

## Riesgo para trastorno alimentario, ansiedad, depresión y otras emociones asociadas a la exposición de imágenes publicitarias

Blanca Elizabeth Jiménez-Cruz\* y Cecilia Silva-Gutiérrez

Universidad Nacional Autónoma de México

**Resumen:** Con el objetivo de explorar los niveles de ansiedad, depresión, y las emociones producidas por las imágenes presentadas en los medios de comunicación, y su relación con el riesgo para los trastornos de la conducta alimentaria, se realizó un estudio test-postest en el que participaron un total de 376 mujeres, 140 fueron expuestas a imágenes de mujeres delgadas, 127 a imágenes de mujeres con sobrepeso y 109 a imágenes de mujeres ejercitándose o comiendo de manera “saludable.” Todas las participantes fueron evaluadas con la Prueba de Actitudes hacia la Alimentación (EAT-40), el Inventario de Ansiedad Rasgo-Estado (IDARE), la lista de adjetivos de Axelrod y un Cuestionario de Emociones. Los resultados revelaron que tanto los niveles de depresión como los de ansiedad se elevan en las participantes con riesgo a trastorno alimentario después de observar las imágenes, pero que disminuyen en el resto de las jóvenes. Pero, en general, las participantes que se expusieron a imágenes de mujeres delgadas reportaron emociones más negativas hacia sus cuerpos que aquellas que fueron expuestas a imágenes de mujeres con sobrepeso. Los hallazgos sugieren que el ideal transmitido a través de los medios de comunicación promueve emociones desagradables que pueden poner en riesgo la conducta alimentaria de las jóvenes.

**Palabras clave:** Ansiedad; depresión; emoción; trastornos alimentarios; imágenes publicitarias.

**Title:** Risk for eating disorders, anxiety, depression and other emotions related to publicity images exposure.

**Abstract:** In order to explore the anxiety and depression levels, the emotions produced by images taken from media and risk for eating disorders, a total of 376 women participated in this test-postest study, 140 of the participants were exposed to thin women images, 127 to overweight women images and 109 to women exercising or eating in a “healthy” way images. All participants were evaluated with the Eating Attitude Test (EAT-40), the State-Trait Anxiety Inventory (STAI), the Axelrod Adjective Checklist and an Emotion Questionary. Results revealed that depression and anxiety levels increased in all participants at risk for eating disorders after exposure to images, but levels decreased for the rest of the participants. However, participants exposed to thin women images reported more negative emotions towards their bodies than those who were exposed to overweight women images. Findings suggest that the ideal transmitted through media promote disgusting emotions in young women, which may put them at risk for eating disorders.

**Key words:** Anxiety; depression; emotion; eating disorders; advertising images.

Constantemente estamos expuestos a una serie de información proveniente de los diversos medios de comunicación. Dicha información, entre otras cosas, transmite valores e ideales que la gente termina por internalizar. De unos años a la fecha uno de los valores más poderosamente transmitido por los medios de comunicación es el de la delgadez, lo cual ha puesto a muchos jóvenes en riesgo a padecer trastornos de la conducta alimentaria, al presentar el aspecto físico como un ideal sobrevalorado socialmente (Andersen y DiDoménico, 1992; Nemeroff, Stein, Diehl y Smilack, 1994; citados por Tiggemann, 2003). Por lo general, las imágenes que observamos exhiben con marcada frecuencia modelos jóvenes, muy altas y de cuerpos extremadamente delgados (Malikin, Wornian, y Chisler, 1999; Fouts y Burggraf, 1999, 2000; citados por Tiggemann y McGill, 2004), a menudo con un peso 20% inferior al esperado para la edad y estatura (Spitzer, Henderson y Zivian, 1999; citado por Dittmar y Howard, 2004) y con proporciones cada vez más difíciles de lograr de manera saludable e incluso normal para la mayoría de las mujeres (Harrison, 2003) y, rara vez, modelos con un peso igual o superior al considerado médicamente normal.

Dos de los medios más poderosos en este sentido son la televisión y las revistas, en los que a las personas delgadas, por el hecho de ser así físicamente, se les hace ver como bellas, saludables y exitosas en la vida, pero no así a las personas obesas, a quienes se les presenta como desagradables,

perezosas y merecedoras del ridículo y, por lo tanto, menos deseables de ser igualadas (p. ej., Lyons y Miller, 1999; Evans, 2003; Wade, Loyden, Renninger y Tobey, 2003; Wade y DiMaria, 2003; citados por Greenleaf, Starks, Gomez, Chambliss y Martin, 2004; Yamamiya, Cash, Melnyk, Posavac y Posavac, 2005). Además, en ciertos géneros de revistas y programas televisivos, se transmite de forma directa la supuesta manera de obtener un cuerpo esbelto, dejando ver que no sólo se puede, sino que se debe ser así (Yamamiya, *et al.*, 2005).

