



**UNIVERSITAT  
JAUME·I**



**UNIVERSITAT  
JAUME·I**

## **LA BELLEZA EN LA MUJER DEL SIGLO XXI**



**JOSEFA VINUESA ROCA  
TUTOR : PABLO GONZALEZ TORNEL  
GRUADO UNIVERSITARIO SENIOR  
UNIVERSITAT JAUME I  
CURSO 2013/2014**



***Dedico este trabajo a mi hija Laura,  
por valorar a las personas por lo que son,  
no por lo que tienen o por lo que parecen,  
también se lo dedico a mi nieto Daniel,  
deseando educarle en la tolerancia y el respeto.***

***“ La belleza está en los ojos de quien mira.”***

***Francis Bacon***



## **ÍNDICE**

INTRODUCCIÓN.....	4
LA BELLEZA FEMENINA A TRAVÉS DE LA HISTORIA.....	7
MODA Y MODELOS.....	11
PUBLICIDAD Y CONSUMO.....	14
DEPORTE Y ALIMENTACIÓN.....	19
CIRUGÍA Y ESTÉTICA.....	23
ENFERMEDADES.....	30
CONCLUSIONES.....	33
WEBGRAFIA.....	35
BIBLIOGRAFIA.....	37



## INTRODUCCIÓN

La belleza es elegancia, armonía, delicadeza, seducción, pero es subjetiva, cada época, cultura, y sociedad tiene una visión diferente, las tendencias cambian a través del tiempo, siempre buscando un icono de belleza que se adecue a la actualidad como se demuestra a lo largo de la historia.

La relevancia del cuerpo femenino suele ser en todas las culturas significativamente superior a la del hombre, tanto a ojos de la propia mujer como de quienes la rodean. Muchas mujeres suelen cifrar su autoestima en lo que ellas piensan de su propio cuerpo y en lo que creen que piensan los demás .

La valoración subjetiva y social del cuerpo, al igual que cualquier otro tipo de valores, está determinada por la cultura ambiental. Una cultura puede determinar los criterios de la valoración, concretamente los concernientes a la estética corporal. Los desfases entre el modelo corporal cultural y el cuerpo real de cada mujer en concreto serán forzosamente fuente de malestar y de ansiedad.

En la actualidad a los medios de comunicación se les ha otorgado el papel de transmisores de valores y modelos de conducta, se han encargado de darle una valoración exagerada a la belleza física y a las formas corporales y de este modo han convertido a muchas mujeres en objeto de provecho comercial y practicantes de un consumo como estilo de vida, de esta forma tratan de cumplir con todas las exigencias impuestas por la moda.

A la belleza se le ha otorgado un carácter de éxito profesional y social. La búsqueda desesperada por alcanzar la belleza deseada ha llevado a que muchas mujeres a que desafien su cuerpo y lo sometan a innumerables transformaciones, maquillajes, cirugía,

masajes, tratamientos estéticos, practica excesiva de dietas de adelgazamiento, deporte abusivo, entre otros.

Cuando la belleza se convierte en la meta de las mujeres, pueden adoptarse conductas que ponen en riesgo la salud, tanto física como mental. Pueden desencadenar trastornos de la imagen y sobre todo mucha infelicidad y sufrimiento.

Hay muchos factores que intervienen en ésta situación, tanto físicos como psicológicos.

En la actualidad el aspecto físico está sobrevalorado, por este motivo la sociedad ejerce una gran presión en la mujer por ejemplo: ser obesa constituye en nuestros días un autentico estigma social, múltiples opiniones e informaciones forman un entramado del que casi todos participamos esto supone el rechazo mas o menos manifiesto de cualquier persona que no siga las reglas de la estética corporal vigente. La presión social es clara y responsabiliza a la obesa por su obesidad, sin duda forma parte de las razones del rechazo. El rechazo sistemático de la obesidad conduce a generalizaciones y actitudes extremas.

En busca de la delgadez muchas mujeres padecen un trastorno del comportamiento alimentario diagnosticable clinicamente, estos trastornos comportan una gran cantidad de sufrimiento y en caso de no solucionarse a tiempo la ruina definitiva de muchas vidas, estas mujeres enfermas no son sino la parte visible de nuestra sociedad, porque hay una población muy numerosa que con mayor o menor intensidad sufre por mantenerse delgada o por conseguir adelgazar, siendo martirizada su existencia por el golpeteo cotidiano de ese deseo absurdo y considera que sus anhelos y consideraciones son lógicas y justificadas porque es lo que hace todo el mundo.

En nuestros días parece que la belleza corporal está al alcance de todos y nunca como ahora la apariencia física ha sido tan importante.

Los intentos por modificar la apariencia corporal de muchas mujeres se dan porque están plenamente convencidas de alcanzar tal objetivo, este convencimiento es la consecuencia de haber nacido y estar viviendo en un mundo que cuenta con innumerables procedimientos para modificar el cuerpo, liposucciones, siliconas, cirugía, injertos, masajes, dietas, deporte .....

Otras sociedades y otras culturas también han manipulado su cuerpo decorándolo y perforándolo, pero se trataba y aun se trata de modelos heredados, transmitidos de generación en generación, dotados de significativos rituales en ceremonias colectivas.

La manipulación actual es mucho mas reflexiva impuesta por la cultura ambiental, la persona esta convencida que es una decisión personal y libre, cuando está condicionada por la incesante y machacona publicidad, que forma parte de nuestra sociedad de consumo.



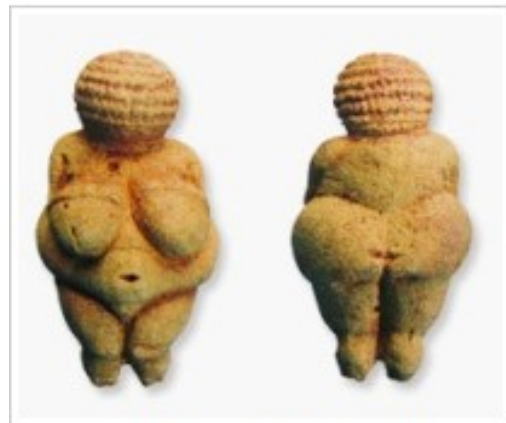
## LA BELLEZA FEMENINA A TRAVÉS DE LA HISTORIA

En la prehistoria ya existía un canon de belleza femenina. Estudios y descubrimientos arqueológicos de esculturas como Venus o diosas de la fertilidad, han demostrado que en aquella época los hombres preferían a mujeres de caderas anchas y pechos grandes, creían que eso facilitaba la fertilidad y posterior crianza de los hijos.

Ejemplos de estas esculturas son, la “Venus del Cuerno” o “La Venus de Willendorf”.



Venus del cuerno



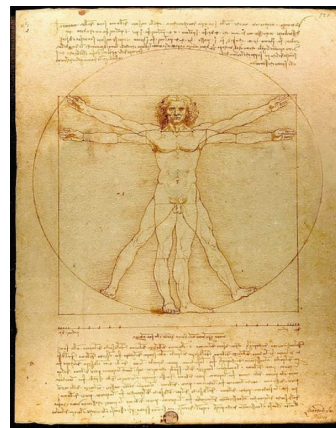
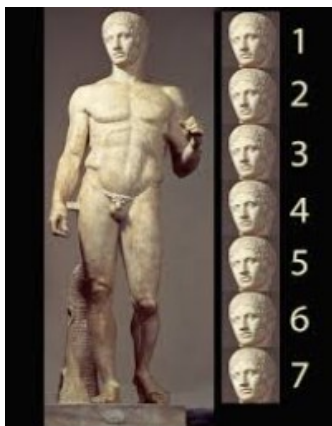
La Venus de Willendorf

En el antiguo Egipto el canon de belleza era muy diferente al actual, para ellos la belleza era armonía, el cuerpo humano debía estar proporcionado y utilizaban el puño como medida, de esa forma codificaron la medida perfecta en 18 puños, 2 para la cara,

10 desde los hombros hasta las rodillas y los 6 restantes para las piernas y los pies, con esta teoría una mujer para ser bella tenía que medir 18 veces su propio puño.

