledge.

Harrison, Kristen (2013). *Media, body image, and eating disorders*. In Dafna Lemish (ed.), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media* (p. 224-231). London & New York: Routledge.

Iconkids & Youth (2015). *Trend Tracking Kids*. Ergebnisse zu High Interest Themen bei 6- bis 19-jährigen Kindern und Jugendlichen in Deutschland*. Munich: Iconkids & Youth.

KiGGS (2006). *Studie zur Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland*. Available at: <http://www.kiggs.de/> [02.04.15]

Kurth, Bärbel-Maria, Schaffrath-Rosario, Angelika (2007). *Die Verbreitung von Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Ergebnisse des bundesweiten Kinder- und Jugendgesundheits surveys (KiGGS)*. In *Bundesgesundheitsblatt, Gesundheitsforschung, Gesundheitsschutz*, 50 (5-6), 36-743. DOI: 10.1007/s00103-007-0235-5.

Lemish, Dafna (2015). *Children and media. A global perspective*. Malden: Wiley-Blackwell.

Märschel, Sarina (2007). *Welchen Hunger stillen Medien? Funktionen von Medien im Leben von Frauen mit Essstörungen*. In Senta Pfaff-Ruediger & Michael Meyen (ed.), *Alltag, Lebenswelt und Medien. Qualitative Studien zum subjektiven Sinn von Medienangeboten* (p. 125-150). Münster: LIT.

McRobbie, Angela (2008). *Top Girls? Young women and the post-feminist sexual contract*. *Cultural studies*, 21, 718-737.

McRobbie, Angela (2009). *The aftermath of feminism: gender, culture and social change*. Los Angeles London: SAGE.

Swanson, Sonja A., Crow, Scott J., Le Grange, Daniel, Swendsen, Joel & Merikangas, Kathleen R. (2011). *revalence and correlates of eating disorders in adolescents: Results from the national comorbidity survey replication adolescent supplement*. *Archives of General Psychiatry*, 68(7), 714-723.

The McKnight Investigators (2003). *Risk factors for the onset of eating disorders in adolescent girls: results of the McKnight longitudinal risk factor study*. *American Journal of Psychiatry*, 160, 248-253.

LAS AUTORAS



Dr Maya Götz es la directora de IZI y del PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, Múnich.

Caroline Mendel, M.A. en Sociología, Psicología y Etnología, es freelancer en el IZI, Múnich, Alemania.