Para conocer el efecto que las imágenes que presentan los medios de comunicación pudieran tener sobre las emociones de quienes los observan, se han llevado a cabo estudios como los de Tiggemann (2003) y Vaughan y Fouts (2003) que evalúan la relación entre la exposición frecuente o breve a revistas o programas televisivos y la presencia o aumento de estados de ánimo displacenteros. En estos estudios se ha encontrado que la lectura frecuente de revistas se relaciona con la internalización de la delgadez y con sintomatología de trastornos alimentarios, mientras que no existe una relación clara entre la exposición frecuente a la televisión y sintomatología de riesgo para trastorno alimentario.

De forma similar, se observa que la exposición breve a imágenes de mujeres delgadas tomadas de revistas se relaciona con enojo y depresión en quienes las observan, especialmente si existe sintomatología previa para trastorno alimentario (Pinhas, Toner, Ali, Garfinkel y Stuckless, 1999), permaneciendo estas emociones por lo menos dos horas después (Hausenblas, Janelle, Gardner y Focht, 2004; citado por Yamamiya *et al.*, 2005).

\* Dirección para correspondencia [Correspondence address]: Blanca Elizabeth Jiménez-Cruz. Ciudad Universitaria. Av. Universidad 3004 Col. Copilco-Universidad C. P. 04510 Facultad de Psicología, Cubículo 38 edificio “B” (México). E-mail: [blancaelizabeth@gmail.com](mailto:blancaelizabeth@gmail.com)

En este mismo sentido, Stice y Shaw (1994; citado por Cusumano y Thompson, 1997) encontraron que la exposición breve a imágenes de mujeres extremadamente delgadas tomadas de revistas se relacionó con un incremento en los niveles de depresión, estrés, culpa, vergüenza, inseguridad, insatisfacción corporal y sintomatología de bulimia en mujeres estudiantes, a comparación de los resultados obtenidos tras la exposición a imágenes de modelos con peso normal o de mujeres que no eran modelos, especialmente en aquellas participantes con un alto grado de internalización de la delgadez.

Así, la relación que guardan la exposición a los medios masivos de comunicación, específicamente el estereotipo físico femenino presentado en éstos, las emociones generadas en las mujeres que los miran y la presencia de riesgo para trastorno alimentario, parece ser estrecha; al respecto, Gross, Levine y Murnen (2002) concluyeron, tras una revisión de 25 estudios de exposición breve a imágenes de mujeres delgadas, que los cambios resultantes fueron pequeños efectos negativos, pero relativamente consistentes y significativos.

El hecho de que las revistas tengan un mayor impacto en lo relacionado con las alteraciones de la conducta alimentaria no es de extrañar si se toma en cuenta que con el paso de los años ha aumentado la publicación de artículos orientados al adelgazamiento en revistas dirigidas al género femenino (Wiseman *et al.*, 1992; citado por Toro, 1996; Nemeroff *et al.*, 1994; citado por Cusumano y Thompson, 1997), de tal forma que Harrison y Cantor (1997) sugieren la posibilidad de que las revistas con temas "para estar en buena forma" tengan una mayor relación con el riesgo para trastorno alimentario por fomentar de manera directa la delgadez, a diferencia de las de moda, en donde se presentan cuerpos delgados, pero no necesariamente se promueve este ideal; no obstante, en un estudio de exposición frecuente, Morry y Staka (2001) encontraron que la lectura de revistas de moda y belleza tuvo una mayor relación con la sintomatología para trastorno alimentario, que las que sólo presentaban temas para estar en buena forma.

Dado lo anterior, el propósito de la presente investigación fue conocer la relación entre la exposición breve a imágenes de mujeres que aparecen publicadas en revistas de *moda*, *espectáculos* y *para estar en buena forma* y las emociones experimentadas por las jóvenes que las observan, incluyendo depresión y ansiedad estado, en virtud de que no se encuentran estudios previos de exposición breve a imágenes en donde se exploren de manera diferencial las imágenes que aparecen publicadas específicamente en revistas con temas para estar en buena forma y su relación con el riesgo para trastorno alimentario. Para ello se llevó a cabo un estudio con diseño test--postest.

## Método

### Participantes

El grupo estuvo conformado por 376 mujeres universitarias estudiantes de las carreras de Psicología y de Derecho de la *Universidad Nacional Autónoma de México* y de Psicología de la *Universidad de Negocios ISEC*, con edades entre 17 y 24 años ( $M=19.7$ ;  $D.E.=1.35$ ), quienes dieron su consentimiento informado para participar de forma voluntaria en la investigación. Las estudiantes colaboraron de manera grupal, en horario de clase y bajo la autorización del profesor correspondiente.

