

# **EL EFECTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA AUTOESTIMA DE CHICAS ADOLESCENTES, UN ESTUDIO EN EL CONTEXTO DE LOS TRASTORNOS ALIMENTARIOS**

*José I. Baile Ayensa y Yara Ruiz Ramos*

## **RESUMEN**

Se estima que los medios de comunicación tienen un efecto estimulante en la aparición y mantenimiento de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA), como son la Anorexia y Bulimia Nerviosa. Se cree que los mensajes promoviendo un ideal estético de delgadez afectan a la satisfacción corporal de las adolescentes y a la vez a su autoestima, convirtiéndose en factores de riesgo de TCA.

Este trabajo tiene por objeto realizar un estudio cuasi-experimental con un grupo de chicas adolescentes para comprobar si el hecho de observar durante un tiempo una revista dirigida a jóvenes y adolescentes puede afectar a su autoestima. Participaron 69 adolescentes de edad media. Como instrumento de evaluación se utilizó la Escala de Autoestima de Rosenberg. Los resultados no permiten concluir que observar una revista influya en la autoestima del grupo de adolescentes estudiado, pero se analizan las posibles implicaciones de este dato.

## **ABSTRACT**

It is estimated that the media has a stimulating effect on the beginning and development of eating disorders, like anorexia and bulimia nervosa. It is believed that the messages encouraging an aesthetic ideal of extreme thinness affect the body satisfaction of teenage girls and else their self-esteem, becoming risk factors leading to eating disorders.

This work has the aim of conducting a quasi-experimental study with a group of teenage girls to prove if the fact of observing a teenage magazine over a period of time can affect their self-esteem. Sixty-nine teenage girls took part in the study. Rosenberg's self-esteem scale was used as assessment instrument. The results are not concluding since they do not prove that a magazine influences a group of given teenage girls' self-esteem, but the possible implications of this fact are analysed.

## **RÉSUMÉ**

On estime que les médias ont un effet stimulant pour l'apparition et maintien des troubles alimentaires (TCA), tels que l'Anorexie et la Boulimie Nerveuse. On pense que les messages qui provoquent un idéal esthétique de maigreur affectent la satisfaction corporelle des ados et leur estime en devenant des facteurs de risque de TCA. Ce travail a la finalité de réaliser une étude presque expérimentale avec un groupe de filles adolescentes pour vérifier si le fait d'observer pendant quelque temps une magazine di-

## EL EFECTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA AUTOESTIMA DE CHICAS ADOLESCENTES, UN ESTUDIO EN EL CONTEXTO DE LOS TRASTORNOS ALIMENTARIOS

rigée aux jeunes ados peut affecter leur estime. Soixante-neuf ados d'un âge moyen ont y participé. On a utilisé l'Échelle d'Estime personnelle de Rosenberg comme instrument d'évaluation.

Les résultats ne permettent pas déduire que l'observation d'une magazine puisse influencer l'estime personnelle du groupe d'ados étudié, mais on analyse les possibles effets de cette donnée.

### I. INTRODUCCIÓN

Una de las variables más relacionadas con los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) es la autoestima. Se suele definir la autoestima como la valoración que hacemos de nosotros mismos, a la luz de nuestra auto-representación o autoconcepto (Valdés y Arroyo, 2004).

La autoestima se considera como un factor previo, predisponente, y como síntoma posterior de este tipo de trastornos. Esto significa que la autoestima no sólo actúa como un factor muy conexo con la aparición del trastorno, de forma que a menor autoestima, mayores probabilidades de desarrollar el trastorno (Baile y Osorio, 2009); sino que también se puede considerar como una variable influyente en el transcurso de la enfermedad, es decir, a menor autoestima, mayor gravedad de los síntomas de la anorexia y la bulimia (Cooper, y Taylor, 1987).

Toro (2004) cita un modelo explicativo de la influencia de la génesis de los TCA desarrollado por Leung, donde la autoestima baja, es una variable necesaria y mediadora de otras influencias, en la génesis de estos trastornos, ver al respecto la Figura 1.

Por otra parte, los cánones de belleza actuales exigen un ideal de belleza física basada en la extrema delgadez; y este ideal se hace aún más patente en los medios de comunicación, considerados hoy en día como uno de los factores predisponentes más importantes en los trastornos de la conducta alimentaria, debido a la influencia, a través de sus modelos estéticos, que puede ejercer en la insatisfacción corporal y la autoestima de los adolescentes, como mayor población de riesgo (Baile, González y Ruiz, 2009).

