

MÓNICA KATZ

MÁS QUE UN CUERPO

**CÓMO DESCUBRIR TU
VERDADERA BELLEZA**

CON LA COLABORACIÓN DE
VALERIA GROISMAN



AGUILAR

Mónica Katz

Con la colaboración
de Valeria Groisman

Más que un cuerpo

Cómo descubrir tu verdadera belleza

Aguilar

*A Luli y Tomy, esos “locos bajitos” que demuestran que
aunque el tiempo pasa, la historia continúa...*

MK

*A Sophie y Luli, las mujercitas de mi vida. Curiosas,
amorosas y tan únicas como siempre las imaginé.*

*A mi gran maestro Pepe Avigliani. Seguramente le hubieses
puesto a este texto un “publicable”.*

VG

PRÓLOGO

¿Existe la “tiranía de la belleza”? Mónica Katz y Valeria Groisman —madre e hija— postulan que sí a lo largo de un libro fundamentado y convincente, sustentado en una larga experiencia en nutrición complementada por múltiples lecturas en ciencias sociales. La belleza es uno de los tantos ideales, y los ideales pueden ser destructivos, muy destructivos, incluso mortíferos.

Debemos cuidarnos del pensamiento binario. Es decir, del cara o ceca. No se trata de sustituir un ideal de belleza por un ideal de descuido corporal. Ni menos se trata de sustituir los ideales por la ausencia de ideales. Se trata de pensar.

Más que un cuerpo es a la vez un libro ineludible y un grano de arena. Ineludible para los profesionales en nutrición, que quizá no siempre tengan la oportunidad de pensar que un cuerpo es más que un cuerpo. Y un grano de arena porque la “tiranía de la belleza” nos implica también a los varones, no solo indirectamente. Y porque es uno de los muchos ideales mortíferos socialmente aceptados. Grano de arena puede parecer poco. Pero todos juntos somos más, si nos atrevemos a actuar, evitando la apatía y la sobreactuación. Si somos capaces de sostener ideales vitales, es decir, una sana utopía.

DR. LUIS HORNSTEIN
MÉDICO PSICOANALISTA

INTRODUCCIÓN

La tormenta perfecta

El mar; su inmensidad. Una belleza sobrecogedora rodea a un pequeño barco pesquero. Una eternidad alrededor y una bella mañana de calma.

Sin que su capitán ni su tripulación lo sospechen siquiera, dos monstruosas tempestades están por encontrarse. Una, de origen frío en el continente y otra, de origen caliente, desencadenarán un fenómeno meteorológico de tormenta: unas olas de más de veinticinco metros de altura que hacen estragos en yates y barcos contenedores que son azotados. Y que se acerca al *Andrea Gail* donde los marineros llenan las bodegas con la pesca.

Por radio les avisan desde la costa, pero sin medir las consecuencias ni saber la magnitud del fenómeno, deciden enfrentarla. Solos ante el peligro, la lucha entre la tripulación del *Andrea Gail* y las poderosas fuerzas de la naturaleza desatadas en esta gran tormenta es épica.

Así podría resumirse este relato. En este caso, *La tormenta perfecta*, una película que me quedó resonando desde que la vi. Porque esa historia puede ser la metáfora de nuestras propias historias. Porque muchas veces no detectamos el peligro o no medimos las consecuencias que nos llevan a ver una realidad y a tomar decisiones. Cada uno de nosotros enfrenta su propia tormenta perfecta, aquella en la que se combinan distintos factores para crear un escenario del cual parece que no podemos salir ilesos.

La tiranía de la belleza de la que hoy somos protagonistas, y espectadoras pasivas, se viene formando ya desde hace un tiempo, como esta tormenta. Y son al menos cuatro factores los que lamentablemente conviven para empujarnos a ese lugar:

- el discurso de los medios de comunicación;
- la creciente epidemia de “dietismo”;
- un ideal de belleza inalcanzable;
- y un modelo cultural reinante validado por la sociedad y muchas de sus instituciones (incluida la familia).

Soy médica y practico la nutrición desde hace treinta años. Crecí y me formé en la era de las grandes divas: Marilyn Monroe, Sophia Loren, Brigitte Bardot... Unas mujeres fuertes, hermosas y poderosas que iluminaron la pantalla del cine y deslumbraron tanto a hombres como a mujeres con su encanto. Llenas de curvas, seguramente hoy no pasarían un *casting* ni bailarían por un premio.

En la actualidad el ideal de belleza ha cambiado. Hace poco llevé a mi nieta Sophia, de siete años, a comer a un restaurante decorado con fotografías en blanco y negro de una misma mujer. La curiosidad es tan propia de mi nieta que no me sorprendí cuando me preguntó de quién se trataba.

—Marilyn Monroe —le contesté.

—¿Y quién es Marilyn Monroe?

—Era una actriz muy famosa —le respondí.

—¡Qué distinta a las actrices de ahora...!

Sin parpadear, me hizo la pregunta que se le ocurre cada vez que ve una foto en blanco y negro: “¿Ya se murió?”. Para ella, y para varias generaciones, el ideal dominante de mujer bella —ya sea actriz, cantante, modelo, conductora, princesa o incluso muñeca— es muy distinto del de aquella época. Retomando su pregunta, no solo con el sentido que ella le asignó, lo que tal vez murió con Marilyn fue la concepción de belleza que ella y sus contemporáneas exhibían con orgullo.

La belleza es una construcción social e histórica. Veamos qué pasa y qué pasó.

Evolutivamente, los hombres heterosexuales se han sentido atraídos por mujeres con un índice de cintura-cadera (ICC) de alrededor de 0,70. Dicho de manera más sencilla, aquellas en las que su cintura represente el 70% de su cadera. Esto significa que **no importa** tu peso o tu tamaño (no me refiero al sobrepeso extremo o a la obesidad) para resultar atractiva. Siempre que tengas curvas, resultarás interesante para un hombre y serás capaz de generar ese movimiento de cabeza tan particular que ellos hacen cuando nos ven pasar.

Este ideal de belleza no fue una novedad del siglo XX; ha sido el que dominó en la mayor parte de nuestra cultura occidental. Desde el ideal grecorromano, pasando por la Edad Media, el Renacimiento y la Modernidad. Lo podemos comprobar viendo las obras de arte de maestros de otras épocas. Por ejemplo, la obra *El nacimiento de Venus* del artista italiano Sandro Botticelli, que data del siglo XVI, muestra a una mujer con un ICC de 0,724. Es decir, muy similar al ratio que hoy se considera sinónimo de belleza. Parece que este parámetro fue uno de los únicos que permaneció invariable. Por lo demás, el concepto de belleza fue cambiando con el tiempo.

Barnaby Dixson es un antropólogo neozelandés que estudió estos parámetros culturales. En una de sus investigaciones manipuló digitalmente fotografías de figuras de mujeres, que luego utilizó para estudiar qué tipo de imágenes resultaban más atractivas para los hombres. Con cámaras infrarrojas que detectaban los movimientos de los ojos mientras observaban las fotos, el investigador pudo concluir que las mujeres máspreciadas respondían a esa relación comparativa entre la cintura y la cadera.



CÓMO CALCULAR TU ICC

¿Querés saber cuál es el tuyo? ¡Es fácil!

1. Colocate de pie y tratá de relajarte.

2. Buscá la parte en la que tu cintura es más angosta y medila con una cinta métrica, en centímetros.
3. Buscá el punto en el que tu cadera es más ancha y medilo en tu cadera de la misma forma que en el punto 2.
4. Por último, dividí el valor de tu cintura por el de la cadera.

¡Ese es tu índice cintura-cadera!

Como verás, muchas mujeres que poseen esta característica son un imán que atrae a los hombres. La empresaria y modelo Kim Kardashian, la cantante Beyoncé Knowles y la actriz Scarlett Johansson tienen este atributo. Y, por supuesto, ¡Marilyn Monroe!

Pero miremos un poco qué pasa con ellos. Porque los hombres también tienen diferencia entre lo que creen que resulta atractivo para las mujeres y aquello que efectivamente lo es. Lo que ellos piensan que nos atrae es el estereotipo de hombre musculoso y deportista, y muchos pierden el tiempo en el gimnasio para adquirir mayor volumen muscular. Sin embargo, las mujeres parecen preferirlos menos musculosos y hasta feminoideos. Este tipo físico les sugiere que son mejores cuidadores, más compañeros y potencialmente más fieles. Eso sí, ¡si tienen barba, mucho mejor! En otro de sus estudios, Dixon analizó cómo el vello facial de los hombres les brinda una imagen de mayor virilidad, atractivo, salud y capacidad reproductiva. Lo interesante de sus análisis es que siempre recurre a imágenes para validar el prejuicio que hombres y mujeres tienen respecto de lo que perciben a través del sentido de la vista.

Más allá de la biología, en la que no tenemos injerencia alguna, entre todos hemos construido una cultura en la que debemos ser eternamente jóvenes, hermosos y, sobre todo, delgados y musculosos. La perfección es el *súmmum*. Aunque, entre vos y yo, ¿quién sabe qué es la perfección? ¿Quién determina

qué es aceptable y qué no en materia de belleza? ¿Cuáles son los parámetros que indican los límites entre perfección e imperfección?

La pregunta entonces es:

¿Por qué aceptamos y compramos el ideal estético de la perfección?

Pero no hay una única respuesta, ni este patrón cultural tiene un único agente que lo determina. No podemos echarle la culpa a un único malvado. Es una tormenta perfecta en la que son muchos los factores que convergen para crearla: los medios, los líderes de opinión, los diseñadores y productores de moda, los agentes de modelos, los empresarios textiles, los publicistas, todos los que de un modo u otro deciden qué imágenes nos bombardearán cada día y moldearán la imagen idealizada de quién nos conviene ser. Son estos actores en conjunto quienes arman una realidad no real. Sí, así como estás leyendo, una realidad que no se ve en las escuelas, ni en el supermercado, ni en las oficinas, ni en la sala de espera de un hospital. Una realidad que se vive en una burbuja que sobrevive dentro de ciertos límites. Estos son creados artificialmente por una industria que busca vender productos —que no son necesarios para sobrevivir ni para ser felices, aunque nos hagan creer lo contrario—. Y aunque lo contrario se convierta por un momento en nuestra realidad, solo se trata de un espejismo. Y como el agua en el desierto, ese espejismo termina siendo lo que más deseamos.

Para la mayoría de nosotros, **lo real es que nos cuesta ser y mantenernos delgados**. Vivimos en un mundo con barreras al movimiento, con plena disponibilidad calórica las veinticuatro horas del día los siete días de la semana, con fármacos que engordan, con deuda de sueño, con un alto nivel de estrés, con una generalizada dificultad para manejar naturalmente nuestras emociones, con temperaturas constantes todo el año (calefaccionamos y refrigeramos los ambientes artificialmente). Y, sin embargo, pretendemos delgadez. ¿Quién puede llegar a esa meta sin sufrir las consecuencias lógicas

de una maratón que parece estar destinada al fracaso?

Para poder cumplir con estas demandas, mucha gente se embarca en dietas innecesarias: pasajeras, extremas, restrictivas, extravagantes y peligrosas. Son dietas que ni el gurú o famoso que las vende podría cumplir por más de tres meses. Se sabe científicamente que solo un 5% de los humanos posee genéticamente resistencia a la ganancia de peso.

Claro que para adoptar la dieta y la obsesión que viene como bonus con ella, es necesario un último componente: **una familia o un grupo de pertenencia que los valide**. Ellos pueden generar resistencia y ayudar a replantearnos las decisiones que tomamos, o pueden aprobar y ponerle una alfombra roja al malestar con el cuerpo.

Todos estos son los factores de la tormenta que nos empujan cada vez más hacia el ojo del huracán. Y desde estas páginas te propongo dismantelarlos uno a uno, para definir una estrategia que nos permita ser más libres y aprender a aceptarnos. Como sostenía el escritor Umberto Eco en los setenta: frente a la cultura contemporánea y los medios masivos, promover una “solución de guerrilla” (en la que sugería educar a la audiencia para que consumiera el discurso de los medios de manera crítica), cambiar el eje para consumir críticamente las ideas y las imágenes que se nos ofrecen como verdades absolutas.

Asimismo cabe aclarar que he escrito este libro con la colaboración de mi hija Valeria Groisman, que es licenciada en comunicación y periodista. Las dos somos docentes. Hace muchos años que trabajamos juntas y nos interesan los mismos temas. A veces disentimos. Y hemos ido estableciendo idas y vueltas sobre estas cuestiones en distintos momentos compartidos: veraneos, charlas de café, paseos con cochecito y mamadera, cenas improvisadas y reuniones de equipo.

Este libro que tenés en tus manos trata sobre las mujeres y el lugar que ocupamos en la sociedad y en los medios. Sobre las posibilidades que

deberíamos tener y no todas tenemos. Sobre la falsa necesidad de sentirnos y mostrarnos bellas y perfectas desde que nos levantamos hasta que nos vamos a la cama. Sobre las dificultades que atraviesan nuestras hijas y nietas a la hora de convertirse en mujeres. Sobre los mandatos que les transmitimos sin siquiera darnos cuenta y que las dejan atrapadas en una jaula de la que es difícil escapar.

Si este libro logra inspirarte, seguramente será más sencillo cambiar el modelo de la realidad no real por un modelo basado en una verdad irrefutable: todos los humanos somos diferentes y únicos. Y esa unicidad, esa huella propia de imperfección es la verdadera fuente de la belleza.

MÓNICA KATZ

CON LA COLABORACIÓN DE VALERIA GROISMAN



CAPÍTULO 1
La doncella de hierro

La hermosura es una tiranía de corta duración.

SÓCRATES

Cada cosa tiene su belleza, pero no todos pueden verla.

CONFUCIO

❁ ¿Qué es la belleza?

❁ ¿Por qué la perseguimos?

❁ ¿A quién queremos conformar cuando buscamos la perfección?
¿A los hombres? ¿A otras mujeres?

❁ ¿Por qué la belleza en los hombres es un atributo menor y en las mujeres uno tan esencial?

❁ ¿Es posible crear un nuevo concepto de belleza, más complejo y más justo para todas?

Son las dos de la tarde. La playa arde. El ambiente huele a mar y el olor de los bronceadores y pantallas solares invade el aire de a ratos. La gente se refresca en el agua helada del mar. Los menos osados apenas se atreven a acercar sus pies a la densa espuma que se forma en la orilla.

De pie, justo bajo la sombrilla que está a mi lado, veo a una mujer con un cuerpo magnífico que me llama la atención. Su exagerado maquillaje desentona con las caras lavadas de las demás mujeres. Enfundada en un elegante vestido negro de corte muy cuidado, parece recién salida de una pasarela de París o Milán. La prenda cubre sus brazos hasta por debajo del codo y sus piernas hasta los tobillos. ¡De solo mirarla me da calor! Pero también me intriga saber por qué se viste así... Entonces me dedico a observarla un buen rato. Total, estoy de vacaciones, ¡no tengo nada urgente que hacer!

Luego de un tiempo, arribo a tres conclusiones:

1. No es una mujer religiosa que se cubra por motivos culturales.
2. No parece estar protegiéndose del sol.
3. Su estilo es muy esmerado, casi artificial.

¿Qué le pasa a esta hermosa mujer con su cuerpo? Se esconde, se tapa, se avergüenza de él. Lo padece. Por eso está dispuesta a hacer cualquier sacrificio con tal de sentirse mejor. Esa mujer no es muy distinta de las que veo todos los días en mi consultorio, pero sospecho que su obsesión por la apariencia está llevada realmente al extremo. Con sinceridad, no creo que esa

mujer sea feliz. ¿Cuál es el límite de su sacrificio? ¿A quién beneficia?

La escritora feminista estadounidense Naomi Wolf, en su libro *El mito de la belleza*, describe un instrumento de tortura con forma de mujer, con una capa y figura femenina. Mide más de dos metros de altura. Tiene apariencia de un ataúd vertical, con dos puertas de un grosor considerable, que asegura que los gritos de dolor no puedan ser escuchados. Cuenta, además, con afilados clavos de madera dispuestos de manera tal que se ensartan en diversas partes del cuerpo en cuanto la puerta se cierra, pero sin afectar los órganos vitales. La tortuosa muerte radica en la duración del martirio. Impactante, ¿no?

Hoy muchas nos encerramos dentro de esa imagen de mujer alta y perfecta por fuera, que nos atrapa y resulta ser una tortura.

Repasemos las características que hoy convierten a algunas mujeres en “doncellas de hierro”:

- **Intentar manipular el hambre.** A través de dietas extremas en calorías (dietas de hambre) o en alimentos (aquellas que quitan los hidratos, o los dulces, o las carnes).
- **Intentar manipular el cuerpo.** Exagerado ejercicio físico obsesivo en gimnasios o parques. Se puede reconocer a mujeres que deambulan muy temprano o a altas horas de la noche en ropa deportiva que fluctúa al compás de la moda: desde holgados *joggings* y remeras hasta ajustadas calzas y tops de *lycra*. O mediante cirugías y tratamientos que lo distorsionen y modifiquen, aun corriendo riesgos.
- **Intentar manipular el tono de piel.** Camas solares, donde pagan para recibir peligrosas sesiones de rayos UV, asociados con la aparición de cáncer de piel.

Está claro que el leitmotiv es **mantener eternamente la belleza, la delgadez y la juventud**. Y para ello hay mujeres que están dispuestas a pagar

cualquier costo.

EL RITUAL DE LA DONCELLA

El filósofo griego Platón decía que no había nada mejor para una persona virtuosa que mantener el contacto con los dioses, ya sea mediante ofrendas, oraciones o votos. Los antiguos griegos homenajeban a las diversas deidades para suplicar algún don o para conjurar peligros y enfermedades. Otras ofrendas eran de gratitud y un tercer tipo tenía como objeto la expiación de una culpa o reparación del incumplimiento de la ley que podía ser humana o divina.

El cuidado extremo del cuerpo forma parte de un ritual similar a estos. Cuando se destacan una ofrenda (el cuerpo), una culpa que pagar (a través de la exigencia) y dioses poderosos a quienes conformar (la familia, los amigos, la pareja, los compañeros de trabajo, es decir, un otro), el rito se transforma en obsesión.

Quiero aclarar que el cuidado personal es algo normal, saludable y beneficioso. Todos tenemos hábitos o comportamientos que repetimos sistemáticamente: lavarnos los dientes, bañarnos, depilarnos, perfumarnos o maquillarnos. Muchos necesitamos esta rutina, este orden en nuestras vidas. Hasta puede ser un refugio luego de un día de trabajo. Pero llevado al extremo también puede ser una cárcel.

El dietismo, la cama solar, el sobreentrenamiento y el exceso de bótox o cirugías no implican cuidado, sino riesgo.

¿Cuándo cruzamos el límite en el cuidado y nos adentramos en la zona de riesgo, convirtiéndonos en doncellas de hierro? He aquí una posible lista de indicadores que debemos tener en cuenta.

- Taparse con la ropa por vergüenza a que nos vean como somos.
- Someterse a dietas de hambre.
- Ejercitarse maníacamente, no por buscar en la práctica placer o salud.
- Probar tratamientos y cirugías estéticas como soluciones absolutas, pero que muchas veces nos despojan de nuestra esencia y nuestra unicidad.
- Aspirar a un ideal de belleza inalcanzable.

Cuando como una doncella de hierro moderna te sometés a uno o varios de estos indicadores, la ofrenda sos vos.

DE EXTIRPACIONES Y PRÓTESIS

La cirugía estética ha supuesto un cambio radical para la vida de muchos hombres y mujeres. Lo que hace muchos años era una práctica exclusiva para pacientes con quemaduras, malformaciones o problemas de salud, se ha convertido hoy en un procedimiento al que se recurre para mejorar la apariencia, quitar años, extirpar adiposidades sin esfuerzo, dejar atrás complejos físicos, mejorar la actuación sexual, renovar ciertas partes del cuerpo e incluso aumentar la autoestima.

Según las últimas estadísticas de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS), la intervención que está primera en la clasificación es la liposucción, una técnica que permite eliminar grasa corporal y a la que usualmente recurren las personas que desean “arrancarse” kilos de más sin dietas ni ejercicio. La segunda más popular es la colocación de prótesis mamarias. La tercera que aparece es la blefaroplastia, es decir, la cirugía para levantar los párpados. La cuarta es la abdominoplastia, que remodela el abdomen y la cintura. Y en el quinto puesto figura la rinoplastia, que no es otra cosa que la cirugía de nariz.

¿Qué países son los que más cirugías realizan? Encabeza la lista Estados Unidos, le sigue Brasil y curiosamente, aunque supera en población a los anteriores países, China se queda en tercer lugar. En el cuarto y quinto puestos están Japón y México. El primer país europeo es Italia. Y en Latinoamérica, Brasil, México, Colombia, Venezuela y Argentina continúan entre los veinticinco países con mayor cantidad de cirugías estéticas realizadas, según ISAPS.

Dada la presión cultural por estar bellas y delgadas, es comprensible que cada vez más mujeres recurran al bisturí. Pero ¿qué tipo de profesional acepta someter a un paciente a innumerables procedimientos quirúrgicos, muchas veces innecesarios? ¿Acostumbran los pacientes a chequear qué tipo de cirujano tienen delante?

Aunque las técnicas quirúrgicas pretenden ser cada vez menos invasivas y buscan el bienestar y la pronta recuperación del paciente, la cirugía plástica no deja de ser una intervención que implica cierto riesgo.

Miles de mujeres en el mundo entero invierten sus ahorros para extirpar lo más bello que les fue dado: curvas para engendrar hijos, pechos para alimentarlos, marcas de nacimiento o de expresión y detalles que las hacen únicas. Es posible estar de acuerdo con la decisión personal de cambiar algún aspecto del cuerpo que nos genere incomodidad, pero la tendencia es la transformación en exceso: buscan erradicar lo que sus padres gentilmente les dejaron por herencia.

En mi consultorio recibo a mujeres que buscan desesperadamente cambiar partes de su cuerpo y, cuando lo hacen, la mayoría de ellas pierde su identidad. Yo lo noto, y ellas me lo dicen. Así es como ingresan en un laberíntico proceso que incluye más intervenciones quirúrgicas, más tratamientos estéticos y más costosos cosméticos.

Pero no todas las mujeres se animan a entrar en el quirófano. Las menos audaces, o tal vez las más concienzudas, apuestan al retoque sin cirugía. Entre los procedimientos estéticos no quirúrgicos, el bótox —es decir, la toxina botulínica que se utiliza para disimular las arrugas faciales— se lleva el primer puesto. Le siguen el ácido hialurónico —una sustancia que “rejuvenece” la piel— y la depilación láser. En el cuarto puesto están las inyecciones de grasa en diversos lugares como labios o glúteos y por último otros tratamientos con láser.

También están aquellas que utilizan todo tipo de brebaje, crema y artilugio que prometa modelar, estirar, aplanar y alisar. En fin, ¡buscan un servicio de “chapa y pintura”! Y por supuesto no olvidemos a las eternas “dietantes”, prisioneras de la balanza. Esas que probaron todas, o casi todas, las dietas y siguen en la búsqueda de una que realmente funcione.

Las más “fuertes”, que son una minoría, se quieren tal como son. Y acumulan orgullosas, aunque con cierta nostalgia, las huellas que dejaron los inviernos, las primaveras, los veranos y los otoños de sus vidas. Creo que llegó el momento de comenzar a cuestionar la demanda de perfección. ¿Por qué no empezamos hoy?



¿CON CUÁL DE ESTAS CLASES DE MUJERES TE IDENTIFICÁS?

1) Marcá entre estas opciones:

- La que se somete a cirugías constantemente.
- La que opta por realizar tratamientos estéticos.
- La que elige hacer chapa y pintura.
- La eterna dietante.
- La que se quiere tal como es.

2) ¿Por qué? Anotalo en tu agenda o en un cuaderno para volver a leerlo al terminar el libro.

OTRO EXTREMO

El trastorno dismórfico corporal (conocido con la sigla TDC) fue definido en 1886 por el psiquiatra italiano Enrico Morselli como “la conciencia de la idea de la propia deformidad”. Y se diagnostica cuando “el individuo teme ser deforme”. Claro que la dismorfofobia, como también se denomina a este cuadro, es en realidad un sentimiento subjetivo de fealdad: la persona cree que lo que percibe es evidente para los demás pero, por decirlo de alguna manera, su aspecto está dentro de los límites de la “normalidad”. Las personas que sufren este trastorno psicopatológico recurren constantemente a la cirugía estética para solucionar su ansiedad, angustia o frustración.

“Muchas de las jóvenes, a la hora de adoptar sus ideales de belleza, utilizan modelos validados en los medios o por madres que ya pasaron por el quirófano. Es que el mercado de las apariencias mueve cientos de miles de millones al año. Y está claro que, mientras exista negocio, el fenómeno va a continuar. Hasta ahora las mujeres hemos sido las más vulnerables. Estamos hablando de una especie de acoso psicológico publicitario”, sostiene la escritora y crítica literaria española Lourdes Ventura, autora del ensayo *La tiranía de la belleza*.

Hace algunos años, cuando la violencia de género comenzó a estar en boca de todos, empecé a investigar en profundidad a las doncellas de hierro de las que venimos hablando. Unas mujeres fantásticas por fuera, pero consumidas y torturadas por dentro. Así fue como me arriesgué a afirmar que la tiranía de la belleza y el dietismo eran en sí mismos “violencia simbólica” de género, tomando prestado el concepto que el francés Pierre Bourdieu, uno de los más

importantes sociólogos contemporáneos, propone en su libro *La dominación masculina*.

¿Por qué simbólica? Pues —como explica Bourdieu— se trata de una “[...] violencia amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y el conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento”.

Los hombres, que hasta hace poco estaban ocupados en otros asuntos, ingresan lentamente y de manera voluntaria en el mismo perverso sistema de tortura. La historia mostrará qué futuro les depara. ¿Se convertirán también ellos en “donceles de hierro”?

LA MUJER EN LA HISTORIA

Durante el período más largo de la existencia de la humanidad, la mujer fue considerada un mal necesario. Un ser inferior sistemáticamente despreciado por el hombre. Se le asignaban tareas menores en oposición a las actividades masculinas, que se reconocían dignas de gloria y poder. De acuerdo con el filósofo francés Gilles Lipovetsky, autor de *La tercera mujer*, esa ha sido la “primera mujer” de la historia. Una figura estigmatizada como un ser tramposo y lleno de vicios.

Después de la Edad Media y, a partir del código del amor cortesano que rendía culto a la mujer amada y exacerbaba sus fortalezas morales y estéticas, se produjo un cambio cultural muy importante: surgió la idolatría de la mujer. Sin embargo, el Renacimiento generó un estereotipo de mujer pasiva, frágil, dependiente del hombre e inferior, pero admirada, al menos.

En los siglos XVIII y XIX, la figura femenina fue colocada en un pedestal por filósofos, ideólogos y poetas. En realidad, se enaltecía a la esposa, a la

madre, a la educadora de los niños. Esta fue —según Lipovetsky— la “segunda mujer”. Todavía no se reconocía a la mujer como un sujeto igualitario y autónomo. Lo que sí surgió en ese período fue una especie de poder femenino que consistía en la capacidad de formar a los hijos, educar lo masculino y civilizar comportamientos y costumbres.

En general, a través de los siglos, hemos sido vistas como meros objetos, como cuerpos al servicio de otro, como madres, esposas, cortesanas, hijas, musas...

En su artículo “La tiranía de la belleza”, Marcela Lagarde (académica, antropóloga e investigadora mexicana, y representante del feminismo latinoamericano) coincide con esta idea: “Las mujeres hemos sido consideradas como cuerpo erótico, para el placer de otros; cuerpo estético, para el goce de otros; cuerpo nutricio, para la vida de otros; cuerpo procreador, que da vida a otros y, en este sentido, a lo interno del patriarcado, somos reconocidas y valoradas solo en la medida en que nos dedicamos a esos tantos otros”.

LA TERCERA MUJER

Desde la óptica de Lipovetsky, el siglo XX terminó con una serie de cambios que dieron lugar a una nueva imagen femenina que sigue vigente: “la tercera mujer”. Una característica esencial de este tipo de mujer es que para ella lo estético cobró una dimensión importante.

La delgadez y la tonificación se convirtieron —para este pensador— en sinónimos de autocontrol, dominio y cuerpo adiestrado.

Lipovetsky opina que, si bien podría pensarse que el cuidado personal “igual” a ambos sexos, la belleza parece ser el poder específico de la mujer. Y es tal vez la razón de por qué un señor petiso, feo, pelado y entrado en años

puede elegir a su amada entre numerosas mujeres jóvenes, mientras que una espléndida diosa de cincuenta resulta invisible para la mayoría de los hombres.

Para muchos autores, el arreglo y el cuidado personal representan la sumisión femenina. Afirman que las prácticas destinadas a conservar un cuerpo joven y esbelto, así como la obsesión por la belleza, son consideradas prisiones estéticas.

Yo creo que las mujeres pisamos cada vez más fuerte. Que nuestras huellas dejan marcas. Pero que nuestra búsqueda de autonomía y libertad no ha terminado aún. Creo que no queremos el modelo de vida masculino. No estamos dispuestas a dejarnos devorar por el trabajo y tampoco a dejar de ser sensibles o comunicativas. Queremos ser mujeres, con todo lo que eso implica. Por eso defendemos nuestro derecho a que nos valoren por lo que somos y no por lo que aparentamos ser.

Aunque la belleza femenina quizás pueda ser interpretada como una suerte de poder; sin duda se trata de un imperio débil o, por lo menos, efímero. Naomi Wolf, la mencionada autora que describió a la doncella de hierro, opina que “al asignar valor a las mujeres en jerarquía vertical de acuerdo a una norma física impuesta culturalmente, se expresan relaciones de poder en las cuales las mujeres deben competir por los recursos que los hombres se han apropiado”. Preguntémonos, entonces: ¿por qué nosotras seguimos compitiendo por cualidades físicas absolutamente heredadas? ¿Quién tiene los mejores glúteos? ¿Quién el abdomen más chato? ¿O las piernas mejor torneadas? Ellos, en cambio, compiten por su club de fútbol, por el mejor puesto de trabajo, por la mujer más hermosa o el auto deportivo más veloz. ¿Por qué nosotras competimos entre nosotras, en lugar de aliarnos para construir una cultura más justa para todas?



¿CÓMO TE IMAGINÁS A LA MUJER DEL FUTURO?

Marcá la opción que te parezca más apropiada a tu opinión:

- Con más atributos masculinos que femeninos (una mujer masculinizada para lograr los mismos derechos que el hombre).
- Con una feminidad exacerbada (más obsesión por la belleza, más presión, más sumisión).
- Un híbrido (ni hipermasculinizada, ni hiperfeminizada).
- Libre y única (ajena a los mandatos de la sociedad, abierta a todas las posibilidades, anhelante de placer y disfrute).
- Igual a la actual.

Antes de seguir, me permito una digresión. Siempre me pregunté de qué manera y por qué se le asignó a la palabra **modelo** el significado, entre otros, de “persona de buena figura que en las tiendas de modas se pone los vestidos, trajes y otras prendas para que las vean los clientes”, tal como lo sugiere el diccionario de la Real Academia Española (RAE). Resulta paradójico que sea un vocablo de género masculino, pero que se adjudique más a las mujeres que a los hombres.

UNA CUESTIÓN DE PERCEPCIÓN

En 1997, el fotógrafo Rick Guidotti —que trabajó para marcas de lujo en Nueva York, Milán y París— creó una organización sin fines de lucro a la que llamó Positive Exposure. ¿De qué se trata? Para que lo entiendas es necesario que te cuente la historia de cómo surgió su idea. Durante un descanso en una producción de moda, Guidotti se sintió atraído por una joven con pelo muy

rubio y piel muy clara. Era una joven albina. Al volver a su casa, comenzó a investigar de qué se trataba el albinismo, por qué se daban estas modificaciones genéticas y en el camino se descubrió a sí mismo de una manera distinta. Todas las imágenes que mostraban a personas con esta característica tenían algo en común: se retrataba su tristeza y eran consideradas más como “enfermos” y como “casos” que como humanos. Guidotti resolvió dejar su trabajo en la industria de la moda y se propuso crear esta agencia fotográfica que busca transformar la percepción pública de la gente con características genéticas, físicas o comportamentales distintas al promedio de las personas. Todos podemos ser modelos. Ese es el mensaje.

Lo cierto es que, aunque todavía falta mucho camino por recorrer, la era de los 90-60-90 de a poco se está desdibujando. Algunas marcas ya piden mujeres grandes: su voluptuosidad, a ojos de muchos, las vuelve especialmente sensuales. Existen varios ejemplos. Cara Delevingne, modelo, cantante y actriz inglesa, no tiene la clásica estatura de pasarela, tampoco facciones perfectas ni un cuerpo ideal; sin embargo, trabaja cada vez más en el mundo de la moda. Sophie Dahl, la nieta del escritor Roald Dahl, autor de clásicos de la literatura infantil como *Matilda* y *Charlie y la fábrica de chocolate*, también se convirtió en un referente de belleza sin cumplir con las medidas estándares de la industria.

Uno de los casos más destacados de esta nueva generación de modelos es Whitney Thompson. Fue la primera mujer de talla plus en ganar, en 2008, el *reality show America's Next Top Model*, un programa de televisión cuyo desafío es convertir a una de las participantes en una modelo top. Ha trabajado con estrellas de la magnitud de la cantante Rihanna y ha protagonizado innumerables campañas publicitarias, aunque tiene veintiséis años y pesa setenta y dos kilos. “Si a los hombres solo les gustaran las mujeres como Victoria Beckham, entonces todas trataríamos de lucir como ella; pero afortunadamente no es así, por eso existimos mujeres de todo tipo en el

mundo”, dijo Thompson el año pasado. Whitney es embajadora y vocera de la *National Eating Disorders Association* (Asociación Nacional para los Desórdenes Alimenticios de los Estados Unidos). Después de ganar el concurso del programa de televisión, Whitney sintió que quería hacer algo de trabajo filantrópico. “Siendo la única modelo de talla plus en la historia del programa, pensé que sería una buena idea dedicarme a promover la autoestima y buena imagen de las chicas plus e impactarlas positivamente”, explicó. Su labor ha rendido frutos, pues a fines de 2013 fue nombrada una de las mujeres más influyentes del mundo en una lista que incluía a la ex secretaria de Estado de los Estados Unidos Hillary Clinton y a la actual primera dama Michelle Obama.

Con veintiséis años, una altura de 1,75 cm y un talle dieciséis, otra de las modelos grandes es Ashley Graham. El catálogo de su agencia no hace distinción entre chicas plus o no plus. Recientemente declaró: “Parte del porqué hago lo que hago es para ser un modelo por seguir para las chicas con curvas que no tienen casi ejemplos de mujeres bellas, sanas y grandes. No saben que un poco de celulitis por aquí y por allá está bien, no significa que no seas sana. Creo que vamos en la dirección correcta, aún la industria no es muy incluyente, pero las cosas son muy distintas a como eran hace apenas quince años”.

Fluvia Lacerda es otro ejemplo de que se puede tener éxito en la pasarela sin ser extremadamente delgada: tiene treinta y cuatro años, es brasileña y trabaja en Estados Unidos. En una entrevista aseguró que nunca en su vida ha hecho una dieta. “No me imagino lo esclavizante que sería eso”, confesó. Sus medidas son 109-88-121 y mide 1,72 cm.

LA DICTADURA DE LA BELLEZA

Todos hemos experimentado infinidad de veces la sensación tan particular que nos produce contemplar una puesta de sol, un paisaje idílico o una obra de arte. Sin embargo, no es sencillo explicar por qué. Solo somos capaces de afirmar que se trata de algo bello.

Uno de mis pasatiempos preferidos, además de estos que acabo de enumerar, es conversar con mi nieta Sophia. Por su edad está en un momento en el que sigue conservando la ingenuidad, espontaneidad y frescura de una niña, pero ya posee un razonamiento que le permite sacar conclusiones muy interesantes. En una de esas charlas le pregunté qué era para ella la belleza. “Ser linda, pero en un cuento clásico”, me contestó. No pude menos que reírme. Obviando la referencia a la literatura le consulté, entonces, qué significaba ser linda. Y me respondió: “Ser hermosa”. Por último, cuando le comenté que me estaba enumerando distintos sinónimos de la misma palabra (ella ya sabe qué es un sinónimo y le divierte buscarlos en el diccionario que mi hija Valeria siempre tiene en su escritorio), me dijo: “La belleza es como una metáfora”. Sophia me dejó pensando...

¿Qué es la belleza? ¿Se puede definir en términos objetivos? ¿O es siempre una metáfora de algo más?

BELLEZA.

(De bello).

1. f. Propiedad de las cosas que hace amarlas, infundiendo en nosotros deleite espiritual. Cualidad capaz de provocar en quien las contempla o las escucha un placer sensorial, intelectual o espiritual.

2. f. Mujer notable por su hermosura.

Fuente: Real Academia Española (RAE)

La definición de la palabra **belleza** que propone la RAE habla de “cualidad”, de “propiedad”, pero ¿explica concretamente qué es la belleza?

Como dijo alguna vez una de mis musas inspiradoras, la escritora francesa Simone de Beauvoir, parece que “la belleza es aún más difícil de explicar que la felicidad”. El dramaturgo noruego Henrik Ibsen, autor de *Casa de muñecas*, fue quien más se aproximó a lo que pienso sobre la belleza al opinar que es “una convención, una moneda que tiene curso en un tiempo y en un lugar”.

Ya lo mencioné antes, pero vale la pena repetirlo: la liberación de la mujer es un hecho en muchos aspectos, pero el siglo XXI permanece fiel a la dictadura de un único e inalcanzable ideal de belleza. Nunca se ha registrado un índice tan elevado de seres traumatizados por sentimientos relacionados con la belleza y la estética. Mientras tanto, el modelo de mujer que desea ganar y “llevar la coronita”, la Miss Mundo, la Miss Universo, genera miles de millones de dólares al año.

¿Qué creés que sucedería si todas las mujeres nos valoráramos por lo que somos, más allá de nuestro cuerpo? ¿Si dejáramos de odiarlo? Te doy una muy buena noticia: probablemente dejaríamos de ansiar un ideal inalcanzable para la mayoría, nos aceptaríamos sin condiciones y lo mejor... esbozaríamos una sonrisa cuando nos miramos al espejo.

EL ESTUDIO DE LA BELLEZA REAL

Como ya vimos, la contemplación de la belleza es un placer humano básico. Una tendencia natural. Y produce efectos: alegría y goce. Somos atraídos por aquello que es bello y por eso lo buscamos. Pero la cultura puede encaminar el concepto de belleza hacia diferentes rumbos.

Nuestra sociedad lo ha inclinado excesivamente hacia la apariencia. Y aquí está la clave de la importancia de este tema. Cuando hablamos de “belleza”, lo

primero que se nos viene a la cabeza es lo tangible, lo manifiesto, el aspecto, el color, la forma, más allá de que la belleza posee otras facetas.

¡Somos mucho más que un cuerpo!

“Siempre me ha indignado que se crea que tres números pueden expresar la belleza de una mujer, lo que ha costado tantos endecasílabos a los poetas”, dijo alguna vez el pensador español Julián Marías, discípulo del filósofo José Ortega y Gasset y Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades (1996), al referirse a la arbitraria regla del 90-60-90 como símbolo de la perfección.

En 2010, la marca de cosmética Dove® realizó un estudio a nivel global llamado *The Real Truth About Beauty*, que incluyó a 3200 mujeres de entre 18 y 64 años.¹ El estudio intentó deconstruir —o reconstruir— la percepción de la belleza femenina y mostró que es bastante constante en diferentes países, salvo en Japón. La principal conclusión fue que, al momento de juzgar nuestro atractivo, las mujeres somos nuestras peores críticas.

Lamentablemente, el origen de este fenómeno es la cultura en la que el retrato de la belleza femenina no es ni auténtico ni alcanzable para la mayoría. Esto nos impide disfrutar de lo que somos y es por eso por lo que nuestra apariencia posee un efecto importante sobre nuestra autoestima, felicidad y bienestar.



¿CUÁL DE ESTOS ADJETIVOS DESCRIBE MEJOR CÓMO LUCÍS?

- a. natural
- b. promedio
- c. bella
- d. sexy
- e. diosa

Te preguntará cuánto mejor le va a alguien atractivo o bello... Basándonos en la evidencia, ¡mucho!

El libro *La belleza paga* muestra cómo la sociedad favorece a las personas atractivas. Su autor, el economista y profesor estadounidense Daniel Hamermesh, analiza por qué los bellos consiguen mejores empleos y sueldos, obtienen créditos rápidamente, tienen parejas más atractivas y también mejor educadas. La belleza es crucial tanto para hombres como para mujeres, solo que los estudios muestran que mientras en los hombres la belleza les permite ganar más dinero u obtener mejores trabajos, en el caso de las mujeres, el atractivo posee un fuerte impacto en el mercado del flirteo y el amor, en la posibilidad de “emparejarse” mejor. El autor se pregunta si los mejores ingresos de los bellos no representan una forma de discriminación y de ser así se plantea: ¿quién está discriminando?

El estudio de la marca Dove® mostró que **bella** no es un término que las mujeres asociemos fácilmente con nosotras mismas. La mayoría de las mujeres del mundo se sienten más cómodas utilizando los términos **natural** o **promedio** para describir su aspecto.

La auténtica belleza es un concepto anclado en el alma de las mujeres, pero articulado luego por la cultura o reafirmado por los medios de comunicación, que lamentablemente asocian la belleza solo al atractivo físico, como ya explicamos antes.

Parece que para sentirnos bellas recurrimos a nuestra propia experiencia cotidiana, nuestras relaciones amorosas, nuestra autorrealización. No tanto al refuerzo externo. Por eso no alcanza con que nuestra pareja nos diga que estamos divinas. No pesa tanto el mejor de los piropos como poder entrar en una prenda de talle pequeño.

Resulta llamativo que, de acuerdo con este estudio, las mujeres vemos la belleza como un rango de cualidades o de atributos combinados, como algo más complejo o rico que el ideal popular dominante en la cultura. Para

sentirnos bellas importan también la felicidad, la confianza, la dignidad y el humor que sentimos. En nuestra cultura, la obsesión por la estética sirve a menudo como búsqueda de sentido. La pregunta es: ¿qué estamos buscando y por qué?

¡Qué cultura creamos y aceptamos! Hemos perdido la libertad de meternos al mar sin escondernos, de vestir como queremos, de sentirnos cómodas para realizar ejercicio cuando tenemos ganas, de festejar la vida y lo que el tiempo hace con nuestros cuerpos.

Recordá que los dioses no perdonan ni siquiera a las doncellas de hierro. ¡Siempre quieren más! Los afilados colmillos de la tiranía de la belleza amenazan siempre con morder.

❁ ❁
¿Te preguntaste quiénes son tus dioses? ¿A quiénes obedecés? ¿A los hombres? ¿A las demás mujeres? ¿A la industria de la moda? ¿Al mercado de la belleza? ¿No serás también vos la diosa autoritaria y exigente que se juzga?
❁ ❁

Nosotras mismas nos creemos diosas² con derecho a juzgar. Llegamos al trabajo y comentamos: “¡Qué gorda que está Teresa!”, “¡qué desmejorada se la ve a Clara!”, “Silvia está más arrugada, ¿no?”.

LA BELLEZA INTERIOR

La filosofía oriental siempre ha hecho una valoración más profunda del tema. La belleza es, según esta corriente del pensamiento, un estado del ser que surge de la riqueza interior. La belleza no depende de modas, del color de piel, de los atuendos, y tampoco del peso. La belleza aparece cuando nos

cuidamos física, mental y espiritualmente; cuando nos esforzamos por estar mejor; cuando luchamos por mejorar nuestro entorno, trabajo, familia y comunidad; cuando buscamos el conocimiento; cuando intentamos hallar la tranquilidad; cuando valoramos lo que implican el trabajo, el esfuerzo y el proceso; cuando podemos ser felices sin importarnos cómo lucimos.

Cuando nos concentramos en al menos algunas de estas cosas y no solo en vernos bien frente al espejo, seremos y nos veremos más bellas. Porque al final toda belleza emana de lo que somos; no del bótox, la cirugía o el hambre.

La belleza está al alcance de toda persona que quiera cultivarla. Dejarnos influir por los cánones inalcanzables que delinea la sociedad que entre todos construimos es quizás el eje de nuestra miseria. La tarea más importante: tener el valor de ser nosotras mismas y aceptar nuestra imperfección. Porque el martirio crónico de la cultura de la belleza hiere íntimamente a cada mujer sin necesidad de filosos clavos. Aunque por fuera luzcamos hermosas e indestructibles doncellas de hierro, nuestros gritos (mudos) siguen retumbando en nuestro interior.



UN BUEN RECORDATORIO

Te propongo que armes una lista con los atributos no físicos que admirás de los demás y otra con los que admirás de vos misma. Te sugiero que lo uses como recordatorio de lo que sos. Lo podés pegar en tu heladera, usar como fondo de pantalla de tu computadora o llevarlo impreso en tu billetera.

http://www.clubofamsterdam.com/contentarticles/52%20Beauty/dove_white_paper_final.pdf

2 Me refiero a las diosas de las que hablo en la introducción. Aquellas que nos juzgan por lo que somos o deberíamos ser.



CAPÍTULO 2

Historia abreviada de la belleza

Cada uno de los hombres representa algo nuevo, algo que nunca antes existió, algo original y único. Es llamado precisamente a cumplir esa misión única. Si hubiese habido otro igual, no hubiera sido necesario que existiera.

MARTÍN BUBER

Las arrugas de la piel son ese algo indescriptible que procede del alma.

SIMONE DE BEAUVOIR

- ❁ ¿Cómo fue cambiando el concepto de belleza con el correr de los siglos?
- ❁ ¿Por qué la belleza aparece desde la Antigüedad como un atributo prioritariamente femenino?
- ❁ ¿Por qué no nos hemos resistido a lo largo de la historia?
- ❁ Si Marilyn Monroe viviera hoy, ¿bailaría por un premio o participaría de un reality show para perder peso?
- ❁ ¿Por qué las divas de antes son la antinomia de las divas de hoy?
- ❁ ¿Qué modelo de mujer es más saludable?

Cuando comencé a imaginar la obra que tenés en tus manos, el primer tema que me vino a la mente fue la belleza. ¿Cómo no hablar de la belleza en un libro que busca romper con el ideal estético impuesto por la sociedad? ¿Cómo derribar el mito de la belleza³ al que hacemos referencia a lo largo del libro, sin comprender de dónde viene? ¿Cómo analizar sus mutaciones y vislumbrar su futuro?