### Instrumentos

- 1) *Prueba de Actitudes hacia la Alimentación* (EAT-40), para distinguir entre participantes con alto y bajo riesgo para trastorno alimentario. Los reactivos de este instrumento constituyen un conjunto de actitudes y conductas auto-percibidas que son características de los trastornos alimentarios, como el disgusto patológico del propio cuerpo y el deseo de cambiarlo por medio de la pérdida de peso, con conductas que pueden incluir restricción alimentaria o purgas (Morry y Staka, 2001). Al momento de su construcción (Garner y Garfinkel, 1979), se obtuvo una confiabilidad de .79 para las mujeres anoréxicas y de .94 para la muestra total. Según su validación en población mexicana, un puntaje igual o mayor a 28 es consistente y apto para detectar alto riesgo para o presencia de trastorno alimentario (Álvarez, 2000).
- 2) *Inventario de Ansiedad Rasgo-Estado*, diseñado por Spielberger y Díaz-Guerrero en 1970 (Spielberger y Díaz-Guerrero, 1975) para evaluar dos conceptos de ansiedad: la ansiedad como rasgo (propensión a la ansiedad relativamente estable) y la ansiedad como estado (condición emocional transitoria). La confiabilidad test-retest (estabilidad) de la escala A-Rasgo es relativamente alta, entre .73 y .86, mientras que para la escala A-Estado tienden a ser bajas, entre .16 y .54, indicando que el puntaje se ve modificado por la influencia de factores situacionales en un momento determinado; además, muestra un alto grado de consistencia interna, marcado por coeficientes alfa de Cronbach con valores entre .89 y .90.
- 3) *Lista de Adjetivos de Axelrod* (1990), para evaluar los niveles de depresión de las participantes tras la exposición a las imágenes de mujeres, diseñada para detectar presencia de tono afectivo depresivo en población mexicana. Esta prueba, que va en un continuo del polo de la no depresión a la depresión, está constituida por 36 reactivos, los cuales son una serie de palabras que describen diferentes sentimientos y estados de ánimo, con una intensidad marcada por las palabras "nada..." con el opuesto "muy..." o "con mucho..." con el opuesto "sin...", en una escala tipo Likert de 1 a 10, encontrándose un alfa de Cronbach de .94, indicando así alta consistencia interna.

- 4) *Cuestionario de emociones*, construido especialmente para este estudio, consiste en un listado de 26 emociones que pueden ser referidas al propio cuerpo: 13 con connotación positiva y 13 con connotación negativa. Frente a cada emoción enlistada se utilizó una escala tipo Likert con cuatro opciones: “No en lo absoluto”, “Un poco”, “Bastante” y “Mucho”, las mismas que se utilizan en la escala de Ansiedad-Estado del IDARE. El orden en la lista de emociones se fijó de acuerdo a números aleatorios obtenidos mediante el programa estadístico *STATST<sup>TM</sup> v.2*. El cuestionario fue sometido a un jueceo entre mujeres universitarias cuya media de edad fue de 21.55 años. Quedaron como positivas las palabras: *optimismo, seguridad, aceptación, entusiasmo, satisfacción, agrado, tranquilidad, conformidad, orgullo, gusto, confianza, alegría y felicidad*; y como negativas: *desprecio, culpa, repugnancia, desesperación, tristeza, depresión, vergüenza, envidia, decepción, remordimiento, enojo, pesimismo y resentimiento*.
- 5) Imágenes de mujeres que aparecen en revistas. Se eligieron imágenes publicadas en revistas de circulación nacional y se separaron del contexto en que se encontraban. Fueron escaneadas y se editó todo letrero que apareciera en las imágenes, por medio de los programas de computadora *Ar: Soft Photo Impression 4* y *Microsoft Office Picture Manager*. Se seleccionaron tres tipos de imágenes: de mujeres delgadas, de mujeres obesas o con sobrepeso y de mujeres realizando conductas para estar en buena forma. Únicamente se utilizaron imágenes de mujeres que no fueran personajes conocidos. Inicialmente se eligieron 90 imágenes; 30 de mujeres delgadas, extraídas de revistas de moda y espectáculos, 30 de mujeres obesas o con sobrepeso, localizadas en revistas con números especiales dedicados a la obesidad, o como parte de anuncios de productos para bajar de peso pues no aparecen en otros contextos, y 30 imágenes de mujeres haciendo ejercicio o alimentándose sanamente de revistas con temática “para estar en buena forma”, dado que son las que posiblemente promueven más claramente el ideal de delgadez, según Harrison y Cantor (1997). Todas las imágenes se imprimieron en tamaño carta, a color y con calidad láser y se integraron en una carpeta. Posteriormente, se le pidió a un total de 42 universitarias, que eligieran las imágenes de las mujeres que les parecieran con mejor cuerpo, las más obesas y las que representarían las actividades que se tendrían que llevar a cabo para conseguir el cuerpo de sus sueños. Se obtuvo la moda de las respuestas y se eligieron las 10 imágenes que, en cada grupo, obtuvieron los mayores puntajes.

### Procedimiento

Las participantes fueron evaluadas en su salón de clases, con el consentimiento de sus profesores y de ellas mismas. Se les explicó en qué consistía el estudio y se les entregó el conjunto de pruebas y cuestionarios a manera de cuadernillo. En la primera página, luego de una breve invitación a colaborar y de asegurarles que sus respuestas serían completamente anónimas, se les pidió que anotaran edad, carrera y

semestre. A partir de la segunda página, las pruebas y cuestionarios aparecieron en el siguiente orden: EAT-40, IDARE (estado), IDARE (rasgo) y la lista de adjetivos de Axelrod.