El ideal estético comenzó en la antigua Grecia. La belleza se entendía como resultado de cálculos matemáticos, proporciones y simetría, el ideal de belleza consistía en que todas las partes guardaran una proporción armónica entre ellas. Una teoría de este canon de belleza dice que el cuerpo humano para que sea perfecto tiene que medir siete veces la cabeza. Estos cánones de belleza también se demuestran a través de la escultura.

En 1490, Leonardo Da Vinci realizó el famoso dibujo, “El hombre Vitruvio”, representa una figura humana desnuda, en dos posiciones sobreimpresas de brazos y piernas rodeada por una circunferencia y un cuadrado. Es un estudio de las proporciones de cuerpo humano, realizado a partir de textos de arquitectura, se conoce como el “Canon de las proporciones humanas”.



El hombre de Vitruvio

En la edad media, se entendía que la belleza venía directamente de Dios, el ideal de belleza de la mujer medieval era blancura en la piel, cabello rubio y largo, aunque solía estar recogido, ojos pequeños y risueños, nariz pequeña y labios pequeños y rosados, caderas estrechas, pechos pequeños y manos blancas y delgadas. La piel blanca era muy importante porque era símbolo de pureza, como podemos apreciar en la pintura con el canon de belleza nórdica de ninfas. La fe y moralidad de la época impidieron la práctica del maquillaje porque se consideraba que desfiguraba lo que Dios había creado.

Boticelli dice, “La belleza no es cualidad que destaque en la proporción de las partes, sino que resplandece con mucha más luminosidad cuanto más se aproxima a la belleza divina”.



En el siglo XV las características de belleza femenina eran: piel blanca, mejillas sonrosadas, cintura estrecha, manos pequeñas, pies delgados, cabello rubio, frente despejada, caderas marcadas levemente y pechos pequeños, todo mostrando a una mujer delicada. En esta época solo usaban maquillaje como el colorete y el carmín, para esos tonos rosados de la cara.

El canon de belleza de Renacimiento se inspiraba en el mundo clásico, y se basaba sobre todo en la armonía y la proporción.

Los renacentistas en muchas de sus obras mostraban la desnudez en su afán de mostrar la perfección corporal.



Madame de Pompadour



El nacimiento de Venus

La época del Barroco se caracterizó como la época de la coquetería y la pomposidad, se puso de moda el postizo, pelucas, lunares, se utilizaban los zapatos de tacón, y se abusaba de los perfumes y maquillajes, en esa época todo era muy pomposo, tanto trajes como peinados, los cuerpos femeninos eran rellenitos y los corsés hacían resaltar los pechos haciéndolos más prominentes.



La novia judía

A finales del siglo XVIII se despojaron del asfixiante corsé y con la melena ondeando libremente, se pone de moda no ocultar el pecho que a veces se muestra libremente por encima de una faja que lo sostiene y a la vez hace resaltar la cintura.

En el siglo XX, el ideal de belleza femenino lo marcan las caricaturas del dibujante Charles Gibson, "La Gibson Girl", era una mujer de caderas anchas, pecho erguido y nalgas sobresalientes. Aunque también causaban furor los cuerpos pequeños y delgados, mucho mas añiados.

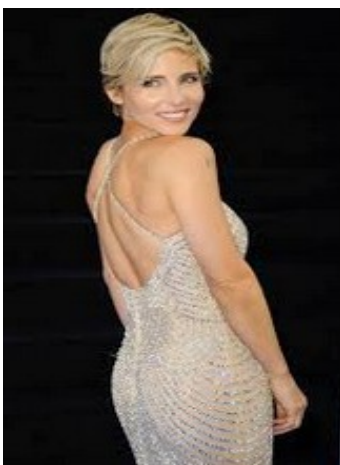


Marilyn Monroe



Audrey Hepburn

La mujer del siglo XXI es una mujer delgada, estilizada, de apariencia deportiva y figura esbelta, de piel bronceada y delicada, altura por encima de la media, pechos firmes, vientre liso, piernas largas, ojos grandes, nariz pequeña y labios gruesos, medidas 90-60-90 y sobre todo el icono de belleza es ser joven. El ideal de mujer del siglo XXI siempre busca eliminar cualquier imperfección o añadir cualquier carencia para conseguir así la perfección, buscando siempre la eterna juventud.



Elsa Pataky



Carolina Cerezuela



## MODA Y MODELOS

A mediados del siglo XIX con la revolución industrial en Europa y los nuevos canales de distribución, hicieron que la moda de diseño se convirtiera en un arte capaz de crear tendencias a nivel mundial. Con la creación de la Cámara Sindical de la Costura Francesa por parte de Charles Frederic Worth, Francia sería uno de los grandes exportadores de tendencias a nivel mundial. La alta costura nace y se convierte en industria, una industria que hoy en día genera grandes beneficios.

En 1910 el diseñador Paul Poiret fue el primero en realizar una presentación de su colección exclusivamente para la prensa, por otro lado la aristócrata y diseñadora Lady Duff Gordon, bajo el nombre de Lucile, organizaba eventos para presentar las colecciones en sus tiendas, fue el comienzo de los primeros desfiles.



Paul Poiret



Lady Duff Gordon



Desfile de Poiret

“La semana de la moda”, es un evento organizado por la industria de la moda, se realiza en las capitales más importantes, donde los diseñadores muestran sus colecciones otoño-invierno y primavera-verano. La primera “Semana de la moda” se realizó en Nueva York, en el año 1943. En España la primera edición de la Pasarela Cibeles, tuvo lugar en Madrid, en una carpa en la Plaza de Colón del 18 de febrero al 2 de marzo de 1985, desfilaron las colecciones de seis diseñadores.

En España tenemos diseñadores muy reconocidos en el mundo de la moda, tales como: Adolfo Dominquez, Agatha Ruiz de la Prada, Vitorio y Luchino, Amaya Arzuaga, Roberto Verino, Miguel Palacio, Francis Montesinos, Roberto Torreta, Andrés Sarda, Jesús del Pozo, Pedro del Hierro, Purificación García, entre otros.

La moda en el vestir, en cada época y en cada sociedad corresponde al consenso establecido acerca de la presentación social de los cuerpos. El vestido trasluce, manifiesta, oculta o disimula aquellas zonas corporales que la sociedad en cuestión ha consensuado explícitamente en un momento dado.

El mundo de la moda, desde la llamada alta costura hasta el taller de costureras adictas al corte y confección , ha desempeñado desde sus inicios históricos un papel importante en la preocupación femenina por revelar u ocultar el cuerpo.

En el siglo XXI se comienza a hablar de tribus urbanas y se asocian a ellas una serie de marcas y estilos como la moda de los tatuajes y piercing, estilos que reflejan una postura crítica, nace también una tendencia nueva, se llama “customización” muchas personas crean su propio diseño.

La moda es una manera pasajera de vestirse ligada a una época y sociedad determinada. La moda es dinámica y cambia constantemente influenciada por factores económicos y sociales. La dirección en la que se mueve la moda la llamamos tendencia.

Esta tendencia se expone en las pasarelas, acompañada de lo que dicen los medios de comunicación y la situación económica y social del momento va definiendo la moda.