No soy fanática de los recorridos históricos. Pero me resulta imposible aproximarme al concepto actual de belleza sin recurrir a las distintas concepciones de lo bello que marcaron la historia de la humanidad. Esta no es “la” historia de la belleza; sería imposible recopilar en un único capítulo semejante cantidad de información. Además, ¿quién podría escribir la historia completa de la belleza?

Lo que estás por leer es “una” historia de la belleza. La historia de la belleza que fui reconstruyendo en mi mente a partir de las lecturas sobre el tema que realicé a lo largo de mi carrera. La historia de la belleza que, a modo de cuento, narro en cada una de mis conferencias. Es una historia que tiene un principio más o menos definido, un nudo complejo y un final verdaderamente incierto. También tiene personajes fijos y otros que van rotando. Pero así como en la morfología de los cuentos de Vladimir Propp —el formalista ruso que en la década del veinte postuló que los cuentos clásicos tienen siempre una estructura semejante con “funciones” que se repiten una y otra vez—, en esta historia son recurrentes algunas funciones que se le atribuyen al cuerpo femenino y a la mujer en general.

Te invito a acompañarme en este viaje apasionante... ¡En el que

seguramente, además de aprender, te llevarás muchas sorpresas!

EL COMIENZO

Si aceptamos que los dos primeros humanos que habitaron la Tierra fueron Adán y Eva, podríamos decir que la belleza nació con ellos. Como se sabe, según la tradición cristiana, musulmana y judía, Dios creó a Adán y, al verlo solo, se dio cuenta de que necesitaba compañía. Tal como se cuenta en el libro del Génesis, a partir de una de sus costillas, Dios creó a Eva. El episodio conocido como el “pecado original” relata que Eva probó el fruto prohibido porque lo consideró “bueno para comer” y “agradable a los ojos”. Luego, como reza la Biblia, le convidó a su marido y, por haber pecado, ambos fueron expulsados del Paraíso.

Habrás notado que ya en los comienzos de la humanidad tanto el sentido de la vista como la percepción de lo que se ve tienen un carácter relevante para la supervivencia. El concepto de “agradable”, que no es un sinónimo de belleza pero remite a ella, marca de alguna manera el momento fundacional de la belleza como noción. Sin pelos en la lengua, me animo a decir que Eva eligió la manzana porque la encontró bella.

El semiólogo italiano Umberto Eco arranca su libro *Historia de la belleza* con una aclaración que quiero compartir: “ ‘Bello’ [...] es un adjetivo que utilizamos a menudo para calificar algo que nos gusta. En este sentido, parece que ser bello equivale a ser bueno y, de hecho, en distintas épocas históricas se ha establecido un estrecho vínculo entre lo bello y lo bueno”. Pero — explica Eco— estos dos conceptos no son intercambiables. Mientras que lo bueno está ligado a un deseo de poseerlo: “Es un bien aquello que estimula nuestro deseo”, dice. En cambio, “es bello aquello que, si fuera nuestro, nos haría felices, pero que sigue siendo bello aunque pertenezca a otra persona”.

¿Qué mejor forma de explicar esta diferencia que con la siguiente frase, también de Eco, que vale la pena recuperar? “El sediento que cuando encuentra una fuente se precipita a beber no contempla su belleza”.

LA BELLEZA ANTIGUA

Hace muchos siglos, en el antiguo Egipto, la belleza ya no era un asunto menor. Tanto los ritos iniciáticos como los mortuorios incluían cuidados específicos del cuerpo. Este es tal vez uno de los primeros datos que se tienen respecto del cuidado estético. En esa época, mujeres y hombres, además de diferenciarse por su biología, tenían cada uno un rasgo característico: ellas lucían una piel clara, pues permanecían en el hogar. Ellos, en cambio, mostraban su piel oscura porque pasaban la mayor parte del día al aire libre y bajo los rayos del sol.

En Grecia el ideal de belleza se basaba en la noción de una armonía entre todas las partes del cuerpo. De acuerdo con la mitología griega, los prototipos de belleza eran Afrodita, la diosa del amor, y Pandora, la responsable de todos los males que aquejaban a los hombres. La belleza estaba ligada a lo natural. Por eso el aseo personal estaba bien visto, pero el maquillaje y la ornamentación eran símbolo de falsedad y simulación.

Pero no pasó mucho tiempo hasta que en Atenas se impuso la costumbre de recurrir a preparados que servían como maquillaje. Luego, las recetas comenzaron a transmitirse de generación en generación.

En Roma la higiene era primordial. De hecho, era infringida con padecimiento. Los vellos se depilaban y la suciedad se eliminaba. Se utilizaban pelucas, dentaduras y lunares postizos, y también corsés. Fue en esta época en la que, por primera vez, se hizo referencia a la idea de “hacer dieta”. Según aparece referenciado en el libro *La historia de la belleza* de

Dominique Paquet, en *El eunuco*, Publio Terencio Africano, autor de teatro de la República romana, escribió respecto de las mujeres con curvas: “[...] por temor a que parezcan atletas, conviene recortarles los alimentos; [...] ¡este es el justo proceder para amarlas!”.

La belleza medieval entronizó a la juventud como la mayor de las virtudes a la que una mujer podía aspirar. La delgadez y los pechos pequeños eran los atributos más codiciados. ¡Qué destino el nuestro! Nos imponen reglas para moldear desde las “lolas” hasta los goces gastronómicos, y lo hacen desde la Antigüedad.

En el siglo XV, con la invención de la imprenta, las fórmulas y preparaciones para dotar a la mujer de una belleza artificial, pero duradera, colocaron a los dietistas en un lugar primordial. Así las recetas mágicas, que gracias a la tecnología podían transmitirse ya con mayor facilidad, se instalaron con fuerza entre las mujeres que deseaban verse y mostrarse jóvenes y agraciadas. Paralelamente, el discurso científico se centraba en el cuidado médico e higiénico del cuerpo.

Parece que fue en ese momento cuando surgió el germen del dietismo que hoy nos tiene prisioneras.

❁ ❁
¿Por qué la belleza aparece desde la Antigüedad como un atributo prioritariamente femenino? ¿Por qué no nos hemos resistido a lo largo de la historia?
❁ ❁

UN IDEAL DE PROPORCIONES ÁUREAS

Durante el Renacimiento surgió el concepto del cuerpo humano “ideal”. La belleza se conceptualizó geométrica y matemáticamente: las proporciones y

las medidas eran los parámetros según los cuales se medía la belleza. Las mujeres cuyos cuerpos no coincidían con esta figura no encontraban otra salida que embellecerse artificialmente recurriendo a la cosmética y el maquillaje excesivos.

Así como hoy la revista estadounidense *People* elige cada año a la mujer más bella del mundo, en el Barroco, la noble italiana Catalina de Médici fue erigida como el modelo de belleza por seguir. El rubio, su color de pelo, era el más venerado, combinado con una tez pálida y una dentadura inmaculadamente blanca.

Ya en el siglo XVIII, el color rojo, que se conseguía con procesos químicos muy caros, asumió popularidad entre la aristocracia. Dejó de ser considerado un símbolo de osadía. En esa época se prefería un cuerpo con redondeces, las caderas anchas y los brazos y piernas mullidos. El corsé seguía siendo furor. Tal vez por eso se recomendaba realizar ejercicio una vez por día y permanecer al aire libre con atuendos cómodos, para contrarrestar las horas de “encorsetada” rutina.

A partir de 1750, la naturalidad y la palidez volvieron a ponerse de moda. María Antonieta fue una de las difusoras de la belleza pura, sin artificios. Con la Revolución francesa, la vieja tradición de someterse a las reglas de un modelo ideal se abandonó. De la mano de la libertad, surgió el concepto de “belleza única”.

Sin embargo, las mujeres no dejaron de manipular el cuerpo. Con vinagre, como bebida; limones, como comida; y poco descanso, para lucir ojeras, ellas buscaban aparentar delgadez.

Pero no todas las mujeres de la época acataban ese modelo de pocos kilos. Para muchas, por el contrario, la robustez era símbolo de haber triunfado como mujer. Ser madre era una cualidad realmente admirada en ese entonces. La maternidad emanaba belleza. Como se explicó en el primer capítulo, la capacidad de procrear y criar niños representaba una suerte de poder

femenino.

En su libro *El mito de la belleza*, Naomi Wolf cuenta que las primeras fotografías de prostitutas desnudas datan de 1840. Poco después salieron a la luz los primeros anuncios publicitarios que recurrían a imágenes de mujeres que se consideraban bellas.

Como venimos repasando, en todas las épocas se perciben dos tendencias opuestas que alternan en popularidad: la natural, generalmente asociada a las clases altas, a la elegancia. Y la otra, la artificial, que se vincula con una versión caricaturesca y descarriada de la belleza femenina.

LA BELLEZA DESDE LA CIENCIA Y LA MODA

Charles Darwin, el naturalista que analizó las especies y sentó las bases de muchos conceptos sobre biología que aún hoy se estudian, también se ocupó de la belleza. De acuerdo con su hipótesis de la selección natural, el rasgo humano característico que definía lo bello era la desnudez. Y particularmente se refería a la falta de pelaje en la mayoría del cuerpo. La belleza —según este revolucionario de la ciencia— favorecía el apareamiento y la reproducción de la especie.

En el ámbito de la moda, a fines del siglo XIX, aparecieron novedosos productos cosméticos y también, a partir de un mayor desarrollo de la ciencia, se prohibieron otros. El deporte renació como antídoto contra el estrés. Por su parte, la exposición solar comenzó a utilizarse como estrategia de prevención de enfermedades propias de la época, como la tuberculosis y el raquitismo. De a poco el cuerpo dejó de ser algo velado para alzarse como un trofeo digno de ser admirado. Así es como las mujeres comenzaron a bañarse en la playa y a practicar deportes al aire libre. Empezaron a destaparse, mostrarse, dejarse ver y hacerse notar.

Al mismo tiempo, la prensa femenina comenzaba a hablar sin tapujos de temas vinculados con la intimidad y la higiene femenina. Además, los nuevos derechos de las mujeres les dieron la posibilidad de decidir por sí mismas qué querían hacer con su cuerpo.

En 1909, en lo que sería un hecho trascendente en la historia de la moda, el diseñador francés Paul Poiret decretó el fin del corsé. Al mismo tiempo se puso de moda el pelo corto, *à la garçonne*, en consonancia con un nuevo ícono de mujer andrógino.



LA VIDA ENCORSETADA

Tratá de conseguir una prenda de un talle menor que el tuyo. Podés pedirla prestada a una amiga o a un familiar. Intentá usarla durante al menos medio día. Así vivían las mujeres del pasado: encorsetadas, atrapadas en su vestimenta.

Recién después de la Primera Guerra Mundial, la salida de la mujer del ámbito doméstico y cierta independencia económica que este fenómeno generó hicieron surgir una práctica de cuidado de la belleza diferente: la cirugía estética, que ya mencionamos, y que tuvo su origen en los hospitales militares.

Aunque por la guerra muchas mujeres salieron a trabajar, como decía la autora feminista Betty Friedan en su libro *La mística de la feminidad*, la década del cincuenta fue el momento en que por antonomasia la mujer se convertía en heroína teniendo la mayor cantidad de hijos posibles.

Alrededor de 1960, terminada la Segunda Guerra Mundial, la industria de la cosmética innovó en colores, formatos y texturas. Las grandes actrices de Hollywood comenzaron a marcar tendencia. Fue la era de las divas voluptuosas: Marilyn Monroe, Rita Hayworth y Sophia Loren. Pero el hecho de que tuvieran curvas no implicaba un descuido de su apariencia. Todas ellas

recurrieron a la tintura de pelo, a retoques estéticos, a dietas, entre otros cambios de imagen.

El movimiento feminista, que ya veía con malos ojos el sometimiento de la mujer a las tareas del hogar y a la estructura familiar patriarcal, se volcó también lógicamente en contra de la industria de la belleza porque la veía como otro de los males de la cultura machista.

Fue en ese momento cuando Twiggy, la primera *top model* de la historia, cuyo verdadero nombre es Lesley Hornby, aterrizó en las revistas de moda. Su cuerpo ultradelgado y ambiguo supuso una ruptura con el modelo de mujer que regía hasta el momento: el de las grandes divas curvilíneas.

Un poco antes, en 1959, Ruth Handler, una empresaria estadounidense, había creado la primera Barbie, inspirada en una muñeca llamada Bild Lilli. Esta muñeca es muy especial para mí porque mi abuela materna trajo una de su único viaje a Europa, en 1960. Al fallecer, mi madre la heredó y luego, vaya a saber por qué, después de limpiezas y mudanzas, quedó en mis manos.

La Barbie original, la primera que se lanzó al mercado, está en el estante de mi escritorio. De hecho, la estoy mirando mientras escribo. En mí funciona casi como un eterno recordatorio de que esa belleza irreal no debe ser nunca una promesa. Que nunca debe contaminar mi cabeza o mi práctica profesional. Quizás sea una herencia transgeneracional. O eso quiero creer.

Pero sigamos con la historia... Fue la fábrica de juguetes Mattel la que finalmente comercializó este objeto de culto entre las niñas. Pronto, Barbie se convirtió en un modelo para imitar, aunque sus medidas y sus rasgos no eran los de una mujer real. Y siguen sin serlo. Por eso, ¡esta muñeca me rebela! Me preocupa su persistencia más allá de su escaso anclaje con el cuerpo real que todas tenemos. Pero parece que, como el resto de nuestro padecimiento relacionado con la belleza y el malestar con el cuerpo que la cultura nos impone, esta muñeca permanece impávida frente al silencio cómplice de la mayoría.

Mientras las Barbies invadían el mundo, representantes del feminismo como Simone de Beauvoir, Germaine Greer, Betty Friedan y Gloria Steinem, defendían los derechos reproductivos de las mujeres y la igualdad de condiciones laborales, entre otros reclamos. También entendían a la belleza como la nueva cárcel de la mujer.

Wolf opina que “al liberarse las mujeres de la mística femenina de la domesticidad, el mito de la belleza vino a ocupar su lugar...”. Y explica que esta creencia se basa en la idea de que la belleza “tiene existencia universal y objetiva”. Sin embargo, argumenta que eso no es cierto ya que cada época y cada cultura tienen una noción diferente de lo que es bello.⁴ Y concluye: “Tampoco es la belleza una función del proceso evolutivo: el ideal de belleza cambia a una velocidad mucho mayor que la evolución de las especies”.

Es lo que estamos viendo en este capítulo. El concepto de belleza nunca ha sido el mismo. El *zeitgeist*, el espíritu de la época, es algo que muta *as time goes by*⁵..., como entonaba Louis Armstrong, el genial cantante y trompetista nacido en Estados Unidos y conocido también como Satchmo.

LA BELLEZA COMO PODER

En 1978, la historiadora del arte Anne Hollander escribió su primer libro: *Seeing Through Clothes*.⁶ Allí la especialista en moda se arriesgó a decir que hasta ese momento nunca había existido un modelo de mujer tan ligado al “aspecto de la enfermedad, el aspecto de la pobreza, el aspecto del agotamiento nervioso”, tal como refiere Wolf. ¿Será que Hollander ya hablaba en ese entonces de los estragos que causaban las dietas restrictivas?

Alrededor de 1980, la belleza adquirió una connotación económica y sociopolítica, además de cultural. Pasó a ser una mercancía. Y los cuerpos femeninos cobraron protagonismo como consumidores de los productos de la

industria de la belleza, que rebosaba de salud.

Esta fue la época en la que yo empecé a trabajar como médica. Las dietas tradicionales ya estaban de moda en ese entonces: la Atkins y la Paleo, entre otras. Las pacientes reclamaban rapidez y eficacia con el objetivo de alcanzar el cuerpo con el que siempre habían soñado. Y nosotros, los profesionales, respondíamos a sus súplicas. Todavía no conocíamos las consecuencias de embarcarlas en ese tipo de tratamientos.

Fue en la década del noventa cuando realmente estalló el *boom* de la belleza, tal como hoy la conocemos y padecemos. Por dar un ejemplo —según Wolf—, en ese entonces en Estados Unidos la industria dietética representaba 32.000 millones de dólares, la cosmética 20.000 millones de dólares y la de cirugía plástica 300 millones de dólares. Paralelamente, el peso comenzó a asociarse con fuerza a la salud. Así la obsesión con la imagen corporal se propagó y generó una verdadera epidemia en adultos y en jóvenes.

Muchas veces cuando veo a algunas niñas me sorprende el interés que tienen en relación con el cuerpo o la moda. No creo haber estado tan preocupada por esas cosas a esa edad. Yo me la pasaba cantando, tocando la guitarra, estudiando o paseando. Mi cuerpo en ese momento era un medio para divertirme, aprender y ser mimada por mis padres y abuelos. Solo eso y nada más que eso.

¿SE PUEDE SER TODO?

Para la llegada del año 2000, la mujer cobró un nuevo rol *multitasking*. Debemos conciliar todos los aspectos de nuestra vida con verdadera destreza, sin descuidar ningún detalle. No es que no seamos capaces de cumplir con todas esas demandas. Pero estamos llenas de responsabilidades. Y cumplimos con muchas de ellas. Entre otras, ¡estar espléndidas siempre!

Hoy la belleza implica estar radiantes mientras cumplimos con todo lo que se nos pide.

Pero el carril del deber no siempre coincide con el del deseo. ¿Queremos hacer todo y ser todo? Ocupadas con tareas, obligaciones, responsabilidades y presiones, tenemos además un modelo al que seguir. Un modelo que no es el de las mujeres que nos criaron. Estamos dedicando demasiado tiempo a observarnos en detalle. “Cuando la imagen corporal queda fragmentada en pequeñas ‘zonas de combate’, tendemos a buscar aquellos productos capaces de dar respuesta a cada una de las ‘zonas de conflicto’”, explica Alejandra Walzer Moskovic, autora de *La belleza* y profesora titular de la Universidad Carlos III de Madrid.⁷ Y agrega: “Si preguntamos a nuestras madres y abuelas en qué consistía su botiquín de belleza y lo comparamos con el de una mujer de hoy, resultará muy evidente de qué manera la promoción de esta forma de autoobservación fragmentada nos ha llevado a convertirnos en pluriconsumidoras del mercado de los productos de belleza”.

La mirada del otro importa tanto, impacta tanto en nuestras emociones que, cuando nos miran, ya no somos nosotras. Somos lo que los demás esperan ver en nosotras. Ver y ser vistos. Imitar y ser imitados. Hoy esa es la cuestión, tal como veremos más adelante cuando hablemos del impacto de las redes sociales sobre nuestra autoestima.

¿Adónde irá a parar la idea de belleza? ¿Permaneceremos atrapadas en un concepto único? ¿Será la belleza del futuro tan importante como la del presente? ¿Seguiremos siendo las mayores exponentes del sacrificio estético? ¿O cada vez serán más los hombres que se preocupen por el cuidado de su cuerpo?

Es importante que empecemos a cuestionar y reformular la idea de belleza que tenemos incorporada. ¿Por qué no crear un índice de belleza que mida no solo la apariencia, sino también las capacidades, las habilidades, las características que nos hacen únicas? Como dijo alguna vez el filósofo y escritor austríaco Martín Buber, cada persona que nace es original y si hubiera otra igual no hubiese sido necesario que existiera. Entonces, ¿por qué nos empeñamos en parecernos a otros cuando lo mejor que tenemos es lo que nos hace ser quien somos?



DESCUBRIR TU BELLEZA REAL

Te propongo que escribas qué te gusta de vos. La consigna implica que no podés mencionar ninguna característica física.

3 Me refiero al mito de la belleza, según lo define Naomi Wolf, que se explica en el apartado “La belleza desde la ciencia y la moda” de este mismo capítulo.

4 Wolf cuenta en su libro *El mito de la belleza* que “los maoríes admiran una vulva carnosa y los padaung, los pechos caídos”. Incluso, según cuenta, “entre los miembros de la tribu wodaabe de Nigeria [...] la tribu tiene como obsesión la belleza masculina”.

5 *As time goes by* es un clásico del jazz compuesto por Herman Hupfeld para el musical de Broadway, de 1931, *Everybody's Welcome*. Fue popularizado en la película *Casablanca* (1942) En español se entiende como “a medida que pasa el tiempo”.

6 La traducción al español sería algo así como “Viendo a través de la moda”.

7 La profesora Walzer Moskovic fue entrevistada especialmente para este libro en mayo de 2015.



CAPÍTULO 3
**La imagen corporal:
¿qué ves cuando te ves?**

*Permanecí frente al espejo intentando
apoderarme de mi imagen.*

DAN ARIELY

- ❁ ¿Encontrás relación entre la forma en que percibís tu imagen y la forma en que tu madre percibe la suya?
- ❁ ¿Qué tipo de comentarios de tu cuerpo recibías por parte de tu familia cuando eras pequeña?
- ❁ ¿Encontrás relación entre esos comentarios y la forma en que te ves hoy?
- ❁ ¿Te mirás al espejo?
- ❁ ¿O evitás encontrarte con tu reflejo?
- ❁ ¿Cómo llegaste a definir lo que significa ser bella?
- ❁ ¿Qué experiencias o mensajes contribuyeron a formar la idea que tenés sobre tu cuerpo?

Estaba oscuro. La alarma del celular ya había sonado dos veces. Se levantó y tambaleándose se dirigió al baño. Subió a la balanza como todos los días, miró hacia abajo y un número la entristeció: 62. “¿Cómo pude subir tanto en un fin de semana? ¡Isabella, hoy vas al gimnasio al menos dos horas, y de almuerzo una ensaladita!”, se dijo a sí misma. El sol de primavera anunciaba una luminosa y cálida jornada, pero ella solo imaginaba nubarrones que presagiaban un día de tormenta. Una tormenta íntima y arrasadora: su malestar corporal.

UNA AUTOESTIMA CÓMODA

En la Facultad de Medicina nos enseñan que la gente quiere estar sana. De hecho, esa creencia es una de las deformaciones profesionales en la carrera para convertirse en doctor. Nos dicen que la mejor manera de motivar a un paciente es decirle que, si incurre en comportamientos de riesgo como fumar, comer en exceso, ser sedentario o consumir mucho alcohol, entonces su salud puede deteriorarse.

Entonces, ni bien estrenamos guardapolvo blanco y matrícula, lo hacemos. Lo hacemos hasta que nos damos cuenta de que, salvo un mínimo sector de la población, la mayoría no busca estar sana, salvo que esté ya enferma, que un ser querido haya enfermado repentinamente o haya fallecido en forma inesperada.

El tiempo y la experiencia clínica evidencian otras prioridades: la gente

está preocupada por hacer más amigos, cambiar de trabajo o trabajar menos, divertirse, ganar dinero, programar el próximo fin de semana o las vacaciones que se avecinan, mudarse, subir escaleras, volver a practicar su deporte favorito con los amigos de siempre, bailar, aprender algo nuevo, enamorarse o por lo menos intentar conquistar.

La salud es un medio para poder concretar muchos de nuestros deseos.

Para cumplir objetivos, tareas cotidianas o simplemente sueños, la salud aparece como una necesidad. Pero rara vez es el eje de la búsqueda. La gente quiere un cuerpo cómodo más que un cuerpo sano.

Pero ¿qué es un cuerpo cómodo? Ese es precisamente el tema de este capítulo. Como Isabella, la joven de la historia que te conté al inicio, la comodidad corporal, la satisfacción con el cuerpo que habitamos, es una construcción compleja y cultural. Depende tanto del medio donde crecemos y vivimos como de nuestras características personales heredadas y remodeladas por ensayo y error.

Lo cierto es que es difícil sentirse cómodo con un cuerpo si lo percibimos alejado del ideal estético reinante. Un ideal que construimos entre todos. Que está inserto en nuestra cultura y que los medios de comunicación reproducen cada día.

En su libro *El cuerpo, territorio de la imagen*, la argentina Elina Matoso, licenciada en Letras y coordinadora de trabajo corporal, lo explica así: “Cuando la imagen que se posee no concuerda con la imagen de la pantalla, se queda el hombre perdido. Deambula, rechazado, ignorado, desconocido. Pero cuanto más se parece a ese prototipo idílico, más se pierde el cuerpo para la propia identidad”. Una paradoja difícil de resolver.

Para poder profundizar, comencemos por algunas definiciones necesarias... El autoconcepto es la suma de pensamientos y sentimientos que tenemos sobre

nosotros mismos, e incluye la autoestima. La autoestima, en cambio, es nuestra evaluación global de lo que valemos: cuánto nos gustamos, cuánto nos aceptamos y en qué medida nos respetamos en todos los aspectos.

Esta evaluación está compuesta por dos variables: los sentimientos que surgen de nuestro propio valor, pero basados en la mirada de los demás, y la percepción de eficacia que creemos tener en distintos aspectos de la vida, construida sobre la base de nuestras propias acciones.

Según el médico e investigador Morris Rosenberg, quien creó la escala de autoestima más utilizada por médicos y psicólogos de todo el mundo, la autoestima fluctúa en el largo plazo.⁸ ¡Esto se debe simplemente a que vivimos! Las cosas nos salen mejor o peor; los que nos rodean nos valoran más o menos. Un día estamos orgullosas de nosotras mismas porque aprobamos un examen o nos ascendieron en el trabajo; dos semanas después, nos martirizamos porque no alcanzamos una meta que nos habíamos propuesto. Los lunes estamos “pum, para abajo” y los viernes, “pum, para arriba”.

Además de su fluctuación, la autoestima tiene otra característica fundamental: posee varios dominios. El que nos interesa en este caso es el físico que a su vez incluye otros: la condición física, la actuación deportiva, la fuerza y, por supuesto, la apariencia, es decir: el atractivo.



LA ESCALA DE LA AUTOESTIMA:⁹

A continuación te propongo completar la prueba de la autoestima de Rosenberg. En cada pregunta elegí una sola respuesta. Al finalizar, sumá los puntos que hay a la derecha de cada respuesta elegida. De esta manera podrás enterarte de cómo está tu autoestima. Intentá responder de la forma más sincera posible porque, entre nosotras, nadie más que vos sabrá el resultado y los datos que obtengas te serán útiles

para conocerte más y mejor. Importante: los resultados de esta prueba solo tienen un valor orientativo, no pueden reemplazar nunca la consulta profesional. Lista, preparada, ¡ya!

1. Siento que soy una persona digna, al menos tanto como las demás.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

2. Estoy convencida de que tengo buenas cualidades.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

4. Tengo una actitud positiva hacia mí misma.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

5. En general, estoy satisfecha conmigo misma.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgullosa.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

7. En general, me inclino a pensar que soy una fracasada.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí misma.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

9. Hay veces en las que realmente pienso que soy una inútil.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

10. A menudo creo que no soy una buena persona.

- A. Muy de acuerdo 4 puntos
- B. De acuerdo 3 puntos
- C. En desacuerdo 2 puntos
- D. Muy en desacuerdo 1 punto

¿Cómo interpretar el resultado?

Entre 0 y 25 puntos, tu autoestima es baja.

Entre 26 y 29, tu autoestima es normal.

Entre 30 y 40, tu autoestima es buena, incluso excesiva.

Llegamos a un punto clave de este libro. Hemos visto que la autoestima

incluye todo lo que somos. Y dentro del dominio de lo físico, nuestra autoestima no solo depende de ser o sentirnos atractivas. Hay muchos otros aspectos de lo corporal que integran la autoestima y, por lo tanto, pueden aumentarla. Entre ellos está nuestro rendimiento físico, habilidades con el cuerpo, destrezas para realizar manualidades, arte, cocina, deporte, música; también nuestra elasticidad, fuerza, desempeño sexual, en fin... Todo lo que con nuestro cuerpo hacemos o podríamos hacer. Para pensar, ¿no?

¿Por qué nos cuesta tanto pensarnos como un todo? ¿Por qué nos empeñamos en ser solo un cuerpo? ¿Solo somos lo que vemos? O lo que es peor, ¿solo somos lo que los otros ven de nosotras? Si nos pensáramos holísticamente, sumando todos nuestros atributos, no solo los estéticos, ¡seguramente todas nos sentiríamos mucho más valiosas!

Creo que es imprescindible educar y estimular en las chicas la percepción y el desarrollo de los atributos que por costumbre ni miramos en nosotras, pero que valoramos más en los varones: la fuerza, la habilidad manual, la tenacidad, la capacidad resolutiva, la orientación, la valentía.

Quizás podemos dejar de regalarles únicamente muñecas a nuestras hijas, sobrinas o nietas. ¿Por qué no motivar a las nenas para que jueguen con autos, camiones, legos, barriletes, pelotas, herramientas?

Volvamos a la autoestima. Como veníamos diciendo, esta posee diferentes áreas. Ahora agregaremos a la ecuación una variable clave para entender el concepto: entre los diferentes dominios existe influencia mutua. Por ejemplo, una alta satisfacción en un subdominio, como la fuerza para jugar al hockey o al tenis, mejora la autoestima de una mujer, aunque su cuerpo o imagen no le generen recompensa o seguridad en sí misma.

Una súbita mejoría de la autoestima global se puede irradiar, se puede generalizar y así afectar positivamente varios subdominios. Por ejemplo, si nos seleccionan en nuestro trabajo, entre múltiples candidatos, para una función importante o compleja, quizás nuestra autoestima esté en ascenso

durante un tiempo, aunque siga sin conformarnos una parte de nuestro cuerpo. Y esa es la idea que deseo transmitir. ¡Somos muchas cosas más que un cuerpo! Y toda esa maravillosa complejidad nos da valor. No hace falta un cuerpo perfecto, tener veinte años u ostentar un peso ideal para sentirnos valiosas.

De igual forma, si una deportista o una modelo con cuerpos armónicos, jóvenes y de peso normal resultan despreciadas por una persona importante de su entorno, su actuación profesional puede verse afectada, más allá de lo objetivo de su técnica profesional o su belleza. Es decir, si hieren una parte de nuestra autoestima, eso disparará un “oleaje” de sentimientos negativos respecto de nosotras mismas.

**La autoestima es el más poderoso predictor de satisfacción corporal.
Es más importante que el nivel de grasa que posee nuestro cuerpo.**

IMAGEN CORPORAL

La imagen corporal es el dibujo mental que tenemos de nuestro cuerpo. Incluye pensamientos, emociones, juicios, sensaciones, conciencia y comportamientos. Como ya describimos, se desarrolla en la interacción con los otros, pero también es producto de la genética y el medio en el que vivimos. Es decir, no es lo mismo tener una contextura física grande y crecer con padres de peso normal que criarse en una familia donde todos son obesos o viven a dieta.

Las primeras referencias al concepto de **imagen corporal** se hallan en trabajos médicos sobre neurología de principios del siglo XX. En 1905, el doctor Pierre Bonnier acuña el término de “aschemata” para definir la sensación de desaparición del cuerpo por daño cerebral. Pero es Paul Ferdinand Schilder quien propone la primera definición multidimensional. En su definición de imagen corporal se conjugan aportaciones de la fisiología, el

psicoanálisis y la sociología. Para él, la imagen corporal es “la figura de nuestro propio cuerpo que formamos en nuestra mente, es decir, la forma en la cual nuestro cuerpo se nos representa a nosotros mismos”.

En la década del sesenta, Hilde Bruch, psicoanalista y autora del clásico libro de trastornos alimentarios *La jaula dorada*, puso de manifiesto la importancia de una alteración de la percepción corporal para desarrollar un trastorno alimentario. A partir de ese momento, en el mundo científico creció el interés por la imagen corporal y se comenzó a pensar cuáles podrían ser las técnicas de evaluación para definirla.

Desde hace cinco años organizamos en forma anual con mi equipo el Evento No Dieta®.¹⁰ En la última edición de 2014, el lema que elegimos fue “Mucho más que un cuerpo”. Luego de la conferencia, más de 350 personas pusieron literalmente el cuerpo en nuestros talleres saludables, que incluyeron una actividad que en particular generó mucho impacto. La consigna era que cada participante dibujara el contorno de su cuerpo en un papel gigante. Más tarde un profesional de nuestro equipo se encargaba de calcar el contorno real del participante en la misma hoja, pero con otro color. Los resultados fueron muy interesantes: las personas con sobrepeso se dibujaban más delgadas de lo que eran en realidad y las más menudas se ilustraban más grandes. En ambos casos, al ver el dibujo final con la comparación de la imagen corporal y la real, las participantes se mostraban sorprendidas. Ninguna se dibujaba como verdaderamente era.

El problema es que percibirse más grande de lo que somos no impacta solo en lo que vemos, sino en cómo vivimos nuestro cuerpo.

Los especialistas estadounidenses David Garner y Paul Garfinkel proponen que la alteración de la imagen corporal puede expresarse en dos niveles. Por un lado, la alteración en la percepción genera una incapacidad para estimar con exactitud el tamaño corporal. Pero, por el otro, se disparan cambios

cognitivos y afectivos hacia el cuerpo, con emociones o pensamientos negativos que se anclan en la percepción alterada de la apariencia física, pero que se validan por una cultura que rinde culto a la perfección y discrimina al que se muestra diferente al modelo imperante.

Además de los componentes perceptivos (cómo percibimos), cognitivos (cómo entendemos y poseemos creencias) y emocionales (cómo sentimos), están los comportamentales (cómo nos comportamos).¹¹ Nuestras conductas tienen origen en cómo vemos la forma de nuestro cuerpo y el grado de satisfacción que sentimos por él. Por ejemplo, muchas de nosotras evitamos situaciones en las que se vea nuestro cuerpo desnudo, o compramos prendas que disimulen ciertas partes de él. En el cine no se cansan de repetir el cliché de la mujer que pide a su compañero que apague la luz para tener relaciones sexuales. ¿Te suena?

El investigador Thomas Cash sostiene que la imagen corporal es un concepto multifacético, interrelacionado con sentimientos de autoconciencia: “Cómo percibimos y experimentamos nuestros cuerpos se relaciona significativamente con cómo nos percibimos a nosotros mismos”. Según él, cada uno posee imágenes corporales que no deben por qué tener un buen correlato con la realidad.

Lo cierto es que la imagen corporal es una construcción. Y como tal puede ir cambiando. Además, como ya se mencionó, nuestra imagen corporal está socialmente determinada. Desde que nacemos, la familia, los amigos y el resto del mundo impactan en nuestra autopercepción del cuerpo. Por eso no es fija, es una construcción dinámica que varía a lo largo de toda la vida en función de las experiencias que vamos viviendo.

A su vez, la imagen corporal influye en el procesamiento de la información que percibimos. En otras palabras: la forma en la que percibimos el mundo está influenciada por el modo en que sentimos y pensamos nuestro cuerpo. Y de manera simultánea, nuestra imagen corporal, tanto consciente como

inconscientemente, influye en nuestro comportamiento.

Ahora, ¿es posible entender por qué son tan importantes los padres en el desarrollo de la imagen corporal? Los padres somos los espejos que reflejan las cualidades y defectos de nuestros hijos. Si solo reflejamos los defectos y no incluimos las cualidades, promovemos en ellos una imagen incompleta que marcará profundamente su autopercepción, su imagen corporal y su autoestima.

Tal como veremos en el capítulo dedicado a la familia, muchos padres miran y piensan a varones y mujeres de manera distinta. Estas diferencias dejan marcas. Por lo general, mientras que a los niños les festejan la fortaleza, la seguridad y los educan para mostrarse rudos y poco expresivos, a las niñas se las cría para ser lindas, respetuosas y conformar a los demás. También se las trata con más delicadeza, lo cual puede ser positivo, pero a veces puede generar incapacidad para moverse libremente, actuar o defenderse.

Con estas actitudes, los padres y adultos en general limitamos sus oportunidades aun sin proponérselo y las dirigimos, muchas veces, a ser más dependientes de los otros, de su mirada y aprobación. Entonces, el cuerpo, la belleza y la delgadez aparecen como un pseudopoder femenino, aunque, como ya hemos expuesto, muy efímero y falso.

❁ ❁
¿Qué actitudes reconocés en vos que influyen en la percepción que tienen de sí mismos tus hijos? De los anuncios que tu familia ve en televisión, ¿cuáles están dirigidos a los varones y cuáles a las mujeres? ¿Qué valores promueven para unos y otras?
❁ ❁

NOSOTRAS FRENTE AL ESPEJO

En el cuento “Cornelia frente al espejo”, la escritora argentina Silvina Ocampo muestra a un personaje que solo “es” en tanto se ve reflejada en el espejo. El espejo, humanizado, toma la forma de cómplice, aunque a veces se rebele y le retruque una realidad que sus ojos no ven o su conciencia no recuerda. Al igual que Cornelia, las mujeres nos miramos en el espejo y confiamos en la imagen que nos devuelve este invento humano tan particular que enaltece solo uno de nuestros sentidos. Para mí, el menos confiable de todos.

La invención del espejo, tal como lo conocemos, se le atribuye a un alemán llamado Justus von Liebig, que era profesor de Química. En 1835, ideó una técnica para aplicar una capa de plata sobre la parte posterior de un panel de vidrio pulido. Pero parece que los primeros espejos datan de 6.000 años a. C. En realidad eran vasijas pulidas de roca de obsidiana en las que se recogía agua. En el siglo I comenzaron a aparecer los primeros espejos que tenían vidrio. Finalmente, los antiguos romanos y también los griegos empezaron a usar aleaciones de metal, bronce, estaño y plata, capaces de reflejar la luz en superficies altamente pulidas.

❁ ❁
¿Por qué tenemos desde siempre tanta necesidad de vernos? ¿Qué ven nuestros ojos? ¿Acaso ven realmente lo que somos? Estas preguntas pueden resultar muy útiles para repensar el valor que le damos a nuestra imagen frente al espejo en un probador de ropa o en el reflejo de una vidriera.
❁ ❁

Desde la física se dice que el observador le imprime subjetividad a lo que observa y hasta lo modifica. De alguna forma, el mundo que vemos está influenciado por nuestras creencias que, para colmo de males, muchas veces ni

siquiera son conscientes. Estas creencias modelan la realidad. Nuestra percepción diseña lo que vemos.

LA CONCIENCIA DE NOSOTRAS MISMAS

Como ya vimos, la imagen corporal es un concepto central para la autoestima. Pero ¿cómo desarrollamos nuestro *self*, es decir, la conciencia de nosotras mismas? Para explicarlo, nos basaremos en el autor estadounidense George Herbert Mead,¹² un teórico de los procesos de socialización en relación con la imagen corporal. En principio, que una persona posea un *self* significa que es capaz de percibirse, que tiene una concepción de sí misma y por eso puede actuar reflexivamente basándose en ello. Esto lo convierte en una persona única.

Si bien nacemos con un cuerpo fisiológico o anatómico, el *self* se desarrolla en el proceso de interacción del bebé con su ambiente. Aprendemos a percibirnos como parte de nuestra familia, ese conjunto de personas entre las cuales nos convertimos en lo que somos. Pero la base fundamental para desarrollar el *self* es la relación íntima entre la madre y el recién nacido.

Existen dos condiciones esenciales que dan lugar a la aparición del *self*. La primera es que la madre o el adulto a cargo deben ver al chico como un otro, con sus propios deseos y necesidades. Y la segunda es que deben aceptar la dependencia que el bebé tiene respecto del adulto que se encuentra a cargo. Para que un chico sienta que lo propio es aceptable y valioso necesita reconocimiento de sus llantos, sus gestos, su enojo, su curiosidad. Todos estos elementos deben ser aceptados.

El intercambio entre el adulto y esas particularidades del niño es el alimento emocional que el pequeño internaliza para desarrollar su *self*. Ahora, si las manifestaciones del hijo son sistemáticamente ignoradas o

malinterpretadas, se genera en el bebé la sensación de que algo está mal, de que algo es incorrecto. Y se resuelve de variadas formas. O el chico se culpa a sí mismo y desarrolla solo los aspectos que el cuidador puede percibir, o halla dentro de sí los gestos de su madre o cuidador para conformar y mantener al adulto dentro de la relación.

De hecho, todos hacemos un poco esto. Establecemos relaciones basadas en un reconocimiento compartido de aspectos de nuestro *self*. Por eso nos hacemos amigos de ciertas personas y de otras no. O nos sentimos cómodos en algunos grupos y en otros no tanto. El problema es cuando el *self* que habitamos es falso y lábil, y requiere constante confirmación para existir.

¿CÓMO DESARROLLAMOS LA NOCIÓN DE CUERPO Y LA IMAGEN CORPORAL?

Lo mismo que dijimos antes del *self* vale para el cuerpo: no es en sí mismo, sino que se construye sobre la base de las relaciones con los otros. Todo comienza cuando nacemos. Como ya explicamos, nos integramos a la familia y la cultura a través del vínculo con nuestros padres, abuelos y cuidadores.

Al comienzo es en general la madre la que decodifica las “ideas” sobre el cuerpo. Si el cuerpo del bebé no es reconocido, si no es aceptado, si no es valorado, si no es acariciado, la construcción de ese cuerpo será inestable y precaria, y requerirá permanente aprobación de los demás; esa misma que no tuvo durante su desarrollo.

Un ejemplo de déficit absoluto de desarrollo son los casos de chicos salvajes hallados lejos de la civilización. El más famoso es Víctor de Aveyron,¹³ un niño que a sus doce años aproximadamente fue encontrado en los bosques de Francia, cerca de la ciudad de Toulouse, al sudoeste del país. Estos chicos no muestran gestos humanos. Toman las características de los

animales entre los que crecieron. Algunos ni siquiera caminan ni desarrollan un lenguaje humano.

Un poco como ocurre en la película *Zelig*¹⁴ con el personaje protagonizado por Woody Allen, Leonard Zelig, que podía mimetizarse con las personas de las que se rodeaba. El síndrome de Zelig, que lleva este nombre por el film, se descubrió en un hospital de Nápoles (Italia) en un paciente que tenía una dependencia ambiental tan acentuada que asumía diferentes roles sociales según su entorno.

Sin llegar a extremos, muchas personas que no han sido acompañadas amorosamente durante su desarrollo muestran una tendencia a mimetizarse con el entorno social que las rodea. Por supuesto que desarrollar y mantener cierta autonomía no es sencillo para la mayoría. Ser diferente y romper las reglas es todo un desafío. Hay quienes se animan más y quienes se animan menos.

De todas formas no existe persona que no moldee algún comportamiento o conducta de acuerdo con el medioambiente o el núcleo social en el que está inmerso. Por ejemplo, si estamos de campamento, seguramente adoptaremos ciertas conductas que consideraríamos inapropiadas en un hotel de lujo. Y si estamos inmersos en una cultura que privilegia la delgadez o la belleza y hemos crecido en una familia que ha legitimado estos valores como esenciales, será extraño que no sigamos ese sendero, quizás como modo de compensar las falencias que tuvimos durante el desarrollo o no. A veces simplemente lo hacemos para pertenecer y no quedar afuera del grupo.

Quiero resaltar que todo lo que adoptamos lo aprendemos, directa o indirectamente, de los demás. Y no solo por imitación. Muchas veces depende de cómo los otros que nos importan nos tocaron, nos cuidaron, nos hablaron. Por eso la negación, el rechazo, un estilo distante, la falta de cuidado y de caricias, la escasez de interacción cercana y amorosa, la carencia de contacto suficiente con el cuerpo del bebé o la interpretación errada de sus percepciones (como hambre o saciedad) o sus gestos, poseen una enorme

influencia sobre el desarrollo emocional. Y en consecuencia eso impacta en la imagen corporal.

Si poseemos un estilo cariñoso y demostrativo, si alimentamos a los chicos con la porción justa, si somos capaces de percibir sus señales de hambre y saciedad, si construimos un momento relajado, lleno de afecto, contención y diversión, si percibimos el cuerpo de nuestro bebé como adecuado, gracioso, entonces contribuiremos a un buen desarrollo de su estima. En cambio, si los sobrealimentamos porque queda alimento en el plato; si no prestamos atención a sus señales de saciedad; si hablamos por celular mientras los alimentamos; si discutimos con nuestra pareja o trabajamos mientras les acercamos la cuchara; si percibimos su cuerpo como inadecuado, imperfecto, desagradable o incontrolable (en espejo con el nuestro); si no lo miramos con cariño; si no lo hacemos sentir valioso en cada cosa que intenta, aunque falle en esa intención; si no lo aceptamos incondicionalmente más allá de cuán armónico, inteligente o habilidoso sea... Todo eso equivale a ignorarlo y esa actitud sostenida en el tiempo siempre marcará su desarrollo e imagen corporal.

Nuestra corporalidad recibida con aceptación e interés será el material sobre el cual un chico armará su propia imagen corporal y su confianza. No estoy diciendo que debemos ser padres perfectos al ciento por ciento. ¿Quién puede serlo? El punto es cuántas de las interacciones que tenemos con nuestros hijos son satisfactorias. El punto es cuántas de las interacciones de nuestros padres con nosotros fueron satisfactorias.

❁ ❁
¿Encontrás relación entre la forma en que percibís tu imagen y la forma en que tu madre percibe la suya? ¿Qué tipo de comentarios de tu cuerpo recibías por parte de tu familia cuando eras pequeña? ¿Encontrás relación entre esos comentarios y la forma en que te ves hoy?
❁ ❁

MADRES Y CUERPOS

Como vemos, solo existe un cuerpo en relación con otro cuerpo. De hecho, las normas sociales de una cultura acerca del cuerpo y el estilo parental particular con el que crece un chico determinan su imagen corporal y también su salud mental.

Es imprescindible dejar en claro cuán cruciales son estas relaciones tempranas en la definición de la sensación subjetiva de corporalidad. En realidad, para construir su imagen corporal, el niño integra el cuerpo que imaginan sus padres aun antes de conocerlo, el que trae concretamente y el que aprende a percibir.

En general, la madre percibe diferente el cuerpo del hijo varón y eso quizás es su tabla de salvación. En la mujer esto es más complejo, pues la nena se convierte en lo que su madre es. No es casual entonces que la insatisfacción corporal y los trastornos alimentarios tengan una mayor cabida en el mundo femenino que en el masculino. A nosotras nos enseñan a ser lindas; a ellos les enseñan a querernos si los atraemos físicamente.

Por supuesto que ambos géneros somos impactados por las relaciones, las construcciones sociales, las fantasías, las proyecciones y los roles. Pero en el caso de las mujeres existe un ingrediente particular. La mayoría, de un modo u otro, hemos conocido la inseguridad, la incomodidad, el malestar y la insatisfacción corporal.

Durante los últimos cincuenta años, para ninguna mujer ha sido fácil habitar su cuerpo. Las niñas son atacadas por el mercado de la belleza, que intensifica el malestar corporal que a veces ya cargan desde pequeñas. Es algo recurrente y difícil de sortear.

Hace poco fui testigo de una escena que quiero contarte. Una madre iba caminando por la calle con su hija pequeña, de unos cuatro o cinco años. Al pasar delante de un gran cartel que mostraba a una mujer espléndida con una

cabellera tan artificial como la de Rapunzel —el personaje del cuento infantil que utiliza su larga trenza para escapar de la torre en la que está encerrada—, la nena dijo: “¡Qué lindo cabello que tiene! Me gustaría tenerlo así...”. Aunque la madre le explicó que esa foto no era real, la nena le contestó: “Pero yo quiero ese pelo igual”.