Una vez respondida esta primera parte del cuadernillo, se les informó que verían una serie de imágenes y se les pidió que las observaran con atención. Las imágenes se expusieron por medio del uso de *lap top* y *retroproyector* para mostrarlas a todos los participantes de cada grupo en un mismo momento, controlando el tiempo de exposición. La transición de las diapositivas se fijó a 10 segundos en el programa *Microsoft Office Power Point 2003*.

Al primer grupo ( $n_1 = 140$ ) se le mostraron las imágenes de mujeres delgadas, al segundo ( $n_2 = 127$ ) las de mujeres obesas o con sobrepeso, y al tercero ( $n_3 = 109$ ) las de mujeres realizando conductas para estar en buena forma. Al concluir la exposición de las imágenes, se les pidió que siguieran contestando los cuestionarios.

En este segundo momento se les pidió su peso y estatura, para determinar el índice de masa corporal (IMC), contestaron el cuestionario de emociones y se volvió a aplicar el IDARE (estado) y la lista de adjetivos de Axelrod preguntándoseles cómo se sentían mientras observaban las imágenes. Previo a la devolución de los cuadernillos, se les instó a revisar cada una de sus respuestas en busca de datos omitidos y se les agradeció su colaboración.

### Resultados

En virtud de que todas las variables mostraron homogeneidad de varianza, se utilizó estadística paramétrica. Para la descripción de los grupos se llevaron a cabo análisis de frecuencias y posteriormente se realizaron pruebas más específicas, como prueba *t* para muestras relacionadas, Chi-cuadrada y correlación de Pearson.

Con el autorreporte de peso y estatura de las mujeres se obtuvo el IMC de cada una de ellas. Cabe mencionar que existe evidencia de confiabilidad en los datos que reportan los sujetos sobre su peso y su talla (Osuna-Ramírez, Hernández-Prado, Campuzano y Salmerón, 2006). El IMC promedio fue de 22.57, con una desviación estándar de 3.05, lo que indica niveles normales de masa corporal.

Por otro lado, la puntuación media de la prueba de actitudes hacia la alimentación (EAT-40) fue de 12.2, con una desviación estándar de 9.47. Del total de las mujeres, el 5.6% obtuvo una puntuación igual o superior a 28, indicando así presencia de riesgo para trastorno alimentario; estas participantes se distribuyeron de manera uniforme en los tres grupos experimentales. Con los datos que se preguntaron únicamente a las mujeres y que son referentes a la realización de ejercicio, dieta actual, historia de sobrepeso, lectura de revistas de *moda, espectáculos* o *para estar en buena forma* y gusto por su cuerpo, se encontró que por arriba del 50% de las participantes no realizan ejercicio y son más del 60% las que actualmente no están llevando alguna dieta, no han tenido sobrepeso, no leen revistas y sí les gusta su cuerpo.

También se llevó a cabo una prueba *t* ( $p < .05$ ) para muestras relacionadas para conocer si la diferencia de medias entre la primera y la segunda aplicación de los cuestionarios de ansiedad y depresión era significativa en cada uno de los grupos. Como puede observarse en la Tabla 1, se encontró que en los tres grupos disminuyó significativamente el nivel de depresión, y que el nivel de ansiedad disminuyó únicamente entre las participantes del grupo al que se le presentaron las imágenes de mujeres realizando conductas para estar en buena forma.

**Tabla 1:** Prueba *t* para muestras relacionadas

Grupo	Variable	Puntuación media		<i>t</i>	Sig.
		Pretest	Postest		
1	Ansiedad	37.40	35.84	1.720	.088
	Depresión	113.99	103.14	3.860*	.000
2	Ansiedad	36.94	36.57	.386	.700
	Depresión	114.54	97.48	4.073*	.000
3	Ansiedad	38.37	36.07	2.436*	.016
	Depresión	126.60	107.95	3.847*	.000

En lo que refiere al cuestionario de emociones, se realizó un análisis reactivo por reactivo y, por medio de una prueba

**Tabla 2:** Porcentaje de respuestas en reactivos estadísticamente significativos del cuestionario de emociones.

Emoción	Grupo 1		Grupo 2		Grupo 3	
	No/un poco	Bastante/mucho	No/un poco	Bastante/mucho	No/un poco	Bastante/mucho
Conformidad	50.7	49.3	43.3	56.7	56.9	43.1
Culpa	95	5	98.4	1.6	92.7	7.3
Tristeza	96.4	3.6	91.3	8.7	96.3	3.7
Entusiasmo	68.6	31.4	59	41	61.5	38.5
Envidia	80.7	19.3	99	1	88.1	11.9
Agrado	57.8	42.2	60.6	39.4	54.1	45.9
Alegría	60.7	39.3	52	48	63.3	36.7

Para conocer si las emociones respecto al propio cuerpo se relacionaban de alguna forma con los niveles de ansiedad y depresión, se llevó a cabo una correlación de Pearson. En la tabla 3 pueden observarse correlaciones negativas moderadas entre el cuestionario de emociones y los de depresión/ansiedad posteriores a la exposición de las imágenes, lo que indica que las mujeres que se sintieron más ansiosas o deprimidas, mostraron menor aceptación de su propio cuerpo y, en sentido contrario, a quienes les causó menor ansiedad y depresión, mostraron emociones más positivas en relación a su cuerpo.