La difusión de las tendencias de la moda, renovadas cada estación en aras del consumismo, no se entendería sin la presencia de las modelos. Estas chicas que protagonizan las exhibiciones de todo género de vestimenta femenina quizás no se han convertido tanto en modelos de vestir, como en modelos corporales. Es su silueta, su tipo de percha, su generalizada delgadez, la que parece ejercer influencias decisivas en muchas jóvenes y quizá no tan jóvenes. Una vez popularizadas sus imágenes, prestigiados sus cuerpos por encarnar el estereotipo físico, es cuando probablemente más influyen en el volumen de ventas de las prendas que anuncian.

No hace tantos años a la modelos se les llamaba “maniquíes”, el maniquí original era y aún es un simple soporte de los vestidos que se confeccionaban y que como ahora se exhibían en los escaparates. Cuando la maniquí se convirtió en modelo, probablemente estaban sucediendo bastantes más cosas que un simple trueque de denominaciones. La función de modelar el vestido quedaba situada en un plano paralelo, cuando no inferior a la de modelar cuerpos.

La esbelta delgadez de muchas modelos se sitúa permanentemente al borde de lo patológico, en las pasarelas planea la amenaza de la anorexia y hay casos extremos como el de la modelo brasileña Ana Carolina Breston, que murió a los 21 años a causa de las complicaciones por la estricta dieta que seguía para mantenerse delgada., media 1,74 m. y pesaba 40 kilos.

En el 2006 el 86% de las modelos profesionales, presentaban un índice de masa corporal, (IMC) inferior a 17, lo cual es evidencia de anorexia nerviosa.

En España, en el año 2007, la Comunidad de Madrid y organizadores de la Pasarela Cibeles, tomaron medidas y prohibieron la participación de modelos demasiado delgadas, además el Ministerio de Sanidad y Consumo español, consiguió que las principales empresas de confección locales firmaran un acuerdo en que la talla 46 dejara de ser considerada como “especial”. Entre los firmantes de este acuerdo se encuentra Indetex, propietaria de las firmas, Zara, Bershka, Oysho, Pull and Bear y Massimo Dutti, establecimientos de ropa muy asequible en nuestro país.

Es evidente que la evolución de las características corporales de las modelos, han tenido que ir encarnando y manifestando las exigencias de la moda corporal, al tiempo que influían e influyen, decisivamente en su desarrollo.

Las empresas dedicadas a la confección usan las tendencias para desarrollar modas.

Hay **tendencias internacionales**, que son las que viajan de un país a otro.

**Tendencias regionales**, que son las que adoptan los diseñadores teniendo en cuenta las costumbres y usos de cada región.

Las **macrotendencias**, son tendencias que perduran en el tiempo, se imponen como estilo de vida.

Las **microtendencias**, son las que dan origen a las modas pasajeras, cambian cada temporada, revolucionan el mercado y promueven el consumo.

La moda ayuda a identificarse con el grupo al que se quiere pertenecer. Tras la moda se esconde seguridad, estatus y reconocimiento privado y público.

La moda en muchos casos nos define.



## PUBLICIDAD Y CONSUMO

La publicidad comienza a utilizarse a finales del siglo XIX, es un conjunto de técnicas para comunicar, orientando a las personas para hacer algo, (la publicidad engañosa es la que puede inducir a error), el fin es el consumo, potenciando el deseo de provocar una acción orientada a adquirir el producto anunciado.

“Una imagen vale más que mil palabras”. Lo que el ojo ve se graba en la mente, mucho mejor que si se oye o se lee. Por eso la publicidad combina:

- Los mensajes escritos o textos.
- Los mensajes verbales, (una voz agradable comunica la idea clave que se pretende transmitir, utilizando un determinado lenguaje en función del público al que va dirigido).
- Los mensajes visuales, los dibujos, fotos o ilustraciones atractivas por su forma y color o la ambientación global de personajes, vestuario, decoración y entorno.

Para aplicar una buena técnica en la publicidad se debe:

- **Seleccionar** a la población a la que va dirigida.
- **Comunicar**, transmitir un mensaje a dicha población-
- **Persuadir**, modificar su actitud.
- **Actuar**, provocar una conducta.

De esa forma la publicidad es también una eficaz herramienta de trasmisión ideológica, influye en la educación de valores y actitudes, en la educación ética y estética de las personas y en la globalización de los estilos de vida. En la publicidad no solo se venden cosas, sino que también se construye una identidad y estimula la manera de entender el mundo.

La publicidad puede ser:

- **Publicidad descriptiva**, informa y persuade, pero describiendo las características técnicas del producto.

- **Publicidad afectiva o emotiva**, está cargada de subjetividad, deja de lado la descripción para intentar gustar y convencer.

La publicidad está en la TV, en muros y vallas, en las revistas, incluso en prensa, forma parte de nuestro entorno, atrapa nuestra atención y estimula el placer de poseer aquello que se anuncia y así ante esos espejismos somos educados en la sociedad de consumo y la opulencia.

La publicidad es a veces engañosa, como en el caso de productos milagrosos, El adelgazamiento y el adelgazar han llagado a ser auténticos artículos de consumo en nuestra sociedad, tanto es así que han dado lugar a importantes industrias, fabricantes de productos para adelgazar, están los productos light, cremas sensacionales que quitan las arrugas, entre cientos de ellos, y sobre todo en la publicidad fotográfica con el programa informático Photoshop, que elimina cualquier imperfección física. El periodista Daniel Alandete , en un artículo de El País del 4-12-2011 dice, “ Photoshop es la poción de la eterna juventud de la que beben famosos de toda índole para quitarse de encima ya no años sino décadas. Ojeando cualquier revista de moda o del corazón queda claro, hay un nuevo arquetipo de belleza, encarnada por celebridades. Parecen habitar en un limbo atemporal, sin arrugas, sin celulitis, sin michelines, sin estrías.

Estos famosos son espejos en los que se miran adolescentes de todo el mundo.

Ahora diversos países están considerando si obligar por ley a los anunciantes a revelar que fotos han sido alteradas informáticamente, para evitar la publicidad engañosa. Un grupo de científicos de los Estados Unidos han ido mas lejos, creando un sistema de medición que ayudaría a clarificar en cada foto, cuán realista y por tanto cuan honesta es. La mujer que se ha prestado a los retoques de Photoshop es un mujer irreal, está lejos de su físico autentico y aunque es algo virtual, increíblemente se persigue ese ideal de belleza.

Los fotógrafos de moda, es decir de modelos, son los encargados de transmitir al gran público las ropas que hay que llevar, fijándolas en imágenes permanentes para conseguir siempre el mismo propósito, **vender**.

La sociedad siempre está cambiando y busca fortalecer el tipo de mujer que desea y así se crea una imagen que siempre busca vender a la mujer para que el mercado crezca, mientras las mujeres creen en la necesidad del consumo para verse bellas y en su afán

de llegar a ser el estereotipo deseado, muchas mujeres degradan su imagen, pensamiento y forma de actuar.

Los especialistas saben que las mujeres constituyen el grupo de consumidores mas numeroso, dese el punto de vista de los intereses del mercado, por ese motivo la mujer es la destinataria de los publicistas, siendo también la protagonista de los mismos.

El constante bombardeo de la publicidad es capaz de conseguir el “lavado de cerebro” o mejor dicho, “el ensuciado de cerebro”, que tan peligroso está resultando para la salud mental de una parte muy importante de mujeres.

En un artículo del Periódico Feminista del 25-4-2006, Alejandra Walker y Carlos Loman escriben, “La publicidad exhibe la ilusión de la felicidad para ocultar su verdadero mensaje, que es el de la carencia y el de la insatisfacción. Así los anuncios convierten su vida en un espectáculo ilusorio”.

Frederic Beigbeder, un famoso publicista afirma; “En mi profesión nadie desea vuestra felicidad porque la gente feliz no consume.