Como venimos explicando, la autoestima está íntimamente ligada a la imagen corporal. Y en la imagen corporal, además de la percepción de los otros y de nuestra propia percepción, también influyen las imágenes que internalizamos como modelo. Por ejemplo, la de la mujer con el pelo de Rapunzel.

Lamentablemente, la apariencia es hoy un eje central de nuestra cultura. Como dice la actriz y conductora de televisión argentina Mirtha Legrand: “Como te ven, te tratan, y si te ven mal, te maltratan”. Por eso no resulta sorprendente que la satisfacción corporal sea consistente en ambos sexos hasta la adolescencia. Después, con la edad, comienza a disminuir en las mujeres.

LA EVALUACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL

Todos poseemos simultáneamente tres imágenes:

- **una perceptual**, que incluye información sobre nuestro tamaño y la forma de nuestro cuerpo;
- **una cognitiva**, que incluye los pensamientos, los mensajes que nos decimos y las creencias que tenemos sobre nuestro cuerpo;
- **una emocional**, que incluye nuestros sentimientos sobre el grado de satisfacción que tenemos con nuestro cuerpo y con las experiencias que este nos permite vivir.

Se considera que existe una alteración de la imagen corporal cuando uno o varios de estos componentes están modificados. Por eso, cuando hablamos de distorsión de la imagen corporal, es necesario especificar de qué aspecto de la imagen corporal estamos hablando.



¿CÓMO TE VES?

Te propongo realizar la prueba que aparece a continuación y se conoce como Body Attitude Test (BAT).¹⁵ Se trata de veinte preguntas. El puntaje total es 100. Cuanto más alto sea el puntaje que obtengas, mayor es la distorsión de tu imagen corporal.

A cada ítem se contesta en una escala que va desde 0 (nunca) hasta 5 (siempre).

1. Si comparo mi cuerpo con el cuerpo de personas de mi edad, me genera insatisfacción sobre el mío.
2. Mi cuerpo parece ser una cosa torpe.
3. Mis caderas parecen demasiado grandes para mí.
4. No me siento a gusto dentro de mi cuerpo.
5. Tengo un fuerte deseo de estar más delgada.
6. Creo que mis pechos son demasiado grandes.
7. Tiendo a ocultar mi cuerpo (por ejemplo, poniéndome ropas amplias).
8. Cuando me miro en un espejo, me encuentro insatisfecha con mi cuerpo.
9. No me es muy fácil relajarme físicamente.
10. Pienso que soy demasiado gruesa.
11. Siento mi cuerpo como una carga.

12. Mi cuerpo se me representa como si no fuera mío.
13. Algunas partes de mi cuerpo parece que están hinchadas.
14. Mi cuerpo es una amenaza para mí.
15. La apariencia corporal es muy importante para mí.
16. El aspecto de mi vientre es como si estuviera embarazada.
17. Me siento tensa en mi cuerpo.
18. Envidio a otras por su apariencia física.
19. Hay cosas de mi cuerpo que me asustan.
20. Suelo observar mi apariencia en un espejo.

Somos bombardeadas constantemente por imágenes que nos dicen cómo debemos ser. Y dado que el concepto de belleza está acoplado únicamente al aspecto físico, no percibirse bella genera insatisfacción corporal, que es el descontento en relación con diferentes aspectos del propio cuerpo. Esta sensación posee un impacto negativo sobre la autoestima. De hecho, es el indicio más consistente del comienzo de algún tipo de trastorno de la alimentación.¹⁶

Tendemos a compararnos con figuras o personas que representan perfección y entonces nos percibimos inferiores a ellas. El problema es que las imágenes ideales e irreales deterioran nuestra confianza, nuestra autoestima. Para resolverlo, buscamos corregirlo, extirparlo con dietas extremas, ejercicio extenuante o cirugías innecesarias. Y todos estos recursos salvadores desvían nuestra energía de amores, pasatiempos, amistades. Dejamos de colocar nuestra fuerza en proyectos creativos, tareas laborales, solo para intentar obtener ideales de belleza inalcanzables para la mayoría. La psicóloga Susie Orbach muestra en un trabajo de campo que el 70% de las chicas evaden actividades por no sentirse a gusto con su imagen, el 25% no iría a eventos sociales, fiestas o clubes si pudieran decidir y lo peor de todo es que el 16% dejaría de asistir a la escuela solo por no verse como desearía hacerlo.



TU SATISFACCIÓN CORPORAL

Te propongo que descubras cuál es tu grado de satisfacción corporal.

¿Cuál es el aspecto de tu cuerpo que más te gusta?

- Cadera
- Peso
- Panza
- Piernas
- Cola
- Otro
- Ninguno

¿Cuál es el aspecto de tu cuerpo que más te disgusta?¹⁷

- Cadera
- Peso
- Panza
- Piernas
- Cola
- Otro
- Ninguno

LO QUE ENSEÑAMOS SIN DARNOS CUENTA

Ya hemos planteado que la exposición permanente a determinada realidad altera nuestra percepción de ella. No solo ocurre cuando observamos imágenes de belleza. Por ejemplo, si siempre vemos películas de guerra o

acción, nos familiarizaremos con ese entorno como si fuera la única realidad. Si de pequeñas siempre oímos el mismo tipo de comentarios en boca de nuestros padres, o si hoy nuestros hijos oyen opiniones recurrentes respecto de determinada cuestión, eso influirá en la forma de entender el mundo que nos rodea.

Las personas adultas pueden decidir ver pornografía por diferentes motivos. Sin embargo, este género no es el tipo de cine que la mayoría de los adultos deseamos que nuestros hijos vean. Por eso bloqueamos canales dedicados a estos filmes, o al menos nos ocupamos para que no los vean. Es decir que ese cine existe, pero los padres o abuelos no solo frenamos el acceso de los chicos, sino que no le damos el visto bueno en las charlas que sostenemos con ellos.

Con la obsesión por la delgadez, la belleza y la dieta, no ocurre lo mismo. De distintas maneras, algunos padres, abuelos y familiares cercanos exhiben una aceptación de estos mandatos de la dictadura de la belleza. ¿De qué modo? Las madres que viven a dieta (y para colmo no lo disimulan) les enseñan a sus hijas que no comer es una opción válida.

Algunos padres que viven hablando de “minones”, mientras critican a sus esposas por un cuerpo que quizás ya no tienen, disparan la sensación de que no alcanza con ser como somos: siempre hay una cima más alta que es preciso escalar. También están los que se matan en el gimnasio luego de una jornada agotadora de trabajo. Otros padres apenas se sientan a la mesa comienzan a hablar de alimentos, calorías, panzas y pancitas (o del neologismo “zapán”), del colesterol (bueno y malo), de los porcentajes de grasa y sodio, entre otros temas que es aconsejable evitar durante las comidas.

Hemos instalado semejante énfasis en la imagen, hemos naturalizado de tal forma la obsesión con la juventud, la perfección, la extrema delgadez en mujeres y la masa muscular en los hombres, que no dejamos espacio para la diferencia. Para la gente real: imperfecta, pero única. Es decir que las pobres

adolescentes no solo ven cuerpos perfectos, dietas de hambre y ortorexia en los medios, ¡sino que lo tienen que soportar en su propia casa!

Y mediante ese fenómeno, la familia aprueba una filosofía de vida que se resume parafraseando la canción: ¡la pinta no es lo de menos (es lo de más)!

De hecho, el mercado utiliza esta idea para vender. Las mujeres somos los principales maniqués: somos sexualizadas, convertidas en objetos, cosificadas. ¡Pero los hombres tampoco zafan! En el rol de ganadores, se los muestra extremadamente delgados, casi feminizados, o todo lo contrario, hipermasculinizados y musculosos.

Luego está la publicidad que busca la complicidad del cliente para mofarse de estereotipos, casi como el típico estereotipo de la amiga de la protagonista en las comedias románticas (ese personaje que no tiene vida propia y que generalmente está alejada del modelo de heroína, pero no falta nunca en este tipo de películas). ¡Qué intriga! ¿Nos contarán alguna vez más cosas sobre ella? ¿Qué veríamos si la cámara abandonara por un rato a la protagonista y desviara su atención hacia ese personaje secundario? Creo que en esa caracterización encontraríamos una representación más auténtica de la mujer real.

Un dato interesante es que los hombres también sufren insatisfacción corporal... En un estudio, realizado en los Estados Unidos, el 95% de los varones universitarios expresó insatisfacción con alguna parte de su cuerpo y el 70% manifestó discrepancia entre su forma y su ideal corporal.¹⁸

TALLES: LA LEY DEL NUNCA JAMÁS

¿Cuántas veces te quedaste sin el vestido de tus sueños porque no había talle para vos? ¿Cuántas veces pediste tu talle y te contestaron: “Es talle único”? ¿Cuántas veces saliste de compras y volviste sin bolsas porque no encontraste

ninguna prenda que te favoreciera?

Estas situaciones representan la impotencia que muchas mujeres sentimos cuando visitamos tiendas que no ofrecen talles para todas las formas y tamaños. Si somos más altas, más gorditas, más culonas, más caderonas, si tenemos más delantera que un maniquí (es decir, un cuerpo no humano), entonces no hay ropa para nosotras. En un mundo donde se festeja la diversidad de opiniones, idiosincrasias y culturas, las diferencias corporales son denostadas.

¡Es absurdo que exista el concepto de talle único! ¿Cómo pueden una mujer de 1,76 cm con 70 kilos y otra de 1,55 cm con 55 kilos entrar en la misma remera? Ir de compras y no entrar en ningún talle es un verdadero martirio. De hecho, muchas mujeres cuentan que, luego de probarse ropa infructuosamente, tienen atracones de comida como consecuencia de la frustración que esa situación les produce. Es como si se dijeran: “Si no estoy como quisiera, si no soy lo flaca que debería ser, si no puedo tener la libertad de comprarme ropa y lucirla, ¡entonces está todo perdido! ¿Para qué cuidarme? Me como todo ¡y ya!”. Una actividad placentera se vuelve una pesadilla. Y dispara más insatisfacción con el cuerpo. ¡Es como una dosis masiva de odio corporal!

Es que frente a este panorama las mujeres, y sobre todo las chicas jóvenes, no concluyen que el problema es de las marcas que no cumplen con la ley. Se culpan a sí mismas por no encajar en el arbitrario talle dispuesto por un diseñador que fabrica ropa para muñecas inanimadas. Son diseñadores que cuidan más su sello y su marca que a las consumidoras de sus productos. Es como si ellos no quisieran que se asocien sus prendas a la mujer real. ¡Qué daño innecesario!

El vestir no es solamente una forma de cubrir a una persona, es una manera de ir por el mundo. Es un recurso identitario. Todos practicamos diariamente el ritual de vestirnos. Y no siempre como queremos. Es que la moda es un sistema que determina y dirige la producción, el consumo y la organización del

vestir. Pero sobre todo es un hecho social. Las personas habitamos un cuerpo y creamos sus características y su personalidad a partir de sentirnos cómodos con nosotros. Cuanto mejor nos sentimos vestidos —por supuesto, según nuestro criterio—, mayor será nuestra autoimagen y por lo tanto mayor será nuestra confianza y autoestima. Por eso, no tener derecho a vestirnos como deseamos simplemente porque el mercado no fabrica prendas para todas hiere nuestra autoestima.

En realidad existe una verdadera anarquía en los talles. Cada empresa decide cuántos y cuáles talles incluye y hasta cómo los llama. Se calcula que solo dos de cada diez marcas argentinas poseen talles para todas. Las empresas que no cumplen con la normativa actual son la mayoría.

¿Por qué ocurre esto? Por un lado, está el desconocimiento de cuáles son los tamaños reales de las personas, es decir, el biotipo local. Por otro, y no con el afán de defender a la industria de la indumentaria, el cuerpo humano ha padecido en los últimos veinte o treinta años un cambio antropométrico radical. ¡Vivimos en un mundo donde la mayoría tiene sobrepeso y esta escalada por ahora no se detiene!

Por eso resulta necesario determinar las dimensiones reales del cuerpo de la gente para que los fabricantes de ropa puedan utilizar esa información a fin de crear moda más inclusiva. Aunque esta tarea es una cuenta pendiente, mientras tanto las marcas podrían al menos ofrecer cierta variedad de talles.¹⁹

Las empresas de la indumentaria se justifican diciendo que les resulta muy costoso fabricar talles grandes, que sus diseños se deslucen y que no existen moldes estandarizados para talles *extra large*. En la Argentina, la Ley de Talles es del “nunca jamás”: solo existe en los papeles. Si bien la Ley 26.396 de Obesidad y Trastornos Alimentarios aprobada por unanimidad en el Senado en 2009 incluye la cuestión de los talles, la legislación nunca fue reglamentada.²⁰

Es urgente normativizar los talles para establecer un lenguaje común entre

la industria y los comercios con el objetivo de cuidar al consumidor. Que una sociedad no ofrezca indumentaria adecuada para personas de todos los tamaños —en este caso para todas las mujeres— es un hecho de discriminación, pues atenta contra el derecho de vestimenta, tal como lo señala la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su artículo 25.²¹

EL CHEQUEO CORPORAL Y LA EVITACIÓN

Ya describimos cómo desarrollamos nuestra imagen corporal y cómo nace nuestro malestar corporal. Ahora veamos a qué llamamos **chequeo corporal** y a qué **evitación**, y por qué son tan importantes. Está claro que las personas con insatisfacción corporal se preocupan fácilmente por su aspecto, su peso o su cuerpo. Pero, ¿cómo? ¿Y por qué?

Una conocida marca de *snacks* lanzó hace ya unos años un comercial televisivo que mostraba a una joven con un pájaro carpintero que, literal y metafóricamente, le martillaba la cabeza en forma constante. “Se te está cayendo todo, se te está cayendo todo, todo se te cae, todo se te cae”, le decía mientras ella pedaleaba en una bicicleta fija. En la ducha, exclamaba: “Tenés treinta y dos y todavía sin novio, tenés treinta y dos y todavía sin novio”. Todos tenemos diálogos internos. Existen diálogos internos positivos que nos ayudan a tomar buenas decisiones, a ser prudentes con los otros, a permanecer tranquilos frente a la tempestad.

Luego están los que llamo **monólogos cómplices**, que explican en parte nuestra obsesión por vernos bien. Nos dicen: “¡Estás gorda!”. “¡Esas caderas hay que taparlas!”. “¡Meté la panza adentro!”. “¡No te pongas ese vestido!”. “¡Con esas piernas no te atrevas a usar pollera!”. Claro que todos estos pensamientos o creencias te generan una exigencia extrema. Y a su vez este

fenómeno dispara dos comportamientos muy frecuentes: el *body checking* (chequeo corporal) o la evitación.

El *body checking* es el conjunto de comportamientos inevitables u obsesivos en relación con la apariencia. Puede estar vinculado con una característica del cuerpo que realmente constituye una deformación, algo fuera de los rangos normales, pero en general es una percepción personal subjetiva que está disparada por el malestar que crean la cultura de la imagen y el mercado de la belleza.

Las personas que presentan este tipo de comportamientos generalmente poseen una excesiva sobrevaloración de su imagen o su cuerpo. El *body checking* es un síntoma de que estamos preocupadas de más.

Si te pesás más de una vez al día.

Si te mirás habitualmente al espejo o en cualquier superficie reflectora, como puede ser una vidriera o la ventana de un auto.

Si te tocás la panza o la metés para adentro.

Si te tapás una parte del cuerpo: la panza, la cintura, la cadera, entre otras.

Si te comparás constantemente con otras.

Si mirás de manera selectiva ciertas partes del cuerpo que precisamente son las que te preocupan. Si acostumbrás a preguntarles a otros: “¿Estoy gorda?”. “¿Estoy un poco más flaca?”. “Me marca mucho la cadera, ¿no?”.

Si te sentís identificada con estas acciones, tal vez, sin saberlo, estás demasiado preocupada por tu apariencia.

Aclaro que para que podamos hablar de *body checking* estas conductas deben repetirse varias veces al día. Nada tiene de malo o patológico pesarse una vez al día (de todas formas yo les recomiendo a mis pacientes que lo hagan una vez a la semana) o preguntarle a alguien cómo nos ve al probarnos o elegir una prenda nueva. Pero este reaseguro constante, esta necesidad habitual de recibir la confirmación, esta búsqueda de aprobación externa es seguida, en general, de una mayor ansiedad.

¿Por qué? En primer lugar, la persona no se conforma con la opinión ajena. Hemos visto que la insatisfacción corporal es subjetiva. En segundo lugar, ocurre que a veces el otro que elegimos no hizo un curso de psicología o sentido común y nos lanza un “sincericidio” que no estamos listas para procesar. Entonces, ¡zas! aumenta el malestar corporal y, por supuesto, seguimos chequeando para refutar o confirmar lo que nos dijeron.

En el *body checking* se evalúa siempre esa parte del cuerpo más odiada y por eso hacerlo no mejora nada. Nadie se mira los hermosos ojos que tiene y le pregunta a su amiga: “¿Te gustan mis ojos?”.

La evitación también es un síntoma preocupante. No pesarse nunca puede ser tan problemático como hacerlo a cada rato. Si bien muchas veces las personas no se suben a la balanza para obviar la angustia o ansiedad que les genera ver su peso, ¡la preocupación sigue allí! En realidad, al no pesarnos nunca, nos perdemos la posibilidad de saber que estamos cambiando y que quizás hemos perdido algo de peso.

La contracara del *body checking* puede desplegarse en distintos comportamientos:

Si te mirás solo la cara, aunque tengas un espejo de cuerpo entero.

Si no utilizás ropa que marque una parte específica de tu cuerpo.

Si no usás nunca traje de baño.

Si evitás algunas prendas.

Si no elegís nunca una playa para ir de paseo.

Si quitás los espejos de casa.

Si evitás comprar ropa con tal de no tener que sufrir la situación del probador o la imposibilidad de conseguir libremente la prenda que deseás vestir.

Si tenés un contacto limitado con la gente: no abrazás ni te dejás abrazar para que no toquen tu cuerpo.

Si te sentís identificada, tal vez estés evitando tu cuerpo más de la cuenta.

Existen muchas otras maneras de negar nuestro cuerpo. La trampa es que el cuerpo sigue ahí, en nosotras. Todas estas conductas “evitativas” tienen en común el malestar corporal. Y lo que también comparten es el hecho de pasar desapercibidas para la persona que las lleva a cabo. Las personas que practican la evitación no son conscientes de la frecuencia con que la ejecutan. Funcionan como un “tic”. Un acto automático.

Tanto el chequeo corporal como la evitación son síntomas de insatisfacción corporal, pero además de algún tipo de trastorno alimentario. Por eso es importante disminuirlos.

¿Te pesás más de una vez al día? ¿Por qué lo hacés? ¿Evitás pesarte siempre? ¿Por qué lo hacés? ¿Te mirás varias veces al día en el espejo? ¿Por qué lo hacés? ¿Te comparás a menudo con gente más delgada o menos corpulenta? ¿Te tocás o pellizcás habitualmente para verificar cuánta grasa tenés?

Chequearte frecuentemente no es saludable ni útil por varias razones:

- El cuerpo no cambia en cuestión de minutos u horas. ¡Para subir un kilo son necesarias alrededor de 5.000 calorías extras! Una porción de pizza solo implica 150 y una de torta 380.
- La memoria sobre la percepción de nuestro cuerpo no es muy confiable. Luego de un rato no recordamos nuestras impresiones recientes. Entonces, ¿de qué sirve hacerlo constantemente?
- Si buscás algo y lo encontrás, ¿después qué? Si subiste unos kilos, ¿de qué te sirve tenerlo en tu cabeza constantemente? Lo mejor es poner toda tu energía en comenzar a cambiar. Es como cuando tenés miedo a los

perros, caminás mirando al cuidador que pasea distraídamente a tu lado y quizás cruces la calle con descuido, distraída, mientras pasa un auto. Te perdiste lo esencial.

- Por chequear tu grasa, tu panza o tu peso te perdés las cosas más importantes de tu vida. Desvías tu atención de lo que te puede hacer realmente feliz.



TU REFLEJO Y VOS

Parate frente a un espejo de cuerpo entero de manera de poder verte desde la cabeza hasta los pies. Podrás observar una versión completa de tu persona.

Pedile a otra persona que marque con un trozo de cinta adhesiva tu reflejo en el espejo para que coincida con el punto que corresponde al borde superior de tu cabeza, y con otro trozo de cinta el borde inferior del reflejo de tus pies.

Ahora medí la distancia en el espejo entre ambos puntos marcados.

¿Cuánto mide tu reflejo?

Te asombraste, ¿no?

¡Es más bajo que vos! Es una mini versión de tu persona.

Ahora, cuando te mirabas, no dijiste: "Mirá, ¡es una mini yo!".

Solo dijiste: "¡Soy yo!".

Lo mismo sucede cuando te mirás. Tu mente convierte el reflejo en una versión completa de vos solo porque vos estás esperando que el espejo te devuelva eso.

Así cuando mirás tus caderas, las verás como quieras verlas. El cerebro distorsiona el reflejo de manera que interpretemos las cosas según lo que esperamos.

¿Tendrá sentido seguir mirándote al espejo a cada rato?
¿Te agregará algo? ¡Sí: solo más preocupación con tu cuerpo!

Cuando nos comparamos, nunca lo hacemos con la primera mujer que pasa por la calle. Nos comparamos con la más flaca, la más linda, la más joven. Pero solo un 5% de las personas en el mundo es delgado genéticamente, es decir, es resistente a ganar peso. Entonces, ¿cuán saludable es tomar como parámetro ese pequeño porcentaje?

Algunos consejos:

- Si incurris constantemente en el *body checking*, intentá reducirlo gradualmente, posponerlo o no llevarlo a cabo en una franja horaria determinada que elijas para ir tolerando el período de abstinencia. ¡Es un primer paso!
- Escondé o regalá la balanza. ¿Para qué la necesitás? El consultorio de tu médico o nutricionista es el mejor lugar para que te peses, solo cuando sea necesario.
- Intentá no mirarte mientras te vestís. ¡Apreciá todo lo que sos, además de un cuerpo!

EL BULLYING, LA VIOLENCIA VERBAL QUE PEGA FUERTE

El concepto de imagen corporal sirve para explicar ciertos aspectos de la integración social de los adolescentes. El *bullying* (el acoso entre pares) es un fenómeno que preocupa cada vez más en los ámbitos educativos. Muchos chicos son discriminados por cómo lucen, por su peso, por su color de piel, por su condición social, por su orientación sexual. Esto no solamente deteriora la autoestima, sino su posibilidad de socialización.

Muchas adolescentes se marginan por no responder con exactitud a cierto patrón de belleza que circula en el medio en el que se mueven. No ven lo que son, ven lo que son en contraste con lo que deberían ser según nuestra cultura, que entroniza un ideal único de belleza. Ser la Sirenita en tierra firme no es fácil, ¡aun siendo Sirenita!

El *bullying* es una forma de maltrato verbal en la que se utilizan palabras para herir o humillar a otra persona mediante apodos, sobrenombres, insultos, comentarios hirientes y burlas constantes. Este tipo de acoso es frecuente entre los adolescentes y posee un gran impacto sobre la autoestima. Aunque no siempre se trata de comentarios acerca del cuerpo, el peso, la forma o la belleza, este tipo de *bullying* verbal nos interesa especialmente por su efecto sobre la imagen corporal.

Según algunos estudios realizados en Estados Unidos, el 30% de los estudiantes padecen bromas generadas por su aspecto físico.

Pocos problemas en la infancia poseen un impacto emocional como tener sobrepeso. Muchos pacientes obesos recuerdan su infancia como un momento de grandes dificultades, en contraposición con lo que se espera y se imagina de esta etapa de la vida.

Mariana cuenta que su escondite preferido era la heladera: “En el colegio mi mamá me encargaba un menú de dieta y en los cumpleaños solamente agua y tostaditas con queso blanco. Todos comían libremente y yo no, con todo lo que eso implicaba. Además, las cargadas de mis compañeros eran tremendas. Un día, le pegué una piña a un chico. ¡Estaba harta de que me tildaran de ‘gorda’! Cuando llegaba a casa, por hambre y por bronca, literalmente devoraba todo”. Mariana cuenta que lo que más le gustaba era el pan de molde untado con mayonesa, así que todas las tardes, sin que su madre la viera, ella disfrutaba de su ritual gastronómico. ¡Claro que cuando la descubría se armaba un lío tremendo!

El *bullying* también se ve en la familia. Son muchos los padres y los hermanos que se burlan de algún integrante de la familia. Muchas veces lo estigmatizan por su peso y porque no valoran todo lo que son más allá de un cuerpo. En una investigación, el 33% de los participantes varones confesó haber sido cargado por sus padres debido a su apariencia y un 12% refirió haber sido tildado de gordo. En el mismo trabajo, el 19% de las chicas informó haber sido objeto de bromas y el 13% aseguró que sus madres criticaban su apariencia. El 29% recibió bromas de sus hermanos. Todas las formas de *bullying* se asociaron luego con insatisfacción corporal, baja autoestima y depresión. De hecho, se ha documentado que las burlas o bromas, tanto de familiares como de amigos o compañeros, se vinculan con síntomas depresivos e intentos suicidas.²²

Diversos estudios evidenciaron que la ideación suicida era dos veces más frecuente entre las chicas que sufrieron burlas centradas en su peso. Thomas Cash estudió el efecto que las bromas y críticas poseen sobre la apariencia en la infancia y encontró evidencia del enorme efecto que generan sobre la autoestima y la insatisfacción corporal.²³

En el otro extremo está la presión de las que se saben bellas. Basada en el libro homónimo del escritor estadounidense Jeffrey Eugenides, *Las vírgenes suicidas* es una película escalofriante dirigida por Sofia Coppola, la hija del famoso director de cine Francis Ford Coppola, que muestra que la belleza no siempre es sinónimo de felicidad ni de bienestar y mucho menos de paraíso. La familia Lisbon tiene cinco hijas rubias, delgadas y atractivas, que son el objeto de deseo de todos los chicos del barrio. Un día, sin un motivo aparente, la menor de ellas, Cecilia, se suicida. Para proteger a las demás, sus padres las recluyen en su casa, pero nada evita que en menos de cinco años una tras otra las hermanas hagan lo mismo.

Así como las bromas por la apariencia impactan sobre la autoestima, la presión por mantener el rol exclusivo de ser bella tiene un efecto demoledor.

El miedo a quedarse fuera del ideal de preciosidad cuesta muy caro. Y a veces se paga con trastornos alimentarios y hasta con la muerte.

¿Por qué sucede esto? Porque, como ya vimos, de jóvenes construimos nuestra identidad, nuestro autoconcepto y nuestra autoestima. Y como la estructuración de la autoestima depende de los otros, entonces la familia, los amigos y nuestra red social en general son esenciales para el desarrollo de un autoconcepto saludable y pueden ser los causantes de que, por el contrario, ese autoconcepto nos paralice en un rol estático y difícil de sostener en el tiempo.

❁ ❁

¿Cómo te sentís respecto de tu cuerpo? ¿Cómo llegaste a definir lo que significa ser bella? ¿Qué experiencias o mensajes contribuyeron a formar tus opiniones? ¿Qué te decís? ¿Qué hay dentro de tu cabeza? ¿Qué podés experimentar o hacer gracias a tu cuerpo? Si estuvieras cómoda con tu cuerpo, ¿te moverías de manera diferente? ¿Interactuarías con los demás de distinta manera? ¿Te sentirías libre para hacer o experimentar muchas cosas que hoy no hacés? ¿Vas a quedarte encerrada o vas a decidirte a abrir la puerta y volar?

❁ ❁

LA BELLEZA, MÁS ALLÁ DE LOS MODELOS

En la Argentina, más del 50% de los adultos posee sobrepeso. Esto quiere decir que más de la mitad de la población no responde al esquema de belleza propuesto por la sociedad. Es paradójico: se adora el cuerpo ultradelgado como estándar de belleza, mientras que simultáneamente crecen el sobrepeso y

la obesidad. Algo anda mal, ¿no? ¿Seremos masoquistas?

Aunque correr detrás de ese prototipo es muchas veces una meta inalcanzable, lo que sí es factible es alcanzar el mejor peso posible, conseguir la mejor versión de nosotras: la más cómoda, la más saludable, la que vos quieras. Realista. Lógica. Sostenible.

Mientras es importante aprender a desafiar lo que nos dicen que debemos ser. ¡Ojo! ¡No sea que quedarse con un cuerpo incómodo sea solo un desafío a los que nos presionan para que adelgacemos! ¡Una cosa es conformar a los otros y otra es no seguir mi propio deseo!

Entonces, ¿qué podemos hacer? ¿Cuál es el significado del peso? El peso no diferencia a la gente. El peso en la balanza no mide inteligencia, ni felicidad, ni creatividad, ni amor, ni personalidad, ni habilidades. El peso no es más que una característica física igual que el color de ojos, la estatura o el tono de voz. No necesitamos ser flacos para tener una vida satisfactoria.

En su libro *Communitas*, los artistas argentinos Emilio García Wehbi y Nora Lezano ofrecen una significativa definición del atractivo corporal: “El cuerpo es bello cuando está descontrolado, ignorante, desorientado, extasiado, insatisfecho, batallante, al límite del peligro o de la extenuación, en contra de la moral y las normas del buen gusto. No existe un volumen o forma de cuerpo ‘perfectos’”.

Debemos precisamente celebrar las diferencias. Porque somos únicas. Por eso no podemos permitir que cada kilo o cada curva condicionen nuestra vida. ¡Apaguemos el discurso dietante!

Hagamos lugar para la contracultura: un modelo de belleza que no responda a cánones, sino a estilos de vida saludables, a deseos propios y a las posibilidades de cada uno. Parafraseando a la psicóloga Susie Orbach, apelemos a “una felicidad corporal”.

8 Rosenberg fue profesor de Sociología en la Universidad de Maryland (Estados Unidos) desde 1975 hasta 1992. Escribió libros y artículos académicos. Su trabajo sobre la autoestima es reconocido a nivel mundial. Para ampliar la información, recomiendo leer: Rosenberg, M. (1986). Self-concept from middle childhood through adolescence. En: J. Suls & A. G. Greenwald (eds.), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 3). Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 107-136.

9 La escala fue traducida del inglés por la autora y adaptada para el género femenino.

10 Encuentro libre y gratuito cuyo objetivo es comunicar que se puede disfrutar de un cuerpo cómodo y saludable sin renunciar al placer de comer rico y de todo.

11 Esta idea la expresa el autor Kevin Thompson y yo estoy de acuerdo.

12 George H. Mead fue un filósofo, sociólogo y psicólogo social. Para aprender más sobre su teoría del *self*, sugiero leer: The Social Self, The Journal of Philosophy, Psychology, and Scientific Methods, X, 1913, 374-380. Selected Writings: George Herbert Mead, ed. Andrew J. Reck, Chicago: University of Chicago Press, 1964.

13 Víctor de Aveyron fue encontrado en 1790. Su historia fue llevada a la pantalla gigante por François Truffaut, uno de los directores más importantes del cine francés y fundador del movimiento conocido como *nouvelle vague*. El film *El niño salvaje* muestra el interés que despierta el “salvajismo” en la “civilización” y también se pregunta cómo es la mejor forma de ayudar a los “niños salvajes” en la inserción social.

14 *Zelig* es una comedia dirigida por Woody Allen y estrenada en 1983 en Estados Unidos.

15 El test pertenece a Probst, Vandereycken, Coppenolle y Vanderlinden, y fue publicado en 1995.

16 Kevin Thompson explica que la insatisfacción corporal es el mayor predictor de desarrollo de trastornos alimentarios. El siguiente es uno de sus trabajos más importantes: Thompson, Kevin. *Exacting Beauty*, APA, 2002. Rosen, James. *Behavior Therapy*, Vol. 26, N.º 1, 1995, págs. 25-42.

17 En el marco del Evento No Dieta® del año 2014, cuyo lema fue “Somos mucho más que un cuerpo”, realizamos una encuesta que arrojó resultados interesantes. Al preguntarles a las casi 450 personas que asistieron cuál era la parte del cuerpo que más les disgustaba, el 40% mencionó la panza. En segundo lugar, aparecieron las piernas (22%) y en tercer lugar el peso (15%).

18 Este estudio es interesante porque habla de la insatisfacción corporal en hombres, que aún no está tan estudiada. Para conocer más acerca de este tema, sugiero recurrir al siguiente trabajo: Mishkind, Marc E., Judith Rodin, Lisa R. Silberstein & Ruth H. Striegel-

Moore (1986): *The Embodiment of Masculinity - Cultural, Psychological, and Behavioral Dimensions*, *American Behavioral Scientist*, 29:5, 545-562.

19 Como aún no contamos con una evaluación antropométrica de la figura de los argentinos, por el momento se utiliza la tabla de normas IRAM del Instituto Argentino de Normalización y Certificación, que establece definiciones y procedimientos de medición del cuerpo para las prendas y define los rangos e intervalos para los distintos talles.

20 Las diferentes provincias, por su parte, poseen su propia reglamentación. Está la Ley 12.665 de Talles, que no se cumple, aunque se aprobó en 2001 y se reglamentó en 2005, en la Provincia de Buenos Aires. En su artículo 1º, la normativa plantea que “los establecimientos de venta, fabricación o provisión de indumentaria deberán asegurar la oferta de al menos seis talles diferentes correspondientes a medidas corporales normalizadas en las Normas IRAM 5300 y sus actualizaciones”. En la Ciudad de Buenos Aires, la Ley de Talles 3.330, sancionada en 2009, implica contar con un mínimo de ocho talles correspondientes a las medidas corporales normalizadas en las Normas IRAM de la serie 75300 y sus actualizaciones.

21 Artículo 25: “Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios; tiene asimismo derecho a los seguros en caso de desempleo, enfermedad, invalidez, viudez, vejez u otros casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad”.

22 Esos datos surgen del trabajo de Strauss, Richard; Pollack Harold. *Arch Pediatr Adolesc Med*, 2003. *Social Marginalization of Overweight Children Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine* 2003;157(8):746-752. doi:10.1001/archpedi.157.8.746.

23 Cash, Thomas. (1995). *Development teasing about physical appearance: retrospective descriptions and relationships with body image, Social behavior and personality*, págs. 499-517.



CAPÍTULO 4
La belleza tiene *rating*

*Odio la televisión. La odio tanto como los maníes.
Pero no puedo dejar de comer maníes.*

ORSON WELLES

- ❁ ¿Cuál es nuestra realidad y cuál es la que nos proponen los medios?
- ❁ ¿Es la realidad una construcción?
- ❁ ¿Por qué lo que vemos en televisión moldea la forma en que pensamos, sentimos e interpretamos?
- ❁ ¿Es la televisión responsable de que persigamos un ideal de belleza inalcanzable?
- ❁ ¿Podemos hacer algo para escapar del discurso y las imágenes que nos proponen los medios?

Es sábado a la noche y estamos reunidos en familia. Ya comimos, lavamos los platos y estamos haciendo la digestión acomodados en el sillón. La televisión no ofrece demasiadas alternativas: algunos programas de preguntas y respuestas, películas que pasaron por los cines sin taquilla ni gloria, segmentos de chimentos y un sinfín de *magazines* deportivos. Luego de una efímera disquisición con la familia, el canal de deportes gana la partida. En la pantalla vemos a un jugador de fútbol que responde a las preguntas de un periodista. Detrás del famoso en cuestión, cuatro mujeres espléndidas que llevan en su ropa ajustada el logo de un patrocinador miran a la cámara. Sonríen, asienten. No hablan. Solo se muestran.

Esta idea de las mujeres como decorado no es una novedad en la televisión. Desde hace muchos años son contratadas en calidad de asistentes, secretarias, bailarinas: cuerpos. Hoy muchas lograron ocupar lugares antes reservados exclusivamente para los hombres (la conducción, la producción, la opinión, la dirección), pero otras tantas siguen relegadas al triste papel de embellecer y —por qué no decirlo— “calentar” la pantalla.

Es la **banalización de la belleza**. No hay ciclo televisivo que no cuente con una figura femenina con buena presencia, esto es: joven y atractiva. Calzas ajustadísimas, *bodies* elastizados y escotados, zapatos de taco alto, maquillaje exagerado y mucho (¡pero mucho!) derroche de simpatía. Ese es el “combo” que toda mujer de la caja boba debe cumplir a rajatabla si no quiere ser nominada para abandonar el estudio, tal como ocurre en el *reality show Gran Hermano*, cuyos participantes luchan, a costa de peleas, escándalos y exhibicionismo por mantenerse dentro de la casa en la que ¿viven?

Actualmente el peso ideal y el atractivo son los parámetros que determinan quién trabaja en un estudio de televisión. Esa es la regla de oro de la que no es posible desviarse si alguien desea ser parte.

Lo mismo ocurría en la década del sesenta con las azafatas o auxiliares de a bordo. La serie norteamericana *Pan Am* —que recrea los comienzos de la empresa de aviación ya desaparecida *Pan American World Airways*²⁴— muestra a la perfección el mandato: antes de entrar al avión, cada mujer de la tripulación debía subirse a la balanza para certificar que su peso y su cuerpo seguían siendo los mismos del momento de su contratación. No obstante, debían llevar una faja reductora que disimulaba cualquier imperfección o gramo de más. En una escena del primer capítulo de la serie, luego de que una supervisora detectó un leve aumento de peso en una de las jóvenes, le advirtió que tuviera cuidado. Así fue que Maggie, una de las protagonistas, interpretada por la actriz Christina Ricci, disparó: “Si hay un peso ideal para servir bebidas, debe haber un peso ideal para despreciar a los demás”.

Ojalá las mujeres nos animáramos a utilizar este tipo de frases más a menudo. Me pregunto por qué dejamos que alguien nos diga cómo debemos lucir sin evaluar siquiera el juicio o prejuicio de quien nos juzga... ¿O acaso el peso o la forma aseguran la eficiencia de una azafata?

Como médica especialista en nutrición, suelen invitarme a programas de televisión. Recuerdo cierta ocasión en la que me pidieron que opinara sobre la decisión de una vedette argentina de operarse para quitarse grasa abdominal. Lo cierto es que ella era delgada y desde mi punto de vista ¡estaba perfecta! Claro que mientras se quejaba de su cuerpo, trabajaba como notera y se mostraba en un diminuto bikini cola *less*.

La mayoría de las mujeres no trabajamos en bikini. Lo hacemos enfundadas en nuestros distintos disfraces de docente, abogada, médica, odontóloga, ama de casa: nunca en ropa interior. Sin embargo, aspiramos a la misma perfección que la vedette. ¡El medio nos ha contaminado!

Ella es solo un ejemplo de las famosas que sufren las consecuencias de exponerse frente al público. El problema es que, bellas y acomplejadas, las vemos en todos lados. Ya sea en televisión, revistas o publicidad. Extremadamente producidas, parecen dictar una sentencia permanente: la belleza tiene *rating*, la belleza vende. Para las que viven lejos de la pantalla, esa idea se traduce en un mito mucho más nocivo: ser linda te hace la vida más fácil. La belleza ayuda. Es casi el pasaporte a la felicidad. De hecho, muchas niñas expresan que de grandes su único proyecto es ser famosas o lindas.

El peligro —como expresa Gilles Lipovetsky en su libro *El imperio de lo efímero*— es que “los decretos de la moda consiguen extenderse gracias al deseo de los individuos de parecerse a aquellos a quienes juzga superiores, a aquellos que irradian prestigio y rango”.

Esta es la televisión que consumimos: la realidad que nos venden. Y esa mujer bella (¿y obsesionada?) es la imagen que, de tanto ver, terminamos por internalizar. Una imagen que reproduce hasta el hartazgo que solo valemos por nuestra apariencia.

¿Te acordás de la doncella de hierro de la que hablamos? Ella representa lo más alto de la cima que podemos alcanzar si nos sacrificamos lanzándonos al eterno vacío del hambre, las cirugías, el ejercicio extenuante y la obsesión por estar siempre impecables. Ahora, ¿cómo es que terminamos comprando ese modelo?

La fórmula es simple: cuando nos exponemos constantemente a imágenes con estándares imposibles de alcanzar, que promueven la idea de que el éxito, el valor y la felicidad están ligados a la belleza, nuestra autoestima suele recibir coletazos.

Con el ánimo por el piso, buscamos un refugio que nos haga sentir seguras. Y como ya mencionamos en el primer capítulo, ese refugio es el cuidado obsesivo de nuestro aspecto, pero sobre todo el control de nuestro peso. Es

nuestro cuerpo el que nos otorga un falso sentido de autocontrol.

FABRICANDO REALIDAD

La película *Wag the Dog*²⁵ (*Mentiras que matan*, en español) cuenta la historia de un productor de cine que, en épocas de reelección, monta una guerra ficticia en Albania para tapar un escándalo sexual que involucra al presidente de los Estados Unidos. Para generar verosimilitud y también empatía con el público, el director decide grabar en un estudio a una joven actriz con un gatito en brazos, quien con retoques digitales se transforma en una pobre niña que huye de su aldea convertida en zona bélica.

Este film mostró con lujo de detalles cómo se puede dibujar (o desdibujar) la realidad con la ayuda de la tecnología y los medios de comunicación. Pero el montaje no es algo nuevo. Joseph Stalin, presidente del Consejo de Ministros de la Unión Soviética desde 1941 hasta 1953 y uno de los dictadores más famosos de la historia, utilizaba retoques fotográficos para aniquilar todo vestigio de las personas a las que mandaba a matar. Benito Mussolini, primer ministro de Italia entre 1922 y 1943 y también líder de una dictadura atroz, se tomó una fotografía subido a un caballo y para mostrarse más poderoso mandó a borrar al hombre que le sujetaba el animal. En 2002, en una foto de un torneo deportivo, la Universidad de Wisconsin (Estados Unidos) insertó digitalmente a un estudiante negro en la tribuna para exhibir una imagen de inclusión. ¡Y cómo olvidarnos de la tapa del tabloide inglés *The Mirror* con la princesa de Gales Lady Di y quien sería su novio, Dodi Al-Fayed, besándose en un yate! Tiempo después de su publicación, se descubrió que, en la foto verdadera, ese gesto amoroso no existía.

Los medios construyen realidad y nosotras la aceptamos sin

cuestionamientos.

En su libro *Construir el acontecimiento*, publicado en 1987, el semiólogo argentino Eliseo Verón —que estudió con grandes filósofos franceses como Claude Lévi-Strauss y Roland Barthes— lo explica de una manera muy simple: “[...] la actualidad tiene el mismo estatus que un automóvil: es un producto, un objeto fabricado que sale de esa fábrica que es un medio informativo. Los medios no ‘copian’ nada (más o menos bien o más o menos mal): producen realidad social”. Y como hay muchos medios, “hay muchos ‘modelos’ de la actualidad”. Un modelo para cada audiencia.

Lo cierto es que los medios son empresas. Y la realidad es un producto. Y como tal está pensada, creada y promocionada para ser vendida a la mayor cantidad de personas posible. La realidad debe ser rentable. Además —como sugiere Verón— hay muchos modelos de actualidad para distintos segmentos. La realidad que se les enseña a los pequeños no es la misma que se les presenta a los adultos. De igual manera, la que se ofrece en un programa de política no es la misma realidad que se refleja en un programa de espectáculos o de deportes. Incluso dentro de un mismo formato, como puede ser el noticiero, cada equipo de producción puede desplegar su subjetividad, es decir: una forma de ver el mundo.

Más de una vez me pregunto cómo es que —según el canal que elijo sintonizar— percibo una realidad u otra. Hace un par de inviernos, me desperté con una noticia que me alarmó: un peligroso y desconocido virus estaba enfermando y literalmente matando a bebés en la provincia de Buenos Aires. Mientras estaba desayunando, sonó el teléfono: era mi hija Valeria que en ese entonces era mamá de una beba de seis meses. Pensé que me llamaba porque había visto lo mismo que yo, pero no. En un momento de la conversación, como al pasar, me comentó: “¿Viste lo del virus? No es nada, ¿no?”. Mientras el noticiero que ella miraba había introducido el tema con el término “preocupación”, el que yo acostumbraba a ver había utilizado la

palabra “alarma” y mencionaba varios casos que habían resultado mortales. Cada una de nosotras había percibido una realidad distinta frente a los mismos números de bebés internados por una enfermedad viral.

Si aceptás la visión del mundo que te propone un único medio, entonces corrés el riesgo de vivir una realidad parcial.

La mejor alternativa para tener una mirada independiente respecto de lo que está pasando es consumir varios medios a la vez, pero también salir a la calle, hablar con otras personas, conocer distintas opiniones y debatir. Solo así podrás sacar tus propias conclusiones.

No creo en la teoría de la aguja hipodérmica que le asigna poderes sobrenaturales a los medios. Hacerlo sería simplista. La hipótesis principal de esta corriente —que se desarrolló entre 1930 y 1940 y cuyo principal exponente fue el experto estadounidense en ciencias políticas y comunicación Harold Lasswell— es que los estímulos de los medios impactan de forma directa en la mente del público.

Hoy sabemos que los medios no nos “inoculan” ideas tal como lo hacen las vacunas con virus vivos atenuados, por ejemplo la de la poliomielitis, una enfermedad infecciosa que afecta más que nada a niños pequeños. ¡Qué bueno sería, sin embargo, que los medios nos generaran anticuerpos para defendernos de los pensamientos y las imágenes que nos hacen mal! Tampoco somos autómatas que seguimos las órdenes de una máquina o de un ente todopoderoso. Tal vez sí nos “masajeen”, tomando prestado el término del filósofo canadiense Marshall McLuhan.²⁶ Y así, relajadísimas luego de nuestro masaje, ya no analizamos críticamente ni desmenuzamos la realidad que se asoma en la pantalla. Solo la compramos.

Entonces cuando nos exponemos durante horas a una secuencia de programas de televisión en los que los panelistas son todos jóvenes, delgados, lucen perfectos y están vestidos a la moda y muy producidos, no resulta

extraño que, al desvestirnos y ponernos el camisón, nos sentimos menos. Menos jóvenes, menos delgadas, menos perfectas. Somos más que un cuerpo. La cuestión es si podemos rescatar de nosotras otras características valiosas y no solo una imagen o un peso ideal que los medios instalan como aptos.

EL TELÉFONO DESCOMPUESTO

Las personas vemos la realidad según la mochila que cargamos (nuestros miedos, dudas, problemas, recuerdos, conocimientos, costumbres, tradiciones, experiencias, etcétera: todo lo que nos hace ser quienes somos). Pero los filtros que los medios que consumimos utilizan, es decir la selección de la información y su tratamiento, funcionan como un colador de la realidad. ¡Algo parecido a la frase muchas veces absurda que escuchamos al final de una ronda cuando jugamos al teléfono descompuesto!