Los cuestionarios de ansiedad y depresión previos a la exposición a las imágenes también correlacionaron negativamente con el de emociones, pero en menor proporción; no obstante, revela que a niveles más altos en ansiedad y depresión previos a la exposición a las imágenes, menor aceptación del propio cuerpo.

Para conocer si el índice de masa corporal (IMC) guarda alguna relación con la ansiedad, la depresión o las emociones asociadas con el propio cuerpo, se realizó una correlación de Pearson. En este caso, se encontró una correlación no significativa e inferior a .10 con los niveles de ansiedad rasgo

Chi-cuadrada, se encontró diferencia estadísticamente significativa en siete emociones referidas al propio cuerpo: conformidad ( $X^2=26.45$ , Sig.=.000), culpa ( $X^2=16.29$ , Sig.=.012), tristeza ( $X^2=18.13$ , Sig.=.006), entusiasmo ( $X^2=14.96$ , Sig.=.021), envidia ( $X^2=94.27$ , Sig.=.000), agrado ( $X^2=14.25$ , Sig.=.027) y alegría ( $X^2=13.90$ , Sig.=.031).

En la tabla 2 pueden observarse los porcentajes de respuestas por cada uno de los reactivos que resultaron significativos. En ésta, se observa que quienes se expusieron a las imágenes de mujeres obesas experimentaron mayor conformidad, alegría y entusiasmo, y menor culpa y envidia al pensar en su propio cuerpo, que las mujeres que vieron las fotografías de modelos delgadas o de mujeres realizando conductas para estar en buena forma.

Quienes se expusieron a las imágenes de modelos delgadas (grupo 1), reportaron mayor envidia y menor entusiasmo que las mujeres de los grupos 2 y 3. En cambio, las participantes que observaron las imágenes de mujeres realizando conductas para estar en buena forma, sintieron mayor culpa y agrado, así como menor conformidad y alegría, que las mujeres de los otros dos grupos.

( $r=.034$ ), ansiedad-estado ( $r=.052$ ) y depresión ( $r=.047$ ) pretest; sin embargo, cuando se analizó la correlación del IMC con los datos postest por cada uno de los grupos, se encontró que las mujeres con mayor IMC expuestas a imágenes de mujeres delgadas (ya fuera que promovieran o no conductas para estar en buena forma), tendieron a evaluar más negativamente su propio cuerpo y a experimentar mayor ansiedad, que quienes tenían un IMC más bajo (ver tabla 3).

**Tabla 3:** Correlación del IMC con ansiedad, depresión, emociones y creencias.

Correlación del IMC con:	GRUPOS		
	1	2	3
Ansiedad postest	.320**	.212*	.345**
Depresión postest	.274**	.100	.194
Emociones	-.419**	-.263**	-.447**

\*\*Correlación significativa a un nivel de .01

\*Correlación significativa a un nivel de .05

En la segunda aplicación de los cuestionarios de ansiedad y depresión se observa que, mientras en las mujeres sin riesgo para TA disminuyó el nivel de estas variables al observar

cualquier tipo de imágenes, en las mujeres con riesgo los niveles de ambas variables aumentaron, aunque en el grupo 3 el cambio es mínimo. Además, se percibe una diferencia entre los puntajes que obtuvieron las mujeres con y sin riesgo del grupo 1; esta diferencia alcanza su grado más bajo en el grupo 3, siendo en todos los casos más elevada la de las mujeres con riesgo para trastornos de la alimentación.

En comparación con quienes vieron las imágenes de mujeres obesas o con sobrepeso o que promovían conductas para estar en buena forma, las mujeres con riesgo para trastorno expuestas a imágenes de mujeres delgadas sintieron más vergüenza, tristeza y enojo y menos conformidad, aceptación y tranquilidad respecto a su propio cuerpo. Por otra parte, las mujeres con riesgo para TA que vieron los cuerpos obesos experimentaron menos optimismo, entusiasmo, felicidad, desprecio, culpa, envidia, remordimiento, decepción y enojo con respecto a su cuerpo, que quienes vieron imágenes de mujeres delgadas, ya fuera que promovieran o no conductas para estar en buena forma.

Por último, las mujeres con riesgo que vieron las imágenes de mujeres promoviendo actividades para estar en buena forma sintieron menos desesperación y mayor culpa, optimismo y satisfacción que las mujeres de los otros dos grupos.