Quien produce bienes o servicios debe venderlos. Para ello cuenta con una amplia gama de recursos, el más importante es probablemente la publicidad. La industria de la moda, los fabricantes de productos adelgazantes, de alimentos light y de bebidas más light todavía, los editores de libros sobre dietas, los propietarios de gimnasios, los especialistas en las mil y una forma de recuperar la delgadez, recuperar la lozanía y juventud, deben hacer atractivo el producto y ello supone asociarlo al cuerpo deseado, es decir al estereotipo delgado y joven actualmente vigente. El producto se acompañará de imágenes visuales y de palabras que describan del modo mas encantador el cuerpo deseado. El prestigio de tal cuerpo está enraizado en el medio social, por tanto, el reiterar su supuesta idoneidad ha de contribuir forzosamente a incrementar el arraigo social, su interiorización individual y colectiva. Además los productos más conocidos suelen difundirse a través de los más diversos medios de comunicación. El impacto multisensorial refuerza el mensaje, estando en condiciones de conseguir grabaciones del mismo casi indelebiles, especialmente en la personas predispuestas. Son muchas las personas que en tales circunstancias siguen los dictados del mensaje. En un ambiente dominado por la publicidad multimedia, viviendo y creciendo en el seno de este bombardeo, puede hacerse realmente difícil no obedecer las sugerencias, (a veces auténticas ordenes imperativas).

Cuando llega la primavera salen a la luz centenares de anuncios para adelgazar,



***“Adelgace mientras se baña.”***

Afirma que así se puede ganar tiempo, perder peso y estar en forma.

***“Pierde peso de la noche a la mañana.”***

Eso es lo que promete. Evidentemente, nadie está verificando que nada de todo esto puede ser cierto.

Un centro dedicado a la cirugía estética, se anuncia de esta forma.

***“Descubrimos el cuerpo perfecto que hay en ti.”***

La sutileza es evidente. Las imperfecciones reales o imaginadas, son añadidos, elementos intrusivos, que no forman parte de las características personales intrínsecas.

La publicidad de una crema aparece bajo el siguiente titular,

***“¡Desde la primera aplicación, delgada en quince días!”***

Por supuesto, la palabra **delgada** destaca por encima de las restantes.

***“Sus redondeces ¿le estorban, le molestan, le acomplejan?. Ni siquiera con las dietas logra hacerlas desaparecer. Es porque están en los sitios que mas molestan: Los muslos, las caderas, la barriga....”***

En este caso parte de la base de que las redondeces, un atributo normal de la anatomía femenina, han de estorbar, molestar o acomplejar. También da por supuesto que se han seguido regímenes alimentarios restrictivos y se ha fracasado. Eso puede ser cierto, pero se insinúa que el frotamiento con una crema va a superar la eficacia adelgazante del no comer o de comer poco, y eso sí es una falsedad.

La publicidad aprovecha las malsanas inclinaciones estético-corporales vigentes en nuestra sociedad para vender productos adelgazantes, pero la impugnación publicitaria contribuye significativamente al mantenimiento y mayor arraigo de tales inclinaciones.

Estos son algunos supuestos relativos a la publicidad pro-adelgazante.

La publicidad de productos y servicios destinados a reducir peso, está al servicio de una serie de industrias y comercios cuya finalidad es ganar dinero, algunas de las multinacionales más importantes, tanto de alimentación como de cosmética, dedican una de sus líneas productivas a este género de productos. Sus gastos publicitarios guardan proporción con el volumen de sus ingresos.

Una normativa de la Comunidad Europea intenta controlar las alusiones y la formulación de los productos que pretenden sustituir la alimentación normal. El documento recomienda:

- Los productos no debieran especificar la cantidad de peso que puede perderse.
- Los productos debieran describir cuán rápida será la pérdida de peso.

- Un sustituto de una comida individual debiera suministrar un mínimo de 200 calorías.

- Debiera prohibirse que un producto se atribuya sentimientos de estar satisfecho o menos hambriento.

Shilling dice, "En la cultura consumista, el cuerpo ha ido ocupando progresivamente un lugar neutral y se ha tratado como si se tratara de una máquina que debe ser cuidadosamente afinada, cuidada, reconstruida y pulcramente presentada, gracias a medidas tales como, el ejercicio físico regular, los programas de salud personal, dietas ricas en fibra y los vestidos de colores codificados.



## **DEPORTE Y ALIMENTACIÓN**

El deporte y la actividad física son fenómenos instaurados en la sociedad actual. El ejercicio físico es materia obligatoria de enseñanza, la actividad muscular regular está considerada como fuente de salud, el estar en forma constituye un objetivo plenamente establecido en nuestra cultura, el deporte practicado o presenciado, es un fenómeno sociológico de primer orden, capaz de movilizar a miles de ciudadanos.

El ejercicio físico y el deporte, promovidos y practicados colectivamente, están impregnados de connotaciones muy diversas. Además de estar en forma, implican juventud, fuerza, prestigio, lozanía y muchas virtudes más. Pero en una sociedad competitiva como la nuestra, los deportistas que compiten son aspirantes al triunfo y al éxito.

Ejercicio físico y características corporales están estrechamente asociados en el mundo del deporte en nuestra sociedad y en muchos de nosotros, como también lo están en la mayoría de las mujeres que persiguen un cuerpo ideal.

A finales del siglo XIX se estableció el actual concepto del deporte, fue la alta sociedad inglesa la iniciadora del movimiento, “vida sana, física y mental”, y se extendió rápidamente por Estados Unidos, según explica Yates, “se trataba de una auténtica cruzada que buscaba la perfección del cuerpo mediante la gimnasia y el deporte de competición” este movimiento jugó un papel trascendente en la difusión del deporte.

No hay duda que en los últimos veinte años la actividad física en general se ha desarrollado enormemente. La necesidad de estar en forma ha estado asociada a la proliferación de todo tipo de centros en los que se practican los más dispares ejercicios físicos, desde culturismo a artes más o menos marciales, mediante aparatos muchas veces tortuosos, acompañado también de miles de personas que se han lanzado a las

calles corriendo, saltando y respirando con frecuencia y profundidad. Detrás de todos ellos está la presencia de toda una industria que promueve aparatos de gimnasia, zapatillas, ropas, bebidas para deportistas, publicaciones.....

La presión social a favor del ejercicio físico y la buena alimentación es intensa y este movimiento social está estrechamente relacionado con la preocupación por el cuerpo y por adelgazar.

La presión por adelgazar se ejerce sobre todo en mujeres. Las causas que dan lugar a este fenómeno son múltiples:

- Modelos corporales encarnados en personas valoradas socialmente.
- Seguimiento crítico de la moda del vestir, presentada a través de modelos exageradamente delgadas.
- Progresiva exhibición del cuerpo.
- Presión en los medios de comunicación por la potente industria de productos.
- Las dietas que se transmiten oralmente, de persona a persona, de grupo a grupo.
- Satanización de la obesidad, las razones médicas se han ido confundiendo progresivamente con el rechazo social del sobrepeso por razones estéticas. Aunque no hay valoración negativa en la delgadez exagerada.
- Práctica de deportes que la apariencia corporal debe ser la delgadez.

Todos estos factores se potencian mutuamente.

Junto a las ventajas de hacer ejercicio físico, que son muchas: prevención de enfermedades coronarias, disminuir la obesidad, controlar la hipertensión y diabetes, mejorar el bienestar psicológico y aumentar la autoestima, cuando la práctica del ejercicio físico es abusiva puede producir entre otros los siguientes efectos contraproducentes para la salud: lesiones, atrofia muscular, dolor, fatiga e insomnio, también el hecho de tener un gasto de energía constante, hace que el sistema inmunológico sea débil y como consecuencia sea más fácil padecer infecciones y enfermedades respiratorias.

La alimentación debe de ser la adecuada, en principio hay que comer antes de hacer ejercicio de lo contrario puede producir en la persona mareos y debilidad, afectando a la calidad e intensidad de la rutina deportiva, especialmente necesitamos carbohidratos, ya que así se tendrá la energía necesaria para que el cuerpo responda de manera adecuada y los músculos estén mejor preparados y tengan mayor resistencia.