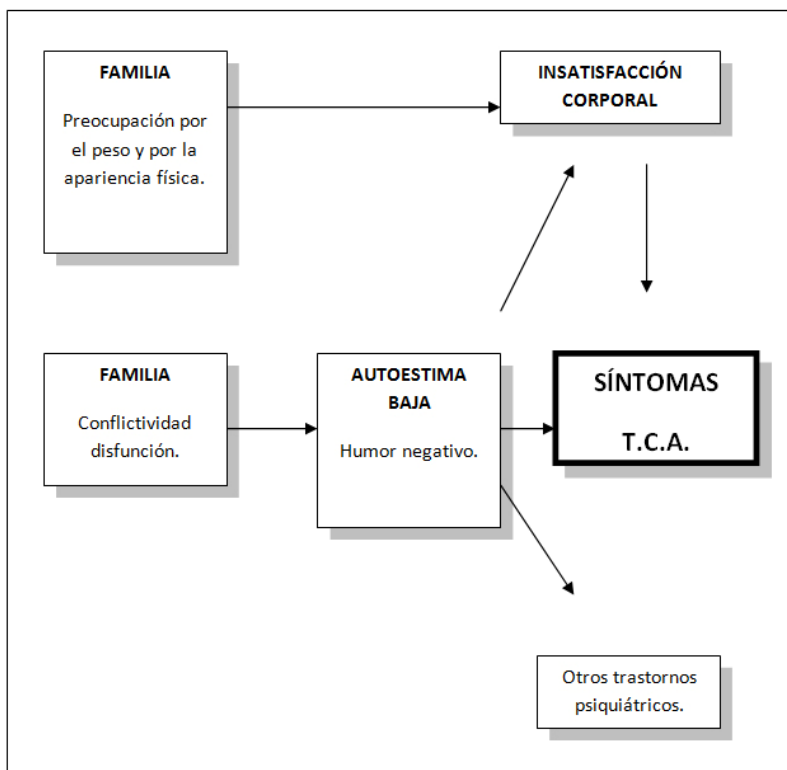


Figura 1. Modelo de Leung, citado por Toro (2004)

Uno de los medios de comunicación que más influye en el público joven son las revistas dirigidas a ese grupo de edad. Existe una tendencia a creer que éstas intervienen en gran medida en la insatisfacción corporal y autoestima en las mujeres, sobre todo jóvenes, puesto que las modelos que aparecen habitualmente en dichos medios suelen tener una apariencia física difícil de conseguir para la mayor parte de las adolescentes, además de relacionar aspectos negativos con el sobrepeso, y el éxito con la delgadez, creando unas expectativas casi imposibles de conseguir.

Se han realizado numerosas investigaciones sobre la relación entre los TCA y los medios de comunicación, la mayoría de enfoque correlacional, pero pocas de ellas de corte experimental. Nuestro objetivo general es estudiar dichas relaciones con un enfoque más experimental, nuestro grupo ya

estudió en un pequeño trabajo la relación de los medios de comunicación en la variable insatisfacción corporal (Baile, González y Ruiz, 2009), y en este artículo se presentan los resultados obtenidos por el mismo equipo, en la relación con la autoestima.

Por lo tanto, el objetivo específico es comprobar si existe influencia al consultar y observar una revista dirigidas al público adolescente, en su autoestima, con un enfoque cuasi-experimental

## **II. MÉTODO**

### **Participantes**

Para lograr el anterior objetivo se utilizó una metodología cuasi-experimental contando con una muestra inicial compuesta por 69 adolescentes de 3 grupos de 3º de la Enseñanza Secundaria Obligatoria (E.S.O.) pertenecientes a un Instituto público de la Comunidad de Madrid, que participaron de forma anónima y voluntaria.

Para nuestra investigación, nos interesaba especialmente estudiar el comportamiento de las mujeres, por lo que excluimos la participación de los hombres (n=32); de esa forma, nuestra muestra final estuvo formada por 37 mujeres (grupo experimental = 26; grupo control = 11) cuyo año de nacimiento fue 1992 ó 1993 (grupo de edad que estima la literatura en alto riesgo de padecer trastornos de conducta alimentaria).

### **Instrumentos de medida**

El instrumento que se usó para evaluar el grado de autoestima que mostraban antes y después de la visualización de las revistas, fue la Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR). Se usó la versión de 10 ítems de la EAR, puesto que ha tenido buenas referencias psicométricas en población española (Atienza, Moreno y Balaguer, 2000; Vázquez, Jiménez y Vázquez, 2004). Los ítems se contestan en 4 opciones de respuesta que van desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo", pudiendo obtener una puntuación entre 10 y 40 puntos, de forma que, en la versión utilizada, cuanto mayor es la puntuación obtenida, más baja es la autoestima.

### **Procedimiento**

Se usó un diseño pre y postest con grupo control en nuestra metodología cuasi-experimental. Es decir, a todos los participantes del grupo

experimental se les administró la Escala EAR; tras una semana, se les pidió que realizasen una serie de actividades con una revista adolescente durante 20 minutos (de forma que la observasen, usasen y analizaran); y después de ello se volvió a administrar el mismo cuestionario. El grupo control, simplemente debía rellenar el mismo cuestionario con la diferencia de una semana.