NADA SE PIERDE, TODO SE DEFORMA

Te propongo que juegues al “teléfono descompuesto”. Por si no lo conocés, te cuento de qué se trata. Sentados en una ronda, un participante le dice al oído del que se encuentra a su lado, en el sentido de las agujas del reloj, una palabra o una frase. Ese debe contarle lo que escuchó al siguiente en la ronda y así sucesivamente hasta llegar al último. Este es el encargado de decir en voz alta lo que le dijeron. ¿Cómo resultó? ¿El mensaje llegó intacto?

Como su nombre lo indica, este juego muestra cómo los humanos tendemos a “tunar” u adornar el mensaje según nuestra íntima interpretación. Por eso,

generalmente la frase original llega modificada y muchas veces hasta resulta contraria a la del comienzo. ¡Claro que a menudo ocurre que algún jugador chistoso cambia el texto adrede!

Hace varias décadas, el intelectual estadounidense Walter Lippmann — referente de los estudios sobre la opinión pública en Estados Unidos— describió este fenómeno con el nombre de “pseudoentorno”. Se refería a la visión del mundo que existe en nuestra cabeza y que frente a la realidad es inexacta. Según él, la forma en que nos comportamos no es una reacción frente a la realidad, sino frente a esta simulación de realidad que como dijimos se va edificando en parte sobre la base de la información que recibimos de los medios de comunicación. Así es que imaginamos el momento en que nos proponen casamiento con música romántica de fondo y decenas de velitas encendidas. Pero ¿es esa la realidad de cada una de nosotras o es solo la manera en que los medios muestran cómo sucede la realidad?

Tomemos el ejemplo de una adolescente promedio que vive en una gran ciudad. Tiene acceso a la red las veinticuatro horas. Podés ser vos, puede ser tu hija, tu sobrina, tu nieta, la hija de tu amiga. La llamaremos Renata. Durante las horas de escuela, sobre todo en los recreos, no se despega de su celular. Cuando llega a su casa, se sienta frente a la computadora y dedica su tiempo libre a navegar por Internet, a las redes sociales y a las aplicaciones de *streaming* de películas, series y videos musicales. O enciende el televisor y sintoniza su canal preferido hasta la hora de la cena. Su realidad es la integración de sus experiencias cotidianas (estar en familia, estudiar, salir con amigas) con las imágenes y los mensajes que, subliminalmente o no, recibe desde el universo audiovisual o virtual.

Renata sabe quién es Lady Gaga, se conoce toda la saga de *Crepúsculo* y recuerda de memoria la grilla televisiva.²⁷ Pero probablemente no sepa el precio del kilo de tomate ni el nombre del ministro de Salud de su país. Quizás no tenga presente quién recibió el último Premio Nobel de Medicina ni por

qué debería preocuparle el calentamiento global.

Luego de leer esta breve descripción, cualquiera diría que Renata está en las nubes o vive en una burbuja. Pero no. Su pseudoentorno lo explica todo.

UNA REALIDAD EN IMÁGENES

El fotógrafo español Joan Fontcuberta, ensayista y artista, asegura que la nueva fotografía —representada por el fotógrafo *amateur*, o como él lo llama “postfotógrafo”— “crea realidad” y lo argumenta así: “Replanteemos la historia platónica: las sombras son esas mediaciones entre nosotros y el mundo tangible. Hoy hay muchas más sombras que mundo tangible y por lo tanto interactuamos más con las imágenes que con la realidad”.

La realidad diseñada por los medios que aceptamos como verdad absoluta es la misma que nos impone reglas, productos, comportamientos, normas sociales, ideales, modelos, estereotipos, convenciones y mandatos.

Pero ¿podemos ignorar la realidad de los medios? Es lógico pensar que algo a lo que estamos expuestos una gran cantidad de tiempo nos afecte de alguna manera. Los argentinos vemos más de tres horas de televisión por día. Algunos países superan esa cifra. A la cantidad de horas de exposición se suma el hecho de que en la televisión el criterio de selección de la información se basa en el poder de lo icónico: se comunica o se transmite principalmente lo que se puede mostrar a través de imágenes. El problema radica en que como dijo alguna vez la escritora estadounidense Susan Sontag: “Hay pocas imágenes que valgan más que mil palabras”.

En la década de 1990, el politólogo italiano Giovanni Sartori —Premio Príncipe de Asturias de las Ciencias Sociales en 2005 y autor del libro *Homo*

videns— investigó la influencia de la televisión sobre la sociedad. Explicó que, con la llegada de este nuevo medio de comunicación, el *Homo sapiens* (que aprende el mundo a través de la palabra) mutó en *Homo videns* (que absorbe el mundo prioritariamente con imágenes). Es decir, la televisión acentuó la primacía de la imagen sobre la palabra escrita. Lo relevante de su análisis es que asegura que la cultura audiovisual aniquila nuestra capacidad de abstracción, nuestro consumo crítico y, como si eso fuera poco, genera un empobrecimiento de nuestro poder de comprensión y de nuestro conocimiento del mundo en el que vivimos. Pensamos menos cuando vemos televisión, sin siquiera filtrar lo que nos muestran.

Pensamos más cuando leemos libros, aunque estos sean libros electrónicos.



¡DESENCHUFATE!

¿Te animarías a vivir sin televisión durante una semana? Te invito a que guardes el control remoto en el fondo de un cajón y dediques tu tiempo libre a leer un libro, a conversar más tiempo con amigos mientras toman una deliciosa taza de té, a cocinar algo rico y compartirlo con otros, a realizar algún deporte, a sentarte al aire libre a contemplar la naturaleza, a escuchar tu música preferida, a escribir lo que te venga a la mente o simplemente a permitirte disfrutar del silencio.

Si la experiencia te generó bienestar, entonces podrías repetirla cada tanto. Cuando te sientas abrumada, deprimida o muy ansiosa, desconectarte puede ser una buena estrategia para reconectarte con vos misma, con tu vida y con tu gente.

Quiero dejar en claro que no creo que la televisión sea tóxica, pues no es más que un medio de comunicación. El verdadero problema es, por un lado, la

programación y el contenido que se produce y se reproduce y, por otro lado, la falta de consumo crítico. El *rating* minuto a minuto es un gran decisor de lo que vemos. Pero también está en nosotras discernir qué tipo de programas nos hacen bien, cuáles nos nutren y cuáles nos dejan vacías. Cuáles nos motivan y cuáles nos dejan desamparadas. Cuáles nos hacen soñar y cuáles nos ahogan en pesadillas. Cuáles nos presentan una realidad posible y cuáles nos presentan una realidad imposible de alcanzar.

Recordá: ¡vos tenés el control!



CÓMO EJERCER UN CONSUMO CRÍTICO

Te propongo que elijas dos o tres programas de televisión que generalmente consumís y que los analices de acuerdo con esta guía de preguntas:

- ¿Qué te muestran?
- ¿Qué objetivo persiguen?
- ¿Qué significa el discurso o relato que transmiten?
- ¿Qué roles predominan y qué mandatos implican esos roles?
- ¿Qué sensación o estado emocional te generan: alegría, esperanza, fe, buen ánimo o frustración, impotencia, depresión, tristeza, enojo?

Reducir la cantidad de horas que pasamos frente a la televisión, la computadora, la *tablet* o el celular, es decir las horas de pantalla, es una cuenta pendiente que tenemos como sociedad. En mi libro *No Dieta* (publicado en 2008) explico que, por ejemplo, cuando comemos frente a la pantalla, esta funciona como distractor y nuestra ingesta es mayor que si lo hacemos a conciencia y compartiendo el momento con buena compañía. De hecho, muchos estudios científicos culpan a las horas de pantalla de ser uno de

los mayores responsables de la obesidad, sobre todo infantil.

Lo paradójico es que mientras el consumo de televisión se asocia con la obesidad, desde este mismo medio de comunicación se propone la delgadez como modelo.

Se trata de un doble mensaje, ¿no? ¿Cómo salimos de esta trampa?

LA TELEVISIÓN Y LA INSATISFACCIÓN CORPORAL²⁸

El arquetipo corporal propuesto por los medios influye en la imagen que tenemos de nosotras mismas, pues se convierte en el espejo en el que elegimos mirarnos. Y por eso mismo la reducción de la cantidad de horas de exposición puede ayudarnos a amigarnos con lo que somos. La buena noticia es que valemos mucho más de lo que creemos. Aunque ya lo haya dicho, lo repetiré las veces que sean necesarias: **¡Somos mucho más que un cuerpo!**

Ciertos datos científicos demuestran que menos televisión es más aceptación. De hecho, los valores sociales cambiaron drásticamente en Fidji, un país insular de Oceanía, cuando apareció la televisión satelital. Luego de treinta y ocho meses de exposición, las jóvenes que participaron del estudio exhibían más insatisfacción corporal y una mayor tendencia al dietismo. De igual forma en Irán, un país en el cual en el ámbito público las mujeres respetan la *hiyab* (un hábito que implica cubrir su cuerpo con ropa modesta que no revele su figura delante de hombres extraños), luego de que se prohibiera la difusión de imágenes occidentales se notó un aumento de la satisfacción corporal.

No quiero aburrirte con estudios, cifras y porcentajes. Solo deseo que comprendas que lo que te pasa a vos también le ocurre a muchas mujeres alrededor del mundo. Marika Tiggemann, una distinguida profesora de la

Escuela de Psicología de la Universidad de Flinders, en el sur de Australia, evaluó a jóvenes norteamericanas y mostró que existe relación entre el consumo de televisión, el malestar con el cuerpo y la búsqueda de delgadez. Este trabajo reveló que el grado de insatisfacción, o la búsqueda de delgadez, se asocian con el tipo de programas que eligen las mujeres, como novelas, películas y deportes.

Tiggemann,²⁹ que es una importante especialista en medios e imagen corporal, me ofreció su punto de vista respecto de este tema: “La comparación social parece ser el mecanismo que mejor explica por qué las imágenes de los medios nos producen insatisfacción respecto de nuestro cuerpo”. Porque cuando estamos expuestas constantemente a imágenes que nos deshumanizan y nos convierten en objetos, “las mujeres tendemos a valorarnos más por nuestra apariencia que por nuestras cualidades internas”, explicó.

Por eso, según su mirada, sería bueno que los medios ofrecieran una variada gama de cuerpos como aceptables y abandonaran de una vez el retoque digital. Ante la pregunta acerca de qué podemos hacer para prevenir la insatisfacción corporal y no caer en las garras del dietismo, Tiggemann propone, desde lo individual, dejar de compararnos con las mujeres que vemos en los medios y la publicidad, pero también con nuestros pares. Sugiere, además, realizar alguna actividad que nos permita conocer y reconocer nuestro cuerpo y nos pueda ayudar a conectarnos con nosotras mismas. Puede ser yoga, expresión corporal, *reiki*...

Desde el ámbito público y empresarial, para Tiggemann lo ideal sería trabajar para reducir la cosificación de las mujeres en los medios y paralelamente adecuar los contenidos de los medios de acuerdo con la edad de la audiencia.

Podríamos decir, entonces, que nuestra realidad no se ve reflejada siempre en los medios, sino que es la realidad de los medios el espejo en el que buscamos reflejarnos.

Si bien existen muchos estudios como el de Tiggemann que hablan del efecto de los medios sobre la manera en que las mujeres, especialmente las jóvenes, perciben sus cuerpos, todavía no se conoce a ciencia cierta por qué ocurre y cómo. Lo que sí sabemos es que una vez que una persona ingresa en el camino de la desvalorización y el deterioro de su autoestima generalmente termina en serios problemas, que pueden incluir patologías alimentarias, siempre que la familia o su entorno social validen ese sentimiento. ¿Recordás la tormenta perfecta de la que hablamos al comienzo del libro?

LA BELLEZA COMO ESPECTÁCULO

Ahora analicemos los mecanismos detrás de nuestra internalización de lo que vemos en los medios. Joan Ferrés, doctor en Ciencias de la Información y profesor en los Estudios de Comunicación Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona (España), profundiza en el porqué de la fascinación que provoca la televisión y llega a la conclusión de que esta cumple todas las funciones propias del espectáculo: “la gratificación sensorial” debido al bombardeo continuo de estímulos sonoros y visuales; “la gratificación mental”, que deriva de la fantasía; y “la gratificación psíquica” porque, mediante la identificación y la proyección con lo que les sucede a los personajes o famosos de la televisión, podemos elaborar algunos de nuestros conflictos internos.

Según su punto de vista, “el hecho de que, en unas épocas de la historia, surjan unas determinadas estrellas o triunfen unos géneros, demuestra que los mecanismos de identificación y proyección funcionan a menudo socialmente y no solo individualmente, son el reflejo de un inconsciente colectivo y no solo individual”.

Gratificación sensorial: personajes atractivos, objetos lujosos y deseables y paisajes paradisíacos.

Gratificación mental: las fantasías en las que necesitamos seguir creyendo, aun de adultos.

Gratificación psíquica: la resolución de nuestros deseos, miedos o expectativas.

No es casual, entonces, que nos sentemos todas las noches a la misma hora y sintonicemos un mismo canal para ver nuestro programa favorito.

Hace poco empecé a mirar *Revenge*,³⁰ una serie de televisión estadounidense que narra la historia de Amanda Clarke, una joven que perdió a sus padres de pequeña y años más tarde vuelve a su hogar para vengarse de todos aquellos que destruyeron a su familia. La serie está ambientada en The Hamptons, un balneario ubicado en las afueras de Nueva York. Y es un culebrón de esos que nos hacen quedarnos un sábado entero sin salir de casa. Tiene todos los condimentos para entretenernos, emocionarnos, enamorarnos, indignarnos, enojarnos, sentirnos identificadas; en fin, todo lo que debe tener una buena historia para que queramos verla o escucharla hasta el final. Además transcurre en escenarios idílicos: playas con arenas blancas y fastuosas mansiones. El vestuario es un tema aparte: me animo a decir que leer la legendaria revista francesa de moda *Vogue* y mirar la serie es casi lo mismo. En un solo capítulo, cada actriz presenta entre dos y tres conjuntos y todos marcan tendencia. Quiero aclarar que tomo como ejemplo esta serie, así como podría referirme a otra del mismo estilo o a cualquier novela de las que se transmiten por canales de aire en la Argentina.

El papel de la protagonista, Amanda, una mujer joven y fuerte, una verdadera heroína (entendida como un personaje de ficción digno de imitar), se ve desvalorizado mediante el meticuloso cuidado con el que se busca resaltar su belleza natural. Porque como dice Naomi Wolf en su libro *El mito de la belleza*: “Hablar de una bella heroína es establecer una contradicción, ya

que el heroísmo tiene que ver con lo individual, algo interesante y eternamente cambiante, mientras que la belleza es algo genérico, aburrido e inerte”. Y esto no es inocente, ya que Naomi Wolf sostiene que “las cualidades que en determinados períodos se señalan como bellas en las mujeres son simples símbolos de la conducta femenina que dicho período considera deseable: el mito de la belleza siempre prescribe en realidad una conducta y no una apariencia”. En una industria, la de los medios, que vive a expensas de empresas de belleza, entre otras, ¡qué mejor que instalar la idea de que para ser una heroína, además de fuerte e inteligente, debés ser bella! ¿Habrá algún día una heroína bella, pero desprolija?

Las pocas veces que la televisión pone al frente de un programa a una mujer que no responde a los parámetros de belleza generalmente aceptados como válidos lo hace con estereotipos llevados al extremo. Es el caso, por ejemplo, de la telenovela colombiana *Betty, la fea*, creada por RCN Televisión y escrita por Fernando Gaitán, que se transmitió en la Argentina hace varios años.

Con enormes anteojos, aparatos dentales fijos, ropa pasada de moda y un extraño flequillo, Betty sobresalía por su inteligencia entre los demás empleados de la empresa en la que trabajaba. “Fea y brillante”, “linda y tonta”, “fea y buena”, “linda y mala” parecen ser las combinaciones heroicas más recurrentes en la ficción televisiva actual.

	
¿Cuáles son para vos las heroínas y las estrellas del momento? ¿Por qué?	
¿Cuáles deberían ser para vos las heroínas y las estrellas del momento? ¿Por qué?	
	

Un poco más acá o más allá, y como venimos diciendo, este es el ideal que

nos empeñamos en perseguir. Pero también el que nuestras hijas, nietas o sobrinas intentan emular gracias a todos nosotros, los adultos. Me resulta triste pensar que estamos educando a las mujeres del futuro haciéndoles creer que la belleza y la delgadez son símbolo de felicidad. Finalmente son ellas las que pueden marcar una diferencia y las dejamos atrapadas en un universo de exigencias corporales.

Podemos cambiar el mundo. Es posible hacerlo si comenzamos a educar a nuestras hijas experimentando el mundo en general, y los medios en particular, desde un pensamiento crítico. Si les enseñamos los mecanismos utilizados por la cultura, los medios y la publicidad para instalar la idea de que tenemos defectos que deberíamos cambiar o “extirpar”.



UNA SOLUCIÓN DE GUERRILLA

¿Por qué no promovemos una solución de guerrilla, al estilo de la que proponía Umberto Eco en los años setenta? Esa solución que esbozamos en la introducción de este libro. ¿Cómo? Aprendiendo y enseñando a consumir críticamente las ideas, productos e imágenes que se nos ofrecen como verdades absolutas.

A partir de ahora, cuando mires televisión o vayas al cine, preguntate:

- ¿Lo que estoy mirando pertenece al ámbito de la realidad cotidiana o de la ficción?
- Si estás mirando actualidad, tratá de recordar qué otros datos tenés acerca de lo que estás viendo. ¿Qué dicen otros medios? ¿Qué opina la gente que te rodea (familiares, amigos, vecinos, compañeros de estudio o de oficina)? ¿Qué opinás vos?

Siempre hacele caso a tu instinto.

- Si estás mirando ficción, tené en cuenta que toda historia es una simplificación de la realidad y que los personajes suelen representar un estereotipo, es decir un modelo simplificado y a la vez exagerado. Por eso no deberían ser dignos de imitar. No te critiques ni te evalúes comparándote con esos prototipos. Si la historia te divierte, adelante; si te hace mal, no sigas mirando.
- Siempre que puedas, no te cases con un único medio, con una única visión del mundo. Cuanta mayor variedad consumas, más herramientas tendrás para desarrollar tu poder crítico.
- No te olvides de que todo canal es una empresa. Como tal, debe vender productos (programas) con el objeto de promocionar otros productos (alimentos, cosmética, moda). Vos sos un cliente. Por suerte, iel cliente siempre tiene la última palabra! Hací uso de ese poder.

[24](#) La serie, creada por Jack Orman y protagonizada por Christina Ricci y Margot Robbie, se transmitió en el canal ABC, entre 2011 y 2012. Hoy está disponible vía *streaming*.

[25](#) La película, dirigida por Barry Levinson y protagonizada por los actores estadounidenses Robert De Niro y Dustin Hoffman, se estrenó en 1997.

[26](#) En su libro *El medio es el masaje*, publicado en 1967, McLuhan explica que las nuevas tecnologías son extensiones del cuerpo humano y nos “masajean” moldeando nuestra percepción y nuestra forma de ver el mundo.

[27](#) Lady Gaga, cantante estadounidense, y la saga de *Crepúsculo*, una serie de películas basadas en una colección de libros, son dos fenómenos actuales de la cultura juvenil de masas.

28 Una encuesta realizada en el Evento No Dieta® 2014, al que hicimos referencia anteriormente, mostró que más del 40% de las mujeres cree que su malestar corporal está motivado por las imágenes que proyectan los medios de comunicación.

29 Tiggemann fue entrevistada especialmente para este libro, en febrero de 2015.

30 La serie, que tiene muchas temporadas, se transmite en Estados Unidos por el canal ABC. Aquí, en la Argentina, se puede ver vía *streaming*.



CAPÍTULO 5
**Lo que nos vende
la prensa femenina**

*Llamamos bello a aquello que es elogiado
por el periódico y que produce mucho dinero.*

STENDHAL

- ❁ ¿Por qué las revistas femeninas nos inculcan la idea de que para ser felices tenemos que ser y lucir perfectas?
- ❁ ¿Por qué siempre a costa de hacer tantos sacrificios?
- ❁ ¿Por qué en la prensa especializada a las mujeres se nos sigue identificando únicamente con cuestiones superficiales?
- ❁ ¿Realmente necesitamos tantos consejos sin sustento científico?
- ❁ ¿Es el consejo fácil y ligero lo único importante para nosotras?
- ❁ ¿Es esto lo que queremos, lo que necesitamos?

Cuando abrí las puertas del centro médico que dirijo, decidí no poner revistas femeninas en la sala de espera. Hay libros por doquier y revistas de cocina, cultura y viajes. Para los que se inclinan por el arte, hay mandalas para pintar. Hay un patio, habitado por plantas que compro y me regalan, que invita a tomar aire fresco y disfrutar de la naturaleza en medio de la ciudad. Hay té para el que guste servirse. Se oye música suave: jazz, bossa nova, clásica. Y también hay espacio para la incertidumbre. Para reflexionar, para encontrarse con uno mismo, para descansar. Hay tiempo para detenerse y barajar de nuevo. Ese tiempo de espera, que a muchos les molesta, enoja o incomoda, puede ser un tiempo emocionalmente productivo para el que se lo proponga.

No todas las personas se lo proponen. En lugar de crear, en todos los sentidos que podamos darle a esta palabra tan mágica, muchas personas llegan con su revista en la mano para matar el tiempo libre que tienen. Este relato, que se refiere específicamente a lo que ocurre puertas adentro de mi centro médico, es una metáfora de lo que veo en la sociedad de hoy. Un cúmulo de personas que buscan cómo hacer correr el tiempo del reloj sin pensar concienzudamente qué quieren hacer cuando tienen la posibilidad de elegir.

De eso se trata este capítulo. De decisiones. De elecciones. Cada uno elige su camino. ¡Busquemos formas de andarlo de la manera más saludable! Tomemos decisiones que nos hagan bien. Aquellas decisiones que nos estimulen a ser mejores personas, a ser más felices, a valorar lo que somos. Todo lo que somos.

Veamos lo que le ocurre a Marina cada día rumbo a su trabajo... Aunque va con su *Ipod* y su lista de temas preferidos, cada mañana, Marina no puede

evitar detenerse en el puesto de revistas para ver qué hay de nuevo. ¡Es su minuto de ocio antes de empezar la jornada laboral! O así es como justifica esa parada que la hace desviarse del camino al trabajo. Con disimulo, como quien no quiere la cosa, de entre todo el repertorio, siempre elige ejemplares que tienen fotos de mujeres en la tapa. Y con voces de esas que calan bien profundo, Marina siente que los titulares le hablan, la interpelan: “Ahora o nunca: kilos fuera”. “Belleza: 35 claves de seducción”. “Panza chata, ¡ya!”. “10 *tips* para no subir ni un kilo”. “Trucos para lograr piernas firmes y sin celulitis”. “Por qué tu dieta no funciona (y además te hace daño)”. ¿Elegirá Marina cambiar alguna vez de camino? Si no lo hace, ¿habrá forma de resistir a ese bombardeo de mandatos que le reparten, y ella acepta, en el kiosco de revistas?

DE ELECCIONES Y DECISIONES

La prensa femenina es un género muy instalado en nuestra cultura occidental, posee un público bien específico y no es más que el reflejo del lugar que ocupa la mujer promedio en la sociedad en que vivimos. Aunque su *corpus* discursivo no nos represente a todas, ya sea de manera diaria, periódica, circunstancial o esporádica, me animo a decir que todas las mujeres consumimos algún discurso propio de los medios pensados especialmente para mujeres.

Estamos expuestas a la idea de que tenemos el control de nuestra propia vida, mientras son otros —ni siquiera los conocemos en carne y hueso, ¡pero muchas veces confiamos en ellos!— los que deciden cosas tan banales como qué ropa usaremos la próxima temporada o qué tratamiento nos hará perder tres kilos esta primavera, pero también asuntos tan cruciales como qué hacer con nuestro futuro laboral o cuándo es el momento ideal para ser madre.

Como vimos en el capítulo dedicado a la televisión, muchas de nuestras decisiones o elecciones se basan en la información que leemos en los medios, y las revistas femeninas en particular hacen lo que se conoce en la jerga periodística como “bajar línea”, es decir, instalar formas de pensar respecto de un tema en particular.

El diablo se viste a la moda (*The devil wears Prada*, en inglés) es una película basada en el libro homónimo de la periodista y escritora Lauren Weisberger que muestra el *backstage* de una publicación de moda. Inspirado en la histórica directora de *Vogue*, Ana Wintour, el personaje de Miranda Priestly (interpretado por la actriz estadounidense Meryl Streep) muestra el poder que tienen las revistas femeninas y el mercado al que ellas nos dirigen cuando se trata de imponer moda, ya sea de ropa, de estilo de vida o de un ideal estético. En otras palabras, la influencia que ejercen sobre muchas de las decisiones o elecciones que creemos resolver sin ayuda de terceros todos los días.

Dice la directora de la revista, que representa Meryl Streep, en una escena de la película:

Vas a tu clóset y escoges, no sé, ese suéter viejo de color azul, por ejemplo, porque quieres decirle al mundo que te respetas demasiado como para interesarte por lo que usas. Pero lo que no sabes es que ese suéter no es solo azul. No es turquesa. No es azul ultramar. Es en realidad cerúleo. Y además te despreocupas del hecho de que en 2002 Oscar de la Renta hizo una colección de vestidos cerúleos. Y luego creo que fue Yves Saint Laurent, si no me equivoco, el que hizo chaquetas militares cerúleas [...] Más tarde, el cerúleo apareció rápidamente en las colecciones de ocho diseñadores. Y después se fue filtrando en las tiendas departamentales para ir a parar a un trágico Casual Corner donde tú, sin dudas, lo sacaste de un canasto de liquidación. No obstante, ese azul representa millones de dólares e incontables empleos y es algo cómico

que pienses que tomaste una decisión que te exime de la industria de la moda cuando de hecho estás usando un suéter seleccionado para ti por la gente de esta sala. Entre un montón de cosas.

El modelo de belleza que vemos en los medios se construye de una manera similar. La diferencia es que, cuando hablamos de azul cerúleo, nos referimos a un pigmento. Pero cuando hablamos de belleza, lo que está en juego es nada menos que nuestro cuerpo. Y nuestra autoestima.

❁ ❁
¿Con que frecuencia lees revistas femeninas? ¿Cuáles?
¿Te afectan las imágenes de mujeres o la información en relación con tu cuerpo, aspecto, ejercicio o alimentación que aparecen en este tipo de publicaciones?
❁ ❁

NECESITO ALGUIEN QUE ME EMPARCHE UN POCO Y QUE LIMPIE MI CABEZA...

Las publicaciones para mujeres aprietan poco, pero lo abarcan todo: belleza, sexo, cocina, profesión, familia, salud, motivación, vida espiritual, amistad, maternidad, cultura, tecnología, humor, turismo. ¡La lista es larga!

Todo parece indicar que quienes escriben para las mujeres nos ven como una masa homogénea de esclavas de lo que nos impone la sociedad: ser más atrevidas, más bellas, más flacas, eternamente jóvenes, llenarnos cada vez de más responsabilidades, ser exitosas sin importar el costo que eso implique. Podemos ser perfectas si somos obedientes y seguimos fórmulas que muchas veces no tienen ningún sustento científico o académico. Pero al mismo tiempo nos aconsejan hacer menos para poder relajarnos, buscar nuestro yo interior,

hallar la armonía, hacer retiros espirituales, volver a las raíces, soltar.

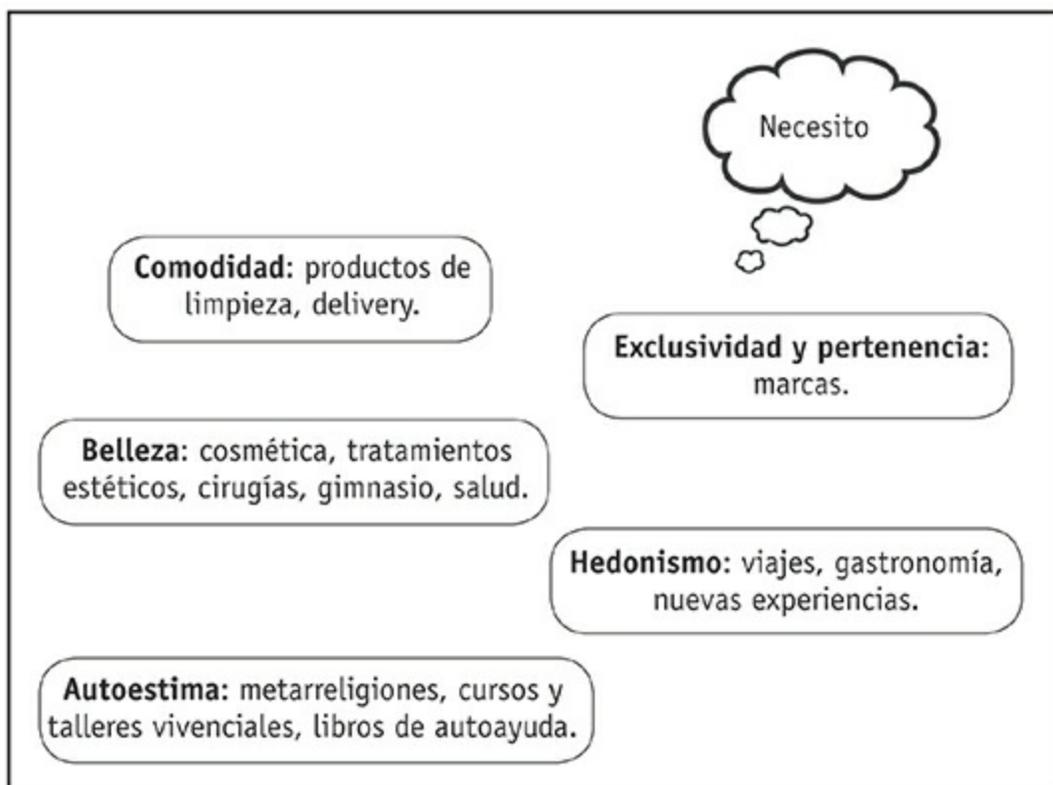
Cuando nos incitan a cambiar nuestra forma de vida, a tomar decisiones trascendentales, a subir peldaños en el trabajo, a atrevernos a trabajar *free-lance*, este discurso pretendidamente liberador va acompañado de otro que nos baja del caballo: tenemos que ocuparnos de nuestra apariencia, nuestro peso, nuestro cuerpo. Siempre subyace el mandato de la belleza como pasaje al éxito, la realización personal y, por supuesto, la felicidad. Pero ¿cómo hacemos todo eso junto? ¿Qué camino seguimos? ¿A quién le hacemos caso?

Podemos analizar las revistas femeninas como un producto típico de la modernidad líquida, en el sentido que le otorga el filósofo polaco Zygmunt Bauman, autor del libro *Amor líquido*, es decir, un discurso que se evapora rápidamente, que tan rápido como viene se va y no deja más huellas que la necesidad constante de consumir la receta de la felicidad que nos venden de la mano del mito de la belleza.

¿Te preguntaste por qué nos inoculan la idea de que para ser felices tenemos que ser y lucir perfectas? ¿Por qué siempre a costa de hacer tantos sacrificios? ¿Por qué en la prensa especializada a las mujeres se nos sigue identificando únicamente con cuestiones superficiales? ¿Realmente necesitamos tantos consejos sin sustento científico? ¿Es el consejo fácil y ligero lo único importante para nosotras? ¿Es esto lo que queremos, lo que necesitamos?

Compramos y leemos revistas femeninas sin percatarnos del silencioso poder que ejercen sobre nosotras. Ojo, no estoy en contra de ellas: son parte de nuestra cultura. Pero como señala la periodista y escritora estadounidense Naomi Wolf, “son uno de los agentes más poderosos para el cambio de los roles femeninos” y vuelven fascinante aquello que la economía y las empresas anunciantes precisan de las mujeres en cada momento de la historia. Que nos quedemos en casa, que salgamos a trabajar, que seamos fieles consumidoras... Por eso debemos ir con cuidado. Leer y digerir cada discurso. Cada época nos impone un prototipo de mujer. Es nuestra decisión aceptarlo o no.

En la actualidad, el modelo imperante es el de la mujer que sale del hogar, pero que también ejerce su rol de eficiente ama de casa (¡con la ayuda del “señor músculo”, el “poderoso chiquitín” y la “reina de la blancura”!), de madre comprensiva y de esposa siempre bien dispuesta a cumplir las variadas demandas maritales. Pero además se caracteriza por cuidar de su aspecto obsesivamente. De acuerdo con las revistas femeninas, las mujeres sentimos la necesidad constante de comprar comodidad, exclusividad y pertenencia, belleza, hedonismo y autoestima. Claro que siempre podemos elegir y decidir qué comprar... Pero, ¿lo hacemos?



El hecho de que en la prensa femenina se nos muestre necesitadas (como Cenicienta sin carroza), inseguras respecto de nuestro aspecto (como Sirenita sin cola de pez), plenas de insatisfacción (como la bruja de Blancanieves con el espejito en contra de ella), confundidas sobre qué hacer para mejorar nuestra forma de vida (como Popeye sin brújula), contribuye a que en la

opinión pública se consolide una percepción negativa de la mujer. Pero lo peor de todo no es que ese esquema circule en la sociedad: lo más peligroso es que muchas veces terminamos comprando ese papel y, lo que es peor, interpretándolo como atribuladas marionetas.

Para Gilles Lipovetsky, “los medios de comunicación, más que producir el deseo femenino de belleza, lo expresan e intensifican”. Es decir, nos hacen sentir que entre muchos otros atributos la apariencia es el más valioso. ¡Y nosotras salimos raudas a mirar nuestro reflejo en la ventana!

Al exaltar nuestra superficialidad, las revistas consiguen exhibir una imagen empobrecedora que nos deja en *offside* cuando queremos ser mucho más que un cuerpo. Esta creación de estereotipos claramente desfavorecedores es un buen ejemplo de cómo se ejerce la violencia simbólica de la que habla Pierre Bourdieu en su libro *La dominación masculina* y a la que ya nos referimos anteriormente.

¿Cómo es para vos la mujer ideal que muestran los medios y cómo creés que debería ser?

EL SIMULADOR DE BELLEZA

La fábula conocida como “El hipopótamo que quería ser delgado” cuenta la historia de un hipopótamo que tenía tres amigos: el avestruz, el leopardo y el flamenco. Cada vez que se encontraba con ellos, nuestro protagonista se sentía avergonzado porque se veía más gordo que ellos. Y ellos, como buenos compañeros, le brindaban consejos para perder peso.

—Quedate parado un día entero en una pata, ¡vas a ver cómo perdés peso!
—le dijo el flamenco.

—Lo que necesitás es hacer mucho deporte —le sugirió el leopardo.

—¡Es muy fácil! ¡Solo necesitás comerte unas cuantas piedras y tendrás el resultado que estás buscando! —dijo el avestruz.

El hipopótamo, obediente, siguió las recomendaciones de sus amigos, pero parado en una pata se lastimó el tobillo, la gimnasia lo dejó muy dolorido y las piedras le causaron malestar estomacal. Al notar que todos sus esfuerzos no servían para nada, se dio cuenta de que no estaba más gordo que sus amigos: lo que ocurría es que tenía otra forma de cuerpo. Desde ese momento, el hipopótamo vivió tranquilo y feliz.

La moraleja de este relato es que tal vez lo mejor sea aceptarnos. Pero al igual que le ocurre al hipopótamo, las mujeres vivimos ancladas a un modelo cultural de delgadez y los consejos que nos brindan nos llenan de frustraciones porque, si avanzamos un casillero, después retrocedemos tres.

Si las imágenes que nos rodean muestran delgadez, ¿cómo hacemos para aceptar que tenemos un rollito?

En un estudio publicado en *Psychology of Women Quarterly*, una revista estadounidense especializada en psicología femenina, se investigó la relación entre la percepción negativa de la imagen corporal y la exposición mediática a dos tipos de imágenes: mujeres delgadas y no delgadas. Aquellas que fueron sometidas a figuras de mujeres flacas reportaron un aumento de la insatisfacción corporal, el mal humor y los niveles de depresión, además de una baja autoestima.

Hoy, con el uso generalizado del Photoshop, las representaciones de las mujeres en los medios son poco reales y humanamente imposibles. Más cola y sin celulitis, labios más carnosos, pelo sin *frizz*, panza chata, piel lisa. Es como ir a un supermercado, ¡pero de esos que tienen promociones difíciles de creer! Elegís lo que querés y te lo llevás. Pero ¿cuál es el precio? ¿En qué se convierten las mujeres del medio si para gustar a los demás una máquina las

debe rediseñar? ¿Qué nos venden cuando aparentan ser lo que no son? Y a nosotras como consumidoras, ¿qué nos pasa cuando vemos esas imágenes?

Compararnos con un modelo de mujer inalcanzable es como luchar una batalla perdida desde el inicio.

Cada vez que me entrevistan por un caso de anorexia en el mundo del *show business* me encargo de dejar en claro que, en la cultura en que estamos inmersas, las famosas necesitan cuidar de su cuerpo para seguir siendo lo que son. Su desempeño laboral está a la vista de todos los que quieren verlas: pasan sus días en oficinas de vidrio —parafraseando al filósofo alemán Walter Benjamin, quien en ensayos de la década del treinta hablaba de “casas de vidrio” como una novedad arquitectónica que trastocaba de algún modo el concepto de intimidad que se tenía hasta entonces—. Son mujeres que saben que las están mirando y que su imagen lamentablemente vale tanto como sus miles de palabras diarias. Por eso, lógicamente, su preocupación por la estética es mayor a la “normal”.

De hecho, la organización sin fines de lucro *Media Smart*, con sede en Reino Unido, presentó estadísticas que muestran que en ese país las modelos y actrices que aparecen en los medios de comunicación tienen un 50% menos de grasa que las mujeres saludables. Tal vez por eso, seis de cada diez adolescentes piensan que serían más felices si fueran más flacas.

Leamos lo que decidamos leer, es importante recordar siempre quiénes somos y qué queremos. ¿Somos esas mujeres que nos dicen que somos? ¿Somos solo eso? ¡No! Somos mucho más que un cuerpo! Es importante recordar esta frase antes de navegar por esos mares de trivialidad que nos encontramos todos los meses en el kiosco de la esquina. Porque una mirada crítica es el único arma con la que contamos al enfrentarnos al relato que los medios nos venden como simple pasatiempo.

EL CONTRATO DE LECTURA

Todo medio propone —como lo definió Eliseo Verón— un contrato de lectura a sus lectores. En otras palabras, una manera de vincularse que está implícita en el modo de decir (enunciación) lo que se dice (enunciado o contenido). Este contrato le otorga al enunciador (quien habla) una postura frente a los lectores, que puede ser:

- **De complicidad:** cuando el medio ubica al lector en el lugar del saber compartido. ¡Le guiña el ojo!
- **Objetiva:** cuando no se explicita al enunciador ni a los lectores (destinatarios). Es decir, se borra la huella del momento y las circunstancias en que se habló.
- **Pedagógica:** cuando el medio se coloca en el lugar del saber o de autoridad y ubica al lector en el rol de aprendiz.



EL CONTRATO DE LECTURA

¡Es fácil adivinar qué contrato de lectura suelen proponer las revistas femeninas! ¿Te animás?

Estos son titulares típicos:

- “Manual erótico para tocar a un hombre desnudo” (Cosmopolitan, junio de 2005)
- “Guía para meditar: el arte de no hacer nada” (Ohlalá, junio de 2009)
- “Lo mejor para terminar con la celulitis” (Vanidades, 2011)
- “La alimentación antipanza” (Buena Salud, abril de 2012)

¿Qué tipo de relación te parece que plantea la prensa femenina?

- De complicidad
- Objetiva
- Pedagógica

¡Seguramente adivinaste! Las revistas femeninas recurren al último tipo de relación que representa el cuento de la maestra ciruela y sus alumnos. No es casual que las dos palabras más repetidas en la prensa femenina sean *tips* y consejos... Sí, parece que nos quieren hacer creer que nosotras —mucho más que los hombres— necesitamos mejorar. Poco, algo, bastante, mucho... ¡No importa! ¿Realmente necesitamos aprender a remediar nuestros supuestos defectos?

POR ARTE DE MAGIA

Sentadas alrededor de una mesa redonda están cuatro amigas profesionales de entre treinta y cinco y cuarenta y cinco años. Es la cena de los viernes y la diversión se resume en tres componentes: vino tinto, algo rico y una charla distendida. Muy cerca de ellas, un pianista toca música en vivo. La tenue luz de las velas induce la primera confesión:

—Chicas, tengo algo que contarles: ¡me voy a hacer un *lifting*!

—¿En serio? Pero si estás bárbara... Siempre dijiste que no te tocarías ni un pelo —contestan las demás al unísono.

—Bueno, lo estuve pensando y... quiero verme más joven. Me miro al espejo y no me gusta.

Llegan las bebidas y ordenan la comida. Cuando el camarero se retira, la

más joven dice:

—Yo estoy averiguando para hacerme una lipo. Como mi prepaga me cubre la cirugía, aprovecho y llego diosa al verano. ¡Hay dos por uno! ¿Alguna se prende?

El culto al cuerpo está de moda. De una forma u otra, todas las mujeres nos preocupamos por lucir mejor.

Está la que va al gimnasio todos los días.

La que se embarca en una dieta tras otra.

La que empieza una dieta el lunes y la termina el martes a la mañana.

La que mete panza.

La que no se anima a usar bikini en verano.

La que se esconde detrás de la ropa.

La que se compra un talle menos como incentivo para perder peso.

La que nunca encuentra qué ponerse.

La que se compara con sus amigas.

La que mientras camina por la calle mira su reflejo en todas las vidrieras.

La que se vuelve vegetariana porque cree que comer solo verduras la volverá más delgada.

La que no se desnuda frente al espejo y la que directamente saca los espejos de su casa.

La que mira la película *El diario de Bridget Jones* para consolarse.

La que se compra todos los productos para adelgazar que existen en el mercado.

La que se sabe las calorías de todos los alimentos.

La que es víctima de la moda.

La que come solo a escondidas.

La que siempre tiene una excusa para no comer.

La que se come todo y después se arrepiente.

La que no come nada y se come a sí misma.

Tal vez te identifiques con alguna de ellas o con ninguna. Las revistas femeninas no distinguen entre una y otra: nos hablan a todas por igual. Y nos bombardean con noticias y consejos sobre nutrición, ejercicio, belleza y obesidad. Pero sobre todo arremeten con promesas y milagros.

En el afán de generar impacto, la prensa en general, incluida la femenina, publica artículos que no son lo suficientemente representativos de la realidad (si es que podemos hablar de una única realidad), noticias descontextualizadas o estudios científicos que no son concluyentes, pero se los presenta como evidencia. Muchas veces las noticias no son frescas: reposan congeladas en un cajón para ser luego cocinadas en el momento necesario.

Lamentablemente en nutrición, más que en ninguna otra rama de la ciencia, cualquiera opina, cualquiera arriesga teorías: desde actrices y modelos hasta columnistas sin formación, pacientes recuperados y líderes de opinión. Y como médica, lo que me preocupa es que lo que dicen involucra a nuestro cuerpo, nuestra salud y nuestra vida. Como si esto fuera poco, para complicar el panorama, las noticias caducan rápidamente y son reemplazadas por otras noticias más nuevas, valga la redundancia.

En general ocurre que, cuanta más información haya sobre un tema, más difícil será poder determinar qué es lo importante. La confusión es una clara señal de que estamos empachados. Leer textos referidos a nuestra salud que se contradicen unos con otros, incluso a veces en un mismo medio, es contraproducente. Y puede llevar a adoptar hábitos o tratamientos poco saludables.

¿Alguna vez te preguntaste qué harías si tuvieras un problema cardiovascular o si te rompieras un ligamento cruzado? ¿Llamarías a la redacción de una revista para preguntar cuál es el mejor tratamiento? ¿Comprarías una solución instantánea en un “llame ya”? ¿Seguirías los *tips* que se publican en una revista? ¿Te quedarías con lo que dice el diario de ayer?

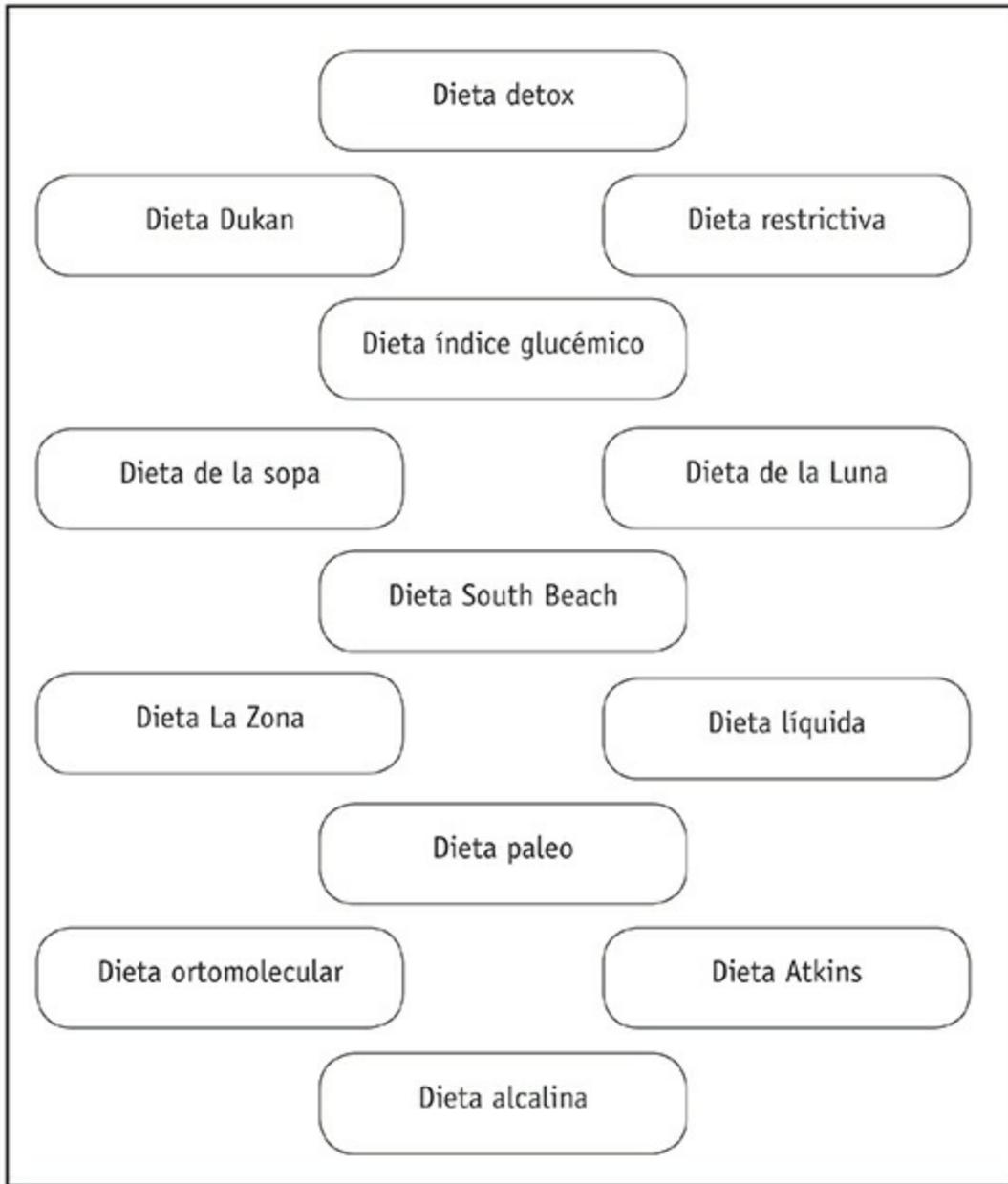


¿Alguna vez hiciste una dieta propuesta por un medio de comunicación? ¿Qué fue lo que te decidió a hacerla?