Un desayuno, antes de hacer ejercicio debería incluir lácteos, cereales, alimentos proteicos y frutas.

Hay mucha información y falsos mitos respecto a los alimentos y a la alimentación:

**El agua engorda.** El agua es un nutriente acalórico, por tanto no engorda ni adelgaza, si se toma antes, durante o después de las comidas.

**Alimentos que adelgazan.** Todo alimento aporta calorías, el principal condicionante es la ingesta, hay que encontrar el equilibrio entre ingesta y gasto energético.

**La fruta antes de comer no engorda.** La fruta tiene las mismas calorías, no engordan porque se tomen en un determinado orden, sino porque la cantidad de calorías supere las necesidades de la persona. Lo que si es cierto es que la fruta tiene un gran contenido en fibra lo que provoca una sensación de saciedad, por lo que en algunas dietas de adelgazamiento se aconseja comerla antes de las comidas para tener menos apetito en los platos siguientes.

**El pan engorda.** El pan no es un alimento de elevado valor calórico y además es pobre en grasa. Es rico en hidratos de carbono, nutriente que constituye la base de la dieta mediterránea. Otra falsa leyenda que acompaña al consumo del pan es la que afirma que la miga engorda más, es falso, ambas son el mismo producto, lo que ocurre es que la corteza por acción del horneado se deshidrata, mientras que la parte interior conserva mayor cantidad de agua, de ahí su aspecto esponjoso.

**Los alimentos light adelgazan.** Estos alimentos son aquellos a los que se les ha reducido o eliminado alguno de sus componentes calóricos, pero eso no significa que sirvan para adelgazar. En todo caso engordan menos.

**Los productos integrales tienen menos calorías.** Estos alimentos suelen contener cantidades calóricas muy similares a los no integrales, lo que realmente les diferencia es que estos productos poseen una mayor cantidad de fibra, un ejemplo, tanto el pan blanco como el integral, aportan la misma cantidad de calorías, la ventaja es que la fibra sacia más y mejora el tránsito intestinal.

**Es conveniente tomar suplementos vitamínicos.** Normalmente es suficiente la cantidad de vitaminas que se aportan a través de una dieta variada y equilibrada, si no existe una deficiencia clara un suplemento de vitaminas no tiene efectos positivos. Se recomienda el consumo de suplementos solo bajo prescripción médica.

**Los alimentos frescos son más nutritivos que los congelados.** El frío de la nevera o el congelador mantiene la calidad de los alimentos sin alteración, por lo tanto los alimentos congelados no aportan menos nutrientes que los frescos.

**Saltarse una comida adelgaza.** Es un mal hábito. Los especialistas recomiendan realizar cinco comidas al día, ya que el repartir la ingesta de alimentos no se llega a la

siguiente comida con hambre excesiva que haría comer mas.

**Mezclar hidratos de carbono y proteínas engorda.** Es el fundamento de muchas dietas llamadas disociadas. Según muchos especialistas no tiene ninguna base científica. Es muy difícil separar los alimentos en función de los nutrientes que aportan, ya que cada alimento es una mezcla de nutrientes.

**Los alimentos que llevan grasas vegetales son más sanos.** Puede dar lugar a confusión, ya que se puede entender que contienen aceite de oliva o girasol, y de donde provienen es del aceite de coco y de palma, que suelen aumentar más el colesterol.

**El exceso de peso es por la retención de líquidos.** Científicamente el sobrepeso se caracteriza por un exceso de grasa corporal, y no de líquidos, por eso se aconseja no usar indiscriminadamente diuréticos, sin control de un especialista, ya que puede ser perjudicial para la salud.

**Los nervios me engordan.** El aumento de peso lo origina una ingesta excesiva de alimentos de alto contenido energético que se ve favorecida en determinados estados de nerviosismo o ansiedad.

La alimentación se considera adecuada cuando es suficiente para cubrir las necesidades y mantener el equilibrio del organismo. Tiene que ser completa y variada, adaptada a las necesidades y gasto energético de cada persona.

A fin de indicar de una forma sencilla cuales son los alimentos necesarios en la dieta y en que medida consumirlos, se diseñó “La pirámide alimentaria”.





## CIRUGÍA Y ESTÉTICA

La cirugía plástica es la especialidad quirúrgica que corrige cualquier proceso que requiera reparación o reposición o que afecte a la forma corporal. La orientación actual de nuestra sociedad hacia la juventud es un factor importante para la motivación a someterse a una operación de cirugía. Según SECPRE, la coyuntura económica actual ha afectado al número de procedimientos de cirugía plástica estética en España. En general ha experimentado un descenso medio del 26.6

En España el porcentaje de operaciones son similares a otras partes de Europa. Nuestras preferencias son también similares a las de otros países europeos, según SECPRE, (Sociedad española de Cirugía Estética y reparadora), en un estudio que se publicó en 2010, la intervención más demandada fué la liposucción, seguida del aumento de mamas y befaroplastia, (cirugía de los parpados).

Hay muchos tratamientos, seguidamente voy a citar los mas demandados y novedosos.

### TRATAMIENTOS FACIALES

**Lifting** - Esta cirugía elimina arrugas y descolgamiento facial. Las cicatrices se ubican en lugares distintos dependiendo del tipo de lifting. No obstante siempre se disimulan en zonas estratégicas como el pliegue de detrás de la oreja o debajo del pelo.

La anestesia empleada suele ser local. La intervención dura alrededor de 2 a 3 horas, variando en función del tipo de corrección a realizar.

El resultado de la intervención se aprecia de inmediato, aunque existe una lógica inflamación que durará unos 2-3 meses. Para mantener los resultados es conveniente el uso de tratamientos médicos y cosméticos complementarios.

**Rinoplastia** - Cirugía de la nariz, se puede realizar mediante dos técnicas: en la tradicional y más habitual se procede por dentro de la nariz a través de una sencilla incisión dentro de las fosas nasales, que no deja ninguna cicatriz visible. En los casos mas complejos se opta por un procedimiento abierto que consiste en levantar la piel mediante una incisión en el tejido vertical y separarla de la estructura ósea y cartilaginosa en que se apoya, la cual es entonces esculpida en la forma deseada.. Después de la intervención el cirujano aplica una férula externa para sostener la estructura ósea que se acaba de reconstruir, es decir, para mantener la nariz en la posición deseada durante el proceso de consolidación, igualmente se colocarán tapones nasales para estabilizar el tabique nasal.

Transcurrida una semana, ocasionalmente dos, se deben retirar todas las curaciones, férulas y suturas.

Esta cirugía se realiza habitualmente con anestesia general, La intervención dura alrededor de una hora, aunque el tiempo puede variar en función del tipo de anatomía a corregir.

El resultado de la operación se aprecia de inmediato, aunque el resultado definitivo no se obtiene hasta pasados varios meses.

**Blefaroplastia** - Cirugía de los párpados, esta cirugía puede realizarse de forma aislada para los párpados superiores, inferiores o ambos, en calo del párpado superior se hace una mínima incisión en el nacimiento de las pestañas. En el caso del párpado inferior la idea es recuperar su posición original, es decir, ligeramente abombado hacia dentro.

Esta cirugía se suele realizar con anestesia local. La duración de la intervención oscila entre los 60 y 90 minutos. La recuperación es muy rápida y los resultados son inmediatos y definitivos.

**Otoplastia** - Cirugía que corrige las deformidades de las orejas. La modificación mas común es la que se realiza sobre las denominadas orejas de "soplillo". Las cicatrices de la intervención son prácticamente imperceptibles ya que la incisión suele hacerse en la parte posterior de la oreja.