En este mismo análisis se encontró que, independientemente de las imágenes observadas, las mujeres con mayor riesgo para trastorno alimentario sintieron repugnancia y desesperación hacia su propio cuerpo.

## Discusión

La presente investigación se desarrolló con el objetivo de conocer si existe relación entre la exposición a imágenes de mujeres que aparecen publicadas en revistas, las emociones que se asocian con el propio cuerpo y los niveles de ansiedad y depresión estado que muestran antes y después de dicha exposición, en un grupo de mujeres jóvenes.

Para tal fin, participaron 376 mujeres universitarias con edades entre 17 y 24 años, divididas al azar en tres grupos. Por medio de retroproyección, a un grupo se le presentaron 10 imágenes de mujeres delgadas; a otro de mujeres obesas y, a uno más, de mujeres realizando conductas para estar en buena forma.

Todas las mujeres fueron evaluadas con el IDARE y con la Lista de Adjetivos de Axelrod antes y después de la observación de las imágenes, así como con un cuestionario de emociones. Además, se les aplicó el EAT-40 para detectar conductas de riesgo para trastorno alimentario.

Un hallazgo importante de este estudio se obtuvo al analizar la variación pretest-postest de los niveles de ansiedad y depresión, pues se encontró una disminución significativa del nivel de depresión en los tres grupos, independientemente de las imágenes que observaron, y disminución significativa de la ansiedad en las mujeres que se expusieron a las imágenes de mujeres que promovían conductas para estar en buena forma.

Estos resultados difieren de los hallazgos de otras investigaciones (p. ej. Pinhas, *et al.*, 1999; Hausenblas, *et al.*, 2004; citado por Yamamiya, *et al.*, 2005), en las que se reporta aumento de ánimo deprimido tras la exposición a imágenes de mujeres delgadas. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que la forma de medición de esta variable no fue la misma. Mientras que en otras investigaciones el ánimo deprimido se medía en una escala de menor a mayor depresión, fuera categóricamente o en un continuo medido milimétricamente, en el presente estudio se utilizó una escala que mide depresión-estado como un conjunto de sentimientos que, en total, detectan mayor o menor grado de ánimo deprimido. De la misma forma, en cuanto al nivel de ansiedad, también es importante tomar en cuenta el instrumento utilizado, pues el IDARE evalúa ansiedad-estado como un todo, pero no específicamente en relación al cuerpo. Tiggemann y McGill (2003) y Halliwell y Dittmar (2004) encontraron un aumento significativo en el nivel de ansiedad experimentado hacia el propio cuerpo tras la observación de imágenes de mujeres delgadas; en cambio, Stice y Shaw (1994; citado por Cusumano y Thompson, 1997) evaluaron ansiedad-estado sin que hiciera alusión al cuerpo específicamente en una condición similar, y no encontraron diferencias significativas en un grupo de mujeres jóvenes, evidenciándose que son solamente las emociones referidas la propio cuerpo las que se modifican con la exposición a los medios de comunicación que promueven el ideal de delgadez.

Al llevar a cabo un análisis reactivo por reactivo se encontró que las mujeres que se expusieron a las imágenes de mujeres obesas mostraron, en general, mayor aceptación de su propio cuerpo y se consideraron más bonitas y delgadas que quienes observaron alguno de los otros dos tipos de imágenes, resultados que concuerdan con los hallazgos de Irving (1990; citado por Posavac *et al.*, 2001), quien encontró mayor satisfacción corporal en mujeres expuestas a fotografías de mujeres obesas que de mujeres delgadas. Estas mismas mujeres experimentaron más emociones positivas y menos negativas que quienes se expusieron a imágenes de mujeres delgadas, ya fuera que aparecieran o no realizando conductas para estar en buena forma.

Por otra parte, las mujeres que observaron las imágenes de mujeres delgadas, a diferencia de quienes se expusieron a las de mujeres obesas, experimentaron más emociones negativas, predominando sentimientos de envidia y culpa.

En ambos casos, ya fuera que hubieran observado imágenes de mujeres delgadas (promoviendo o no conductas para estar en buena forma) o de mujeres obesas, los resultados en cuanto a las emociones generadas respecto al propio cuerpo coinciden con los hallazgos de Dittmar y Howard (2004) y Tiggemann y McGill (2004), quienes dan apoyo a la teoría de la comparación social como modelo explicativo del efecto de los medios de comunicación sobre la valoración del propio cuerpo, ya que esta teoría plantea que la comparación del propio cuerpo con otro que posee características consideradas socialmente más deseables (como es el caso de la delgadez), genera sentimientos y creencias más desfavora-

bles hacia sí mismo que cuando se compara con cuerpos que parecen ser socialmente menos deseables (como en el caso de la obesidad).

En este sentido, se encontró además que mientras más elevado era el IMC de las mujeres que se expusieron a imágenes de mujeres delgadas, tendieron a evaluarse más negativamente que aquellas mujeres de IMC más bajo expuestas a la misma situación, concordando con Tiggemann y McGill (2004), quienes hallaron que el ideal de delgadez repercute en mayores consecuencias negativas mientras más elevado es el IMC de quien se expone a él.