¿Intervino en tu decisión la opinión de un referente (conductor de tv, periodista, famoso)? ¿Obtuviste el resultado que deseabas?



En el siguiente cuadro figuran algunas de las tantas dietas que promocionan las revistas. Entre tanta oferta, ¿te preguntaste cuál debería ser el criterio para elegir la correcta? ¿Cuántas resultan inocuas de probar? ¿Una por año? ¿Una por mes? ¿Una por semana? ¿Quién arriesga más?



Ocurre que subestimamos el peligro que implica modificar nuestra alimentación para adoptar una dieta heterodoxa. Por eso existen tantos tratamientos para perder peso. ¡No hay control! La Sociedad Argentina de Nutrición (SAN) publicó hace algunos años una revisión crítica de las dietas existentes y una posición al respecto.³¹ Pero ¿cómo puede saber la gente cuál es la indicada? Es importante que los medios practiquen periodismo ético y responsable: no todo es publicable. Esa debería ser la premisa con la que

deberían trabajar los periodistas que se dedican a este área.

Cada medio debería tener un asesor que pudiera discutir con los periodistas qué se puede comunicar y cómo. Pocos medios cuentan con ese mecanismo estandarizado.

Mientras tanto, tu médico de confianza es siempre quien puede evacuar las dudas y transformar la desinformación en información.

LEER UNA REVISTA

Retomando el concepto del “contrato de lectura”, podemos decir que cada discurso lleva —por decirlo de una manera simple— la firma de quien lo escribió y de quien lo publicó. Cada medio tiene una línea editorial, que es una ideología que de cierta forma determina qué se publica. Asimismo cada periodista posee una mirada subjetiva sobre el tema que desarrolla: al decidir a quién entrevista o a quién cita o qué aspectos de cierto tema desarrolla, el autor está delineando una visión particular acerca del tema.

Un artículo sobre alimentación saludable puede dar lugar a distintas miradas sobre la nutrición. Puede hablar de productos orgánicos, si se quiere hacer hincapié en la importancia del proceso de producción y la sustentabilidad. Puede referirse a No Dieta®, mi propuesta de abordaje de la obesidad, si pone énfasis en el placer de comer. Igualmente, en una revista para deportistas, seguro que el periodista que escribe se centrará en los nutrientes necesarios para tener energía. Y en una para futuras madres, el autor buscará resaltar las recomendaciones para llevar adelante un embarazo sin carencias nutricionales. Así vemos cómo un mismo tema puede ir por distintas direcciones. También cada escrito que leemos tiene un contexto en el que se desarrolló, es decir, un momento histórico que incluye una cultura, ciertos

valores, ideales en alza, etcétera.

Hace un par de décadas resultaba impensable hablar de ejercicios para levantar la cola. Hoy ese tipo de frases (con imágenes que las ilustran) pueblan las tapas de las revistas. No hay pudor en mostrar ni en mirar. Tampoco en leer, ni ser leídos. Otro ejemplo es el peso. En la era de Marilyn Monroe (como vimos al comienzo de este libro), las curvas eran sinónimo de seducción. En la actualidad, la delgadez lleva la coronita.

Además está la lectura que cada mujer hace de lo que tiene en sus manos: un artículo sobre dietas no impactará de la misma forma en una joven con sobrepeso que en una flaca natural. La primera vive buscando soluciones para lo que considera su gran problema: un par de kilos de más. Entonces hallará en este tipo de revistas un aliado que a su vez será una especie de pájaro carpintero que le recordará una y otra vez su supuesta imperfección. La segunda, que no tiene malestar con su cuerpo (aunque sí puede tenerlo con algún otro aspecto de su vida), probablemente pueda asimilar el contenido más sensible como una simple lectura para pasar el tiempo.

A todo esto se le suma el hecho de que las revistas se financian básicamente con la venta de avisos publicitarios y para que esos anuncios sean rentables es imprescindible crear un entorno amigable que lleve a las lectoras a desear lo que se promociona sin sentir que otros deciden por ellas.

Creemos más en la palabra del periodista que en la del publicista. Sin embargo, ambos buscan lo mismo: vendernos belleza, juventud y felicidad.

LA PUBLICIDAD

La investigación “Ads Everywhere: The Race to Grab Your Brain”, publicada

por *Psychology Today*, estima que hoy las adolescentes son bombardeadas por 5000 mensajes publicitarios al día. Estos pueden provenir no solo de las revistas y la televisión, sino también de sitios web, blogs, medios sociales, videos musicales y películas, incluso a través de sus teléfonos celulares. Uno de cada once comerciales tiene un mensaje directo relativo a la belleza. En ese tipo de mensajes subyace un ideal de atractivo.

Ese tipo de mensajes influye en la manera en que nos miramos. Determina los parámetros según los cuales apreciamos lo que somos. Puede destruir nuestra autoestima. Puede enfermarnos. Como expliqué unos párrafos atrás, el culto al cuerpo está de moda. Y el deseo de inmediatez es característico de los tiempos que corren. No es casual, entonces, que, cuando se trata de bajar de peso, reducir la celulitis o borrar las arrugas, todas queramos obtener resultados inmediatos. Pero lo cierto es que para vernos bien y sentirnos bien debemos transitar un camino.

Muchas veces necesitamos adquirir hábitos nutricionales saludables y hacer más ejercicio, otras veces realizar rutinas de higiene de nuestra piel o cuidar nuestro cabello sin exponerlo demasiado al calor del secador y la planchita. Pero lo importante es entender que, aunque nos ocupemos de nuestra apariencia las veinticuatro horas del día, nunca seremos como la mujer que vemos en la publicidad. Por eso, mientras transitamos ese camino, lo más importante es aprender a aceptarnos, valorarnos y querernos como somos.

El “viaje del cliente” (*the customer journey*, en inglés) es un concepto que se utiliza en *marketing* para referirse al modo en que un cliente se relaciona, pero sobre todo, lo que siente al consumir un producto. Este análisis permite a las empresas rediseñar estrategias de publicidad y hasta replantear un modelo de negocio. Paradójicamente la publicidad no suele tener en cuenta este concepto. Si existiese un estudio de los sentimientos y los comportamientos que desencadena la exposición a los anuncios publicitarios relacionados con la belleza y el cuerpo, seguramente las agencias estarían virando hacia

propuestas más enfocadas en los distintos tipos de mujeres que se ven en la calle, en el subte y en las oficinas, y buscarían transmitir un mensaje mucho más saludable. Física y emocionalmente saludable.

Con cuentagotas van apareciendo avisos publicitarios que buscan representarnos de manera más inclusiva. La meta es que la publicidad reproduzca modelos reales y no modelos imposibles de alcanzar. Mostrar que se puede ser feliz, aunque no se logre llegar al 90-60-90, es el mensaje más sano al que podemos aspirar como consumidoras de productos de belleza.

LA REBELIÓN DE LAS CHICAS REALES

Aunque todavía son pocos los casos de publicaciones que eligen mostrar el mundo femenino real, espero que podamos vislumbrar un futuro con revistas femeninas más enfocadas en darnos un protagonismo que reniegue de la apariencia como único valor. En la Argentina, la revista *Sophia* es un buen modelo: sus tapas son ilustradas con mujeres que tienen algo para decir o para contar, que se destacan por lo que hacen: mujeres que se piensan como mucho más que un cuerpo.

En Estados Unidos, *Ms. Magazine* es también un caso interesante y tal vez el precursor. Proclamada como un movimiento más que como una revista, esta publicación feminista aboga por los derechos civiles de las mujeres y fue la primera en ese país que se animó a hablar de temas como el aborto, la violencia doméstica y la lucha contra la pornografía. En Alemania, como respuesta a los reclamos de las lectoras que ya no se sentían identificadas con las mujeres que “vendían” sus notas, la revista *Brigitte* decidió dejar de contratar modelos y ahora recurre a lo que su redactor en jefe, Andreas Lebert, entiende como “mujeres fantásticas”.

Parece que después de que cayeron las ventas, los editores decidieron

tomar el toro por las astas y se sentaron a pensar estrategias para reconquistar a la audiencia femenina que los seguía desde sus inicios. Así publicaron en la web un aviso en el que convocaban a mujeres de distintas edades, etnias y estilos a participar de producciones de moda y a convertirse en las imágenes que acompañaban distintas notas de las secciones de salud y estética. ¿Para qué promocionar prendas que solo a las modelos pueden quedarles bien cuando la publicación está dirigida a mujeres con medidas posibles y reales?

“Nosotros hacemos una revista para mujeres que son como son, y no como otros quisieran que fuesen”, declaró Lebert durante una entrevista. Dentro de esta movida están también las famosas que deciden luchar por una representación más genuina de la feminidad y buscan mostrarse naturales. Esto es: no apelar a la ilusión del Photoshop, entre muchos otros trucos caseros y no tan caseros.

Luego de que una revista la mostrara con una silueta demasiado distinta a la real, la actriz inglesa Kate Winslet llegó a los tribunales para exigir que no se usaran excesivos retoques fotográficos en sus fotografías. Emma Thompson también fue a juicio para pedir que la mostraran natural.

La cantante Britney Spears, que supo ser la niña sexy de los noventa, se sumó en 2011 a la movida contra el retoque al mostrar su celulitis en el marco de un programa educativo de la organización sin fines de lucro *Media Smart*, cuyo objetivo era fortalecer la autoestima y la percepción de la imagen de los estudiantes de diez y once años. La ministra de Igualdad británica explicó en su momento que la idea del proyecto era educar a los niños para que entiendan desde pequeños que valen mucho más que lo que su apariencia física muestra.

En Francia, Reino Unido, Estados Unidos y Noruega se están analizando medidas para legislar la manipulación de imágenes.



Te propongo que intentes descubrir qué fotos están retocadas. A continuación te brindo algunas pistas que te ayudarán a resolver este ejercicio:

- Si el cuerpo posee irregularidades anatómicas: alguna parte del cuerpo ubicada levemente fuera de lugar; la piel demasiado lisa o sin venas, pecas o lunares; distintos tonos de piel; cabello demasiado estático.
- Si los bordes de la silueta están borrosos.
- Si hay distintos tamaños de píxeles.
- Si el fondo y la figura son consistentes o no.
- Si el cuerpo es demasiado perfecto, se trata de una imagen trucada. ¡La perfección no existe ni siquiera en las mujeres que trabajan con su belleza!

POR UNA PRENSA FEMENINA PARA NOSOTRAS

Recuerdo cuando mi hija Valeria me decía: “Mami, no quiero ser grandota como vos”. Tendría unos ocho años y ya manejaba el concepto de lo que era un cuerpo normal o lindo o aceptable. Yo no era gorda, nunca lo fui. Pero soy alta y tengo una contextura grande. Para ella, ser como yo no era algo deseable. Claro, las heroínas infantiles a fines de la década del ochenta eran la actriz argentina Flavia Palmiero y la animadora brasilera Xuxa, entre otras. Mujeres delgadas, menudas, atractivas. Valeria quería ser como ellas. A medida que fue creciendo, en una familia en la que siempre se valoró mucho el esfuerzo, el trabajo y la cultura, mi hija comenzó a admirar otros modelos de mujer.

Hoy veo a mi nieta atrapada en el mismo discurso que su madre tenía de

pequeña. Le importa mucho lucir bien, vestirse a la moda y sobre todo le impacta la mirada de los demás. Es nuestra responsabilidad sembrar un futuro más inclusivo, donde cada mujer pueda elegir quién quiere ser, sin seguir un único patrón todopoderoso y sin estar pendientes del qué dirán.

En su libro *Hambre*, la psicoterapeuta estadounidense Susie Orbach opina que si los medios decidieran en conjunto promover al sobrepeso como ideal de belleza tendrían el poder suficiente como para definir una nueva estética. Desde que leí esta frase no puedo quitármela de la cabeza. ¿Qué puedo hacer yo, Mónica Katz, para que de una vez por todas, nuestra sociedad establezca una estética más saludable? Creo que un primer paso es escribir este libro...

Un segundo paso es reclamar que los medios en general —y los dedicados a la mujer, en particular— nos representen como lo que somos: un universo maravillosamente heterogéneo, diverso, plural, que abarca distintas etnias, edades, formas, estilos, colores, medidas, tamaños, alturas.

De a poco las mujeres estamos defendiendo lo que somos, además de un cuerpo. No dejemos que nadie opaque nuestro crecimiento, nuestra sabiduría, nuestra capacidad, nuestra creatividad, nuestra garra, nuestro amor, nuestra solidaridad, nuestro trabajo. Revolucionemos la prensa femenina. Si es nuestra, ¿por qué no usarla para empoderarnos?



DESAFIANDO A LA MAESTRA CIRUELA

Para terminar este capítulo, te propongo embarcarte en la lectura de una revista femenina sin obedecer a la “maestra ciruela”:

Tené en cuenta de qué medio se trata: en qué país se publica, quién lo edita, a qué público está dirigido (edad, sexo, ocupación).

Identificá qué vende: te vas a dar cuenta por el tipo de avisos

publicitarios que comercializa.

Analizá qué busca transmitir (quiénes opinan, quiénes firman, cuáles son las ideas u opiniones que se repiten sistemáticamente, qué imágenes se muestran).

Con toda esta información es mucho más fácil digerir lo que uno lee para quedarse solamente con lo que sirve. Nadie está obligado a llegar hasta el final. Eso es lo bueno de las revistas. ¡Son como la colección de libros Elige tu propia aventura!



CAPÍTULO 6

Enredados

*La mejor red social es una mesa rodeada
de las personas que tú más quieres.*

EL BLOG DE SARAI LLAMAS

- ❁ ¿Sacamos fotos de nuestros peores momentos?
- ❁ ¿Nos exponemos a la cámara cuando estamos engripados o descompuestos?
- ❁ ¿Y cuando estamos deprimidos o tirados en el sillón esperando que pasen los minutos porque el reloj está avanzando demasiado lento?
- ❁ ¿Tomamos fotos de la mancha de humedad que tenemos en el baño, de la comida recalentada de ayer a la noche, del remiendo que le hicimos a ese vestido que tanto nos gusta?
- ❁ ¿Coleccionamos Polaroids que den cuenta de nuestra soledad, nuestro dolor, nuestros miedos, nuestras inseguridades?
- ❁ ¿A qué tipo de fotos le damos "Me gusta" en Facebook?
- ❁ ¿Qué imágenes compartimos?

Un muchacho está sentado frente a su computadora. Quiere ponerse al día con sus ¿amigos? de Facebook. Como escenas de una película, las fotos van pasando. Uno está en la playa, otro come un pantagruélico helado y también está el que se abraza con una atractiva desconocida. ¡Sus vidas parecen apasionantes!

Mientras digiere esas imágenes, fija la vista en su novia, que está mirando televisión con una expresión de profundo tedio. Por un instante sus miradas se cruzan. “Comiendo sushi con mi novia”, escribe. Instantáneamente, recibe el primer *like* y el segundo y el tercero... Y en pocos minutos ya tiene una legión de aplaudidores. La puesta en escena, esa realidad ficticia que acaba de idear, cobra vida. Por un minuto se siente importante, popular. Feliz.

PULGARES PARA ARRIBA

En épocas de redes sociales la representación del bienestar y la felicidad pueden trucarse fácilmente. Y lo cierto es que no se requiere tanto trabajo: con un poco de ayuda de un celular con cámara y una vaga idea de lo que para muchos podría catalogarse como “positivo”, “atractivo” o “emocionante”, cualquier persona puede construir su “país de las maravillas”.

La escena con la que arranco este capítulo es parte del cortometraje de un joven cineasta noruego, llamado Shaun Higton, que rápidamente se volvió viral con millones de reproducciones en YouTube. El video, dirigido y producido por él mismo, se llama *What's on your mind?* y muestra cómo en

dos minutos se le puede vender a otros que uno es feliz simplemente realizando pequeños montajes de situaciones de aparente disfrute. “Facebook puede ser un lugar deprimente porque uno ve que la vida de los otros es mucho mejor que la propia. ¿Pero son (los otros) realmente tan felices?”, se pregunta Higton.

Podríamos arriesgar que algunos sí; otros tal vez no.

Lo que queda claro es que en las redes sociales todos nos mostramos tal como nos gustaría ser y como nos gustaría que nos vieran, pero no tal cual somos.

Con esta premisa de crear realidad a nuestra propia conveniencia, las redes sociales (como pueden ser Facebook, Instagram, Twitter o Pinterest) se perfilan como los nuevos medios de comunicación interpersonal. En este capítulo me dedicaré a analizar Facebook, que es la plataforma que más influye en la percepción del ideal de belleza, según diversos estudios.

Actualización tras actualización y foto tras foto configuramos una versión mejorada de la vida que tenemos. Como iremos viendo, se trata de una sucesión de imágenes únicas y efímeras. No hay lugar para la tristeza, la cara lavada, los años transcurridos, los kilos de más, y menos que menos los fracasos. La llamaremos “nuestra mejor vida posible”.

❁
¿Qué tipo de fotos publicás en Facebook? ¿Qué fotos son las que más te atraen de tus amigos?
❁

Conocí a Maya Landesman, comedianta uruguaya, cuando con mi hija estábamos organizando nuestro primer Evento No Dieta®, el encuentro que mencionamos anteriormente y que realizamos desde hace cuatro años en distintas provincias argentinas, cuyo objetivo es comunicar la idea de que se

puede perder peso sin dejar de lado el placer de comer rico. Necesitábamos una actriz que hiciera *stand up*. Al verla, enseguida nos dimos cuenta de que era la persona que estábamos buscando: queríamos a una mujer real.

En su página de Facebook, Maya expone su peor yo, ese que nadie querría revelar, ni siquiera en un *talk show* de esos en los que luego de hacerte pasar el ridículo te lanzan a la fama en cuestión de minutos. “Nadie se levanta radiante, ni maquillada y tampoco con una sonrisa de película. Yo me muestro como soy y lo hago porque esa es la realidad”, me dijo mientras charlábamos al final de un ensayo. Aunque su discurso es sincero, lo que ella hace es una sátira de los contenidos que van y vienen en esta gran red social. “Cuando me muestro con cara de dormida o con la nariz colorada de tanto estornudar pasan dos cosas: una es la risa espontánea, la identificación, y la otra es la crítica de quienes prefieren la pose y la convención”. Me encanta que todavía existan mujeres como Maya, que se animan a mostrarse genuinas. Y que se sienten bien con lo que hacen y con lo que son.

¡Pero Facebook siempre está más cerca de la pose que de la naturalidad! Al saber que hay un otro que está mirando, nos mostramos siempre en el clímax de la felicidad. La mirada de los demás inhibe nuestra posibilidad de mostrarnos tal como somos. Yo, tomando champán con amigos; yo, en una isla del Caribe; yo, practicando un deporte de alto riesgo; yo, comiendo a la luz de la luna con mi pareja; yo, frente a la Torre Eiffel; yo, en mi casamiento; yo, recibiendo un premio; yo, amaneciendo en la cama con el amor de mi vida. Yo, yo, yo. ¡Si Narciso viviera...!

Somos productores y testigos de una comunidad de personas con vidas que aparentemente se asemejan unas a las otras. ¡Suena difícil, pero es muy simple: tal vez seamos distintos, pero en la red nos mostramos iguales al resto! Somos partidarios de un exhibicionismo casero representado crónicamente.

El artista Joan Fontcuberta opina que hoy nos comunicamos a través de las imágenes: “Ahora la foto es oralidad, cotidianidad, y está más socializada en

la medida en que todos nos atrevemos a expresarnos con imágenes. La imagen ha estado monopolizada: primero las cuevas de Altamira, luego los chamanes, los artistas, los profesionales, después los aficionados, hasta este momento en el que todos somos *Homo* fotográficos”. Las *selfies*, la publicación de imágenes propias en Internet, son un acto reflejo y el único sentido es el placer de la propia imagen.

El filósofo francés Yves Michaud coincide con el análisis de Fontcuberta, pero le agrega una variable: la arrogancia. En su libro *El nuevo lujo* se refiere al fenómeno de la “autorrepresentación” (por ejemplo, las ya mencionadas *selfies*) y de la puesta en escena como casos de ostentación narcisista. Y lo explica así: “Cada uno goza de su propia ostentación y se felicita por existir”.

Pero la imagen solo capta instantes. Como sostiene Roland Barthes en su libro *La cámara lúcida*: “Lo que la fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podría repetirse”. El inconveniente es que cuando entramos en Facebook nuestra mente interpreta una imagen —es decir, un recorte de la realidad— como una verdad completa y acabada.

Una mujer vestida de forma elegante con una copa de vino en la mano nos remite a la idea de fiesta. Un joven en traje de baño y tabla de *surf* nos lleva a pensar en vacaciones. Dos manos entrelazadas y cada persona con un anillo idéntico al otro nos invitan a imaginarnos un compromiso. La panza fibrosa de una adolescente evoca la juventud. Un grupo de amigos sonriendo para la foto nos dice: “Esto es la felicidad”.

Volviendo al comienzo de este capítulo, cuando el muchacho vio a sus amigos en situaciones de disfrute y placer mientras él permanecía encerrado en su casa sin ninguna perspectiva de diversión, el único modo de sentirse mejor que encontró fue mostrarse feliz. Y de la misma manera, cuando una adolescente encuentra a sus amigas en bikini, el único pensamiento que acude a su mente es: “Tengo que adelgazar para mostrarme igual que ellas”. Cuando

un conocido le da un “Me gusta” a una marca de calzas estampadas, no dudamos en seguir la corriente y también apuntarnos. Queremos lo que el otro es, lo que el otro tiene y representa. Así también, cuando una mujer de unos cuarenta años recibe en su *newsfeed* (pantalla de noticias de Facebook) la nueva campaña de una fábrica de lencería y reconoce a la modelo y actriz argentina Araceli González con un cuerpo de veintipocos, no puede obviar preguntarse: ¿por qué ella puede estar así de radiante y yo no?

LA ÑATA CONTRA EL VIDRIO (O EL MIEDO A QUEDARSE AFUERA)

El miedo a quedarse afuera (FOMO o *Fear of Missing Out*, en inglés) es el temor a sentirse excluido, el temor a no experimentar situaciones apasionantes y gratificantes como los demás. Según un estudio de JWT Intelligence,³² tres de cada diez personas entre trece y treinta y cuatro años han experimentado alguna vez esta sensación. Y generalmente les ocurre cuando ven que sus amigos hacen alguna actividad a la que no están invitados (57%).

Este desorden emocional no es novedoso, pero con el advenimiento de las redes sociales cobra otro sentido. Desde sus inicios, la industria de la publicidad ha buscado hacernos sentir que si no consumimos determinado producto o servicio nos quedaremos afuera de algo. Ese algo puede ser un grupo de pertenencia o una experiencia que vale la pena compartir. No importa qué, lo que importa es tenerlo. En la era de las redes sociales, más importante que tenerlo es mostrarlo.

Yo no uso Facebook. Tengo una cuenta que utilizo para propósitos profesionales, pero nunca quise crearme un usuario personal. Como parte de mi formación incluye conocer los diferentes medios de comunicación y la forma en que funcionan, de vez en cuando pido a algún familiar o amigo que

me deje entrar para ver qué contenidos circulan en la red. Pero pensar en compartir mi vida con gente con la que verdaderamente no comparto mi vida solo me desanima. No quiero que todos sepan qué hago o dejo de hacer; tampoco me interesa que me vean disfrutar de un paseo o un viaje. Con disfrutarlo me alcanza.

Quiero dejar en claro que no estoy en contra del uso de redes sociales. Simplemente no me siento cómoda desnudando mi vida frente a personas con las que no tengo un trato cotidiano. Tampoco me atrae ver cómo esas personas desnudan su vida frente a mí. Lo cierto es que contemplar y ansiar la vida de otros puede desencadenar patologías. De hecho, un estudio conocido como *Depression Facebook*, publicado en la revista estadounidense *American Academy of Pediatrics*, sugiere que ver una imagen idealizada de amigos en esta red social puede llevar a los adolescentes a sumergirse en estados de depresión. También se ha estudiado la relación entre el uso de redes sociales y la obsesión por un cuerpo delgado. Por eso, aunque no se sabe exactamente cómo opera esta influencia, está probado que los trastornos alimentarios también pueden surgir o empeorar con la constante exposición a imágenes de ideales de belleza.

Un estudio de Hui-Tzu Grace Chou y Nicholas Edge de la Universidad de Utah (Estados Unidos) muestra que las fotos que comparten los usuarios a través de Facebook, en las cuales las personas se muestran felices, generan sentimientos de tristeza en aquellos que los siguen. Los investigadores encuestaron a cuatrocientos veinticinco estudiantes y les preguntaron si estaban de acuerdo o en desacuerdo con frases como “algunos de mis amigos tienen una mejor vida que yo” o “la vida es injusta”. La encuesta arrojó que casi el 95% de los usuarios menores de veintitrés años admite que se siente triste cuando ve que la vida de sus amigos es más feliz y activa que la suya. Los investigadores también lograron comprobar que cuanto más tiempo pasan los estudiantes en la red, más creen que otros tienen una mejor vida que la que

ellos tienen.³³

Andrew K. Przybylski estudió el “temor a sentirse excluido” y elaboró una escala para determinar quién lo padece. Te propongo utilizarla si sospechás que padecés FOMO:



¿CÓMO SABER SI TENGO FOMO?³⁴

Debajo hay una serie de afirmaciones. Indicá cuán cierta en relación con tu experiencia cotidiana es cada afirmación. Intentá responder de acuerdo con tu experiencia y no con tu criterio de cómo debería ser. A mayor puntaje, mayor probabilidad de padecer FOMO.

Para nada cierto (1 punto)

Levemente cierto (2 puntos)

Moderadamente cierto (3 puntos)

Muy cierto (4 puntos)

Extremadamente cierto (5 puntos)

1. Temo que otros tienen experiencias más placenteras que yo.
2. Temo que mis amigos tienen experiencias más placenteras que yo.
3. Me preocupo si mis amigos se divierten sin mí.
4. Me pongo ansioso cuando no sé qué están haciendo mis amigos.
5. Es importante para mí comprender las bromas que hacen mis amigos.
6. A veces me pregunto si no dedico demasiado tiempo en participar de lo que sucede.

7. Me molesta si pierdo una oportunidad de encontrarme con mis amigos.
8. Cuando paso un buen momento, es importante para mí compartirlo online (actualizar estatus).
9. Cuando me pierdo una salida programada, me siento molesto.
10. Cuando me voy de vacaciones, sigo estando al tanto de lo que mis amigos hacen.

En su libro *Predictably Irrational*, el profesor e investigador israelí Dan Ariely explica que ver lo que otros hacen nos dirige a reflexionar acerca de las decisiones que estamos tomando y nos lleva a pensar si está bien lo que estamos haciendo con nuestro tiempo.³⁵

Por eso, cuando vemos que una amiga está haciendo *crossfit* tres veces por semana o yoga todas las mañanas, nos preguntamos si está bien usar nuestro tiempo libre para ir de compras o tomar un café con alguien querido. Al contrastar con otros el uso que hacemos de nuestro tiempo de ocio, podemos darnos cuenta de que dedicarnos a movernos más puede ser una mejor opción.

Esta es la parte saludable de estar pendiente de lo que hacen nuestros amigos: muchas veces, aunque sea por no sentirnos menos ocupados en “honrar la vida”, como decía la cantante y compositora de tango argentina Eladia Blázquez, los demás nos impulsan a dar ese primer paso tan difícil de concretar.

DECIME QUE SOY LINDA, ¡QUE ME GUSTA!

¿Te preguntaste a cuántos posts les das “Me gusta”? Como dijimos al comienzo de este capítulo, las personas muestran en Facebook su mejor versión. Como complemento, toda escenografía atractiva sirve cuando se trata

de crear una buena reputación estética en la red.

Hoy, vos y yo podemos armar una imagen que nos favorezca. Los celulares tienen filtros que disimulan arrugas, marcas de expresión, ojeras, granitos y ojos rojos. ¡Y una marca muy conocida de telefonía móvil hasta ofrece en sus aparatos una opción de *lifting* facial para fotos! Todo esto contribuye a la creación de un ideal de belleza que está lejos de ser real. Y en este mar de imágenes, en esta bitácora personal, bucean cada día miles de personas con sus inseguridades a cuestas.

En un reciente estudio³⁶ conocido como *Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls* se comprobó que la alta exposición a Facebook se correlaciona con un aumento de la insatisfacción corporal en los adolescentes. Las chicas que le dedicaban más tiempo a este tipo de acciones tendían a estar disconformes con su cuerpo.

Brenda K. Wiederhold, editora en jefe de *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, la revista donde fue publicado el estudio, arriesga que esta situación podría contribuir al desarrollo de trastornos de la alimentación. Facebook sería para ella un potencial generador de dietas poco saludables. “Dada la conexión entre los trastornos de la alimentación y la distorsión e insatisfacción de la imagen corporal, es importante identificar los factores contribuyentes en este grupo particularmente vulnerable. Al identificar estos factores, podemos avanzar hacia el diseño de programas preventivos más eficaces”,³⁷ explica.

En otro trabajo, a partir de las respuestas de ochocientos ochenta estudiantes universitarios de las universidades de Strathclyde, Ohio e Iowa (Estados Unidos), se concluyó que las *selfies* en las redes sociales poseen mayor impacto que la publicidad cuando se trata de crear estereotipos de belleza. El hecho de que sean personas conocidas y cercanas aumenta el fenómeno de comparación.

Como podemos ver existe un nexo entre el uso de redes y la propia

percepción negativa de la imagen corporal. Lo observo en mi consultorio todos los días. La sala de espera está muy cerca de mi oficina, así que siempre salgo a buscar a mis pacientes. Aunque cuento con variedad de libros y revistas, mientras espera la mayoría utiliza el celular o la *tablet*. Muchas veces les pregunto: “¿Qué estabas haciendo mientras esperabas?”. Casi todas navegan por una red social o por Internet. Son adolescentes con cuerpos esbeltos y peso normal que me cuentan que quieren ser como tal famosa o me aseguran que hasta no tener el cuerpo de una modelo no van a parar de hacer dieta.

También existen sitios de Internet que específicamente promueven comportamientos poco saludables respecto del peso y la imagen corporal: se conocen como ProAna y ProMía. Defienden la anorexia y la bulimia como formas de vida. Con la palabra *thinspiration*, sus seguidoras comparten fotos de mujeres delgadísimas y las erigen como modelos de belleza. Y lamentablemente también como promesa de felicidad.

Lo peligroso es que —como explican los científicos estadounidenses Nicholas Christakis y James Fowler en su libro *Conectados*— la influencia que ejercen aquellos que nos rodean en la vida tanto *online* como *offline* es inmensa.

LAS REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA

El concepto de **red social** también remite a las relaciones interpersonales que mantenemos cara a cara. De hecho, su análisis se ha utilizado en el campo de la epidemiología para tratar de entender cómo los patrones de relaciones humanas promueven o evitan la propagación de enfermedades.

En 2007 y en 2009, junto con James Fowler, Nicholas Christakis analizó datos del *Framingham Heart Study*, un proyecto de la Universidad de Boston

(Estados Unidos), que analiza las características o los factores que contribuyen al desarrollo de enfermedades del corazón. A partir de observaciones realizadas durante treinta y tres años, los investigadores llegaron a una conclusión muy interesante: cuanto más gordas son las personas que integran tu red social, más probable es que engordes. Aunque no se sabe a ciencia cierta cómo es que esto ocurre, ya existen ciertas evidencias.

Christakis sugiere que los patrones de conducta dependen de factores que operan entre las personas y el medio que las rodea. Además, advierte que la difusión de la obesidad, por ejemplo, está relacionada con las influencias de redes de personas conectadas por los vínculos basados en identificaciones personales. El efecto de la red social predomina en la ganancia de peso más que otros factores. Y precisamente son las normas sociales compartidas lo que influye en el índice de masa corporal (IMC), que es la cifra que se toma como referencia para saber si alguien tiene sobrepeso o no. La norma de comer porciones grandes, la norma de quedarse con el control remoto en el sillón en lugar de salir con la bicicleta, la norma de poner más asado en la parrilla. O en conjunto, “el estilo de vida de Homero Simpson”, como yo lo llamo. Todas estas costumbres determinan el futuro de las personas.

Esta investigación podría ser una forma de entender por qué las redes sociales funcionan como líderes de opinión cuando se trata de hábitos, ideales y modelos por imitar.

❁ ❁
¿Qué normas sociales o de consumo compartís con tus
compañeros de la red?
❁ ❁

Las redes sociales utilizan algoritmos que conectan a cada persona con personas e intereses afines. La ley de la afinidad es lo que rige a las redes sociales. Es decir, si alguien le da un “Me gusta” a una página de artesanías en

croché, entonces Facebook le sugerirá varios enlaces relacionados con esa temática. Lo mismo ocurre con las personas. Cuando uno se hace amigo de alguien, la red ofrecerá hacerse amigo de sus amigos. Por eso, lo más lógico es que terminemos rodeados de personas que compartan algún interés con nosotros. Y eso puede ser beneficioso o no, todo depende de qué se “contagia” uno.

En 1964, León Festinger, psicólogo social, ya enunciaba en su teoría de la comparación social que en los grupos espontáneos las personas tienden a compartir valores, ideas y creencias. Y que cuando una persona se integra en un grupo, lo más probable es que ese grupo se convierta en la realidad social con la que comparará todas sus creencias u opiniones. Para él, las personas tendemos a compararnos con aquellos que creemos similares a nosotros.

La comparación con los demás es una necesidad innata en las personas y se agudiza cuando la autoestima está deteriorada. Por eso, nuestro peso depende del peso que tienen nuestros amigos y los amigos de nuestros amigos. Aunque suene increíble, nuestra felicidad está sujeta a cómo ellos son mucho más que a nuestra realidad.

	¿Quiénes te rodean? ¿Cuál es tu red de pertenencia?	
		

¿QUÉ PUBLICAMOS EN FACEBOOK Y POR QUÉ?

En una investigación que lleva la firma de Eva Buechel y Jonah Berger, de la Universidad de Miami y la de Pensilvania, respectivamente, se observó que las personas emocionalmente más inestables son las que tienden a publicar más contenido personal en las redes sociales. Esto se debería a que generalmente no expresan sus emociones y encuentran en el anonimato de las redes sociales un espacio para expresarse. Comentar sus problemas con otros anónimamente, o por lo menos *online*, suele ayudarlos a afrontar sus estados emocionales negativos. Parece ser que usar Facebook puede ayudarnos o atentar contra nuestra vida emocional.

Puede empoderar nuestra autoestima gracias al apoyo de quienes nos siguen. Que nos digan que lo que escribimos es interesante, que les gusta nuestro nuevo corte de cabello, o que nos vemos contentos, refuerza nuestra imagen frente a los demás (y quizás, frente a nosotros mismos, también). Pero además puede resultar una peligrosa caja de Pandora si lo que publicamos despierta en los otros comentarios negativos, críticas o bromas.

Tal vez la clave para utilizar las redes a nuestro favor sea rodearnos de las personas indicadas. Es decir, de las personas que nos hacen bien. Recordá que no importa tanto la cantidad, sino la calidad de amigos que tenemos. Los amigos no se coleccionan, se atesoran.

En enero de 2012, unos 700.000 usuarios de Facebook recibieron en su pantalla de últimas noticias un contenido elegido minuciosamente por científicos. Era parte de una investigación que tenía como objetivo averiguar qué conexión existe entre los mensajes a los que estamos expuestos y los mensajes que luego publicamos. Un dato importante: los usuarios participaron

sin saberlo. El trabajo arrojó una conclusión interesante: las personas utilizan palabras más positivas o más negativas dependiendo del tipo de contenidos a los que han sido expuestos. Esto sugiere que los estados emocionales de los usuarios de Facebook pueden ser contagiosos.³⁸

Este proceso se llama *priming*: se trata del fenómeno por el cual exponernos a determinados estímulos influye en la respuesta que tendremos frente a esos estímulos posteriormente. Condicionamos la respuesta, en este caso, utilizando contenidos. Esto quiere decir que si utilizáramos las redes sociales para compartir modelos de belleza saludables, entonces ese discurso se podría multiplicar. Y hablo de modelos en plural porque creo que es importante reproducir la idea de que todas somos distintas y que esa variedad nos hace interesantes y valiosas.

Cambiar el discurso de un modelo único por modelos saludables sería una buena estrategia para frenar el masivo consumo de un ideal corporal inalcanzable.

Si lo que dicen las investigaciones es correcto, publicar contenido real, alejado de la perfección, de lo que los otros esperan, del mandato de felicidad o belleza, hará que otros hagan lo mismo. Y como nos nutrimos de nuestros amigos, así como ellos se nutren de nosotros, pienso que tal vez llegó la hora de reforzar nuestra autoestima valorando lo que realmente somos, en lugar de salir a imitar, emular y conformar a otros.

¿Pensaste qué hubiese pasado si en lugar de escribir: "Estoy comiendo sushi con mi novia", el joven del que hablamos al comienzo de este capítulo hubiese ordenado sushi para cenar con su novia? ¿Sería más o menos feliz?

Y hablando de belleza, que es el tema que nos atañe, ¿qué pasaría si durante una semana prometiéramos publicar solamente imágenes en las cuales nos mostremos auténticos? ¿Cedería nuestra exigencia de ser cada vez más flacas, más jóvenes y más lindas? Seguramente sí.

Como creo en la famosa frase que dice que cuando se quiere resolver un gran problema lo mejor es empezar por casa, mi propuesta es empezar a mostrar quiénes somos sin artificios. Quizás solo así podremos contagiar a otros y contagiarnos de otros para rescatar a nuestra cultura de la tiranía de la belleza.



TU VALOR

Te propongo que intentes publicar imágenes que te muestren como sos y que festejes las imágenes de los otros que creas auténticas.

Si vos te mostrás real, tal vez estimules a otros para que también lo hagan.

¡Contagiémonos de autenticidad!

[32](#) JWT Intelligence es la oficina de análisis de opinión pública de la agencia de publicidad estadounidense J. Walter Thompson.

[33](#) Los datos surgen del estudio *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 2012 Feb; 15(2):117-21. doi: 10.1089/cyber.2011.0324. Epub 2011 Dec 14.

They are happier and having better lives than I am: the impact of using Facebook on perceptions of other's lives. Chou HT1, Edge N. Department of Behavioral Science, Utah Valley University, Orem, Utah 84058, Estados Unidos. chougr@uvu.edu.

[34](#) La prueba fue traducida al español por la autora y adaptada de: Motivational, emotional,

and behavioral correlates of fear of missing out. Andrew K. Przybylski, Kou Murayama, Cody R. DeHaan, Valerie Gladwell, 2013 Elsevier Ltd.

35 Ariely, Dan. *Predictably irrational*. Harper Collins, Nueva York, 2008.

36 Meier, Evelyn; Gray, James. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. April 2014, 17(4): 199-206.

37 <http://healthland.time.com/2013/12/04/how-facebook-contributes-to-eating-disorders/>

38 El trabajo fue publicado en la revista *Proceedings* de la Academia Nacional de Ciencias de Estados Unidos.



CAPÍTULO 7
Las dietas y el placer

*El ser humano se mueve por placer;
única y exclusivamente por placer.*

MANUEL VINCENT

- ❁ ¿Te preguntaste por qué las dietas nos quitan siempre lo más rico?
- ❁ ¿Por qué el placer aparece ligado a lo prohibido?
- ❁ ¿Se puede vivir sin sentir placer?
- ❁ ¿Es el placer un recurso inevitablemente necesario para ser feliz?

¿Alguna vez te sonó raro que una amiga te contara que está haciendo dieta? Seguramente no y, aunque no lo creas, eso es un problema. Hemos naturalizado tanto el hábito de dietar, que de natural no tiene nada, que se ha vuelto algo normal. Ocurre que, cuando una conducta patológica se repite sistemáticamente, entonces deja de hacernos ruido. Probablemente esta sea una de las razones por las cuales existen tan pocos estudios en el mundo que miden cuánta gente está dietando. Las dietas son un paisaje demasiado visitado, aunque poco conocido.

Como queríamos saber más acerca del fenómeno del dietismo en la Argentina, hace algunos años, con el Grupo de Trabajo de Obesidad de SAN (del que formo parte) decidimos poner en marcha un estudio que incluyó a mil estudiantes de tres universidades del país. Del total de personas analizado, un 69,7% de los participantes tenía un peso normal y un 23% de los estudiantes sin patologías que lo justificaran, contra todos los pronósticos, realizaban dieta. Pensábamos que seguramente se trataría solo de mujeres, pero no fue así. Nos encontramos con el dato, increíble hasta el momento, de que el 50% de ambos sexos (sí, ¡mujeres, pero también hombres!) se sometía a tratamientos para perder peso, aunque presentaban un peso normal. Lo peor fue que descubrimos que un 45% lo hacía sin ningún tipo de asesoramiento profesional.

Esta información, que surgió de la primera encuesta publicada en el país que evaluó la prevalencia de dietismo, muestra cómo en la Argentina este hábito es un problema de salud instalado, sobre todo en los jóvenes y que lamentablemente su tendencia está en alza.



UN MUNDO DE DIETANTES

Te propongo el siguiente ejercicio: tomá un papel y un lápiz y anotá a todas las personas que conocés que estén haciendo dieta en este momento. ¿Cuántas son? ¿Cuántas son hombres y cuántas mujeres? ¿Qué edades tienen?

Algunos autores aseguran que el factor esencial que predispone el desarrollo de un trastorno alimentario es el dietismo. Por eso, investigar el lugar que esta conducta tiene en la sociedad es muy importante; sobre todo, por los riesgos que representa y que podría representar en un futuro.

Al contrario de lo que se cree, las dietas engordan.

Se sabe que el dietismo predice el incremento de peso. Es decir, está estudiado que aquellas personas que se someten a un régimen alimentario estricto generalmente tienen mayores riesgos de padecer obesidad. De hecho, en un trabajo titulado “Las dietas no son la respuesta”, publicado en 2007 y realizado por la investigadora Tracy Mann y sus colaboradores, se muestra que dietar es el mejor predictor de ganancia de peso de cuatro a cinco años. Lo peor es que el dietismo en personas de peso normal, más que en gente con sobrepeso u obesidad, es lo que más consistentemente predice la ganancia de peso futura. Aquí la pregunta debería ser: ¿por qué hacen dieta los que no necesitan bajar de peso?

Lo cierto es que el dietismo como fenómeno no abarca solo a los obesos, sino también, y principalmente, a personas que están dentro de los rangos normales de peso. Además de predecir obesidad, el dietismo se considera un marcador de insatisfacción corporal. Las personas que padecen malestar con su cuerpo o su peso intentan modificarlo mediante dietas, es decir, conductas restrictivas que las someten a una abstinencia absoluta de placer.

❁ ❁
¿Por qué las dietas buscan separar al placer de la alimentación? ¿Se puede sobrevivir sin sentir placer? ¿Es el placer un recurso inevitablemente necesario para ser felices? ¿Te preguntaste alguna vez cómo sería tu vida sin una dosis de placer?
❁ ❁

El problema más grave del dietismo no lo representan las personas que buscan aliviar su malestar, sino los profesionales que se acoplan y utilizan el malestar para lucrar, sin tener en cuenta que quienes hacen dieta también deben imperiosamente sentir placer.

Lo cierto es que la mayoría de las dietas deja de lado el placer.

EL PLACER

Hablar de placer me apasiona...

Hace mucho leí una frase que se le atribuye al filósofo griego Platón y que para mí resume cómo funcionamos los humanos: “El hombre es un auriga que conduce un carro tirado por dos briosos caballos: el placer y el deber. El arte del auriga consiste en templar la fogosidad del corcel negro (placer) y acompañarlo con el blanco (deber) para correr sin perder el equilibrio”.

El placer y el deber son la cara y ceca de nuestra vida. Las personas que viven a dieta se rigen únicamente por el deber. “Debo comer poco”, “debo evitar ciertos alimentos”, “debo cerrar la boca”, debo, debo, debo... Así viven.

Aunque nieguen la importancia que tiene, el placer es el potente motor de nuestra vida. No es un extra, es el eje de nuestras decisiones, sobre todo

cuando se trata de elegir entre dos o más opciones. Es lo que nos lleva a decidir qué vamos a comer o beber. Pero también —cómo negarlo— es el parámetro que nos ayuda a escoger con quién nos relacionamos o nos enamoramos o incluso qué profesión u ocupación preferimos. Es simple: todos vamos por la vida en busca de placer.

De hecho, mientras escribo estas líneas, estoy sola en un restaurante durante uno de mis viajes como conferencista. Aunque disfruto de lo que hago, si me dieran a elegir, preferiría estar cenando con mi familia o con mis amigos. La montaña y la playa son mis paisajes preferidos. Sentarme en la ventana de un local que da a un estacionamiento no es muy inspirador, sin embargo, mientras ordeno mi plato y mi copa de un maravilloso vino Malbec, organizo en mi mente el “combo” que disfrutaré esta noche: escritura y buena comida, regada por un buen etanol. Negar lo que siento y negar lo que me hace bien sería negar mi esencia como humana. En cada decisión que tomo busco al menos una pizca de placer.

Estoy convencida de que mientras los especialistas y los agentes de salud ignoren al placer como eje de nuestras conductas, las dietas seguirán siendo un fracaso para la mayoría de las personas.

Pero parece que no solo los que hacemos nutrición o salud nos hemos dado cuenta de esto. Desde hace un tiempo, los economistas comenzaron a incorporar el placer y la felicidad en el cálculo de los análisis de los costos y beneficios de las regulaciones sanitarias del tabaco, el alcohol y los alimentos.