La anestesia empleada suele ser local con sedación. El tiempo de la cirugía oscila entre los 60 y los 90 minutos. El resultado de la operación se aprecia de inmediato y es permanente.



## OTRAS CIRUGÍAS DE REMODELACIÓN FACIAL

**Malaroplastia** - Aumento de los pómulos mediante la colocación de prótesis para conseguir el volumen y la forma deseada.

**Mentoplastia** – Esta cirugía consiste en modificar la estructura ósea del mentón, cuando se trata de una reducción, y en colocar una prótesis, en el tratamiento de aumento, para conseguir una armonía con el resto del rostro.

**Hilos faciales** - Los hilos tensores ofrecen una alternativa al lifting convencional, consiguen elevar los tejidos para conseguir un aspecto más joven y saludable.

**Lipoestructura** - Consiste en reutilizar la grasa extraída de cualquier parte del cuerpo, para inyectarla en la zona facial y conseguir un aumento de la zona.

**Resurfacing** - El objetivo de este tratamiento es renovar la superficie cutánea con la finalidad de eliminar arrugas, manchas, cicatrices etc.

**Liposucción de papada** - Esta cirugía consiste en la eliminación permanente de los cúmulos de grasa que se generan en el cuello, mediante su aspiración con cánulas muy finas.

## TRATAMIENTOS CORPORALES

**Mamoplastia de aumento de pecho** - Es la técnica que permite mejorar el aspecto de pechos pequeños, asimétricos o caídos (ptosis), mediante el implante de prótesis. Las prótesis pueden colocarse básicamente en dos zonas, o debajo del músculo pectoral o debajo de la glándula mamaria. Todas son de realización sencilla y debe utilizarse la que resulte mas adecuada a la complejión de la persona y al tipo de corrección a realizar. La incisión que se realiza es siempre mínima. Suele hacerse en el borde inferior de la areola. En otras ocasiones se realiza una pequeña incisión en el borde inferior de la mama o también puede colocarse el implante por vía axilar.

Las prótesis también varían según la textura (lisas o rugosas) y según su forma y tamaño (proyección, diámetro, distintas formas....). Estas características juegan un papel importante en el resultado estético final.

La intervención se realiza habitualmente en régimen ambulatorio y dura alrededor de

60 minutos. La anestesia suele ser general sin intubación, que permite una cómoda cirugía sin que la paciente sienta ningún tipo de dolor. La paciente suele volver a su domicilio a las 3-4 horas de la intervención.

El resultado de la operación es inmediato.

***Mastopexia o elevación del pecho*** - Es una técnica que permite remodelar unos pechos caídos. Se puede acompañar de la colocación de unas prótesis para aumentar el volumen de la mama. La incisión se realiza alrededor de la areola, cuando la intervención lo requiere, también se llega hasta el surco mamario inferior, con forma vertical o de T invertida. Siempre es posible realizar esta intervención acompañada de una mamoplastia de aumento, por la que se implanta una prótesis que incrementa su volumen. Esta intervención no se limita a levantar los senos, sino a igualarlos y darles una forma natural y estética. La anestesia suele ser general, sin intubación, que permite una cómoda cirugía, la paciente suele volver a su domicilio a las pocas horas de la intervención, en función del tipo de mastopexia. El resultado es efectivo desde el mismo día de la intervención, pero el resultado final no se consolida hasta pasado un periodo que oscila entre tres y ocho meses, que es el tiempo que suele requerir el seno para asentarse en su forma definitiva.

***La mamoplastia o reducción de mamas*** - Es una técnica que permite remodelar unos pechos grandes, disminuyendo su peso y tamaño. Mejora lo estética del pecho y descarga la columna vertebral y los hombros. La técnica quirúrgica a emplear depende del volumen a reducir, de la piel del pecho y de la posición inicial que se encuentre el conjunto areola-pezones. Siempre que es posible la incisión es mínima y queda disimulada rodeando la areola. La intervención no solo se limita a reducir los senos, sino que también se igualan y se les dan una forma natural y estética. La intervención dura entre dos y tres horas, variando en función de la morfología de la persona.

***La dermolipectomía abdominal o abdominoplastia*** - Es un procedimiento quirúrgico cuya finalidad es extirpar el exceso de piel y grasa de la parte media y baja del abdomen y reforzar la musculatura de la pared abdominal. Se practican incisiones en zonas discretas, como el bajo vientre (encima del vello pubiano), en forma de media luna y alrededor del ombligo, en casos en los que el abdomen sea muy prominente. Se libera la piel del abdomen y si es preciso se refuerzan con suturas los músculos abdominales. En algunas ocasiones se combina con una liposucción abdominal frontal o en sus zonas laterales. La intervención dura alrededor de dos o tres horas. La anestesia suele ser general. Tras la cirugía el paciente suele pasar una noche en el hospital. La mayoría de las pacientes pueden realizar sus tareas normales al cabo de 7-10 días. El resultado de la

operación es inmediato.

***Dermolipectomía crural o braquial*** - Con esta intervención se mejora la forma y la tersura de los muslos y glúteos o los brazos.

***Liposucción o lipoescultura*** - La liposucción remodela la figura en aquellas zonas del cuerpo que se ven afectadas por una acumulación de grasa excesiva. La liposucción es el tratamiento indicado para retirar los cúmulos localizados de grasa. La liposucción consiste en la aspiración de los depósitos grasos subcutáneos mediante la introducción de un cánula que está conectada a un sistema de vacío. Las cánulas son muy finas y se introducen a través de pequeñas incisiones en la piel, que dejan una cicatriz prácticamente imperceptible. La anestesia es habitualmente local.

El resultado se aprecia de inmediato aunque el resultado final se aprecia a partir del 4º mes.

***Aumento de glúteos*** - Colocación de implantes o prótesis evitando también el descolgamiento.

***Microinjerto capilar*** - En la actualidad esta cirugía se perfila como la única solución rápida, efectiva y permanente contra la calvicie.

El primer paso de ésta técnica consiste en extraer una tira de piel cubierta de pelo de una zona del cuero cabelludo que esté sana, es decir, que no se vea afectada por la pérdida de cabello. Esta se divide en microinjertos y estos son posteriormente implantados en la zona de cuero cabelludo que presente calvicie o reducción de densidad. La zona donante se cierra con suturas que quedan perfectamente disimuladas entre el cabello.

La intervención se realiza bajo anestesia local. Los resultados empiezan a notarse en tres o cuatro meses.

***Cirugía genital*** - La cirugía íntima está destinada a corregir problemas funcionales o estéticos de la región genital femenina de diversos orígenes:

***Labioplastia de reducción*** - Consiste en reducir los labios menores vaginales.

***Labioplastia mayor de aumento*** - Consiste en aumentar el tamaño de los labios mayores infiltrando ácido hialurónico o tejido graso obtenido mediante procedimiento de liposucción de otra zona del cuerpo.

***Liposucción del pubis*** - Es un tipo especial de lipoescultura que se realiza en el área púbica con el objetivo de reducir un acumulo de grasa no deseado en esta zona.

***Lifting de pubis*** - En esta cirugía se retira la piel flácida, las posibles estrías y la grasa alojada en esta zona.

## TRATAMIENTOS SIN CIRUGÍA

Gracias a la tecnología y a la investigación hay novedosos tratamientos ofreciendo alternativas a la cirugía.

**Remodelación de mamas, gluteos o gemelos** – Es una nueva técnica de relleno con ácido hialurónico. Se realizan inyecciones de un gel a base de ácido hialurónico estabilizando en las capas profundas de la piel. Los resultados de la remodelación son inmediatos y duraderos, pero no permanentes. El efecto se prolonga al menos durante un año, aunque puede variar de una persona a otra. Con el tiempo la sustancia es biodegradada por el organismo en un proceso muy gradual.