Posteriormente, se probó la relación entre los cuestionarios de ansiedad y depresión con el de emociones y creencias asociadas con el propio cuerpo, y se encontró que quienes sintieron más ansiedad mientras observaban las imágenes, también evaluaron más negativamente su propio cuerpo y experimentaron más emociones negativas.

Asimismo, se encontró una correlación más alta entre la A-rasgo y la A-estado pretest que entre la A-Rasgo y la A-Estado posttest, probablemente porque la forma en que se experimenta la exposición a las imágenes depende de más factores que la sola tendencia a sentir ansiedad en un momento dado, además de que las imágenes tomadas de revistas no son un estímulo que a todos afecte por igual y, por lo tanto, la correlación no es tan alta como si se presentara una situación de relajación o una situación de examen, que de manera general disminuyen o elevan el nivel de ansiedad, situaciones en las que Spielberger y Díaz-Guerrero (1975) encontraron correlaciones elevadas.

En este trabajo se encontró que 21 de las participantes presentaban un franco riesgo para trastorno alimentario, por lo que sus respuestas fueron analizadas de manera independiente. De las 21 mujeres con riesgo para trastorno alimentario, más de la mitad presentan peso corporal dentro del rango normal o inferior a éste; a 17 no les gusta su cuerpo y tuvieron sobrepeso. De estas mismas mujeres, son poco menos de la mitad las que acostumbran leer revistas de *moda*, *espectáculos* o *para estar en buena forma* y las que están llevando a cabo una dieta actualmente. No obstante, en proporción, son más las mujeres que presentan alto riesgo para trastorno alimentario quienes acostumbran leer este tipo de revistas.

En el análisis de las respuestas que estas 21 participantes dieron a los cuestionarios previos a la exposición de las imágenes, se encontró que ya presentaban niveles más elevados de ansiedad y depresión que las mujeres con bajo riesgo para trastorno alimentario. Este hallazgo sugiere que, efectivamente, existen altos niveles de ansiedad y depresión que acompañan a la sintomatología que pone en riesgo para trastorno alimentario, pudiendo anteceder al establecimiento del mismo, corroborando los hallazgos de Kaye *et al.* (2004), aunque debido a que los instrumentos utilizados en la investigación actual no tienen fines diagnósticos, no se cuenta con información que sustente trastornos de ansiedad y depresión propiamente dichos.

Independientemente del tipo de imágenes al que se expusieron, en la segunda aplicación de las pruebas de ansie-

dad y depresión se observó un incremento en los niveles de ambas variables, elevándose en mayor intensidad en quienes se expusieron al “ideal” corporal.

Al explorar las emociones que se generaron en las mujeres con alto riesgo para TA, se encontró que quienes se expusieron a imágenes de mujeres delgadas experimentaron más emociones negativas, menos positivas y evaluaron su propio cuerpo más negativamente que quienes vieron a las mujeres obesas. Por último, las mujeres con alto puntaje en el EAT-40 que se expusieron a las imágenes de mujeres realizando conductas para estar en buena forma mostraron más optimismo y satisfacción en relación con su propio cuerpo, sin embargo experimentaron mayor culpa y desesperación que los otros dos grupos.

Los resultados de este estudio concuerdan con los hallazgos de Heinberg y Thompson (1995; citado por Durkin y Paxton, 2002), Pinhas, *et al.* (1999) y Stice, *et al.*, (2001; citado por Vaughan y Fouts, 2003), quienes mencionan que las mujeres con alto riesgo para trastorno alimentario se encuentran más vulnerables a la modificación emocional resultante de la exposición a las imágenes de mujeres delgadas que aparecen en revistas, pero también se encontró que los demás tipos de imágenes afectan, aunque generando diferentes emociones asociadas al propio cuerpo.

En este sentido, los datos obtenidos sugieren que independientemente de las imágenes observadas, las mujeres con riesgo para trastorno de la conducta alimentaria se evalúan más negativamente que las mujeres con bajo riesgo; sin embargo, no debe perderse de vista que en la exploración de resultados del total de mujeres que participaron en el estudio, se observaron emociones más negativas en quienes se expusieron a imágenes de mujeres con cuerpo “ideal”, ya fuera que promovieran o no conductas para estar en buena forma, que en quienes se expusieron a figuras corporales obesas, evidenciándose que la exposición a imágenes de revistas promueve la comparación del propio cuerpo con el observado, apareciendo emociones que, aunadas a condiciones previas de internalización de la delgadez (Stice, *et al.*, 1994; Cash y Pruzinsky, 2002; citados por Yamamiya, *et al.*, 2005) y posibles factores de riesgo, como insatisfacción corporal, pueden relacionarse con la posterior realización de conductas dirigidas al control de peso.

