A más consumo de TV más búsqueda de “cuerpo ideal”

30/05/2016

Así lo sugiere una investigación que convocó a hombres y mujeres de dos pueblos rurales nicaragüenses con diferente acceso a la televisión, pero de similar condición social.

Estos resultados son relevantes para cualquier población que esté adquiriendo acceso a medios visuales (como televisión e internet), particularmente si en su contenido predomina el ideal de delgadez, señala Linda Boothroyd, profesora de la Universidad de Durheim, Reino Unido, y una de las investigadoras del estudio.

"Los datos que recopilamos muestran cómo son las actitudes de cada pueblo en relación con el peso corporal. El estudio sugiere firmemente que el consumo de la televisión influye por encima de cualquier otro tipo de diferencia económica y de aculturación", dijo Boothroyd.

Las preferencias de los habitantes rurales se compararon posteriormente con las de participantes urbanos de la capital, Managua, para investigar si el consumo de la televisión occidentalizada –proveniente de culturas de Norteamérica y Europa, con presencia de actrices y modelos que tienden a ser atractivas y delgadas– orientaría las preferencias hacia cuerpos femeninos más delgados.

En los tres casos de estudio, los participantes que veían más televisión prefirieron los cuerpos más ‘occidentalizados’ –es decir, menor índice de masa corporal y disminución de preferencias por cuerpos grandes–,

aunque hubiera claras discrepancias entre estos ideales y las contexturas reales de los participantes.

Este patrón no pudo ser explicado por otros factores, señala el artículo publicado en el British Journal of Psychlogy.

Se consultó el origen, nivel de educación, ingresos, acceso a alimentos, exposición a televisión, participación en dietas y atracción por mujeres de diferentes contexturas, de cada uno de los participantes.

Gabriela Arguedas, experta del Centro de Investigación en Estudios de la Mujer de la Universidad de Costa Rica, comenta que la televisión sigue siendo uno de los medios más importantes para posicionar mensajes ideológicos.

"Los medios han globalizado estándares de belleza ideológicamente patriarcales, donde el prestigio, superioridad moral y pertenencia se asocian a cuerpos esbeltos y de piel blanca".

De acuerdo con Boothroyd, aún debe estudiarse si el consumo de la televisión occidental –con su consiguiente idealización de la delgadez– influye negativamente sobre el bienestar psicológico, como autoestima y desórdenes de alimentación.