**La Mesoterapia** – Consiste en la aplicación de infiltraciones de sustancias homeopáticas, aminoácidos esenciales, vitaminas, oligoelementos y ácido hialurónico de baja densidad, es decir, totalmente naturales, Esta indicada para el tratamiento de las adiposidades localizadas.

**Presoterapia** – Se basa en la aplicación de un masaje mediante presión controlada en diferentes partes del cuerpo. De este modo se consigue estimular el sistema linfático y de retorno venoso, mejorando así el edema producido por la retención de líquidos y creando sensación de ligereza. Con esta técnica se corrigen las alteraciones del sistema circulatorio.

**Endermología** – Consiste en la aplicación de un microprocesador sobre la piel que realiza un masaje mecanizado no invasivo que aspira y succiona la piel. Esto favorece a la circulación, activa la eliminación del líquido retenido y estimula el metabolismo ayudando a eliminar la grasa. De este modo se reafirma, tonifica y se disminuye la piel de naranja.

**Vena-form** – es un producto exclusivo del Instituto de Patología Vasculare para el tratamiento de las varices. Consiste en inyectar un fármaco esclerosante directamente en las venas dañadas. El tratamiento es una técnica segura y sin dolor.

**La Radiofrecuencia** – Se basa en la aplicación de ultrasonidos que producen un calentamiento en el tejido adiposo y en la dermis. Este calentamiento favorece la eliminación de líquidos, toxinas y mejora el metabolismo ya que estimula la circulación sobre la zona tratada, con lo que se observa una reducción de volumen y una mejora significativa de la piel en cuanto a flexibilidad y firmeza. Su indicación principal es la

celulitis y la flacidez, (tanto facial como corporal), realizándose un número de 4 a 6 sesiones por zona para obtener un resultado óptimo.

**Seda y Oro** - Es un tratamiento regenerador. Se prepara la piel, mediante un masaje anti líneas regenerador, acompañado de musicoterapia, esto permite una relajación de los músculos, después se aplica el serum con puntal de oro que sirve para relajar el pliegue cutáneo. A continuación se utiliza un máscara de seda natural con una alta concentración de proteína, veinte minutos después se aplica la crema regeneradora anti-edad seguida de un drenaje linfático, se finaliza con una fina capa de serum y fluido regenerador.

**Termoterapia** – Consiste en la aplicación de bandas térmicas a nivel local para el tratamiento de adiposidades tanto localizadas como generalizadas. Estas bandas provocan un aumento de la temperatura corporal que lleva a eliminar toxinas, ayuda a la retención de líquidos y produce un aumento del metabolismo celular con pérdida calórica y eliminación de grasa acumulada.

**Electroterapia** – Consiste en la aplicación de corrientes de frecuencia que provocan una contracción muscular y estimulan el metabolismo en aquellas zonas en las que se acumula celulitis, flacidez y edemas.

**Fotodepilación** – La depilación láser o mediante Luz Pulsada Intensa (IPL) son métodos que no solo suprimen el crecimiento capilar, sino que además mejoran la textura de la piel y aportan una suavidad adicional, evitando molestias como la inflamación, la foliculitis y el enquistamiento de los folículos.

Los pulsos de energía lumínica de láser, al ser absorbidos directamente por la melanina del vello, atrofian el folículo piloso consiguiendo eliminar el pelo sin dañar la piel.

**Botox** – Toxina botulínica que inyectada en la proximidad de un músculo tiene la capacidad de paralizar las fibras musculares, provocando la parálisis temporal de las mismas durante 6 – 8 meses. Es un método simple y eficaz para el tratamiento de las arrugas de expresión.



## ENFERMEDADES

La actriz Zsa Zsa Gabor dijo, “No hay mujeres feas tan solo perezosas”, este tipo de mensajes consiguen ejercer en las mujeres una presión exagerada por conseguir un cuerpo a veces inalcanzable.

La exigencia en las adolescentes es cada vez mas fuerte y las redes sociales han agudizado estos problemas. La circulación de estos mensajes hace que abunden los ataques personales de aquellas personas que no cumplen las modas actuales de belleza.

Actualmente está de moda por ejemplo el, “thigh gap”, o “hueco entre los muslos”, el objetivo es conseguir que estando con los pies juntos quede un hueco entre los muslos, la que no lo consiga es que está gorda. Se trata de una de las manifestaciones de la delgadez extrema como símbolo de belleza.

La delgadez se ha convertido en la obsesión de muchas mujeres que quieren triunfar social y profesionalmente, los mensajes publicitarios transmiten la idea de que estar delgado es el medio para obtener la felicidad y el éxito, por otro lado la ropa se diseña y exhibe para los cuerpos delgados a pesar de la realidad de que pocas mujeres podrán llevarla con éxito.

Todo ello unido a una preocupación excesiva por la imagen en general, deriva en problemas emocionales que al final se pueden convertir en enfermedades graves.

Las enfermedades mas comunes son:

**La anorexia**, es un trastorno de la conducta alimentaria, consiste en una pérdida de peso exagerado provocado por el propio enfermo. La anorexia se caracteriza por el miedo

a aumentar de peso, por tener una percepción equivocada de su propio cuerpo. Normalmente se comienza por la eliminación de los hidratos de carbono, después las grasas, las proteínas e incluso los líquidos. A todo esto se le puede sumar la ingesta de diuréticos y laxantes, también se provocan el vomito, y todo eso acompañado de ejercicio físico abusivo.

Uno de los síntomas que presenta la enferma es la amenorrea (perdida de la menstruación).

Según FEACAB, (Federación Española de Asociaciones de Ayuda y Lucha contra la Anorexia y la Bulimia), el 90-95% de las personas afectadas son mujeres y la edad suele estar entre los 12 y los 25 años aunque es mas frecuente entre los 12 y los 17. La OMS, (Organización Mundial de la Salud), ha certificado la anorexia como un trastorno mental y de comportamiento.

**La sadorexia**, es un trastorno alimenticio poco conocido, es lo que se llama “trastorno alimenticio de segunda generación”, se trata de una evolución de la anorexia tradicional, siendo esta mucho mas peligroso para la salud, pues mezcla los síntomas de la anorexia con el auto maltrato. Las personas que padecen esta enfermedad suelen alcanzar una delgadez máxima, las deja sin fuerzas y dañan gravemente su organismo, normalmente son personas con muy baja autoestima y sensación de no controlar su vida por ese motivo recurren a controlar la alimentación que es su única vía de escape.

**La bulimia**, es un trastorno de la alimentación que conduce a la incapacidad de dominar el impulso de comer para luego sintiendo culpa y vergüenza por haber ingerido alimentos les lleva a una purga vómitos o empleo de laxantes o diuréticos, regímenes rigurosos y ejercicio excesivo. Las bulimicas tienen episodios de atracones y vómitos y por lo general su peso es normal. Las bulimicas se ven gordas aunque no lo estén, se avergüenzan de su cuerpo y lo rechazan, no sienten ningún placer en comer solo buscan saciarse, procuran comer solas y su comportamiento suele ser antisocial.

Los signos físicos que certifican la enfermedad son debilidad, dolor de cabeza, hinchazón del rostro, problemas con los dientes, mareos, perdida de cabello, irregularidades menstruales.

La bulimia puede producir otras complicaciones graves como, alteraciones digestivas, colon irritable, megacolon, reflujo gastrointestinal, hernia hiatal, perforación esofágica, dilatación y rotura gástrica, pancreatitis, así como alteraciones metabólicas,

descenso de glucosa, cloro, calcio y potasio en sangre , también deshidratación.

FEACAS (Federación Española de Asociaciones de Ayuda y Lucha contra la Anorexia y la Bulimia), dice que la bulimia está ligada al sexo femenino en un 90-95 % y la edad de aparición suele estar entre los 18 y 20 años.