### III. RESULTADOS

En la Tabla 1, pueden observarse los resultados de la investigación.

| <b>Grupo</b> | <b>N</b> | <b>EARpre</b> | <b>EARpost</b> | <b>Prueba t</b> |
|--------------|----------|---------------|----------------|-----------------|
| Experimental | 26       | 28,03(3,15)   | 26,46 (3,26)   | 0,05            |
| Control      | 11       | 29,7(2,28)    | 26,9(2,65)     | 0,005           |

Tabla 1. Resultados de la investigación. Media en EAR (DT). Valor p .

### IV. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos no confirman la hipótesis de trabajo de los autores, que estimaban que el observar una revista con numerosas referencias al modelo estético de delgadez, podría influir de forma negativa en la autoestima de las chicas adolescentes. Esta hipótesis se fundamentaba en la literatura científica al respecto, y al resultado de nuestro equipo (Baile, González y Ruiz, 2009) cuando se estudió, con la misma metodología, la influencia en la variable insatisfacción corporal obteniendo aparentemente una confirmación de la hipótesis de que el uso de un medio de comunicación para adolescentes como una revista, sí podría influir negativamente en la imagen corporal de dichas chicas.

Sin embargo en este estudio que ahora discutimos, los resultados muestran que ambos grupos, tanto el experimental como el control, en su valoración postest habían mejorado significativamente su evaluación de autoestima, por lo que tampoco podríamos concluir de forma extraordinariamente sorprendente que el observar la revista para adolescentes "mejo-

EL EFECTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA AUTOESTIMA DE CHICAS  
ADOLESCENTES, UN ESTUDIO EN EL CONTEXTO DE LOS TRASTORNOS ALIMENTARIOS

raba la autoestima”, dado que el grupo control también mejoró sin haber realizado dicha observación.

Estos resultados nos llevan a los autores a las siguientes conclusiones críticas:

1.- Dado el pequeño tamaño muestral y la metodología que no controlaba todas las variables, los resultados no pueden ser interpretados correctamente, por lo cual no podemos ni confirmar ni rechazar las hipótesis de trabajo.

2.- La escala que se ha utilizado para evaluar la autoestima, la EAR, puede que detecte la variable autoestima en su concepción general, pero puede que no sea capaz de detectar el componente de autoestima que más se relaciona con la afectación de la imagen corporal en adolescentes. Así podría suceder que en nuestro estudio, sí que podría haber ocurrido una afectación de la autoestima en el grupo experimental, pero el instrumento de evaluación no ha podido detectarla.

3.- Si confirmáramos los resultados, y dado que nuestro estudio se centró en población normal y no patológica, también podría considerarse que la autoestima sí puede estar afectada por los medios de comunicación cuando los TCA comienzan y se mantienen como se ha postulado largamente, pero no previamente cuando todavía no hay una sintomatología claramente instaurada, como también se ha creído.

4.- Y por supuesto, si en estudios más controlados y extensos que el presente los resultados se confirmaran, también podría asumirse que la forma que tienen los medios de comunicación de influir en el riesgo de los TCA, no sea a través de la variable autoestima, sino a través de otros factores o mecanismos. En este sentido debemos recordar que la mayoría de las aportaciones en este campo, que no concuerdan con nuestros datos, han sido de corte correlacional o casuístico, y que existe un déficit al respecto de estudios controlados de planteamiento experimental.

## V. BIBLIOGRAFÍA

Atienza, L. F., Moreno, Y. y Balaguer, I. (2000). Análisis de la dimensionalidad de la escala de autoestima de Rosenberg en una muestra de adolescentes valencianos. *Revista de Psicología Universistas Tarraconensis*, 1, 29-42.

Baile, J. I., González, L. y Ruiz, Y. (2009). Análisis del efecto en la insatisfacción corporal en un grupo de chicas adolescentes, al consultar revistas dirigidas a dicho público. *Interpsiquis 2009*.

Baile, J. I., y Osorio, G. (2009). Relación entre la autoestima, imagen corporal y tendencia a sufrir trastorno de conducta alimentaria en un grupo de adolescentes mexicanos. *En prensa*.

Cooper, P. J., y Taylor, M. A. E. (1987). Body image disturbance en bulimia nerviosa. *British Journal of Psychiatry*, 2, 34-38.

Toro, J. (2004). *Riesgo y causas de la anorexia nerviosa*. Barcelona: Ariel.

Valdés, M. y Arroyo, M.C (2004). Las creencias irracionales y la autoestima como estrategias de afrontamiento en anoréxicas y bulímicas. *Interpsiquis 2004*.

Vázquez, A. J., Jiménez, R. y Vázquez, R. (2004). Escala de autoestima de Rosenberg: fiabilidad y validez en población clínica española. *Apuntes de Psicología*, 2, 247-255.