Existe hasta el momento un desacople entre la intensidad de las regulaciones de nutrientes como el sodio, la grasa o el azúcar, necesarias sin duda alguna, y la ausencia del placer en el debate. Algunos expertos de la FDA (*Food and Drug Administration*), la institución que aprueba o desaconseja el consumo de alimentos y bebidas en Estados Unidos, han

comenzado a incluir como variable del cálculo el costo y el beneficio para el consumidor, el denominado *lost pleasure* o *consumer surplus*. Este término técnico, utilizado por los economistas para expresar el placer perdido, surge cuando una persona debe abandonar un comportamiento placentero. En el futuro su inclusión permitiría analizar los beneficios reales de las regulaciones propuestas para promover una alimentación saludable, pero también deleitable. A diferencia de la economía clásica, que tenía en cuenta a un consumidor racional, esta nueva mirada nos reconoce como seres deseantes. Acaso, ¿no lo somos?

Mientras los consejos de los expertos no sean realistas, las personas no serán exitosas en el objetivo de perder peso.

El conflicto es evidente. Existe una tensión latente entre un cuerpo incómodo (por corpulencia, en el obeso; por riesgo, en un diabético; por distorsión corporal, en el bulímico o anoréxico) y el acto de comer, que es un acto ineludible, inexorable e imposible de evitar. Estar a favor del placer no implica estar a favor de la glotonería, del desborde, de la gula. Para estar sanos debemos consumir un nivel justo de calorías.

Cuando discuto con los expertos fundamentalistas del rigor, que creen que somos máquinas termodinámicas que recibimos y gastamos calorías, les aclaro que No Dieta® (mi filosofía del abordaje del sobrepeso) no implica comerse todo, no implica defender, de ninguna manera, la obesidad o el exceso de peso, que son patologías serias. Mi idea es volver al sentido común. Comer de todo sin comerse todo. Al no prohibir, al saber que siempre se comerá sabroso, no hay necesidad de despedirse forzosamente de aquella comida o bebida que nos proporciona placer.

Nuestros abuelos tomaban el té con azúcar y no engordaban por ello. Nuestros padres, también. Si tenemos en cuenta la historia de la humanidad, los productos *light* son una novedad que creció a la par de la epidemia de

obesidad. Paradójico, ¿no?

Hoy si subimos de peso es porque vivimos en un mundo con una disponibilidad de alimentos las veinticuatro horas del día, porque nos pasamos la mayor parte de la jornada sentados frente a una pantalla y porque, además, obturamos nuestras emociones con comida y bebida.



EMOCIONES Y PLACER

Te propongo que pienses qué hacés cuando estás triste, deprimida, ansiosa o cuando te sentís sola. ¿A quién o a qué recurrís? ¿Qué o quién te calma? ¿Cómo lográs sentirte bien?

No debemos olvidar que al mismo tiempo que existen personas que se preocupan porque lucen algunos kilos de más, millones de personas en todo el mundo siguen sufriendo pobreza y carencias de todo tipo. No les alcanza la comida para cubrir sus requerimientos nutricionales. Tienen hambre. Ellos no saben lo que es hacer dieta. Por eso en todas mis conferencias, en cada ciudad o país al que voy, siempre digo que el hambre es una tragedia: no debe ser nunca un tratamiento.

JOSÉ Y LAS BANANAS

José, mi padre, nació en Transilvania, Rumania, la región donde —según cuenta la leyenda— vivió el conde Drácula. Durante la Segunda Guerra Mundial, José, que era tan solo un niño, padeció todo tipo de necesidades. Siempre me contaba que no tenía zapatos, así que caminaba descalzo o se fabricaba su propio calzado con lo que encontraba por ahí: su creatividad no tenía límites. Con sus cuatro hermanos dormían todos juntos en un pequeño

cuarto. Y ayudaban en las tareas del hogar y como mano de obra.

Preocupados por la propagación del nazismo, mis abuelos decidieron huir de Europa en 1939 y se embarcaron rumbo a América. Como eran muy humildes, solo pudieron acceder a pasajes de tercera clase. Así fue como viajaron durante muchísimas semanas en la cabina del equipaje. En ese lugar oscuro, frío, oloroso y mugriento encontraron lo que sería su salvación: muchas, pero muchas bananas. Resultó ser que ese barco exportaba materias primas...

¡La banana es una pobre víctima del dietismo y de la mala prensa! No solo posee bajas calorías, sino que provee varias ventajas para prevenir enfermedades. Sin embargo, aún muchos consumidores y profesionales de la salud las desaconsejan en regímenes de adelgazamiento.

Cuando recibo en mi consultorio a personas que quieren perder peso y ya probaron de todo, ese todo incluye muchas cosas, pero no bananas. El mito de que esta fruta engorda es uno de los más viejos y, aunque la ciencia ha probado que no es cierto, la gente que hace dieta elige descartarla. Ese alimento milagroso, que salvó a mi papá y a su familia del hambre, que los nutrió durante un tiempo considerable, es rechazado por quienes creen que contar calorías es saludable.

El de la banana es uno de los tantos mitos que se fabrican a la par de las nuevas dietas que van apareciendo cada día. No voy a detenerme aquí a hablar de los mitos de las dietas, de los cuales ya me explayé en mis libros anteriores, solo quiero decir que muchas de las supuestas verdades que originan y sostienen el dietismo como forma de vida son en realidad creencias erróneas, costumbres familiares, leyendas urbanas e ideas sin fundamento científico que circulan de boca en boca.



¿Qué alimentos dejás de comer cuando empezás una dieta?





EL MEDIOAMBIENTE

La ganancia de peso refleja la vulnerabilidad de la gente que vive en el medio obesogénico y tóxico que hemos construido entre todos. Por eso, mi planteo es que debemos, entre todos, diseñar entornos saludables, donde nuestra energía no se pierda en controlar, sino en disfrutar de la vida, mientras comemos rico, pero lo justo. Tenemos que animarnos a dejar entrar al placer en nuestra vida y especialmente en nuestra alimentación.

Caroline Davis, investigadora de la Universidad de York sostiene que el exceso de ingesta en los humanos no es solo una respuesta pasiva a los estímulos ambientales tóxicos, sino que está relacionado con malas elecciones. La corteza prefrontal ventromedial, la que se encuentra por delante y por arriba de la corteza orbitofrontal, ha sido implicada en el circuito neural necesario para tomar decisiones ventajosas cuando varias opciones aparecen disponibles.

En un estudio que esta autora realizó en pacientes con sobrepeso e ingesta excesiva, encontró errores en la toma de decisiones ventajosas. Precisamente los sujetos con mayor exceso de peso mostraron más dificultad para elegir aquello que les hacía bien. Incluso, comparados con individuos adictos a las drogas (que habían sido estudiados por el neurólogo portugués António Damásio y sus colaboradores), encontró que los obesos tomaban peores decisiones (comer de más), aunque las consecuencias futuras fueran desfavorables (engordar).

Según esta autora, la conducta de estas personas estaba dominada por la presencia de la recompensa inmediata, tangible, deliciosa, rápidamente

disponible y, por supuesto, placentera y preferida.

❁ ❁
¿Será que los obesos tienen una miopía del futuro? ¿Será que les cuesta esperar la recompensa que traerá una vida saludable? ¿Será que son más ansiosos que el resto de las personas?
❁ ❁

El mantenimiento de un peso saludable parecería depender, entre otros factores, de la fortaleza de los procesos mentales correspondientes a zonas de la corteza cerebral inhibitorias y del autocontrol, necesarios para tomar buenas decisiones. Esto es imprescindible para dejar así sin efecto los estímulos del medio que nos tientan demasiado, o de nuestra mente o nuestras emociones, que nos dirigen a consumir excesivas calorías para manejar lo que sentimos.

El dietismo ha crecido tanto en mujeres y hombres de peso normal como en adolescentes y hasta en chicos. Por eso nació el movimiento No Dieta®. Pero para que un movimiento crezca, se necesita mucha gente que crea en esa filosofía. ¡Te necesitamos!

❁ CUESTIONANDO LO NORMAL

Para aportar tu granito de arena, podés comenzar preguntándote qué es normal y qué no cuando se trata de dietas y alimentación. La próxima vez que una amiga te cuente que está haciendo una dieta, podés ayudarla a pensar si necesita perder unos kilos o si esa supuesta necesidad es solo un medio para calzar en una sociedad que exige cuerpos perfectos en detrimento del placer.



CAPÍTULO 8
Las dietas extremas

*Yo siempre me pongo a dieta,
igual que todas las semanas dejo de fumar.*

UMBERTO ECO

❁ ¿Qué son las dietas extremas?

❁ ¿Cómo surgen?

❁ ¿Qué las vuelve atractivas?

❁ ¿Por qué las personas se embarcan en estas dietas, que no tienen fundamento científico?

Cada año, millones de personas en el mundo intentan perder peso. Obesos y delgados; niños, adolescentes, adultos y ancianos; sedentarios, deportistas recreativos o atletas; desconocidos o famosos; sanos y enfermos; pobres y ricos; intelectuales y los que no lo son. Siempre me fascinó comprender por qué razón la gente se embarca en dietas mágicas, propuestas ilusorias, promesas absurdas. En mis años de carrera fui descubriendo algunas...

❁ ❁
¿Cuáles son tus razones para embarcarte en una dieta?
❁ ❁

Estimulados por la búsqueda de salud, el miedo a enfermarse, la juventud eterna y el bienestar crónico que promete el mercado. Alentados por la publicidad y los medios que promueven un ideal estético en el que la delgadez es el eje de la belleza. Pero sobre todo motivados por la validación de sus padres, sus parejas, sus amigos, sus hijos, sus entrenadores, sus maestros, sus agentes, sus médicos, sus nutricionistas, hombres y mujeres eligen cada día hacer dieta para sentirse ¿mejor? Lo que hacen en realidad es alimentar a una industria —la de la belleza, las dietas y la estética— que solo en Europa y Estados Unidos mueve 150 billones de dólares.

Al inicio del libro se explicó cómo se gesta la epidemia de dietismo. Una epidemia que —como señala la escritora Naomi Wolf— debilita, vuelve inseguras y necesitadas a las mujeres. Una epidemia que las deja sin fuerzas para conquistar el mundo del trabajo, la creación artística, la política y la

ciencia.

Muchos actores intervienen sinérgicamente para que se desate esa tormenta perfecta, pero hay un ingrediente clave que determina el futuro de las víctimas de esa tormenta, de tu futuro: la gente, esa que te quiere, te conoce y por ello te valora por lo que sos. Si valida la demanda externa, el ideal de perfección impuesto por una cultura que entroniza a la belleza y la delgadez, vos quedás atrapada en una querrela sin defensa. Y la tormenta, ese tsunami que te devora, inicia así su derrotero destructivo.

LA HISTORIA DE LAS DIETAS

Siempre es interesante conocer el origen de las cosas. Porque su lógica y su funcionamiento se nutren de esa gesta primaria. Como ya conté, nací en la era de las divas con curvas: Marilyn Monroe, Brigitte Bardot, Sophia Loren. Me formé como médica en la era del uso y el abuso de las anfetaminas y comencé a trabajar en pleno auge de las dietas. Es decir que fui espectadora de toda esa trayectoria increíble en la historia del dietismo. Esta experiencia, sumada a mi práctica cotidiana como especialista en el Hospital Carlos G. Durand de la ciudad de Buenos Aires, me instó a abandonar mi silencio cómplice y a denunciar uno de los fracasos más rotundos del siglo XX: las dietas extremas.

¿Pensaste alguna vez por qué para resolver una obstrucción coronaria existieron durante muchísimos años solo dos opciones globales con algunas variantes: colocar un *stent* o realizar un *bypass*? En los últimos años apareció una tercera opción, cuasi milagrosa: la reparación del tejido dañado con células madres. Eso es todo y, por cierto, las dos primeras estrategias han salvado millones de vidas.

Con las dietas ocurre todo lo contrario. Existen millones de opciones, pocas son efectivas y por eso solo unos pocos se han salvado utilizándolas. Pero

¿cuál es la historia de esas dietas? ¿Cómo surgen? Comencemos a recorrerla. ¿Me acompañas?

En su libro *Calorías & Corsets: la historia del dietismo durante 2000 años*, Louise Foxcroft, historiadora médica de la Universidad de Cambridge, describe cómo la preocupación excesiva sobre los hábitos alimentarios no es un fenómeno moderno. Ya Hipócrates —médico griego contemporáneo de Sócrates y Platón— consideraba que la base de la salud eran la alimentación y la actividad física. Luego, desde el ascetismo cristiano en adelante, el deseo de perder peso ha sido una constante.

En materia bibliográfica, recién la década del veinte generó el primer *best seller* sobre dietas. Se trató de la primera publicación en la que se planteaba que las calorías de cualquier fuente contaban cuando se trataba de ganar peso. *Dieta y salud*, el libro de la doctora Lulu Hunt Peters —médica norteamericana que cursó sus estudios en la Universidad de Berkeley, California— se publicó en 1918. En ese que fue su primer libro, la especialista les proponía a las mujeres entender los alimentos como calorías.

Treinta años después apareció la famosa dieta de la sopa del repollo, que aún continúa vigente para muchos creyentes de las dietas heterodoxas. Pero el movimiento fundamentalista de las dietas floreció, sin duda, más tarde: en las décadas del sesenta y del setenta.

ESAS VIEJAS Y EXTRAÑAS DIETAS

Cuando se trata de dietas, no hay límites. Y digo esto porque en mis muchos años de consultorio he llegado a escuchar miles de historias acerca de cómo perder peso. Y muchas de ellas son tan extrañas que muchas veces me llevaron a pensar que tenía material suficiente como para escribir un libro de cuentos fantásticos. En algunas ocasiones me pregunto cómo la realidad puede superar

con tal magnitud a la ficción...

Estas son algunas de las dietas más increíbles que conocí y que, por supuesto, no recomiendo:

Dieta del gusano

Cuando algunos se enteraron de que el tratamiento se basaba en convivir con el echinococo, un parásito del intestino humano que consume los nutrientes allí presentes y genera pérdida de peso, no todos se sintieron asqueados como tal vez te sientas en este momento. Por el contrario, algunos comenzaron a ingerir los huevos del parásito que les facilitaba el médico especialista de la dieta del gusano. Es imprescindible aclarar a los que se les ocurre emularlos que estos gusanos gigantes pueden llegar a medir hasta ocho metros de largo y suelen causar convulsiones, meningitis o incluso demencia. Las larvas además pueden migrar a otros órganos y formar quistes que crecen y ejercen presión sobre los vasos sanguíneos, lo que dificulta la circulación de la sangre en el órgano en el que se alojan.

Dieta del cigarrillo

¿Podrían imaginarse una dieta basada en el tabaco? Sí, ¡increíble, pero real! En la década del veinte, las empresas tabacaleras promocionaban el cigarrillo como un potente método para perder peso. Con la salida de las mujeres del ámbito doméstico, las compañías entendieron que debían captar al nuevo público de alguna manera. ¡Qué mejor forma que ofrecerles lo que ellas más querían: delgadez! “Elegí un Lucky en lugar de un dulce”, era el eslogan de la publicidad que proponía fumar en lugar de comer. Esta idea, novedosa en esos tiempos, se basaba en las cualidades supresoras del apetito que tienen los cigarrillos. Lo que no se conocía en aquel entonces eran las consecuencias para la salud que implicaba fumar.

Dieta del vinagre

El extravagante poeta inglés Lord Byron, representante del romanticismo, fue sin saberlo un precursor del dietismo fundamentalista. Era rengo de nacimiento, rebelde frente a la moral y las convenciones, incestuoso con su hermanastra Augusta Leigh, y bisexual. Además de todos estos detalles que no vienen al caso, en 1820, popularizó la dieta del vinagre, que incluía solo agua, vinagre y té mezclado con huevo crudo. ¡Sí, leíste bien! Claro que los efectos adversos eran tremendos: vómitos y diarrea intensa que sin duda facilitaban el descenso de peso. Un dato importante es que padeció anorexia nerviosa desde joven y falleció tempranamente, a los treinta y seis años.

Dieta del algodón

El algodón es una fibra vegetal que, aunque es natural, los humanos no podemos digerir. Es importante resaltar que algunas marcas de algodón quirúrgico contienen poliéster, es decir que son fibras sintéticas. Por lo tanto, ¡comerlo sería bastante parecido a tragar tela! Esta dieta extravagante se parece más a un trastorno alimentario llamado “pica”, que consiste en ingerir productos que no son alimentos, como tiza, tierra o pintura, que a una dieta. Los que la realizan suelen remojar las bolas de algodón en jugo de frutas y una vez húmedas las ingieren para saciarse sin tener que consumir calorías. Los riesgos son innumerables. En principio, como recién explicamos, lo que comen no es solo algodón, sino poliéster, que al acumularse en el estómago o el intestino, puede generar una obstrucción intestinal que requiere cirugía y que conlleva riesgo de muerte. También puede causar asfixia y desnutrición.

Dieta del sueño

La deuda de sueño es, sin duda, un nuevo factor de riesgo de obesidad. Existe evidencia de que dormir menos de siete horas, un hábito que la mayoría de las personas que trabajan cumple desde la década del ochenta, engorda. Sin

embargo, ¡la dieta de la bella durmiente es un delirio total! Parte de la idea de que dormir impide comer y se hizo popular en la década del sesenta. Uno de sus seguidores fue un famoso cantante y actor estadounidense que hechizó a millones de mujeres con su música y su característico peinado. Elvis Presley se sedaba por días y dormía. ¡Muy bien no le fue! Siguió gordo y murió joven.

Dieta proteica

En la década del setenta, el médico norteamericano Roger Linn propuso no comer nada salvo, claro, su maravilloso brebaje, cuyos ingredientes eran cuernos de animal, tendones y huesos. Esta mezcla tenía aroma y sabor artificial, y contaba con cuatrocientas calorías y pocos nutrientes. Al menos cincuenta y ocho personas murieron por consumirla, sobre todo de crisis cardíacas. Si fue por la bebida o por la falta de nutrientes, ¡nadie lo sabe! Lo que queda claro es que nadie debería haberlo siquiera probado.

Dieta de la respiración o del aire

La mayoría de las dietas implican eliminar algún alimento: carnes, hidratos, grasas. Lo que solo una propone es eliminar todo, todo, menos el aire. Los “respiracionistas” creen que cuando se halla la armonía con el mundo, los humanos no necesitamos nada. Ni alimentos, ni agua; tampoco descanso o sueño. Una mujer australiana autodenominada “respiracionista” trató de mostrar el funcionamiento de esta dieta como parte del famoso show televisivo *60 Minutes*, creado por Don Hewitt y transmitido por la cadena estadounidense CBS, y la emisión debió suspenderse porque ella comenzó a tener dificultades para respirar, además de que sus pupilas se dilataron y presentó un severo cuadro de deshidratación.

Esta dieta me impacta de manera especial porque recuerdo a mi madre, Ester, que fue obesa, viajando a Uruguay para atenderse con un supuesto médico chino que practicaba esta dieta. A su regreso, ella describía las largas

filas de personas esperando ser atendidas por el famoso doctor. Por supuesto que la fama del supuesto médico duró lo que dura una ilusión. Y lamentablemente mi pobre madre siguió cargando a costas la decepción que supone el fracaso y los kilos que parecían no querer desprenderse de su cuerpo.

Dieta detox

La dieta *Master Cleanse* que propuso el neurólogo Stanley Burroughs en 1940 consiste en tres elementos: limonada, agua con sal y té laxante. ¿Te imaginás lo que sería basar tu alimentación en estas tres bebidas como única ingesta? Quienes la practican mienten al afirmar que se sienten con más energía, más vitalidad y menos hambre.

Dieta de la galleta

En 1975, el doctor Sanford Siegal desarrolló una mezcla especial de galletitas con aminoácidos que quitan el hambre. Proponía seis por día con solo quinientas calorías. Durante un tiempo, la idea fue un éxito comercial. Pero, en 2008, su creador se presentó en bancarrota.

Existen dietas y formas pintorescas, y hasta absurdas, para adelgazar. Estas son solo algunas. Reflexionemos acerca del lugar que ocupa nuestra salud cuando hablamos de dietas. Estas propuestas extremas, alocadas y riesgosas no solo son poco saludables, sino que no nos enseñan a comer ni a cambiar hábitos. Por lo tanto, aunque hubiera pérdida de peso, estaríamos en riesgo de desnutrición y de carencia de nutrientes, sin mencionar todas las complicaciones y consecuencias que pueden derivar de este tipo de tratamientos sin evidencia científica.

No nos dejemos llevar por estas promesas. Debemos informarnos

sobre los riesgos que involucran.

Como mencioné antes, son principalmente jóvenes las personas que se ven más tentadas a probar nuevas maneras de alcanzar el peso que consideran ideal. Por eso, como padres, debemos estar en alerta.



LAS 1001 DIETAS

En este ejercicio te propongo que armes una tabla con tres columnas. En la primera, enumerá todas las dietas que conocés; en la segunda, marcá cuáles de todas esas dietas probaste; y en la tercera tildá cuáles te parecen peligrosas para tu salud. Analizá los resultados: ¿Cuántas veces te embarcaste en tratamientos poco confiables?



CAPÍTULO 9

El dietismo como metarreligión

Lo que era la histeria para el fetiche del siglo XIX, de la mujer asexual encerrada en su hogar, es hoy la anorexia para el fetiche de fines del siglo XX, la mujer hambrienta.

NAOMI WOLF

❁ ¿Qué significa hacer dieta?

❁ ¿Por qué el dietismo es una metarreligión?

❁ ¿Puede una imagen en el espejo ser el alimento espiritual del vacío de sentido?

❁ ¿Por qué el dietismo flexible es la alternativa más saludable?

Ana llegó a mi consulta con dieciocho años y cuarenta y nueve kilos. Su pasión era el baile y soñaba con subirse al escenario del majestuoso Teatro Colón y representar un ballet para miles de personas. Pero comía tan poco que no tenía fuerza. Tampoco tenía ánimo como para levantarse cada día y ensayar. Estaba realmente hambreada. Padecía anorexia.

Mi trabajo era convencerla de que la comida no era su enemigo y animarla a comer cada día un poquito más. Como suelo hacer con pacientes como Ana, un día la cité bien temprano a la mañana y le propuse que desayunáramos juntas. Así que, en lugar de recibirla en mi consultorio, nos encontramos en un bar a mitad de camino entre su casa y la mía. Cuando llegó, le dije que podía ordenar lo que quisiera. Lo primero que me dijo fue: “No tengo hambre”. A lo que yo respondí con una pregunta: “¿Ya desayunaste?”. Ella contestó que no. Entonces ordené un menú con tostadas, queso blanco y mermelada. Mientras yo comía, Ana me miraba. Hasta que en un momento, mientras charlábamos de cualquier cosa, menos de comida, tímidamente y con muchas dudas, Ana tomó un trozo de pan. Y miguita tras miguita se lo terminó todo. Un todo mínimo, pero que significaba un buen comienzo.

Hoy, tres años después, Ana baila en una obra de teatro infantil. Sigue siendo delgada, pero tiene un peso saludable. Sus padres, que habían vivido siempre a dieta, debieron resignar su costumbre para que Ana adoptara una alimentación más calórica. La acompañaron en todo el proceso y la motivaron para que siguiera su tratamiento, a pesar de que ella muchas veces se negaba a comer por miedo a engordar. Ana logró escapar del dietismo, pero en su cuerpo y en su cabeza las huellas del hambre ahí están: impolutas,

permanentes, cómodas.

DIETANTES RESTRICTIVOS Y NO RESTRICTIVOS

Como vimos en capítulos anteriores, el dietismo se podría definir como un comportamiento que consiste en la restricción de calorías o la selección fija del tipo de alimentos que se consumen en forma consciente con el objeto de perder peso o para prevenir su ganancia.

Es la privación biológica de nutrientes, pero también la restricción mental de alimentos y de placer. Lamentablemente, el dietismo lleva casi siempre al descontrol alimentario. Parece que una vez que el dietante crónico considera que ha comido en exceso —puede ser real o tal vez lo imaginó—, cada vez que siente que ha violado la expectativa de perfección que se propuso, solo le queda seguir pagando el precio del pecado cometido. Engordar es el castigo por ser un hereje. Por esa razón continúa comiendo. En su cabeza de dietante ya está todo perdido.

Para aclarar el panorama, es necesario explicar que en relación con el dietismo las personas nos dividimos en restrictivas y no restrictivas. Dentro de los individuos restrictivos, hay restrictivos no dietantes y restrictivos dietantes.

Los restrictivos no dietantes son aquellos que vigilan o están atentos a la calidad o cantidad de su comida habitual. Ellos no están pendientes de la balanza ni desean perder peso. En general son personas con alguna patología que requiere una alimentación especial, como enfermedad celíaca, hipertensión arterial, diabetes mellitus, entre otras, o personas con antecedentes familiares de exceso de peso. Simplemente buscan tener una alimentación saludable y adecuada para prevenir complicaciones de salud.

Por el contrario, los restrictivos dietantes son personas que viven a dieta.

Permanentemente, eternamente, inexorablemente. Dietar es su vida, su obsesión, su motor. No están, ni estarán jamás, conformes con su peso. La dieta es, podríamos decir, algo así como su religión. En realidad una metarreligión, en el sentido que le dio el pensador francés George Steiner, en 1974, en su libro *Nostalgia del absoluto*, uno de mis libros de cabecera. En este texto, Steiner sostiene que como compensación de la caída de los grandes movimientos, paradigmas y filosofías masivamente adoptadas surgen las metarreligiones.

¡Nos quedamos sin absolutos! Vivimos inmersos en un nivel de incertidumbre tal que adoptamos algunas ideologías que carecen de carácter absoluto como metarreligiones. Hoy casi todo lo que en mi infancia era cierto se ha desvanecido, para bien o para mal. Podés casarte y divorciarte. Las grandes religiones compiten con nuevas religiones o sectas que captan muchos feligreses. Muchos padres no son capaces de sostener un no frente a sus hijos, que no saben muchas veces qué hacer con tanta libertad. Rusia no es más el archienemigo de Estados Unidos. Cuba, tampoco. Las guerras no son la mayor causa de muertes a nivel global. Las enfermedades crónicas no transmisibles matan más que las epidémicas. Podés tener más de un posgrado y no conseguir trabajo. Podés estar de viaje en un país del llamado “primer mundo” y morir en un atentado terrorista. Muchos maestros carecen de autoridad. La experiencia de los mayores no siempre es valorada. En fin, siento nostalgia del mundo que vivimos durante una gran parte del siglo XX. No tenemos muchas certezas y las aceptamos donde ellas nos encuentran. Buscamos en realidad la tabla de los diez mandamientos. Una especie de tabla de piedra con reglas tácitas que nos den la certeza de que vamos en el camino correcto.

La religión ha tenido, desde la Antigüedad, la oportunidad de dar sentido a los significados contingentes y problemáticos. Volvamos a Steiner y su inteligente ensayo *Nostalgia del absoluto*. La conclusión de este autor es que las personas tenemos múltiples intentos fallidos de dar una respuesta universal

a la crisis de sentido que poseemos como cultura. “La vuelta a lo irracional es antes que nada un intento de llenar el vacío creado por la decadencia”, escribe Steiner. Inspirada en este pensador, y como ya esbocé al comienzo de este capítulo, sostengo que el dietismo también es una desesperada manera de salir airosos de la caída de las ideas absolutas, concluyentes, finales.

John Brockman es un empresario cultural nacido en Estados Unidos que tuvo una gran idea respecto de las “grandes ideas”. Juntó a los pensadores más brillantes de distintas ramas de la ciencia y la cultura para que respondieran a preguntas como: “¿por qué cosas nos debemos preocupar?” o “¿qué es una idea peligrosa?”. Desde la Fundación Edge y su página web divulga lo que los líderes de la “tercera cultura”, así los llama, piensan respecto de temas que nos importan a todos. Para su último libro les preguntó qué idea debería tirarse por la borda. En otras palabras, les pidió que discutieran qué teorías debían seguir vigentes y cuáles debían desaparecer. En *This idea must die (Esta idea debe morir)* expone las teorías que, según estos miembros de la tercera cultura, “pasaron la fecha de caducidad” y por eso bloquean el progreso.

Traigo a colación la experiencia de Brockman porque tengo la sensación de que como sociedad nos cuesta bastante liquidar ideas que estuvieron en boga durante mucho tiempo. Sin embargo, la ciencia avanza conforme algunas ideas caen y otras nacen. Las dietas son una idea que debería morir. Se sabe, y está probado científicamente y empíricamente, que no funcionan, pero parecería que no nos animamos a decirles adiós. Para luchar contra la obesidad y las enfermedades vinculadas con la nutrición resulta imperioso abandonar la idea de la dieta restrictiva como solución para perder peso.



UNA CUESTIÓN DE FE

Te propongo que pienses qué otras metarreligiones existen, en

cuáles creés y para qué te sirve hacerlo. Si dejaras de creer en ellas, ¿te sentirías más libre?

Tengamos en claro que el dietismo comparte muchas características con la fe religiosa, aunque tienen objetivos opuestos. Uno es la cuna de la espiritualidad; otro, de la superficialidad más absoluta. Tanto las religiones como las metarreligiones —entre las cuales está el dietismo— poseen un gurú, que es la autoridad máxima. Es quien establece las premisas básicas. Es quien dice lo que está permitido y lo que no. Es quien forja el espíritu, la esencia del movimiento.

Luego están los seguidores, los fieles, los adeptos, que respetan un conjunto de reglas impuestas sin cuestionamientos. En el caso del dietismo, los seguidores suelen captar fácilmente la regla básica: si seguís mis preceptos, ¡serás flaco! Las personas que desean perder peso experimentan tanta culpa cuando comen algo rico que prefieren seguir a rajatabla la disciplina que emana de la metarreligión con tal de sentirse inocentes. Acatar órdenes los hace sentirse seguros.

Es similar a lo que ocurre con la obsesión por el cuerpo. Es un refugio. Ocuparse obsesivamente de los kilos, las arrugas, las canas. Estar pendiente de la apariencia es una excusa para no ocuparnos de cuestiones que realmente impactan en nuestro bienestar: la enfermedad, la soledad, el desamor. El castigo es el sobrepeso. En esta metarreligión no importan el placer, el bienestar y la calidad de vida. No interesa el sacrificio que los fieles deben hacer. Solo se destaca el resultado: el peso ideal.

Cuando un dietante restrictivo llega a mi consultorio, lo primero que debo hacer es desprogramarlo. ¿Qué significa? Es simple de explicar, pero complejo de llevar a cabo. Tengo que enseñarle que todo lo que aprendió respecto de la alimentación mientras estaba a dieta ahora deberá dejarlo en el olvido.

No hay un peso ideal. Lo que sí hay es un cuerpo cómodo y saludable para cada persona de acuerdo con un montón de variables: su genética, su historia familiar, sus costumbres, la cultura en la que vive, sus gustos, su trabajo, su dinámica familiar, sus emociones.

Claro que el dietismo es el telón de fondo en el que se inscriben la mayoría de los trastornos de la alimentación: la anorexia, la bulimia, la ortorexia, los trastornos alimentarios no especificados (TANE) y los trastornos por atracones, entre otros.

Las deudas de hambre se pagan con comida.

LAS GROUPIES DEL DIETISMO

Cuesta creer que tantas jóvenes inteligentes se embarquen en la ilusión de la dieta perfecta, de la alimentación perfecta, de la vida perfecta, del peso ideal. Después de todo, la perfección no existe. Y los perfectos, ¡derrapan! De hecho, de eso se trata este libro, de desandar el mito de que lo ideal está aparejado a la felicidad. Por el contrario, los exitosos son los que erran y vuelven rápido al camino saludable.

Lo cierto es que el dietismo, los trastornos alimentarios y la obesidad afectan a todas las edades. Pero aquí me refiero especialmente a los jóvenes. Ellos serán muy pronto los futuros dirigentes del mundo, ellos crearán la cultura a su medida y lanzarán la moneda que, cara o cruz, marcará la suerte de la humanidad. Hambreados y vapuleados por el hambre oculta (derivada de esas carencias invisibles que son el resultado de comer poco, monótono, desabrido), ¿qué les espera? O mejor dicho: ¿qué nos espera como especie? Porque en esta sociedad que entroniza a la imagen, los nuevos dioses nos prometen belleza. Los gurús de turno, los especialistas en dietas heterodoxas,

los expertos que ponen de moda estilos de alimentación, que ni ellos se atreven a probar, reclaman lealtad, obsesión y fanatismo. Las chicas que adhieren al dietismo son las *groupies* del siglo XXI. Son como esas adolescentes que admiraban y seguían obsesivamente a los ídolos musicales, sobre todo en la década del setenta. Me pregunto si los jóvenes seguirán obedeciendo ciegamente el mandato de la sociedad que nosotros armamos o si lograrán construir una más benévola. Una que destierre a los que se aprovechan de la debilidad, la desesperación por encajar, por pertenecer al paraíso de los cuerpos ideales.

A diferencia del que recrea el poeta italiano Dante Alighieri en su poema *La divina comedia*, que es un paraíso inmaterial, etéreo, el que hoy buscamos es una suerte de infierno: dietas extremas, abstinencia de nutrientes y placer, cirugías innecesarias, ejercicio extenuante, un único peso ideal.

❁ ❁
¿Después qué? ¿Qué queda una vez que llegaste al paraíso?
¿Qué puede un cuerpo sufriente, hambreado y extenuado
dejar en el alma de su dueño? ¿Puede una imagen ser el
alimento espiritual del vacío de sentido?
❁ ❁

A veces creo que las dietas son eternas porque nos alejan de lo verdaderamente importante y trascendental. Es que cuando no ponés comida en la boca tenés la cabeza llena de comida. No hay necesidad de enfrentarse a la realidad, a esa inexorable búsqueda de sentido real y profundo que debemos emprender todos alguna vez en la vida.

Es verdad que necesitamos ocupar el espacio de los absolutos que nos abandonaron. Pero un número en la balanza no es una certeza. Un plan alimentario que me dirige día a día lo que debo comer y lo que me está vedado

no es una verdadera certeza. Un talle no es una certeza. Un número acotado de alimentos en mi nutrición no es una certeza. Y tampoco ninguno es un buen refugio.

Un buen refugio es un rico plato de comida equilibrada.

Un buen refugio es un grupo de amigos que te acompaña cuando la copa está llena y cuando está vacía, también.

Un buen refugio es una pareja que siente que **tu** ruta es **su** ruta.

Un buen refugio es una familia flexible, amorosa, cálida, abierta.

Un buen refugio es un abrazo, un beso, una caricia, una palabra mágica en el momento justo.

Un buen refugio es la música, el arte, la literatura, la espiritualidad, la naturaleza.

Un buen refugio sos vos siendo como sos: auténtica, sin máscaras.

Un buen refugio es la libertad, que no es otra cosa que incertidumbre.

Pero ¿por qué nos cuesta tanto vivir con incertidumbre? Si la certeza absoluta es la muerte. Para los que confían solamente en la exactitud de las medidas, en los dogmas y en las certezas, no hay nada mejor que repasar el famoso principio de incertidumbre del Premio Nobel Werner Heisenberg. Este físico alemán formuló, en 1927, que el mero acto de observar un fenómeno modifica lo observado. Es decir que la incertidumbre rige nuestras vidas. Por eso las cosas no son como son. En absoluto. Lo que pensamos que es la realidad depende más de nuestra construcción histórica y cultural: la realidad se construye, como ya explicamos en capítulos anteriores. ¿Cómo podemos acceder a la realidad, independientemente del conocimiento que tenemos de ella? No quiero ponerme filosófica, pero no hay objeto sin sujeto. Nuestra realidad es completamente subjetiva.

UNA ALTERNATIVA SALUDABLE: EL DIETISMO FLEXIBLE

Por lo general las dietas te hacen creer que algunos alimentos son buenos y otros son malos. Te venden certezas. Por eso No Dieta® es una revolución. La revolución del sentido común. Ese sentido común que en materia de nutrición se perdió hace unos años. Realmente no hay alimentos buenos o malos. En nutrición no cabe la demonización o la entronización. Aunque la calidad es importante, todo alimento o bebida puede ser parte de una alimentación saludable, siempre que se consuma en porciones controladas y se balancee con ejercicio adecuado.

Como veremos en profundidad en el capítulo dedicado a la No Dieta®, la cantidad, es decir las calorías ingeridas, y no la calidad, son el principal determinante del peso. Estamos hablando de flexibilidad. De dieta total. Importa el patrón global de tu alimentación, no un grupo de alimentos o un solo nutriente. La alimentación es una mezcla multicomponente de nutrientes que interactúan entre sí. De hecho, por eso necesitamos un poco de cada alimento.

La flexibilidad significa poder comer algo frito, aunque en general lo evites. Es poder ponerle azúcar al café porque te quedaste sin endulzante no calórico o simplemente porque te gusta así. Es poder comer comida rápida en un paseo con tus hijos, aunque seas una consumidora de platos caseros, organizados y saludables. Es poder comer pescado, incluso siendo vegetariana. Es poder incluir un postre hoy, ¡porque vale la pena lo que tenés delante o porque querés hacerle honor a la torta que te horneó especialmente tu abuela! La flexibilidad implica compartir con tus amigos lo que hay, aunque si estuvieras sola, elegirías otra cosa. La flexibilidad es comer con eje en el placer y la moderación, de manera de convertir a la alimentación saludable en algo sustentable, tanto mental como emocionalmente.

Como ya vimos, existe evidencia de que las personas que se embarcan en un dietismo rígido refieren síntomas de trastornos alimentarios, alteraciones del humor y una excesiva preocupación por el cuerpo. Por eso restémosle valor a las dietas y démosle poder a nuestros sentidos, que nos indicarán lo que el

cuerpo necesita o prefiere.

¿Cuán importante es para vos tu peso? ¿Cuáles son los alimentos que no te permitís consumir de manera habitual? ¿Te considerás una dietante rígida? ¿Cuánto te ha ayudado este comportamiento para mantener tu peso saludablemente? ¿A qué llamás "éxito" cuando se trata de perder peso? ¿Cuáles han sido las dificultades que se te presentaron cada vez que intentaste adelgazar?

ESCAPAR DEL DIETISMO

En realidad, debajo de todo dietante hay una persona con miedo a perder el control. ¡No es que no le guste comer rico! ¿A quién no le gusta? Evita el mero contacto con lo preferido porque cree que si empieza, no termina. Ni se acerca a aquel alimento que le gusta, no sea cosa de que se tiente y termine comiendo lo que más le gusta, que es aquello que tiende a devorar. Está atravesada por la cultura dietante y convencida de que el alimento es el enemigo. Su enemigo íntimo.

El dietismo focaliza tu atención y tu energía en el cuerpo, en el número que muestra la balanza y te desvía de proyectos y afectos importantes para vos. El dietismo te deja sin energía para trabajar, apasionarte, crear, estudiar y divertirte. Te deja fuera de salidas, festejos y experiencias. Te aísla. El dietismo te reduce a un conjunto de huesos. Te aleja del ser deseante que sos. Funciona, además, como un modelo negativo para tus hijos y para los jóvenes que te rodean. El dietismo es contagioso. Y es el puntapié inicial del malestar con el cuerpo.

¡Tranquila! ¡Hay antídoto! La salida es aceptarte y aceptar a los demás como son. Recordá que el sobrepeso o la obesidad tienen componentes hereditarios, medioambientales, culturales, hormonales, genéticos, metabólicos y emocionales. Por eso no es sencillo eliminar kilos como si se tratara de errores ortográficos. La obesidad no se cura con una dieta, sino con un programa que tenga en cuenta tu diseño de fábrica, lo simbólico de la comida, los ideales corporales y las características biológicas y psicológicas que te hacen un ser único e irrepetible.

Es posible perder peso sin renunciar al placer de comer.

El éxito de un tratamiento para adelgazar se mide por la distancia entre tus expectativas y el resultado. Por eso, si te quieren vender la idea de que podés pesar lo mismo a los cincuenta que a los treinta, ¡entonces te están mintiendo! Quizás lo consigas, pero el costo será muy alto.



SIN MAGIA

Planteate objetivos reales y recordá que, como todo aprendizaje, la pérdida de peso requiere tiempo y esfuerzo. No hay magia. Quizás así podrás sentarte a la mesa con amigas y disfrutar del encuentro y de la comida sin malgastar energía y tiempo en viajes sin futuro.



CAPÍTULO 10
La mesa familiar

*La paz y la armonía constituyen
la mayor riqueza de la familia.*

BENJAMIN FRANKLIN

❁ ¿Cómo es tu familia?

❁ ¿Cómo funciona?

❁ ¿Hay roles fijos?

❁ ¿Podés identificarlos?

❁ ¿Qué rol cumplís vos?

❁ ¿Siempre tuviste el mismo rol o fue cambiando?

❁ ¿Cómo pensás que influye tu familia en la forma en que te ves y te pensás a vos misma?

Imaginate que estás mirando una película. La primera escena comienza con un cuadro abierto donde se ve a una familia sentada alrededor de una mesa. Con la técnica del *close up*, es decir un acercamiento de la cámara al rostro de cada personaje, el director hace primer plano en cada uno: la madre, cerca de la puerta que da a la cocina, está sentada al lado de la hija mujer; el padre, en la cabecera y dos hijos varones enfrente de la madre y la hija. Esta es la familia de Olivia. ¿Querés saber más de ella? Seguí leyendo...

Aunque las sillas no tienen ningún tipo de identificación, en la familia de Olivia —como ocurre en muchísimos hogares del mundo— los lugares son inamovibles. Tal vez te estés preguntando qué importancia tiene que vos te sientes siempre en un mismo lugar. Ocurre que el lugar que cada integrante ocupa en la mesa le da un sentido de pertenencia y una identidad. Y puede ser entendido como una metáfora del sitio que ocupa en la familia, del rol que desempeña. La mesa familiar es una foto que generalmente muestra la dinámica familiar.



¿Qué ocurre en tu familia? ¿Los lugares son fijos? ¿Quién ocupa la cabecera de la mesa? ¿Recordás dónde te sentabas cuando eras pequeña? ¿Qué relación encontrás entre el lugar que ocupa cada integrante en la mesa y el rol que cumple en la familia?



Muchas familias suelen mostrar una estructura que es funcional a la dinámica familiar. Que esta disposición sea rígida suele ser un signo de que en ese núcleo social no hay mucho espacio para la inversión de papeles. Que no se acepta fácilmente el cambio, el crecimiento, la evolución.

Lo más saludable es que los roles familiares no sean fijos, que todos tengan la posibilidad de cambiar, así como de representar otro papel en otro capítulo.

Las personas cambiamos. No somos los mismos siempre. Las familias también cambian. Pero muchas veces queda la huella de lo que alguna vez fuimos y borrarla resulta muy difícil. Esto explica por qué muchas veces con nuestros amigos somos distintos o nos comportamos diferente a como lo hacemos en casa. Es común encontrarnos con un familiar en un nuevo ámbito y desconocer la forma en que se comporta, cómo habla, la manera en que se relaciona con los demás. De hecho, no somos los mismos en diferentes entornos. Por eso —como explicamos en capítulos anteriores— la red social a la que pertenecemos puede ayudarnos o dificultar nuestro tránsito por la vida.



EL JUEGO DE LA SILLA

Te propongo que en la próxima cena o almuerzo familiar practiquen el juego de la silla, es decir que intercambien los lugares. Verás cómo esa modificación física puede repercutir sobre la dinámica familiar.

LA MIRADA DEL OTRO EN LA FAMILIA

Marina Abramovic es una artista serbia cuya especialidad son las

performances. En 2010, montó una obra en el Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMA) con el título *The Artist is Present* que llamó mucho la atención del público. ¿Por qué? Su propuesta era que cada visitante fuera recorriendo varias salas en las que jóvenes artistas se mostraban desnudos. Quien llegaba hasta el final del camino se encontraba en un último salón con la misma Abramovic sentada en una silla. Quieta, vestida con una especie de túnica que llegaba al piso y tapaba todo su cuerpo, la artista aguardaba con los ojos cerrados el arribo de cualquier persona que se animara a sentarse enfrente de ella para mirarla a los ojos. Nada más. Con jornadas de ocho horas en las que se dedicaba únicamente a mirar a los ojos sin emitir ningún sonido, ni expresar ningún sentimiento. Un día, una de esas personas resultó ser una ex pareja de Abramovic. Esa mirada provocó algo especial. De hecho esa fue la única ocasión en la que Marina interrumpió su *performance*, le tomó las manos y lloró. El video que capta ese momento circula por Internet y se viralizó rápidamente.

Este relato nos ayuda a entender lo que nos genera la mirada de los demás. Sobre todo, la mirada de aquellas personas que queremos y que nos quieren. Son personas con las que compartimos un pasado, un presente, un futuro. En la familia, siempre hay un otro que nos mira y que influye en lo que pensamos de nosotras mismas. También hay un otro que nos cuenta lo que vio, lo que escuchó, y eso también determina, en gran parte, la interpretación que hacemos de nuestra vida y las decisiones que tomamos con lo que nos pasa.

En *El ser y la nada*, el filósofo francés Jean Paul Sartre utilizó el concepto de “otredad” para referirse a la forma en que nos conocemos a nosotros mismos a través de la mirada del otro. Para explicar la otredad, Sartre hace referencia a la vergüenza que sentimos frente a los otros. El acto de sentirme avergonzado se refiere a mí: yo tengo vergüenza de mí reflejado en el otro. La frase “tengo vergüenza ajena” es una expresión que simboliza la otredad.

De hecho, diferentes autores sostienen que nuestros recuerdos de la infancia

son producto de las historias que nos contaron. Los relatos familiares le dan forma y sentido a nuestra historia personal. ¿Y qué son los relatos familiares sino una mirada del mundo de los otros puesta en palabras y ofrecida como regalo?

Muchas veces nos cuesta escapar del guión que nuestra familia escribió, del relato, de la leyenda, que se suele reproducir generación tras generación. Como veremos más adelante, inventar un camino propio, original, distinto puede resultar complejo en algunas familias. Sin embargo, romper con los mandatos es un trabajo que todas deberíamos, al menos, intentar. Saltar del trampolín puede parecernos atemorizante, pero lo bueno es que en la incertidumbre podemos encontrar un mundo tan desconocido como atractivo. Abrir la puerta y animarse a jugar.

Me viene a la cabeza Graciela, una paciente a la que conocí cuando ella tenía unos cuarenta y dos años. Es la hija menor de tres hermanos de una familia muy tradicional en sus costumbres, con padres autoritarios. Si bien la consulta es para perder unos kilos, luego de haber probado todo, noto inmediatamente que su problemática es otra, aunque está enganchada con el peso y el dietismo. Su madre nunca trabajó y su padre es propietario de una empresa. Su hermano vive con su esposa e hijos en Estados Unidos. Su hermana está casada y no trabaja. Ella fue presionada a trabajar en la empresa familiar, manipulada por la culpa de la edad y la enfermedad del padre. Ni le gusta lo que hace, ni ha sido premiada o incentivada de ninguna forma por su progenitor. Los hermanos, que no han estudiado, han zafado del mandato. Ella posee un título universitario, un proyecto propio, pero ha abandonado todo para acompañar al padre. Ni siquiera tiene pareja, ni hijos. Y vive a dieta.