La OMS (Organización Mundial de la Salud), ha clasificado la bulimia como un trastorno mental.

**La vigorexia**, distrofia muscular o complejo de Adonis, es un trastorno de la conducta alimentaria que aparece como consecuencia de una imagen corporal distorsionada, las personas con esa enfermedad se perciben como demasiado delgadas y como consecuencia realizan ejercicio físico de manera continuada y exagerada junto con pensamientos obsesivos de como mejorar el aspecto. Muchas veces conlleva el consumo de sustancias para el desarrollo muscular y el excesivo control de una dieta poco equilibrada, rechazan alimentos grasos e incorporan a su dieta gran cantidad de proteínas e hidratos de carbono. Con frecuencia la vigorexia se asocia a un abuso del consumo de complejos proteicos y de anabolizantes derivados de la testosterona.

En los últimos años se han multiplicado por tres los casos de hepatitis, por el consumo de anabolizantes.

La vigorexia afecta entre el 1 y el 10% de los habituales de gimnasio.

**La ortorexia**, es la obsesión patológica por consumir solamente comida sana, tal obsesión puede transformarse en enfermedad si no se ingieren carnes, pescado u otros alimentos produciéndose así carencias nutricionales. Esta enfermedad puede tener graves efectos para la salud, por ejemplo si se suprimen las grasas puede comprometer la ingesta de vitaminas liposolubles y ácidos grasos, sin carne los niveles de hierro se desploman. Entre los alimentos excluidos se encuentran la carne, las grasas, los alimentos en cuyo cultivo se han utilizado pesticidas o herbicidas así como los que contienen aditivos artificiales, (colorantes, conservantes, etc.).

**Trastorno dismórfico corporal**, consiste en una preocupación importante y fuera de lo normal por algún defecto percibido en la imagen, ya sea real o imaginado, si dicho defecto existe, la preocupación y ansiedad experimentada es excesiva. El afectado puede quejarse de uno o varios defectos o de su aspecto general, causando malestar psicológico que deteriora su desempeño social o laboral, hasta el punto de manifestar síntomas ansioso-depresivo severos, el desarrollo de otros trastornos de ansiedad, aislamiento y exclusión social.





## CONCLUSIONES

En nuestra sociedad la preocupación por la imagen es una realidad y en muchos casos se convierte en una obsesión, la preocupación excesiva de muchas mujeres por conseguir el cuerpo perfecto, por medio de la alimentación, el deporte y tratamientos estéticos, se convierte en un estilo de vida.

Cuando tener el icono de belleza impuesto por la sociedad actual, se convierte en la meta de una mujer, es cuando comienza la frustración, la decepción y un gran sufrimiento.

El ideal de belleza cambia a una velocidad mucho mayor que la evolución de las especies.

Nos adaptamos con sumisión a los argumentos de las industrias relacionadas con el ideal de belleza, el peso o la edad que definen el modelo que debe regir en ese momento.

Vivimos en una sociedad con recursos suficientes para cambiar nuestro cuerpo, aunque cuando traspasamos el límite, no solo cambiamos nuestra imagen, también cambiamos nuestra personalidad.

Actualmente la belleza física se valora excesivamente y eso condiciona tanto el éxito personal como profesional.

Determinadas profesiones requieren un especial cuidado del cuerpo y una gran dedicación a la imagen corporal, profesiones de cara la público en las que el principal instrumento de trabajo es el cuerpo, (modelos de pasarela, de anuncios de publicidad etc.), pero la mayoría de profesiones, aunque es importante cuidar la imagen y la buena presencia, la belleza como tal no tiene porque ser importante, no disminuye la capacidad de trabajo ni la profesionalidad, pero en nuestra sociedad muchas veces si es demasiado

importante y eso genera mucha frustración, creando de ese modo inseguridad y complejos.

Detrás del culto al cuerpo hay intereses económicos, que por medio de la publicidad hace demasiada mella en las personas, introduciéndolas en un imparable consumismo.

Parece que cuanto mas avanzamos en derechos y libertades, en el respeto y la solidaridad a los valores ajenos a nuestra cultura, mas nos dejamos oprimir e influenciar por los estereotipos de belleza que nos imponen las industrias dedicadas al cuidado del cuerpo, convirtiéndonos en prisioneros de nosotros mismos.

Si nos damos cuenta de cuales son los ideales culturales de belleza y de la manera que nos bombardean al respecto, empezaremos a evaluar de que forma nos influyen esos ideales, (casi siempre imposibles de alcanzar), de una forma mas objetiva.

La belleza hace que muchas mujeres se valoren y tengan confianza en si mismas , recibiendo también la valoración y el reconocimiento de los demás, cuando la belleza por si misma no tiene ningún merito, la belleza se tiene por genética y se posee sin ningún esfuerzo.

La belleza es el fin que muchas mujeres persiguen para sentirse satisfechas y felices, pero la belleza es demasiado efímera para tan importante proyecto.

Eduquemos a nuestros niños en el respeto, la tolerancia y la aceptación de todas las personas, y sobre todo de si mismos.



## WEBGRAFIA

Walzer A. y Lomas C. 2006, Mujeres y publicidad. [Http://www.mujeresenred.ned](http://www.mujeresenred.ned). Acceso el 19-12-2013.

Acebedo L. 2010, La compulsión por la belleza.

[Http://www.efdeportes.com](http://www.efdeportes.com). Acceso el 8-12-2013

U. Valladolid 2007, Los cánones de belleza a lo largo de la historia.

[Http://www.canonesdebellezawordpress.com](http://www.canonesdebellezawordpress.com). Acceso el 1-12-2013.

Foro, Ideales de belleza.

[Http://www.weebly.com](http://www.weebly.com). Acceso el 9-12-2013.

Alandete D. 2011, Sociedad, Contra la eterna juventud.

[Http://www.elpais.com](http://www.elpais.com). Acceso 8-12-2013.

Barnés H. 2013, La nueva y peligrosa moda de la belleza femenina “thigh gap”

[Http://www.elcomfidencial.com](http://www.elcomfidencial.com). Acceso el 10-12-2013

P. Gestalt Madrid 2012, Trastorno Dismórfico Corporal.

[Http://www.psyciencia.com](http://www.psyciencia.com). Acceso 15-12 2013

Las mejores actrices de los años 50

[Http://www.listasen20minutos.es](http://www.listasen20minutos.es). Acceso el 22-12-2013

Bejar R. 2001, La corporalidad

[Hptt://www.poesias.cl](http://www.poesias.cl). Acceso el 22-12-2013

Garcia S. 2013, Las operaciones estéticas mas practicadas en España.

[Http://www.bellezadoctisimo.es](http://www.bellezadoctisimo.es) Acceso el 5-1-2014

Bonet J. 2007, articulo/el misterio de lo bello

<http://www.muyinteresante.es>. Acceso el 11-1-2014

Sanz E. 2013 artículo/vigorexia

<http://www.muyinteresante.es> acceso el 12-1-2014

Alandete D. 2011 artículo, Contra la eterna juventud del Photoshop

[http //www.elpais.com](http://www.elpais.com) acceso el 1-2-2014

Islas L. 2007 artículo, Modelos y pasarela

[http//www.etcetera.com](http://www.etcetera.com) acceso el 22-2-2014



## BIBLIOGRAFIA

Enciclopedia **Larousse**. - Editorial Planeta, Barcelona, 1990.

Lomas C. – ***El masaje de los mensajes publicitarios***. Paidos Barcelona, 2002.

Eco U. – ***Historia de la belleza*** – Editorial Lúmen – Barcelona, 2004.

Toro J. - ***El cuerpo como delito***, Editorial Ariel Ciencia – Barcelona, 1996.

Albi A. - ***Tu cuerpo es tuyo*** – Aguilar – Madrid, 1997.