Finalmente, se puede concluir que los medios masivos de comunicación juegan un rol muy importante para la transmisión del ideal corporal que, actualmente, favorece más a las personas delgadas que a las personas con sobrepeso u obesidad, lo que se constató por la alta frecuencia de aparición de fotografías de mujeres delgadas, pero prácticamente nula de imágenes de mujeres obesas formando parte de artículos o anuncios cuyo tema no fuera obesidad, en las revistas de *moda*, *espectáculos* y *para estar en buena forma*.

Con la situación experimental de esta investigación se encontró que las participantes tendieron a compararse con las modelos de las imágenes, lo que les produjo mayor o menor aceptación de su propio cuerpo, dependiendo de las imágenes a las que se expusieron.

También se puede observar que la exposición a las imágenes publicadas en las revistas incide en las emociones asociadas con el propio cuerpo, y que, según las variables que en esta investigación se tomaron en cuenta, estas publicacio-

nes afectan de forma más negativa a las mujeres que ya presentan previamente un disgusto con su imagen corporal, altos niveles de ansiedad y depresión y que, incluso, llevan a cabo conductas destinadas al control de peso.

## Referencias

- Alvarez, G. (2000). *Validación en México de dos Instrumentos para Detectar Trastornos Alimentarios: EAT y BULIT*. Tesis de Maestría en Psicología Clínica. Facultad de Psicología: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Axelrod, R. (1990). *Una Alternativa para la Medición de la Depresión*. Tesis de Doctorado. Facultad de Psicología: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Cusumano, D., & Thompson, J. (1997). Body image and body shape ideals in magazines: Exposure, awareness, and internalization. *Sex Roles, 37*, 701-721.
- Dittmar, H., & Howard, S. (2004). Thin-ideal internalization and social comparison tendency as moderators of media models' impact on women's body-focused anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*, 768-791.
- Durkin, S., & Paxton, S. (2002). Predictors of vulnerability to reduced body image satisfaction and psychological wellbeing in response to exposure to idealized female media images in adolescent girls. *Journal of Psychosomatic Research, 53*, 995-1005.
- Garner, D., & Garfinkel, P. (1979). The Eating Attitudes Test: An index of the symptoms of anorexia nervosa. *Psychological Medicine, 9*, 273-279.
- Greenleaf, C.; Starks, M.; Gomez, L.; Chambliss, H., & Martin, S. (2004) (En prensa). Weight-related words associated with figure silhouettes. *Body Image*.
- Groesz, L.; Levine, M., & Murnen, S. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders, 31*, 1-16.
- Halliwel, E., & Dittmar, H. (2004). Does size matter? The impact of model's body size on women's body-focused anxiety and advertising effectiveness. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*, 104-122.
- Harrison, K. (2003). Television viewers' ideal body proportions: The case of the curvaceously thin woman. *Sex Roles, 48*, 255-264.
- Harrison, K., & Cantor, J. (1997). The relationship between media consumption and eating disorders. *Journal of Communication, 47*, 40-67.
- Morry, M., & Staka, S. (2001). Magazine exposure: Internalization, self-objectification, eating attitudes, and body satisfaction in male and female university students. *Canadian Journal of Behavioural Science, 33*, 269-279.
- Osuna-Ramírez, I.; Hernández-Prado, B.; Campuzano, J., & Salmerón, J. (2006). Índice de masa corporal y percepción de la imagen corporal en una población adulta mexicana: La precisión del autorreporte. *Salud pública de México, 48*, 94-103.
- Pinhas, L.; Toner, B.; Ali, A.; Garfinkel, P., & Stuckless, N. (1999). The effects of the ideal of female beauty on mood and body satisfaction. *International Journal of Eating Disorders, 25*, 223-226.
- Posavac, H.; Posavac, S., & Weigel, R. (2001). Reducing the impact of media images on women at risk for body image disturbance: Three targeted interventions. *Journal of Social and Clinical Psychology, 20*, 324-340.
- Spielberger, C., & Díaz-Guerrero, R. (1975). *IDARE Inventario de Ansiedad: Rasgo-Estado*. México: El Manual Moderno.
- Tiggemann, M. (2003). Media exposure, body dissatisfaction and disordered eating: Television and magazines are not the same!. *European Eating Disorders Review, 11*, 418-430.
- Tiggemann, M., & McGill, B. (2004). The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*, 23-44.
- Toro, J. (1996). *El Cuerpo como Delito: Anorexia, Bulimia, Cultura y Sociedad*. España: Ariel.
- Vaughan, K., & Fouts, G. (2003). Changes in television and magazine exposure and eating disorder symptomatology. *Sex Roles, 49*, 313-320.
- Yamamiya, Y.; Cash, T.; Melnyk, S.; Posavac, H., & Posavac, S. (2005). Women's exposure to thin-and-beautiful media images: Body image effects of media-ideal internalization and impact-reduction interventions. *Body image, 2*, 74-80.

(Artículo recibido: 15-2-2007; revisado: 12-10-09; aceptado: 19-11-2009)