LOS ROLES

Desde hace algunos años me irrita la industria del juguete. Esa idea de que las niñas deben jugar con muñecas, maquillaje, escobas, a la enfermera o la peluquera, y los varones con autos, legos y pelotas me parece sexista.

No creo que sea necesario adjudicarle un tipo de juguete específico a cada género, así como pienso que ningún juego tiene el poder de determinar la feminidad o la masculinidad de una persona. Pero... ¿por qué encasillar a los chicos en un tipo de rol social desde los primeros juegos? No estoy de acuerdo con la idea de que a las mujeres haya que educarlas únicamente para ser lindas, buenas cuidadoras y limpiadoras. Tampoco veo con buenos ojos que los hombres sean instruidos únicamente para construir, conducir vehículos, emplear la fuerza y manejar herramientas.

Si los tuviéramos que categorizar de alguna manera podríamos decir que las muñecas y los escobillones son juguetes endógenos: nos invitan a quedarnos dentro del hogar. Las pelotas y los autitos, en cambio, son exógenos: nos invitan a salir, a conocer el mundo. Me pregunto por qué históricamente a las mujeres nos enseñaron a jugar con los endógenos y a los hombres con los exógenos... ¿Se te ocurre alguna razón?

Hace mucho leí un libro que se titula *Mujeres que corren con lobos*, de la psicoanalista junguiana Clarissa Pinkola Estés. El libro habla de la fuerza salvaje que adquieren las mujeres cuando dejan de temerle al poder que llevan dentro. Más allá de su contenido, que es muy interesante, rescato el título, que habla de mujeres que salen de su zona de confort (ese espacio en el que se sienten cómodas y que les resulta familiar), que la sociedad les ha asignado, para derribar siglos de mandatos y normas. Son mujeres que no les temen a los lobos, como metáfora del exterior, del afuera, de la otredad.

Tradicionalmente el lugar que ocupaban la hija y el hijo hablaba de los patrones de género que estaban vigentes en la sociedad. En la actualidad difieren en cada familia y, aunque se perciben vientos de cambio, la mujer continúa muchas veces en un rol pasivo, más allá de que algunas ya se han

empoderado.

En mi caso, vengo de una familia tradicional. Mi madre era ama de casa y mi padre era el sostén económico del hogar. Cuando terminé el colegio, decidí estudiar Medicina porque sentía la necesidad de salir de mi casa. No quería repetir el modelo que mis padres me habían ofrecido. Sin embargo, no fue fácil. Me casé de jovencita y mi marido también provenía de una familia patriarcal con mandatos fuertes. Me costó muchos años de terapia y de peleas ubicarme en un lugar equiparable al de mi esposo desde lo profesional.

Como ya vimos, la autoestima es una construcción. Se va edificando a partir de lo que pensamos de nosotras mismas y del reflejo de la mirada de los otros. Ocurre que desde la educación que históricamente recibimos, a nosotras se nos enseña a valorarnos por lo que somos y no por lo que podemos hacer. Pero lo que somos nos viene dado, no lo podemos cambiar, aunque queramos. Pero —como siempre digo— somos mucho más que un cuerpo. Porque somos todo lo que sabemos hacer, lo que podemos lograr, somos los sueños que perseguimos y a veces cumplimos. Somos también aquello que nos avergüenza, pero nos hace únicas. Como reza un cartel que vi en un grafiti del barrio donde vivo: “No soy perfecta, pero soy una edición limitada”.

Lo cierto es que los roles no son naturales, son una construcción social. Y están relacionados con la cultura en la que está inmersa cada familia, sus costumbres, el tipo de relación entre sus miembros y el pasado que comparten. Los roles, como los lugares en la mesa, pueden ser flexibles o rígidos. Las familias en las que reina la rigidez son aquellas en las que se detectan mayores problemas emocionales o de interacción. En cambio, las familias en las que cada integrante tiene la libertad de ser y hacer lo que desea, de cambiar y volver al estilo pasado sin ser cuestionado, son las que poseen personas más saludables.

LA FAMILIA Y LA SALUD

En muchos aspectos, la psicología se ha interesado más por la enfermedad y la patogénesis (es decir, del origen de una enfermedad) que por la salutogénesis (la fuente de la salud). Sin embargo, hoy se sabe que para prevenir es necesario trabajar sobre la salud. Sobre aquello que te vuelve resistente a enfermar.

La familia, como grupo de pertenencia social, es un elemento esencial en la regulación de los procesos de salud y enfermedad.

Muchas patologías, y en especial aquellas asociadas con la insatisfacción corporal y la alimentación, son un asunto de familia. Su origen, su desarrollo y muchas veces su curación ocurren en el seno familiar.

Ester era única hija. Marcos y Raquel, sus padres, eran muy buenas personas, pero especialmente sobreprotectores. Nunca ponían límites a sus caprichos, sus berrinches y deseos. Ella creció y se enamoró de un hombre que repitió ese modelo. La consintió y toleró todos sus desplantes.

Ester era bipolar y después del primer embarazo comenzó a engordar. Ella, que odiaba la obesidad y a los gordos, era ahora una de ellos. Así comenzó su debacle. Con anfetaminas, dietas extremas y la búsqueda de resultados mágicos que la frustraron cada vez más. Luego de su segundo embarazo sufrió un episodio de psicosis puerperal relacionado con una hemorragia que había puesto en peligro su vida. La cosa empeoró. Pero sus padres y su esposo no cambiaron su conducta. Siguieron tolerando todo. Nadie puso límites, nadie la ayudó a comprender que el otro tiene un umbral de tolerancia.

Ester comenzó con episodios de profunda depresión: meses en cama, persianas bajas, oscuridad total, aire acondicionado al máximo. Una tumba en vida. Paralelamente a este proceso, subió mucho más peso que los pocos kilos que la magia comprada le había permitido perder. Luego de ruegos y

promesas, su esposo y sus padres lograron sacarla del letargo con cierta ayuda del psiquiatra de turno. Pero sus dificultades emocionales la acompañaron hasta el temprano final de su vida truncada por la melancolía y la manía.

Ester era mi madre. Siempre me he preguntado si las cosas hubieran sido distintas de haber actuado de manera diferente mis abuelos y mi padre. Pero... nunca lo sabré.

SEPARACIÓN E INDIVIDUACIÓN

Margaret Mahler fue una pediatra y psicoanalista austrohúngara que nació en Viena en 1897. Sus primeras observaciones sobre la interacción entre madre e hijo las realizó en la década del veinte. Mahler sostiene que las relaciones se desarrollan a partir de la díada madre-hijo. El bebé recién nacido no distingue entre él y su mamá: son una misma cosa. En su libro *Simbiosis humana, las vicisitudes de la individuación*, publicado en 1968, Mahler se ocupó de estudiar el momento en que el bebé se comienza a identificarse como un “yo” distinto a su madre.

Lo que se llama proceso de separación-individuación avanza por dos caminos. Por un lado, la individuación es la autonomía en la percepción, la memoria, los pensamientos y la prueba de realidad. Por el otro, la separación implica la salida de la órbita materna. El proceso de separación de la madre tiene lugar en el marco de las relaciones familiares y es facilitado por las separaciones rutinarias de cada día: que la mamá salga a trabajar o a hacer las compras, por ejemplo. La presencia activa del padre es muy importante en esta etapa.

Tanto la separación como la individuación conducen a la internalización del *self*, del que ya hablamos, a la diferenciación y a la formación del yo. En una situación óptima, el desarrollo de las funciones autónomas del yo coincide con

la conciencia de separación corporal.

Hilde Bruch, una de las más importantes pensadoras que abordaron la compleja problemática de los trastornos alimentarios, opina que muchas jóvenes que padecen anorexia no lograron concluir la individuación de manera correcta. Son chicas que viven como si fueran niñas aún: dependen de los demás, son inseguras, les cuesta mantener una relación de pareja, poseen escasa interacción social con personas que no sean de su familia.

LA AUTONOMÍA

Llega un momento en que los padres se dan cuenta de que los hijos ya no son bebés. Ellos quieren elegir sus amigos, su ropa, la música que les gusta escuchar y hasta los planes de diversión o salidas. Muchas veces sus elecciones no coinciden con las de sus padres.

Recuerdo a Laura. Tenía trece años. Vino por primera vez a la consulta con su madre, su padre y su hermana menor. Consultaban por el exceso de peso que ella tenía. Hasta allí nada era sorprendente. Apenas comenzaron a hablar se reveló la dinámica familiar. La madre era una eterna hija, preocupada básicamente por su madre y su hija menor. El padre, por su parte, desempeñaba un rol maternal, pero desde una postura absolutista y poco flexible. Laura no podía salir con amigos el fin de semana, pues debía cuidar de su abuelo paterno de noventa años, que vivía con ellos, y de su hermana menor. Por supuesto que era una estudiante brillante que hacía toda su tarea sin chistar. Laura tampoco podía decidir su menú: se comía lo que los padres decidían. Lo más llamativo era la manera en que Laura compraba su ropa: en compañía de su padre, quien entraba al probador para dar el visto bueno. Laura tenía sobrepeso y tenía padres dietantes y obsesionados con la imagen.

Uno de los principales retos a los que se enfrentan los adolescentes es el de

adquirir autonomía. Este es un paso determinante en el camino hacia la adultez. Y los padres jugamos un rol fundamental. Lo hacemos fijando los límites, supervisando el ritmo y ajustando el grado de independencia que los chicos pueden manejar y tolerar. La autonomía no puede darse de manera abrupta. Tampoco puede evitarse.

¿Qué consideramos autonomía? Es la facultad para gobernar las propias acciones. ¿Y la autonomía emocional? Es la capacidad de sentir, pensar, de confiar en los propios objetivos para tomar decisiones y la capacidad para asumir las consecuencias que se derivan de los propios actos, es decir asumir la responsabilidad.

Uno de los autores pioneros del tema fue Robert Havighurst, profesor e investigador estadounidense. Él propone que, en el proceso de adquisición de autonomía, los roles de los padres deben cambiar, como las reglas y los límites, y de este proceso surge no solo un individuo distinto, sino una familia diferente. Por eso comencé hablando de las sillas fijas en la mesa.

La autonomía emocional se podría describir como un camino con tres estaciones. En un extremo está la desvinculación afectiva, la indiferencia. Esta se asocia con trastornos o conductas de riesgo de los jóvenes, sobre todo cuando se da en edades tempranas. Luego sigue la independencia emocional saludable, que nos permite crecer. Por último, en el otro extremo, aparece la dependencia emocional, que nos ahoga con mandatos, roles fijos y dificulta que crezcamos en libertad.

Cuando recibo a pacientes jóvenes o adultos que percibo atrapados y haciendo la plancha en la vida, les sugiero que se lleven dos preguntas:

1. ¿Qué quiero? ¡Recordemos que no hay buen viento para el que no sabe adónde va!
2. Lo que estoy haciendo últimamente, ¿me acerca o me aleja de lo que realmente quiero?

Para lograr la autonomía de los chicos es necesario que los padres sean accesibles, que sean capaces de establecer una comunicación efectiva. Que encuentren un balance entre la **flexibilidad** y la **autoridad**. Que eviten los dobles mensajes y las contradicciones. Que sostengan el tan difícil “no” luego de razonar y negociar cuando sea necesario. Que realicen compromisos con los hijos para enseñarles a manejar su libertad.

Estos comportamientos no solo afianzan la autoridad democrática de los padres, sino que enseñan a los jóvenes la importancia de ser coherentes con sus principios. Recordemos que los adultos siempre somos modelos de comportamiento.

❁ ❁
¿Qué ven tus hijos de vos? ¿Qué modelo te dieron tus padres? ¿Qué valores o enseñanzas de tus padres compartís con tus hijos? ¿Cuál fue el momento en que adquiriste autonomía para tomar tus propias decisiones? Como madre, ¿sos facilitadora de la autonomía de tus hijos?
❁ ❁

Los padres guiamos a los chicos en el manejo de situaciones totalmente nuevas para ellos. Y somos los responsables de dosificar la independencia y la autonomía en partes equilibradas. Puede tratarse del ingreso al jardín de infantes, de la primera salida con amigos, del manejo del dinero, y por supuesto del manejo de la comida o del alcohol. Como dijo la psicóloga francesa Françoise Dolto: “Estamos preparando para una vida que no sabemos cómo va a ser, a unos niños que justamente tienen que ser diferentes de nosotros, puesto que han tenido experiencias que a nosotros nos eran desconocidas a su edad”. Pero no desesperen, pues como padres — parafraseando al poeta español Antonio Machado— hacemos camino al andar.

ADOLESCENCIA Y AUTOAFIRMACIÓN

La adolescencia es la etapa en donde se realiza la transición de niño a adulto. Es un fenómeno biológico, cultural y social. Por lo tanto, sus límites no se asocian solamente al desarrollo corporal: el crecimiento de vello, cambio en la voz, alteración de las hormonas. Esta transición de cuerpo y mente se conjuga con el entorno en el que cada joven se desarrolla. Por eso crecer en una familia flexible, una familia que aporte seguridad y libertad es trascendental si se quiere que los grandes cambios que afronta el adolescente sean saludables.

La autoafirmación no significa ser siempre el primero, el ganador, tampoco agredir para lograr cosas. Implica respetar nuestros propios deseos, necesidades y valores. Estar autoafirmado es tener las cosas claras, estar decidido, ratificar nuestros deseos aun siendo diferente a los demás, festejando la diferencia. Es aceptarse, no depender de la opinión de los otros para valorarnos, es ser quienes somos, lograr el respeto de los otros, decir “no”, “no quiero”, “no me gusta”, “no pienso igual”. Y, por supuesto, hacerse cargo luego de las consecuencias de la libertad.

Su opuesto supone colocarse en un segundo plano, seguir las órdenes sin negociar siquiera, sin intentarlo, someterse siempre para evitar enfrentarse con los demás o para complacerlos por temor a no ser querido o aceptado.



¡APRECIÁ LO POSITIVO!

Te propongo que escribas cosas positivas sobre tu persona. Si te resulta complejo, podés comenzar escribiendo aspectos positivos de personas a las que apreciás. Si creciste en una familia donde no te ayudaron a ver lo mucho que sos y valés, a veces es más sencillo comenzar a valorarnos después de

aprender a percibir y estimar características de otros. Es como un entrenamiento.

CAMBIO DINÁMICO

Estuvimos hablando de las familias y su papel en la salud. Pero las familias no son entes inertes. Las familias cambian, se desarrollan. Aunque más allá de los cambios, algunos elementos son importantes para sostener la salud familiar. Si bien no hay un decálogo para tener una familia saludable y funcional, aquí van algunos consejos.

Desarrollar la comunicación

Las familias que funcionan efectivamente son aquellas capaces de expresar sentimientos, tomar decisiones, resolver conflictos. Todo esto es posible solo desarrollando una comunicación adecuada.

Equilibrar las necesidades

Una familia atravesará situaciones conflictivas o directamente el caos en diferentes momentos. Por eso debe poder atender las necesidades de todos en medio de la crisis. En una familia equilibrada, el universo no gira alrededor de nadie en particular, sino que la atención varía según las necesidades y los momentos.

Definir responsabilidades

Una familia es un equipo. Cuando todos ayudan, la familia tiene tiempo y energía para atender los intereses y proyectos de todos, en el momento adecuado, de la mejor manera.

Ver el lado positivo de las cosas

Las familias que son capaces de pensar positivamente sobre su situación y desarrollar actitudes positivas son las que superan las dificultades y soportan los cambios.

Mantener la unión

De todos los recursos familiares, la cohesión, la unidad y la dedicación a los lazos que los unen son probablemente el factor protector más importante para una familia.

Desarrollar relaciones trascendentes extrafamiliares

La calidad de las relaciones que tienen las familias con otros es otro factor protector. No es saludable quedarse centrados solo en la familia, ni para los adultos ni para los jóvenes.

Mantener la flexibilidad

La incertidumbre es el ingrediente esencial de la vida. Por eso, la flexibilidad es uno de esos recursos familiares más importantes. Ser capaces de cambiar la velocidad, los roles y las reglas contribuye a la existencia de una familia saludable.

LA FLEXIBILIDAD, UN RASGO NECESARIO

La teoría darwiniana de la supervivencia de la especie se podría resumir en una frase: sobreviven aquellos que poseen la capacidad de adaptarse al entorno en el que viven. Charles Darwin fue un naturalista inglés que desarrolló la hipótesis de que todas las especies han evolucionado mediante

un proceso denominado “selección natural” que explica que los más fuertes son los que pueden con el medio y superan los desafíos de la naturaleza.

La flexibilidad es un rasgo de adaptación. Es la capacidad de acomodarnos a las circunstancias, los tiempos y las personas, rectificando oportunamente nuestras actitudes y nuestros puntos de vista. Pero ser flexibles no significa dejarse llevar y ser condescendientes con todo y con todos. Implica aprender a escuchar, a observar lo que ocurre a nuestro alrededor, es el punto de partida para tomar lo mejor de cada situación.

La rigidez, en cambio, es un terrible obstáculo. La falta de flexibilidad nos impide ver toda la realidad: ¡la que nos gusta y la que no nos gusta tanto! Algunas veces nuestra capacidad de adaptación y nuestra flexibilidad se someten a pruebas severas no solo por el conflicto o adversidad por superar, sino porque cada uno de los cambios que debemos realizar implica lidiar con los deseos de otras personas, con sus costumbres, sus normas.

La flexibilidad nos permite integrarnos a lo nuevo que nos presenta la vida para poder tomar lo mejor de cada lugar, de cada persona, de cada nueva experiencia.

Si bien no hay decálogo para lograr flexibilidad, aquí van algunas sugerencias:

- Intentá no dar un “sí” o un “no” inmediato como respuesta. Aceptar o negarse tienen su momento preciso.
- Hablá cuando sea necesario.
- Mantené el silencio si las circunstancias lo merecen.
- Buscá el mejor momento para expresar tus opiniones.
- Aprendé a dejar una conversación en el momento oportuno.
- Evitá discusiones innecesarias con gente que te importa demasiado.
- Rectificá tus opiniones o tus actitudes y pedí perdón si lo considerás necesario, ¡no es flojera!

Recordemos que para una persona flexible no existen barreras, ni en la comunicación, ni en las relaciones. A pesar de las diferencias (que personalmente festejo porque me resulta tedioso que todos opinemos igual), recordá que siempre podés privilegiar los puntos de encuentro o de acuerdo.

CARACTERÍSTICAS DE LAS FAMILIAS DISFUNCIONALES

Las familias disfuncionales o poco saludables tienen una o varias de estas características que vale la pena repasar:

- Funcionan como si pudieran leerse la mente unos a otros. Son telepáticas.
- Su comunicación es limitada.
- Rara vez confiesan sus miedos y dificultades a los chicos.
- No reconocen la individualidad, la autonomía.
- Están sobreinvolucrados o son sobreprotectores.
- Están poco o nada involucrados.
- Son rígidas en sus roles y sus reglas.
- Los hijos funcionan como bisagra de los padres.
- Les cuesta aceptar la idea de que los hijos pequeños no volverán.
- Se genera una “paternalización”, es decir, la inversión de los roles: los hijos cuidan o compensan a los padres. Son más maduros.
- Los padres son ineficaces o autoritarios, aunque sin poder.
- Existe poca confianza mutua o intimidad.
- Existe poco control.
- Se jerarquiza lo estético, lo externo, la imagen, el éxito, el qué dirán.



PARA PENSAR...

Intentá identificar estas características en tu familia de origen o en la familia que armaste. Por supuesto que, si solo es una, no tiene importancia. Pero si ves que son unas cuantas, quizás llegó el momento de reflexionar y cambiar.

COMO ME VEN, ME TRATO

Ahora que vimos cómo funciona una familia y los roles que en ella se desarrollan, volvamos a Olivia, una joven que tiene diecisiete años y está por terminar la secundaria.

Su madre vive a dieta, aunque toda su vida tuvo un peso normal. Su padre siempre fue gordito. Sus dos hermanos comen mucho, pero son muy delgados. Ella, en cambio, heredó los genes de su padre. En su casa se cocinan dos menús: uno sabroso para los hombres y otro reducido en calorías para su madre y para ella, la gorda.

Olivia sufre. Me comenta un día: “Mi mamá solo come un tercio de milanesa. Yo me comería tres, como mis hermanos y mi padre. En la mesa los comentarios son: ‘¡Qué delgada está la tía!’ o ‘¿viste cómo engordó la vecina?’. En mi casa el valor más importante de una persona es estar delgada. Delante de ellos no como nada fuera de la dieta que prepara mamá, ¡lo hago porque siento que me miran con asco! Pero de noche, cuando todos duermen, ataco la heladera”.

Claro, ¡pobre Olivia! No se dio cuenta aún de que la gordura es de ella, pero que su problemática está dedicada, que su madre dietante, que la somete a dietas desde pequeña, y los hombres de la casa, que no pueden ver nada valioso en ella, no son los que padecen el cuerpo incómodo o la discriminación. ¿Podrá Olivia algún día romper amarras y decidir cuál es el lugar de la mesa que desea ocupar?



CAPÍTULO 11

De abuelas, madres e hijas

Lo que no se ha podido expresar en lágrimas ni en palabras se expresa después en dolores, por falta de palabras para decirlo.

ANNE ANCELIN SCHÜTZENBERGER

Los muertos son seres invisibles, no ausentes.

SAN AGUSTÍN

*Si quita usted la mentira vital a un hombre vulgar,
le quita al mismo tiempo la felicidad.*

HENRIK IBSEN

- ❁ ¿Qué proporción de nuestra conducta es producto de la genética?
- ❁ ¿Qué pasaría si heredáramos un rasgo que deteriorara nuestra capacidad de afrontar situaciones frustrantes?
- ❁ ¿Tendremos por culpa de nuestros padres poco control de nuestras conductas frente al estrés, la angustia, el miedo y la frustración?
- ❁ ¿O somos nosotros los responsables de fabricar nuestro propio escudo, una resiliencia específica?
- ❁ ¿Qué tipo de influencia ejercen nuestros cuidadores, y en especial nuestras madres y abuelas, en nuestra vida?
- ❁ ¿De qué forma determinan nuestra mirada respecto de nosotras mismas? ¿Es posible escapar del mandato?

Recibí a Liliana por primera vez hace muchos años. Apenas ingresó a mi consultorio, la noté demasiado delgada y muy anñada. Tomó asiento y me miró a los ojos, como suplicándome que la salvara. De qué, no sabía. Al preguntarle cómo podía ayudarla, me respondió: “Necesito romper con la cadena de mujeres dietantes de mi familia. Quiero que mis hijos crezcan sanos”.

Pocas veces mis pacientes pueden explicar con claridad por qué vienen. Ella sabía lo que quería, pero no sabía cómo lograrlo. Y para eso armamos un equipo y comenzamos a acompañarla. Pero ¿cuál es la mejor estrategia para desarmar una autoprofecía?

Podemos creer que nuestros destinos se encuentran determinados en gran parte por la historia psicológica de las generaciones que nos precedieron. Todas las generaciones realizamos una marcha eterna porque nuestra historia se perpetuará en nuestros hijos y sus hijos y los hijos de sus hijos. Y así sucesivamente. Todos somos herederos de algo, de alguien.

En algo vamos a coincidir seguro: todos descendemos de un hombre y una mujer. Y a su vez ellos fueron engendrados por otro hombre y otra mujer. Esa marcha transgeneracional está representada por nuestro árbol genealógico, que se construye a partir del momento en que nacemos, aunque sus ramas superiores datan de mucho tiempo antes.

En un árbol genealógico, la familia se define por un eje vertical, representado por los miembros ascendientes, es decir nuestros padres, abuelos, bisabuelos, tatarabuelos, etcétera; y los descendientes: nuestros hijos, nietos y bisnietos.

La idea de que nuestros destinos puedan estar determinados por la historia psicológica de las generaciones anteriores es muy antigua. Hoy está en boga el modelo terapéutico de las constelaciones familiares, una corriente psicológica que busca sanar reviviendo los hechos traumáticos de padres, abuelos y bisabuelos. Lo cierto es que esta idea de creer que cargamos con pesares de nuestros antepasados no es nada nueva.

Te preguntarás cuál es la importancia de esta construcción genealógica. La marcha transgeneracional de la que hablamos no es ciega ni inocua. Es una marcha que dispara la repetición de comportamientos y de decisiones que, aunque muchas veces no comprendemos, ocurren a lo largo de las diferentes generaciones.

Se ha podido observar que, más allá del efecto directo de las relaciones, existe una transmisión transgeneracional que atraviesa el tiempo, las épocas, los acontecimientos y que puede surgir de apenas un recuerdo. Luego nuestra conciencia le otorga sentido. Entonces, podríamos decir que somos la suma de nuestros recuerdos emocionales, personales, familiares y culturales, ya sean conscientes o inconscientes.

UN MIEDO QUE PERSISTE

Los padres de Boris escaparon de Europa durante la Segunda Guerra Mundial y llegaron a la Argentina luego de viajar durante interminables semanas. Atrás dejaron a toda su familia, diezmada por los nazis.

En la Argentina, lograron montar un negocio de textiles, vieron nacer a sus tres hijos y tuvieron lo suficiente como para darles de comer y enviarlos a la escuela. Pero nunca pudieron dejar de sentir el miedo de quedarse sin comida, pasar frío o morir violentamente. Esos temores, tan arraigados en ellos, se los transmitieron inevitablemente a sus hijos. Tanto ellos, los únicos

sobrevivientes, como Boris y sus hermanas, vivirían durante toda su vida como víctimas de una guerra acabada.

Hoy Boris tiene más de sesenta años y todavía no puede superar el trauma de sus padres. Se deprime a menudo y siempre la razón es la misma: tiene miedo a que no le alcance el dinero para comer. Tal vez por eso come de más y tiene cierto sobrepeso. Come para cuando no haya. Come por si la guerra, esa que en su mente aún existe, vuelve para arrebatarse algo de su vida.

¿Qué es lo que se puede transmitir o heredar? La respuesta es: de todo y muy variado. Desde enfermedades hasta terrores nocturnos; desde habilidades hasta debilidades; desde creencias mágicas hasta profesiones. Boris heredó el miedo de sus padres. Sus hijos, por suerte, consiguieron esquivarlo. Se sabe que las familias poseen modos de vincularse, maneras de comunicarse y una idiosincrasia que les son propias. Estructuran conjuntos de creencias y de rituales, que se expresan o se exteriorizan en forma verbal y no verbal.

Volviendo al árbol genealógico, en su libro *¡Ay, mis ancestros!*, Anne Ancelin Schützenberger —psicoanalista francesa, doctora en Psicología y en Letras y pionera del tema— sostiene que ninguna persona está únicamente determinada por el triángulo papá-mamá-bebé, sino por una cascada de influencias que llegan de todo nuestro árbol genealógico. Estos son los vínculos transgeneracionales que determinan en algunos casos nuestro porvenir.

Escapar de lo que el futuro nos depara es imposible. Pero la buena noticia es que nuestro destino lo escribimos nosotros con cada decisión que tomamos.

Así es que vivimos en una permanente tensión entre ser nosotros mismos y ser un eslabón más de esa larga cadena que nos une a nuestras familias de origen y a nuestra familia ancestral. Y cuanto mayor sea la diferencia entre estas dos ramas del árbol, mayor será el sufrimiento. Y ese padecer que no

entendemos de dónde surge se puede manifestar de diferentes modos y en distintos niveles.

En esta pugna, la fuerza de atracción de nuestro particular sistema familiar es muy fuerte. Estamos hablando de reglas de familia que se establecen alguna vez, según el contexto histórico, económico o cultural que comparten los miembros de una familia. Luego permanecen y se heredan, para bien o para mal.



EL ÁRBOL GENEALÓGICO

Construí tu árbol familiar con vos y tus hermanos como punto de partida. Arma la línea materna y paterna ascendente (con sus respectivos hermanos) hasta llegar a la generación con el último miembro vivo. También la descendente.

Intentá marcar de alguna manera quiénes tenían u otorgaban a la comida un rol central, quiénes acostumbraban a comprar mucho, a poner mucha carne en el asador, quiénes eran los cocineros famosos de la familia y quiénes padecieron obesidad, dietismo, anorexia, bulimia o trastornos de la imagen corporal.

La idea es reconstruir tu propia historia, tu propia trama y comprender cómo llegaste hasta acá y qué llevás prestado.

MI PROPIO ÁRBOL

Aunque he tenido el privilegio de ser madre de dos maravillosos hijos que me permiten crecer cada día como persona y también tengo la suerte de experimentar la abuelidad, que representa un amor diferente y superior, nunca

deja de sorprenderme ese vínculo tan particular que se desarrolla entre las mujeres de una familia.

No puedo olvidar mi padecimiento al crecer acompañada por una madre brillante, pero depresiva, dietante y obesa, para quien la estética era esencial. Tampoco me olvido de las charlas con mi hija Valeria cuando era tan solo una adolescente. Como ya mencioné, mi altura y mi contextura grande la preocupaban... “Mamá, no quiero tener tu cuerpo. Yo quiero ser como papá”, me decía.

El gran complejo de ella era su cadera. Y lo fue hasta que su primera hija la convirtió en madre. Hasta ese momento, esa parte de su cuerpo era la fuente de su malestar. Lo interesante es que mi hijo Hernán también se quejaba de eso mismo. Y yo, aunque no lo decía, era quien les había “regalado” esa característica física.

Con el correr de los años, Valeria afianzó su autoestima y hoy se quiere como es. Sabe que su cadera es mi cadera. Así como sabe que los dos pocitos que tiene en la espalda, a la altura de la cintura, son parte de mi herencia. Pero le gusta su forma curvilínea y la muestra sin pudor. Pudo comprender que esa cadera y esos pocitos la hacen quien es y sobre todo imprimen su unicidad.

Pero volvamos a Ester, mi madre. Ella, que también tenía una admirable cadera, soñaba con ser médica, aunque le faltaron pocas materias para recibirse de odontóloga. Por su enfermedad, congeló su vida durante prolongados períodos y yo he sido la espectadora de esa falta de decisión o de esa procrastinación, tan características en ella.

Con esta historia en mi mochila, en un momento clave de mi vida, sentí que mi labor profesional estaba estancada, sentí que estaba “haciendo la plancha”. Trabajando con mi terapeuta de ese entonces, pudimos comprender que no podía crecer en mi trabajo porque hacerlo implicaría superar a Ester, que nunca había podido ser médica.

A esta altura me imagino que ya estarás comprendiendo por qué elegí la

nutrición y la obesidad como prácticas clínicas. También entenderás por qué escribo este libro y por qué creo fervientemente que las dietas no sirven.

Claro que los trayectos de la existencia no son lineales. Y además de la influencia de mi madre, mi padre también fue una gran inspiración para ser quien soy. José, el rumano luchador que escapó del hambre, la guerra y la persecución nazi y que gracias a las bananas —tal como cuento en un capítulo anterior— disfrutó de cientos de proyectos hasta el minuto final de su vida.

LA HISTORIA DE MAE

Mae me visita con su madre, Eliana, que es profesora de actividad física, pero toda la vida soñó con ser bailarina o famosa. Al igual que su madre, Mae refiere que desde pequeña supo que su don era bailar. De hecho, estudia en la escuela del reconocido Teatro Colón, donde se presentan los mejores exponentes de la danza clásica.

Según ambas, la consulta tiene como objetivo que Mae aprenda a comer y sobre todo pueda tener energía para bailar. Ella expresa que sus profesoras le solicitaron que pierda unos kilos, aunque tiene un peso completamente normal.

La madre me pide que le recete suplementos de proteínas y vitaminas para mejorar el rendimiento, pues sostiene que las demás madres hacen lo mismo por sus hijas. Es que Mae, además de estudiar en el Colón, asiste a una demandante escuela secundaria. Frente a su pedido, sugiero que lo mejor será bajar la exigencia cambiándola de colegio y poner toda la energía en la danza que a priori fue la demanda inicial de la consulta.

Al escuchar mi propuesta, la madre explica que no está de acuerdo, pues ella debe velar por los intereses de su hija. Que en caso de llegar a los veinte años y no poder estar en el nivel deseado como bailarina, un colegio de excelencia sería la solución. Claro que en su esquema mental no existe medir

las necesidades de su hija. Solo existe la exigencia. La madre expresa en silencio su incomodidad frente a mi postura crítica, mientras la hija sale rápidamente en defensa de su madre.

Le pregunto entonces a Mae qué opina del ballet. Angustiada y con lágrimas en los ojos, expresa el maltrato de los profesores y la superficialidad del entorno, a diferencia de lo que ocurre en el colegio, donde tiene amigos y se divierte. ¡Claro que Mae no sabe aún de quién es el verdadero deseo de bailar! Su deseo parece ser consecuencia de una herencia transgeneracional. ¿Qué historias habrá vivido la madre? ¿Y la abuela?

La periodista y bailaora de flamenco de origen libanés e indio Maha Akhtar narra en uno de sus libros, titulado *La nieta de la maharani*, las historias de su abuela, de su madre y la propia. Maha descubrió su pasión por el flamenco sin saber que su abuela había sido una eximia bailarina. Antes de morir, su madre le reveló secretos de familia que la ayudaron a entender muchas de las decisiones que había tomado en su vida y que la llevaron a ser quien es. Según un artículo publicado por la agencia Europa Press en 2009, durante una conferencia de prensa que brindó a propósito de la presentación de su libro, Maha declaró: “No quiero ser víctima de la vida de mis antepasados”.

Tanto la historia de Maha como la de Mae nos sirven para entender que todos podemos elegir entre repetir y reparar nuestra historia familiar construyendo una trayectoria propia. Podemos descubrir los deseos ajenos, ese producto de la herencia transgeneracional, y ser fieles a nosotros. O podemos repetir el camino ya recorrido, el camino conocido y certero, aunque no siempre el mejor, y ser fieles a los otros. Podemos respetar más a nuestros ancestros: sus actos, sus deseos, sus dramas, sus errores. Pero eso es como vivir atados a la tradición. Es una lealtad que muchas veces posee un costo muy elevado.

Volviendo a mi historia personal, cuando yo me animé a ser yo sin sentirme culpable por lo poco que mi madre pudo ser, recién en ese momento comencé

de verdad mi carrera profesional. De todas formas, mi ejercicio no se alejó demasiado del padecimiento de Ester, mi querida madre. Por eso estoy escribiendo este libro titulado *Más que un cuerpo*. Mi madre era mucho más que un cuerpo (una gran cocinera, una mujer solidaria, una conversadora apasionante), solo que nunca llegó a darse cuenta.

SECRETOS DE FAMILIA

Todas las familias guardamos secretos. Sin embargo, hay secretos buenos y malos. A veces una familia embellece la verdad y nace una especie de leyenda que quizás refuerza la cohesión familiar y la salud.

Otras tantas, los secretos enferman porque siempre lo mejor, lo más saludable, es la verdad.

¿Qué es un secreto de familia? Es todo lo inconfesable, lo no dicho, lo que se esconde, lo que permanece invisible. Pero ojo, dijimos que hay muchos secretos legítimos, sanos y, aunque nuestra cultura no siempre los acepte, nos aseguran a todos la libertad.

El autor dramático de origen noruego Henrik Ibsen, autor de la célebre obra *Casa de muñecas*, llamó “mentiras vitales” a esas ficciones que las familias, las comunidades y las personas repiten porque resultan necesarias para seguir adelante. En *El mito de la belleza*, Naomi Wolf cita al psicólogo estadounidense Daniel Goleman, que las explica de la siguiente manera: “El engaño se mantiene desviando la atención del hecho que inspira temor o bien dando a su significado una envoltura más aceptable”. Es que hay secretos de familia que provocan sufrimiento en un miembro de la descendencia.

Serge Tisseron —psicoterapeuta especialista en secretos de familia— observó que los niños dibujaban elementos de la historia familiar de los que

tenían prohibido hablar, pero que evidentemente habían presenciado. Este fue el punto de partida de sus trabajos. El autor sostiene que los secretos giran en torno a historias que tienen un principio, un desarrollo y un final, al igual que un cuento tradicional.

Pero ¿por qué importan los secretos? Los engaños y las mentiras que los acompañan pueden crear un desgaste psicológico importante en las siguientes generaciones. De hecho, rebotan de generación en generación y envenenan la vida de las familias. Desde el momento en que vivimos un acontecimiento importante, le damos una representación y un valor simbólico. Cuando los integrantes de una familia experimentan un hecho muy intenso y no lo pueden expresar con palabras, lo que ocurre es que lo procesan inconscientemente. El silencio, detrás de algunas actitudes, crea una dinámica especial en la familia y eso suele generar conflictos. También actitudes ambivalentes de padres o abuelos pueden resultar tóxicas.

No es lo mismo expresar abiertamente el deseo de que un hijo opte por una determinada profesión que esconderlo, como vimos en la historia de Mae. Las demandas paternas o de abuelos no son nunca gratuitas. Sin embargo, si las expresamos abiertamente, esto no solo permite el disenso, el análisis de pros y contras, sino también abre la posibilidad de que la decisión final sea del protagonista, franca y libre. Hablar, opuestamente a callar o mantener algo en secreto, permite discriminar entre lo mío y lo de mis mayores. También devela lo prestado que hago mío sin saberlo. Vuelve visible lo que hay de los otros en nosotros, como escuché alguna vez.

LAS AFINIDADES

Te preguntarás por qué algunos reciben la herencia transgeneracional y otros no. Mae no es la única hija de Eliana. No obstante, es ella la que cumplirá el

deseo materno. Es que en gran parte carga con la herencia por una cuestión de afinidad transgeneracional.

Las afinidades pueden ser naturales, cuando se dan por compartir una red social íntima con una historia en común. Pueden ser afectivas, ¡esas que refieren a lazos más fuertes! Y también pueden ser de género: solemos heredar costumbres, hábitos y gustos de nuestras madres, abuelas, tías y bisabuelas.

Las recetas de cocina son un ejemplo de herencia transgeneracional de mujer a mujer. Claro que los hombres también pueden heredar secretos culinarios, pero en general son las hijas las que atesoramos en un cuaderno los ingredientes y el modo de preparación del budín marmolado que hacía la abuela. O en mi caso, de algunas especialidades de la cocina judía: el *leicaj*³⁹ y el *latke*.⁴⁰

Las afinidades transgeneracionales son lazos, a menudo inconscientes, que pueden observarse en el árbol genealógico. De hecho, es útil buscar la relación entre dos personas a nivel transgeneracional. Es una manera de comprender de dónde vienen tus deseos, tus elecciones.

Recibo a muchos pacientes que tienen algo que les molesta, una dificultad. La idea es poder repararlo a través de una profesión o vocación, una pasión o pasatiempo, por medio de los hijos, o de las relaciones con amigos, o del amor romántico. Lamentablemente algunas personas reparan en el proceso de una enfermedad.

Paola es hija de padres separados y le cuesta formar una familia.

Dolores es la primera integrante de su familia que estudia en la universidad y carga con el estigma de ser la experta en todo.

Roberta fue abandonada por su padre cuando tenía tan solo tres años. Hoy, con treinta y cinco años y casada, vive con miedo a que su marido la deje. Su belleza es el refugio que le da la seguridad de que podrá retenerlo para siempre. Por eso se sometió a dietas restrictivas, cirugías innecesarias y hace gimnasia todos los días de su vida.

También me encuentro con pacientes que tienen una predilección muy marcada por algunas actividades. Sus antepasados les “obsequiaron” un don.

Carina ama los libros, la música y el cine. Hace poco se reencontró con su tía, a quien no frecuentaba desde pequeña, y reconoció en ella los mismos gustos.

Isabella tiene una habilidad innata para tocar el piano. Su madre, su abuela y su bisabuela tocaban *Claro de luna* de Claude Debussy, una joya de la música clásica, como canción de cuna a sus hijos.

Mora está en segundo grado y su maestra de Lengua advirtió que mientras miran películas o documentales ella toma nota y el resultado final siempre es un resumen, casi una reseña de lo que vieron. Su madre es periodista. Y su abuela, escritora.

Algunas personas son como dobles de sus ancestros. El trabajo terapéutico puede ayudarnos a resolver estos enigmas y liberarnos de estas demandas. ¡Pero hay que ser valientes! Hay que realizar un viaje interior que no siempre es demasiado agradable. Como dijo alguna vez San Agustín, uno de los más grandes pensadores del cristianismo: “Viajan los hombres por admirar la altura de los montes, la enorme agitación del mar, la anchura de los ríos, la inmensidad del océano y el curso de los astros, y se olvidan de sí mismos”.



HERENCIAS

¿Qué atributos de tu personalidad, tu cuerpo, tus preferencias, tu estilo de vida, tu alimentación y tu ideal estético creés que son producto de la herencia transgeneracional? ¿Quién es el ancestro que más te ha marcado? Te propongo que escribas lo que sentís en una o dos carillas.

Te preguntarás por qué es tan importante no repetir guiones ajenos... Porque

debemos tomar conciencia del impacto de los otros sobre nuestras emociones, nuestras vidas y nuestras decisiones. También porque la libertad es siempre la mejor opción. Elegir tu camino es la mayor de las libertades.

LA IMPORTANCIA DE LOS ABUELOS

Recuerdo nítidamente el perfume de mi abuela materna, Bibí, y también de Juana, mi abuela paterna. Es que el olor, las anécdotas, los modelos de vida de nuestros abuelos perduran en nosotros. Luego, a través de los relatos, las leyendas familiares se transmiten a lo largo y ancho del árbol genealógico. Y de esta manera, las historias que los abuelos cuentan hacen que los chicos tengan un sentido de continuidad.

También siento algo muy especial cuando pienso en mis nietos Sophia, Lulú y Tomy, y me doy cuenta de que ser abuela es una de las ventajas de envejecer.

La médica y psicoanalista Paulina Redler acuñó el término “abuelidad” para denominar la relación y la función del abuelo y el efecto psicológico del vínculo entre abuelo y nieto. Esta palabra se refiere al rol del abuelo en la estructuración psíquica individual y familiar. En la vida de un chico, directa o indirectamente, para bien o para mal, por exceso o por defecto, ¡los abuelos dejamos marca!

Creo que la abuelidad es la segunda oportunidad que nos da la vida para reparar los propios errores durante la crianza de nuestros hijos. Pero además los abuelos somos los guardianes de la historia familiar. Creamos y contamos las historias que les permiten a los recién llegados conocer sus orígenes y estructurar con esta información su identidad.

La voz de los abuelos es eterna. Su eco se replica y se replica...

LA TRADICIÓN FEMENINA

A mis nietas les encanta que les cante. Cuando era joven, tenía una banda de jazz y tocaba la guitarra. Mis caballitos de batalla eran “Just A Gigolo”, de David Lee Roth, “The Man I Love”, de George Gershwin y “All of me”, en la versión de Billie Holiday. Hoy son “La reina batata” y “Manuelita”, de la gran cantautora infantil argentina María Elena Walsh. Resulta que hace un tiempo, cantando la canción de la tortuga, me di cuenta de los mandatos que inconscientemente las abuelas, y también las madres y los padres, les transmitimos a los más pequeños.

Aquí rescato solo un fragmento:

*Manuelita una vez se enamoró
de un tortugo que pasó.*

Dijo: ¿Qué podré yo hacer?

Vieja no me va a querer.

*En Europa y con paciencia
me podrán embellecer.*

*En la tintorería de París
la pintaron con barniz.*

*La plancharon en francés
del derecho y del revés.*

*Le pusieron peluquita
y botines en los pies.*



MANDATOS

Te propongo que reflexiones a partir de las siguientes preguntas: ¿Cuál es el mensaje de la canción? ¿Es una historia

de amor? ¿Cuál es el rol del personaje femenino y cuál el del masculino? ¿Qué lugar ocupa la belleza en la conquista amorosa? ¿Qué otras canciones infantiles reproducen estereotipos, ideas y preconcepciones sobre la mujer? Hay muchas, te invito a investigar!

Seguramente te habrás dado cuenta de que, aunque creo que María Elena Walsh hizo un gran aporte a la literatura y la música infantil, esta canción le otorga a la apariencia física un valor destacado. ¡Ni quiero indagar en el significado de “planchar” a una tortuga! ¿Será que la querían adelgazar? Esto le cantamos a nuestras hijas y es así cómo ellas aprenden que “viejo” es sinónimo de “feo”, entre muchas otras cosas.

Los cuentos de hadas también hacen de la belleza un tema universal. Todas las princesas son lindas, buenas e inocentes. Las malas, en cambio, son feas, a veces gordas y tienen lunares y narices gigantes. Lo mejor o lo peor de la transmisión del saber de las abuelas, relacionada con la salud y el bienestar desde una perspectiva femenina, pasa a los nietos.

A veces son historias de felicidad o sufrimiento, de éxitos y fracasos. A veces exponen la fortaleza, la tenacidad y la creatividad como eje de la vida; otras veces, la obsesión con el cuerpo, la sumisión a sus hombres. Claro que no todo es blanco o negro: hay grises. Los grises son los más saludables. Se alejan de los extremos. Expresan flexibilidad.

EL CORTOCIRCUITO

La dupla abuela/madre contiene un caudal de experiencia que generalmente se intenta transmitir. Sin embargo, las opiniones no siempre son bien recibidas por las más jóvenes de la familia. No todos los cortocircuitos

transgeneracionales son pura responsabilidad de las mayores. Se necesitan dos para el tango. Quizás esta resistencia a la experiencia de los mayores es la mejor forma que encuentran las nuevas generaciones para realizar un corte con el pasado.

Muchas veces el cortocircuito es signo de salud. Es bueno poder darse cuenta de cuándo es momento de romper con el pasado y cuándo vale la pena copiar o emular la tradición. Pero ¿qué tiene que ver la transmisión generacional con el dietismo y los trastornos alimentarios y de la imagen? Ocurre que en esta cultura de la imagen, muchas veces las hijas son víctimas de una madre dietante o con un trastorno alimentario, una madre que es muy crítica con la apariencia, una madre que se desvaloriza porque está atrapada en un mecanismo de obsesión corporal.

Otras veces, las hijas son conscientes de las dificultades de su madre e intentan cambiar el devenir de la historia, en ocasiones con la ayuda de un tratamiento.

Pero también hay casos en los que la tradición de odio corporal y de discurso dietante se repite inexorablemente; es así como las hijas y las nietas, todas, transcurren presas de una telaraña de obsesión y malestar corporal. La identificación siempre juega un rol central. Cuando una madre educa a sus hijos, siempre está en juego el hecho de que ella misma es una hija-madre. La relación que vivió con su madre interviene en la construcción de su estilo materno. Aunque la protagonista ya no es la abuela, sino ella, la mayor muchas veces tiene voz incluso estando lejos y posee letra aun estando muerta.

Como dijimos, el secreto para crecer es ser capaz de desentrañar el sistema invisible que atraviesa las generaciones. Podemos ser libres y tener conciencia de lo que deseamos. Y esto no implica desaprovechar la experiencia y la sabiduría de las generaciones pasadas.

LA RESILIENCIA: EL PODER DE CAER PARADO

La capacidad que tenemos para relacionarnos afectivamente nos permite ser seres sociales y construir comunidades organizadas que se estructuran y regulan esa interacción social. La formación de las parejas o de las familias es una parte esencial en esa construcción. Ambas se establecen sobre la base de vínculos afectivos y a su vez estos están relacionados con la capacidad individual para establecer lazos de apego.

La posibilidad y el estilo que tenemos para relacionarnos se adquieren en las interacciones tempranas con los adultos que fueron nuestros cuidadores. Para explicar estas relaciones tan importantes podemos acudir a la teoría del apego, que es una de las que mejor ha explicado cómo se forman y se adquieren estas capacidades y el efecto de las experiencias tempranas sobre el desarrollo emocional del hijo. En condiciones de estrés, el sistema de apego se activa intensamente y el chico busca protección por medio de la proximidad con la figura que le brinda seguridad.

El psicoanalista inglés John Bowlby, creador de esta teoría, introdujo la noción de que el niño construye representaciones de sí mismo y de la relación con sus figuras de apego, que a su vez se constituyen en lo que llamó “modelos internos operantes”. La estructura de apego le permite al pequeño realizar un conjunto de comportamientos como llorar, buscar o acercarse a una figura maternal. La configuración especial que adopten las relaciones tempranas genera en el hijo una manera única de relacionarse con la persona que representa la figura de cercanía y afecto.

Los estilos o patrones de apego más habituales son —según la psicóloga Mary Ainsworth— el seguro, el ansioso-evitativo y el ansioso-resistente/ambivalente. Estos modelos organizan pensamientos, memorias, sensaciones y sentimientos acerca de las relaciones tempranas. Además sirven de guía para comportamientos de apego con futuras relaciones significativas

en la adultez.

EL APEGO

- ¿Qué palabras usarías para describir a tu mamá?
- ¿Te animás a describir cómo era la relación con ella cuando eras pequeña?
- ¿Te sentías cercana a ella? ¿Te resultaba accesible para conversar?
- Cuando ella se enojaba, ¿cómo lo demostraba?
- ¿Qué pasaba si vos te portabas mal o hacías algo que a ella le parecía inadecuado?
- ¿Cómo ejercía la autoridad?
- ¿Cómo te premiaba o festejaba tus logros?
- ¿Cómo es la relación con tu mamá ahora?
- Si sos mamá, ¿cómo describirías la relación con tus hijos?
- ¿Es parecida u opuesta a la que vos tenías con tu mamá?
- ¿Qué rescatás de ella como madre y qué te sirve como ejemplo para la relación con tus hijos?

MADRES CON TRASTORNOS ALIMENTARIOS

Recuerdo a Laura como si la hubiese atendido ayer. Fue una de esas pacientes que me ayudaron a crecer profesionalmente. Llegó al Hospital Durand — donde, como ya comenté, me desempeñaba como médica de planta— cuando tenía treinta y ocho años. Se la notaba ansiosa. Luego de varios minutos en los que no parecía tener claro lo que quería decirme, se acomodó en su silla y me

comentó: “Mi hijo atendió el teléfono mientras yo estaba en el baño. Era mi amiga Susana que quería hablar conmigo. Y lo escuché responder que yo estaba vomitando, lo cual era cierto”.

Laura me explicó que para ella que su hijo conociera su secreto era una verdadera pesadilla. ¿Qué ejemplo le estaba dando? Ella no quería lo mismo para él. Este pensamiento fue el que la llevó a tomar conciencia y acercarse a nuestro servicio para tratar su bulimia nerviosa de más de diez años.

Cuatro años más tarde, en mi consultorio privado apareció nuevamente Laura. Esta vez no venía por ella. Era su hijo el que se mostraba muy preocupado por su cuerpo y cada vez comía menos. Su pesadilla se había hecho realidad. Por suerte, con mucho trabajo él salió adelante. Hoy podemos recordar esa etapa de su hijo como un mal sueño.

Existe evidencia de que los hijos de madres con trastornos alimentarios tienen un riesgo aumentado de padecerlos.

¡Por eso se dice que un trastorno alimentario sucede en una familia! Pero no hay una única causa de trastornos alimentarios. Ocurre lo mismo que con la obesidad. Ambas patologías, que en apariencia son opuestas, comparten un mismo origen: el conflicto con la alimentación. Además ambas surgen por una combinación de múltiples factores biológicos, psicológicos y sociales que interactúan entre sí. Y el riesgo total depende de todos los factores. De los sociales, la familia y, particularmente las madres, son una pieza clave.

Existen varias características de las madres que tienen o tuvieron antecedentes de trastornos alimentarios. Recordemos que ellas, y también los padres, modelan las conductas y las formas de pensar, de sentir. El famoso refrán que dice “Nuestros hijos no nos escuchan, nos miran” es tan cierto...

¿Qué es lo que estas madres hacen? En general son más intrusivas con sus hijas durante las comidas, expresan más emociones negativas acerca de sus hijas y de ellas mismas, son más críticas acerca del peso, del cuerpo, de la

forma, del arreglo personal, de la estética. Son muy exigentes. Y muchas veces, sin saberlo, crueles.

Las madres con antecedentes de trastornos alimentarios tienden a usar los alimentos para fines no nutritivos. Por ejemplo, para tranquilizarlos, entretenerlos o premiarlos en los primeros años de vida. Asimismo estas madres hablan más frecuentemente acerca de la comida, de las dietas, de alimentos buenos y malos, del cuerpo, de cómo se ven otras mujeres. Sus hijas entonces capturan su modo de relacionarse con el cuerpo propio y del otro. Comprenden el rol que la apariencia tiene en la vida, en la reestructuración de la identidad y por lo tanto en general las hijas poseen baja autoestima, autoevaluación negativa y más sentimientos de depresión.

Existe evidencia de que cuando las hijas perciben que la relación con sus madres no tiene límites claros, que es un vínculo “pegajoso”, las hijas (por supuesto que no conscientemente) practican conductas restrictivas y son más propensas a estar insatisfechas con sus cuerpos. Tratemos de comprenderlo con una historia...

Lorena tiene dos hijos, no trabaja y tiene ayuda doméstica. Le gusta jugar al tenis, ir al gimnasio y encontrarse con amigas a tomar café. En su casa se come *light*. Tiene dos hijos pequeños: un varón y una nena. Me la encuentro en una reunión de mujeres y me pongo a conversar con ella. La charla es distendida. Hablamos de viajes, de cine y de ropa. De repente me cuenta que tiene una fiesta a la que sus hijos están invitados y que no sabe cómo vestir a su hija, que recién empezó a caminar. Le digo que con cualquier vestidito va a estar bien. Y me dice: “Lo que pasa es que los vestiditos le marcan mucho la panza”.

¿Cómo valorar el cuerpo de una niña de un año como si fuera una mujer? Que una beba tenga pancita es signo de salud, no de obesidad. ¿Qué pasará con esta niña y esta madre a medida que pasen los años?

Entre el 50 y el 80% del riesgo de desarrollar un trastorno

alimentario es genético.

Ciertos estudios epidemiológicos mostraron que el riesgo de familiares de primer grado de pacientes con trastornos alimentarios es del 6% comparado con un 1% entre los pacientes con madres y padres que no padecen ninguna patología relacionada con la nutrición. Se trata de vulnerabilidad temperamental. Algunas conductas pueden ser transmitidas de padres a hijos.

❁ ❁

¿Qué proporción de la conducta es producto de la genética?
¿Qué pasaría si heredáramos un rasgo que deteriorara nuestra capacidad de afrontar situaciones frustrantes?
¿Tendríamos por culpa de nuestros padres poco control de nuestras conductas frente al estrés, la angustia, el miedo y la frustración? ¿O somos nosotros los responsables de fabricar nuestro propio escudo, una resiliencia específica?

❁ ❁

LO QUE SE APRENDE

La genética conductual es el estudio de los genes involucrados en el desarrollo del sistema nervioso, la inestabilidad emocional, la agresividad y el control de los impulsos. Las conductas, a su vez, son mecanismos complejos en los que muchos genes pueden contribuir a la expresión de un rasgo.

Claro que la genética interviene en el armado de nuestra persona, pero la historia familiar y personal, las emociones, el medioambiente y las decisiones que tomamos cada día también nos convierten en quienes somos.

❁ ❁

¿Tuviste o tenés algún trastorno alimentario? ¿Cómo fue y es la relación con tu madre? ¿Qué importancia percibís que tuvo este estilo de vínculo en tu vida? ¿Qué rol ocupó tu padre?



Para librarse de los anclajes transgeneracionales negativos, las personas toman decisiones.



MIS DESEOS

Te invito a que reflexiones acerca de qué deseás para vos y qué desean los otros para vos.

Se trata de desenterrar la historia de familia. Resulta que de jóvenes construimos nuestra identidad. Por esa razón lo que pensemos los padres, en general, y las madres, en particular, sobre la imagen o el cuerpo de nuestros hijos impactará sobre su autoestima.

Las madres y abuelas no son los principales modelos de mujer para seguir que tienen las chicas: están los modelos de mujer que muestran los medios y sus pares. Pero las madres y las abuelas son las que están cerca, en el día a día y son las que tienen un vínculo basado en el afecto y la dedicación.

Cuando suspiramos angustiadas al mirarnos en el espejo...

Cuando decimos que no deberíamos comer algo porque estamos gordas...

Cuando comentamos que “necesitamos” hacer dieta...

Cuando nos quejamos de nuestra nariz/pelo/ojos/cadera/panza/piernas...

Cuando expresamos nuestras inseguridades o nuestra insatisfacción sobre la figura que tenemos...

Cuando exhibimos estos comportamientos es cuando les enseñamos a nuestras hijas a creer que es natural no estar conformes con su propio cuerpo.

Les instalamos el malestar y la insatisfacción corporal.

Con el ejército de mujeres dietantes o que han padecido trastornos alimentarios y que son madres no resulta sorprendente que la insatisfacción corporal crezca junto con el dietismo, los trastornos alimentarios, la obesidad y las cirugías plásticas.

¡Las chicas no deciden odiar sus cuerpos, les enseñamos a hacerlo!

Estamos enfermándolas, pero con un ingenuo consentimiento.

LO QUE SOMOS

El espejo es solo eso, una imagen, y como hemos visto en el capítulo de imagen corporal, es una imagen en miniatura, casi una caricatura de lo que realmente somos. Sin embargo, la percibimos y la aceptamos como la verdad absoluta. Como una certeza.

La idea es derribar esas verdades absolutas.

Reconocer otras posibilidades.

Apreciar lo que el cuerpo que tenemos nos da.

Aceptar lo que somos y no lo que no somos.

Entender que nuestro cuerpo es lo que nos permite amar y ser amados. Nos permite viajar y conocer nuevos paisajes. Nos permite jugar, divertirnos, trabajar, aprender y enseñar. Nos permite reproducirnos como especie.

¿Cómo valorar lo que **sí** somos?

- Realizá comentarios positivos acerca de tu cuerpo y también del de los demás.
- No hagas comentarios negativos acerca de tu cuerpo ni del de los demás.
- No discrimines a otros por su tamaño, forma, aspecto o color de piel.

- Rechazá verbalmente la idea del cuerpo perfecto. Decilo y sumate al movimiento No Dieta® que, entre otras cosas, festeja la diferencia.
- Demostrá respeto por tu cuerpo y por el de los demás.
- Desafiá las imágenes que nos quieren vender en los medios. No tenés que ser como los demás.
- Valorá tu cuerpo por lo que te da cada día.
- Pensá en aquello que admirás de tus amigas y comenzá a admirar esos atributos en vos misma.



TUS AMIGAS Y VOS

Pensá y hablá de las características que valorás de tus amigas:

- Me escucha.
- Me cuida.
- Disfrutamos haciendo cosas juntas.
- No cuenta mis secretos.
- Es divertida.
- Es piola.

¿Cuáles y cuántas de estas características te definen?

PARA LAS MAMÁS...

Si las madres tomamos conciencia de las actitudes que tenemos respecto de nuestra imagen y la de nuestras hijas, podemos ayudarlas a sentirse firmes frente a la poderosa influencia de la cultura en la que vivimos.

Qué hacer:

- Aceptá tu propio cuerpo y mostrale tu conformidad de alguna manera. Podés decirle: “Me encanta como soy” o “Qué bueno que soy alta, puedo llegar al estante más alto de la biblioteca”. El objetivo es que tu hija acepte su cuerpo.
- Evitá usar apodos del estilo: “belleza”, “hermosa”, “princesa”.
- No hagas ninguna referencia negativa o despectiva respecto de su cuerpo.
- Valorá su entusiasmo, su fortaleza, su creatividad, su solidaridad, su compromiso, su valentía, su energía, su pasión, su don, su esfuerzo, su habilidad, su sensibilidad, su inteligencia.
- Presentale modelos de mujer que valgan la pena, no por lo que aparentan, sino por lo que son y lo que hacen.
- Explicale que nadie es perfecto, pero que todos tenemos cosas valiosas de las cuales estar muy orgullosas.
- Analizá qué rasgos comparten y contale cuánto te gusta que tengan en común esas características.
- Buscá atributos físicos que simbolicen la belleza en varias generaciones de tu familia para ayudarla a crear una definición de belleza más amplia, duradera y simbólica.
- No rechaces halagos o cumplidos que te hagan otros. Las mujeres solemos despreciar este tipo de comentarios positivos, pero luego nos quejamos y nos sentimos acomplejadas cuando nos critican o nos señalan algún defecto.

Finalmente, cuando tu hija se sienta triste o deprimida, cuando se pelee con sus amigas, cuando la nota en un examen no sea la deseada, cuando se golpee en el parque o cuando esté engripada, ¡no la premies con comida! Tus brazos alcanzan. Ella busca contención, no que obtures lo que siente.

Si lo hacés, dejás huella y luego, cuando la vida la golpee, cuando crezca, cada vez que un muchacho la abandone, su jefe la maltrate, el profesor no la

califique justamente o no consiga lo que quiere, usará la comida para consolarse, en lugar de buscar tu hombro o el abrazo de una amiga o la mano de su pareja. ¡Recordá que madres y abuelas dejamos huellas, hoy y siempre!

39 Torta de miel, típica de la cocina judía.

40 Tortilla de papa rallada, típica de la cocina judía.



CAPÍTULO 12
Legalizar el placer

*Me arrepiento de las dietas,
de los platos deliciosos rechazados por vanidad.*

ISABEL ALLENDE

- ❁ ¿Por qué existen tantas dietas si ninguna funciona?
- ❁ ¿Por qué vivimos en un mundo de dietas rotas?
- ❁ ¿Es posible tener un cuerpo cómodo y sano comiendo rico y variado?
- ❁ ¿Podemos acaso abstenernos de placer mientras intentamos perder peso?
- ❁ ¿Qué es la No Dieta®?
- ❁ ¿Cómo funciona y por qué?

Ana está casada hace treinta y cinco años con Horacio. Tienen tres hijos y un nieto. Cada día, cuando termina de trabajar, Horacio marca el único número que sabe de memoria: el de su casa. A esa hora Ana suele estar en la cocina preparando la cena. “Hola... ¿Cómo estás? Sí, sí, la comida va a estar lista en veinte minutos, como siempre. Dale, te espero”, suele contestar. La conversación es más o menos siempre la misma.

Hace treinta años, Ana estudiaba Psicología. Horacio, Leyes. Ana vivía con sus padres. Él a cinco cuadras. Todas las tardes, cuando llegaba de la facultad, Ana lo esperaba ansiosamente. En realidad esperaba escuchar su voz. Si sonaba el teléfono, ella corría a atenderlo. Si no era Horacio, la tristeza invadía su rostro y la incertidumbre, su mente. “¿Por qué no me habrá llamado?”. “¿Qué estará haciendo que no vuelve?”. Su vida entera giraba alrededor de la relación. ¡Ana no podía dejar de pensar en él!

Los años de matrimonio despojaron a Ana de esas mariposas en la panza que solía sentir. No es que su muchacho dejó de gustarle. No es que ya no lo deseaba. El problema es la certeza. Esa certeza de recibir durante treinta años cada día un llamado telefónico. Esa certeza de levantarse juntos. Esa certeza de contar el uno con el otro. La certeza de que día tras día ambos se tenían para disfrutarse mutuamente. Así fue como la incertidumbre del pasado, cargada de excitación y de pasión, se diluyó en la certeza de la rutina de a dos. De tanta sábana compartida, de tanto desayuno adormilado juntos, la ansiedad de verse se transformó en la seguridad de tenerse.

Con la comida pasa exactamente lo mismo. La seguridad de saber que mañana degustaré y disfrutaré nuevamente mi plato preferido es lo que diluye

mi pasión por esa comida. No elimina la preferencia. No impide el goce. Solo reduce mi ansiedad por devorar eso que considero un manjar. Lamentablemente las dietas se basan en la prohibición, en la abstinencia de placer. Pero precisamente la prohibición y la abstinencia generan más deseo y más descontrol.

Les voy a confesar algo: me encantan las tortas. Puedo vivir sin helado, sin golosinas, pero una pequeña porción de torta me da placer. Cada vez que tengo ganas, voy a una rica pastelería y elijo una unidad de algo que me gusta. Intento hacerlo en compañía de algún “socio” que comparta el volumen de ese pastel. Pero ¿por qué puedo hacerlo? Porque tengo la certeza de que cada vez que lo deseo, elijo y disfruto de ese pequeño placer. Yo no acumulo ganas; cuando quiero comer algo rico, concreto mi deseo.

Si todos los días como una pequeña porción de lo que más me gusta, de aquello que me da placer, entonces el deseo disminuirá.

Los humanos somos seres deseantes. Buscamos satisfacción, gratificación, felicidad, amor, bienestar: placer. El amor, el sexo, la compañía, la música, la buena lectura y el ocio son importantes fuentes de placer. Si bien exploramos diferentes fuentes de satisfacción (objetos o personas), la comida y la bebida son sin duda una de las más asequibles y lícitas.

Desde que nacemos asociamos comida con placer. Tomamos la teta y en ese mismo acto, además de nutrirnos, accedemos a una fuente de satisfacción única e irrepetible: el contacto con mamá, esa imprescindible interacción desinteresada y organizadora de nuestro psiquismo. Cuando crecemos, seguimos buscando placer. Claro que nunca volveremos a sentir lo mismo, pero al menos intentamos recrear esa sensación que nos brindaban los brazos y el alimento de mamá.

Increíblemente, ignorando nuestro diseño y nuestras necesidades primarias, hoy la comida es nuestra manzana prohibida. Esa que Eva le hizo comer a

Adán en el paraíso. ¡Qué paradoja: esa misma manzana es en la actualidad el símbolo de la dieta por antonomasia! Es que el dietismo normalizado como comportamiento ha convertido al alimento en pecado y al comer en un hecho ilícito. El dietismo le ha quitado al alimento su cualidad más importante y ha condenado al comer a una mera función nutricia, a un mero ejercicio intelectual. Así estamos... Con una epidemia de dietismo que ni llevada al extremo logra terminar con la otra epidemia que crece paralelamente: la obesidad.

DOPAMINA, LA HORMONA DE LA RECOMPENSA

Todos los comportamientos relacionados con la supervivencia, como beber, comer o reproducirnos, generan aumento de la dopamina: la hormona de la recompensa.

Cuenta la mitología griega que Ariadna le dejó un ovillo de hilo a Teseo, su enamorado, para que pudiera salir del laberinto del Minotauro, un gran monstruo con cuerpo de hombre y cabeza de toro que devoraba a las personas. Nuestro diseño humano está basado en la búsqueda. Y la del placer funciona como ese hilo que le salvó la vida a Teseo y lo ayudó a acabar con la vida de la bestia. Así es como seguimos trabajando hasta hallar comida, bebida o alguien para aparearnos. No te desanimes, pero en realidad no queremos un buen malbec, ni pizza, ni chocolate, ¡tampoco sexo...! Lo que ansiamos es obtener dopamina y la generamos con solo pensar o ver esos objetos potencialmente hedónicos.

La neurociencia ha descubierto que la dopamina parece informarle al cerebro: “Se viene algo muy bueno, ¡buscalo!”. En realidad esa señal predice placer e incluso amplifica o exagera el potencial premio; parece decirte: ¡Eso que tenés delante es mejor de lo que creés!

La dopamina es entonces la hormona que dirige al sistema de recompensa y nos estimula a trabajar, a esforzarnos para obtener placer. Si no aumentaran nuestros niveles de dopamina frente a la vidriera de una chocolatería, o cuando vemos un vaso de agua helada en la mano de otra persona en una tarde de verano, la especie se hubiera extinguido hace muchos siglos a causa de desnutrición y deshidratación.

Claro que por suerte, como ya lo hemos explicado antes, la comida no es el único recurso que tenemos para aumentar nuestra dopamina. En general también la incrementan aquellas tareas que empiezan y terminan. Esas que nos otorgan la sensación de haber completado aquello que decidimos comenzar. El secreto es percibir las, aprender a darnos cuenta de nuestros pequeños logros cotidianos. De hecho, cada día, y a veces varias veces en un mismo día, cumplimos metas significativas. Puede tratarse de conseguir un nuevo cliente, conocer gente interesante, animarnos a hacer algo que nos daba miedo, concretar un encuentro, cocinar el plato preferido de nuestra pareja, buscar a nuestros nietos en el colegio, aprobar un examen, arreglarnos con la tecnología sin ayuda. Pero claro, estamos inmersos en una sociedad que privilegia el éxito, la producción, el dinero, la fama, el lujo. Así es que muchos otros logros, quizás los más trascendentes, permanecen invisibles a nuestra percepción y por lo tanto nos perdemos de disfrutar esa oleada de bienestar... (y de dopamina).

LA FILOSOFÍA NO DIETA®

Durante muchos años, cuando un paciente se acercaba a un consultorio nutricional, el plan para perder peso era siempre el mismo: cerrar la boca, disminuir excesivamente las calorías, abstenerse del placer de comer sabroso y realizar actividad física extenuante. La ciencia nutricional de entonces

utilizaba esas estrategias ignorando nuestras características más importantes como seres emocionales y semirracionales. Imperfectos, pero sensibles.

Esas mismas estrategias eran la principal razón por la que la mayoría de las veces las dietas no funcionaban, por lo menos en el mediano y el largo plazo. El paciente fracasaba una y otra vez en el intento de alcanzar el peso soñado o el ideal que algún profesional le había indicado como objetivo. La persona comenzaba la dieta, llegaba a un peso más bajo, y luego volvía inexorablemente al mismo punto de partida o alcanzaba un peso mayor aún. El famoso rebote de peso.

Paralelamente, desde los ámbitos científico y académico, se comenzó a notar un crecimiento epidémico de la obesidad que, como ya explicamos, iba al mismo ritmo que el aumento del dietismo. Es decir, cuanto más dieta restrictiva, extrema y heterodoxa, mayor era y sigue siendo la obesidad.

No estoy afirmando que la dieta sea la única causa de la epidemia de obesidad. Solo que no parece haber sido la solución. De hecho, existe evidencia de que las dietas —o mejor dicho, el dietismo— serían el mejor predictor de ganancia de peso. Esto significa que si comparamos gente que nunca realizó dietas con los que vivieron a dieta, estos últimos tienen más sobrepeso que los primeros.

En la década del ochenta mis pacientes diabéticos del Hospital Durand me enseñaron mucho de lo que hoy practico en mi consulta. De alguna manera, y sin saberlo ellos mismos, crearon la filosofía No Dieta®.

Hasta ese entonces un paciente diabético tenía prohibidos los dulces, entre otros alimentos. Cada vez que atendía a una persona con esta enfermedad, me preguntaba si no era hora de cambiar el paradigma de restricción que reinaba en los tratamientos de la época. Porque la realidad era que, si bien esos alimentos les estaban vetados, más de uno comía a escondidas más de lo que su salud podía tolerar.

Después de meditarlo, me animé a darles a mis pacientes diabéticos un

pequeño dulce por día (la porción era siempre controlada). Y ocurrió el milagro... Al quitarles la palabra “prohibición” de sus cabezas, el deseo disminuyó en la mayoría de los casos. Cada uno elegía lo que más le gustaba. Se los veía felices, se sentían libres y los resultados comenzaron a verse en los controles de sus niveles de glucosa. Fue así como tomé conciencia de que estaba en el camino correcto. Supe que era posible que una persona con una enfermedad crónica como la diabetes mantuviera sus niveles de glucemia y controlara su enfermedad comiendo rico sin renunciar al placer de comer.

No Dieta® nació como corolario de esta experiencia. Surgió de la práctica. En realidad, del fracaso de las dietas tradicionales. Claro que dicen que la experiencia sin teoría es ciega y la teoría sin experiencia es un simple ejercicio intelectual, así que comencé paralelamente a buscar la teoría detrás del fenómeno. ¡Y la hallé! Desde diferentes centros de salud del mundo comenzaron a surgir diferentes estrategias no dietantes similares a mi propuesta, basadas en evidencia científica.

No Dieta® parte de una simple certeza: comer sabroso es un derecho innato.

Básicamente, la idea es consumir cada día lo que preferimos, sin prohibiciones ni excesos.

Proponemos legalizar el placer de comer. Consumiendo de todo en porciones controladas, en las porciones justas, sin alimentos buenos y malos. No hay alimentos prohibidos porque tampoco existen los permitidos. Todos los días se come sabroso.

Paralelamente se trabaja sobre otros dos ejes: la actividad física y las emociones y el estrés. A partir de estos tres pilares, es posible perder peso sin estar pendiente de las calorías ni de un número en la balanza. Porque ¡somos mucho más que un cuerpo! Y la balanza no mide lo que somos.

En No Dieta® la meta final es siempre el cambio y el resultado es la pérdida de peso.

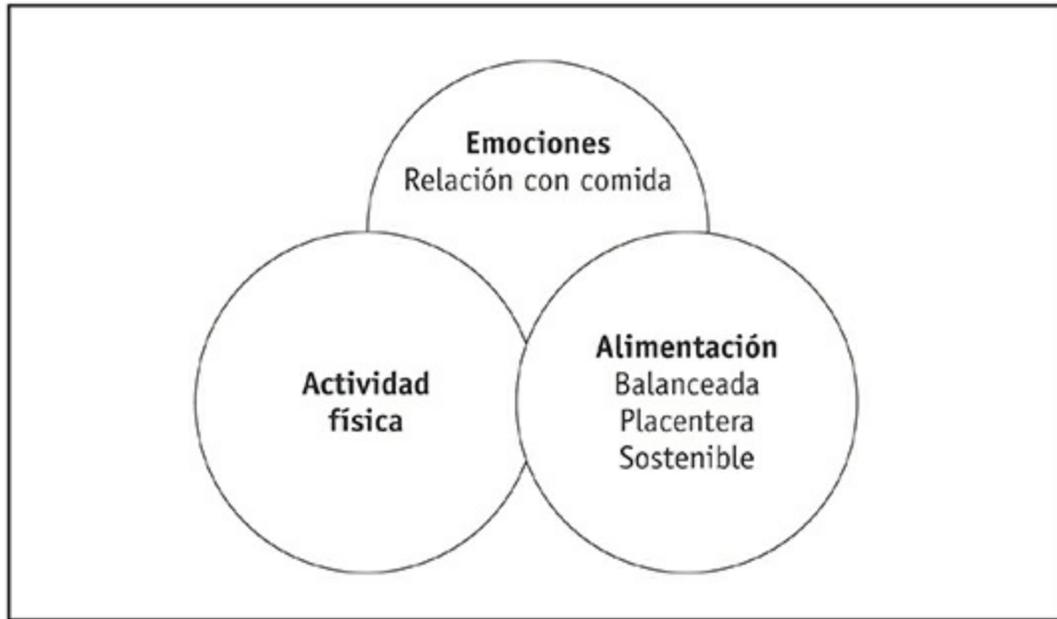
Mi filosofía es un camino de aprendizaje (o reaprendizaje) de los hábitos que nos permite mantenernos sanos y tener un peso cómodo.



PEQUEÑOS PLACERES

¿Qué es lo que más te gusta comer? ¿Alguna vez te lo preguntaste? Esta actividad tiene un objetivo: que puedas identificar qué alimentos te dan placer y te animes a consumirlos. Armá una lista y empezá a incorporar esos pequeños placeres, de a uno por día y siempre por unidad, a tu menú diario.

No Dieta® está basado en la toma de conciencia y, a partir de ella, el cambio. Se trata de tomar conciencia de cuánto nos movemos, cuánto comemos, cuánta hambre tenemos, qué emociones sentimos. Gracias a ese registro comienza la posibilidad del cambio.



LAS CINCO REGLAS DE NO DIETA®

No Dieta® no es una dieta. Es la posibilidad de elegir un patrón de comidas y un modo de vida anclado en pequeños cambios sostenidos en el tiempo. Es conciencia y cambio. Es tener la libertad de decidir qué deseamos y qué alimentos nos dan placer resignando la cantidad.

Conocí el libro *El hombre en busca de sentido* hace unos veinte años. Quedé atrapada por el relato de su autor, el médico y escritor austríaco Viktor Frankl, que a los veinticinco perdió todo lo que tenía y conocía. Durante la Segunda Guerra Mundial, el fundador de la logoterapia pasó muchos años de su vida en campos de concentración (incluidos Dachau y Auschwitz) y, debido a lo que vivió durante el cautiverio, en él convivieron tanto la idea del suicidio como la de hallar el sentido de la vida, su vida: única e irrepetible. El suicidio era algo sencillo de llevar a cabo. Pero él decidió vivir y, en lugar de dejarse atrapar por la pena, la peste o el hambre, decidió escribir... No solo sobrevivió, sino que publicó más de treinta libros, creó una escuela

psicológica, considerada la tercera escuela vienesa de psicología, después del psicoanálisis de Sigmund Freud y de la psicología individual de Alfred Adler, y murió de viejo.

Este hombre que halló sentido en el sinsentido, en el infierno mismo, sostenía que pueden quitarte todo en la vida, pero nunca te pueden quitar la última de las libertades: ¡la de elegir qué hacés con lo que te sucede! Decidir qué camino seguís.

Inspirada en ese hombre y esas ideas, comprendí que muchos de mis pacientes que deseaban tener un cuerpo cómodo y sano no lo lograban, en gran parte porque no eran conscientes de la libertad que tenían. No sabían que eran libres de decidir qué hacer cuando estaban cansados, cuando tenían un día de furia, cuando la ansiedad o la soledad eran su única compañía. No tenían ni idea de que ellos podían decidir si comprar más o menos. Que tenían la posibilidad de decirle “no” a un cocinero insistente, que podían decidir si compararse con los otros en peso, forma, edad o cantidad de arrugas. La mayoría de la gente que tiene exceso de peso lamentablemente carece de ese poder de autodeterminación y entonces usa comida para no pensar, no sentir, no decir...

Si podemos entender que siempre somos libres, aun cuando nos sentimos atrapados, entonces será más fácil decidir lo mejor para nosotros. Siempre hay al menos dos opciones. El punto es que hay que parar la pelota y preguntarse: ¿cuál es mi norte?, ¿qué quiero?, ¿qué necesito en este momento?, ¿qué merezco?

No Dieta® es ese sentido de libertad. Es sentido común, es independencia, es placer. Y es simple. Esto quiere decir que cualquier persona puede adoptar esta filosofía como estilo de vida.

Veamos cuáles son las reglas de la alimentación según la No Dieta®:

1. Crear un ambiente seguro, esto significa comprar lo justo, cocinar lo justo

para los comensales que hay. No llevar las fuentes de comida a la mesa (es mejor servir una única porción en el plato), ir al supermercado con una lista de compra saludable y no acumular galletitas en un tarro para dejarlo en la mesada de la cocina al alcance de todos siempre.

2. Hacer cuatro comidas en horarios flexibles, esto es: desayuno, almuerzo, merienda y cena. Las colaciones no son obligatorias, solo comemos cuando tenemos hambre.
3. Servir y comer un único plato. Como explicamos en la primera regla, servimos un plato y esa es nuestra porción. No porque no podemos comer más, sino porque no es la última cena. Deseamos estar bien. ¡Y nos merecemos un cuerpo cómodo y saludable!
4. En las comidas principales (almuerzo y cena) incluir, respectivamente: carnes + verduras o carbohidratos + verduras. La mitad del plato debe contener vegetales.
5. Se puede comer cada día un dulce (elegir uno de menos de 150 calorías), pero es importante comprarlo por unidad, consumirlo acompañada y solo si estamos de buen ánimo. Si te gusta más lo salado, podés reemplazar el dulce por un pequeño sándwich de salame, un paquete chico de *snacks* salados o un buen queso.

LOS TIPOS DE HAMBRE

La ciencia describe dos tipos globales de hambre. El primero, que es generado por un déficit de energía, se conoce como “hambre homeostática” (“homeostasis” significa equilibrio o balance). Lo sentimos cuando nuestro organismo necesita la energía que aportan los nutrientes: hidratos de carbono (pastas, pan, frutas y verduras, entre otros alimentos), grasas (aceites, manteca, productos lácteos enteros) o proteínas (carne, pollo, pescado). Es lo que yo

llamo “hambre real”.

Una vez que superamos los niveles de supervivencia, ya no comemos por hambre real. La mayoría de las personas, la mayoría de las veces, comemos porque tenemos “hambre hedónica” o “hambre emocional”. Son dos modalidades de la misma conducta: la ingesta sin escasez de energía o calorías.

El hambre emocional se dispara por múltiples emociones básicas o combinaciones de estas que pueden ser enojo, ansiedad, tristeza, miedo, aburrimiento, soledad, etcétera.

El hambre hedónica está relacionada exclusivamente con el placer. Es cuando comemos por disponibilidad: porque estamos en un cumpleaños y hay alimentos sabrosos frente a nuestros ojos, porque estamos de vacaciones y queremos probar recetas de otras culturas o porque somos apasionados de la gastronomía y nos encanta recorrer la ciudad en la que vivimos en busca de nuevos sabores.

Comer sin conciencia genera mayor ingesta. En cambio comer conscientemente permite que el cerebro se entere y que la saciedad llegue antes. Las personas que comen así son más delgadas y saludables porque autorregulan su ingesta. Por eso, un “escudo de control” para regular la ingesta es incrementar la conciencia sensorial, es decir, el registro de hambre.

Al hambre hedónica se lo combate, en principio, con el diseño de un ambiente seguro, como explicamos en las reglas de No Dieta®. Al hambre emocional se lo trabaja aprendiendo a percibir y aceptar la emoción. Siempre digo que la vida es “lleno y vacío”. Tenemos que entender que la emoción no es ni buena ni mala, es útil. Simplemente nos informa. Su función es alertarnos acerca de nuestro mundo psíquico. La emoción nos cuenta cómo estamos y nos brinda una guía. Si obturamos emociones con comida, si comemos para no sentir, perderemos nuestra única guía y la peor consecuencia es que no podremos cambiar: todo seguirá igual.

Para aprender a manejar el hambre emocional podemos utilizar técnicas que yo llamo “puntos de pausa”. La idea es recurrir a estrategias de postergación, relajación o distracción. Parar la pelota. Tomar conciencia y decidir. Cuando sentimos hambre emocional, en lugar de buscar comida, podemos llamar por teléfono a una amiga o a un familiar y conversar para pensar en otra cosa. También podemos hacer un crucigrama o pintar un mandala, tejer, leer, hacer palabras cruzadas o sopa de letras, jugar al solitario, escribir, salir a dar un paseo, entre otras muchas alternativas.



PUNTOS DE PAUSA

Te propongo identificar qué tipo de punto de pausa puede servirte para controlar tu hambre emocional:

- Llamar a amigos, familiares o simplemente compañeros de trabajo para salir del estado emocional.
- Hacerte un buche con enjuague bucal.
- Cepillarte los dientes.
- Beber agua con varios cubitos de hielo.
- Usar un protector bucal de silicona (los que se usan para realizar deportes).
- Usar técnicas de relajación disponibles en www.dramonicakatz.com.ar.
- Usar técnicas de demora disponibles en www.dramonicakatz.com.ar.
- Practicar yoga, tai chi, eutonía, pilates, elongación, técnicas de respiración, mindfulness.
- Realizar algún deporte, salir a dar un paseo, hacer alguna tarea del hogar (planchar, lavar la ropa, ordenar un placar).

A veces hacer algo que nos hace bien, incluso cuando no sentimos hambre,

nos puede ayudar a transformar nuestras emociones negativas en positivas. La investigadora Sonja Lyubomirsky elaboró una serie de recomendaciones que comparto a continuación:

LAS ACTIVIDADES PARA LA FELICIDAD (Lyubomirsky, 2008)

1. Agradecer.
2. Cultivar el optimismo.
3. Evitar pensar demasiado y evitar la comparación social.
4. Practicar la amabilidad.
5. Cuidar la relaciones sociales.
6. Desarrollar estrategias para afrontar estrés, dificultades y traumas.
7. Aprender a perdonar.
8. "Fluir" más.
9. Saborear las alegrías de la vida.
10. Comprometerte con tus objetivos.
11. Espiritualidad.
12. Ocuparte de vos.



ESCRIBIR

Te propongo que elijas una de estas opciones y escribas lo que te venga a la mente.

1. Diario de episodios felices: recordar, escribir, explicar qué fortalezas personales se reflejan en tu historia (percibir lo bueno y conocer la causa u origen).
2. Diario de gratitud: redactá una carta de gratitud a alguien especialmente cuidadoso con vos y al que nunca tuviste la posibilidad de agradecer. Se sabe que este tipo de tareas nos hacen bien y nos ayudan a valorar lo que somos, lo que somos capaces de dar y lo que recibimos. Todo esto nos hace más felices.

SUMAR PASOS

¿Sabías que la inactividad física se enmarca dentro de los denominados factores de riesgo modificables que, al igual que el tabaquismo y la alimentación no saludable, son considerados los principales determinantes de las enfermedades no transmisibles?

El sedentarismo tiene un papel preponderante en la génesis de la epidemia de obesidad y sobrepeso y está asociado a la automatización de las tareas laborales y del hogar, el uso generalizado de transporte, la extensión de la jornada laboral, la utilización de la computadora, la *tablet*, la consola de juegos y el televisor.

Un nivel de actividad física pobre implica un aumento del riesgo cardiovascular, incluso en personas delgadas; en cambio, un adecuado estado físico constituye un seguro de salud.

Siempre les digo a mis pacientes que la mejor actividad física es aquella que puedan adoptar como estilo de vida. De nada sirve que se anoten en tres clases de gimnasia si van a faltar a la mayoría porque les duele el cuerpo.

Tampoco me interesa que tomen clases de tenis si no les gusta ese deporte. O que se apunten en un equipo de hockey si prefieren realizar deporte en soledad. Lo ideal es que elijan aquella actividad que les resulte divertida, tolerable y accesible en términos económicos y de distancia respecto de su casa o lugar de trabajo.



DEGUSTACIÓN DE DEPORTES

Armá una lista con las actividades que alguna vez practicaste. De esas, marcá cuáles volverías a hacer y cuáles no. Por último, te propongo que imagines qué deporte o ejercicio que nunca probaste te animarías a "degustar".

Algunas de estas ideas tal vez puedan inspirarte:

- Kayak
- Escalada
- Zumba
- Buceo
- Elongación
- Circo
- Gimnasia artística
- Zapateo americano
- Baile del caño (pole dance)
- Hip hop

Es frecuente que las personas funcionen con la lógica dicotómica del todo o nada y pasen de no hacer ningún tipo de actividad física a hacerla todos los días y en forma desmedida. Muchas veces esta conducta surge por la creencia errónea de que hay que hacer sacrificios para poder bajar de peso o para tener

el cuerpo que queremos.

Es real que el paciente deberá hacer cambios para poder estar en un peso saludable, pero estos cambios nunca implican realizar actividades que de tan sacrificadas pasen a ser imposibles de sostener. El paciente debe elegir, junto con el profesional que lo acompañe en el proceso, un plan de actividad física que tenga en cuenta sus tiempos y posibilidades. Un punto fundamental es que dentro de ese plan la persona encuentre placer, ya que esa rutina deberá formar parte de su vida diaria.

Existen diferencias entre la actividad física, el ejercicio y el entrenamiento.

La **actividad física** es cualquier movimiento corporal producido por los músculos que implique cierto gasto de energía. Incluye desde actividades cotidianas como caminar, bailar, saltar, subir escaleras, realizar tareas domésticas hasta ejercicios planificados. Es un concepto mucho más amplio que el deporte.

Por **ejercicio** entendemos una variedad de actividades físicas planificadas, estructuradas, repetitivas y realizadas con un objetivo relacionado con la mejora o el mantenimiento de uno o más componentes de la aptitud física, la salud y el bienestar de la persona.

El **entrenamiento físico** es una actividad compuesta por ejercicios dosificados en volumen e intensidad, que permiten mejorar los niveles de capacidad funcional del individuo en cuestión.

Un estilo de vida saludable depende del aprendizaje de hábitos en tres áreas: actividad física, alimentación y salud emocional.

Existen dos tipos de actividad física para monitorear o “tangibilizar”:

1. El llamado NEAT, que es la actividad física espontánea, lo gestual, lo que hacemos naturalmente. Es importante recordar que incorporar un mínimo de movimiento ya es un cambio. El NEAT se puede tangibilizar

con el uso de un cuentapasos: el objetivo es llegar a 10.000 pasos/día. La propuesta es sumar pasos a la vida. Solo usar un cuentapasos incrementa en 2500 pasos por día el movimiento de la gente.

2. El programa estructurado de “ejercicioterapia”. Es decir, caminatas progresivas, danza, deporte, gimnasio, etcétera. La idea es sumar al menos 150 minutos por semana de actividad física aeróbica de intensidad moderada repartidos en al menos tres días a la semana con más de dos días consecutivos sin actividad física.

MONÓLOGOS CÓMPLICES

Cambiar lo que pensamos es cambiar lo que sentimos y hacemos. Los humanos, sin darnos siquiera cuenta, nos estamos hablando constantemente. Como ya vimos, experimentamos el mundo, lo filtramos de acuerdo con la cultura en la que vivimos, los medios de comunicación que consumimos, nuestra personalidad, nuestra historia familiar y nuestro estado de ánimo. Luego nos decimos cosas acerca del mundo y de lo que nos sucede, o por lo menos de lo que creemos que nos sucede.

El punto es que las personas más saludables, felices y exitosas suelen tener un diálogo interno positivo, alentador, optimista.

Los que fracasan, por el contrario, tienden a utilizar “monólogos cómplices”, esos diálogos internos de los que ya hablamos. Son frases que se repiten, pueden ser variadas, pero nunca demasiadas, funcionales al problema que tienen. Son los peores enemigos de ellos mismos, de sus objetivos y sus metas. Son como un pajarito carpintero.

Las personas con sobrepeso utilizan monólogos cómplices que los llevan inexorablemente a comer. Son como una alfombra roja de bienvenida a los

hábitos poco saludables: “Me como media docena de facturas, total el lunes empiezo la dieta”. “Como hace frío, hoy no voy a gimnasia”. “Como menos e igual no adelgazo, lo mío no tiene solución”. “Tuve un día muy difícil en la oficina, ¡me merezco esta torta de chocolate!”. “Ya bajé bastante, ¿por qué no darme un gusto más?”.

Las personas que hacen dietas de hambre, extremas, también utilizan estos monólogos cómplices para no comer: “Si como papa o harinas engordo y me hincho”. “Las golosinas están prohibidas si quiero bajar”. “No debo darme un ‘gusto’ porque arruino la dieta”. “No debo usar aceite si quiero adelgazar”. “Mis amigas son más flacas que yo”. “Esta dieta no me sirvió, tengo que comer menos”. Hay gente que recurre a los monólogos cómplices para no pedir ayuda, para decir sí a todos o a todo lo que le piden, para no intentar perder peso, ¡para no cambiar! Y todo contribuye a que su problema, sea comer de más o no comer lo suficiente, continúe.

Para trabajar con los monólogos cómplices es necesario reentrenar el diálogo interno.



PARA PONER EN PRÁCTICA

Te propongo hacer un ejercicio que te ayudará a reconocer tus monólogos cómplices:

- Tratá de detectar el o los monólogos cómplices que utilizás habitualmente.
- Intentá desafiar ese o esos monólogos cómplices como si fueras el fiscal en un juicio oral. Por ejemplo, si acostumbrás a repetirte: “Comí mucho en el té, total después no ceno”, te podés preguntar: realmente cuando comes mucho, ¿luego no cenás? ¿Será conveniente esto?

- Pensá qué le dirías a tu mejor amiga o a tu hermana, si usara como propio tu monólogo cómplice.

Volviendo a la historia de Ana y Horacio, siempre digo: “El amor no muere de hambre, muere de empacho”, parafraseando la advertencia que se le atribuye a la escritora y cortesana francesa Anne Ninon de l’Enclos: “El amor nunca muere de hambre; con frecuencia, de indigestión”. Ellos son conscientes de que para seguir juntos deben ser libres, independientes y moderados. Pero también saben que toda relación necesita una dosis de nutrientes que son la base de la relación (respeto, compañía, atención, apoyo), una dosis de calorías que hacen que la relación continúe y crezca (muestras de afecto, incertidumbre, admiración, pasión, sorpresa) y por último, pero no por eso menos importante, una dosis de placer que mantiene alta la dopamina del amor.

Y volviendo al abordaje No Dieta®, es posible perder peso y disfrutar de un cuerpo cómodo siempre que puedas establecer nuevamente puentes entre la alimentación y el placer. Para ello, ¡es imprescindible comer con la certeza de que cada bocado no será la última cena!



CAPÍTULO 13
Más que un cuerpo

La presencia en el mundo implica rigurosamente la posición de un cuerpo que sea, a la vez, una cosa del mundo y un punto de vista sobre ese mundo.

SIMONE DE BEAUVOIR

- ❁ ¿Seremos capaces alguna vez de liberarnos de la demanda estética que nos imponen y que acatamos sin cuestionamientos?
- ❁ ¿Nos emanciparemos algún día de la tiranía de la belleza?
- ❁ ¿Podremos superar la vehemencia devoradora de los dioses del mercado de la belleza?

Y nos acercamos al final... Este es el último capítulo. Quizás mi gran motor para sentarme a escribir estas páginas. Tengo que reconocer el placer que me genera saber que estás acompañándome. Es por vos, querida lectora, que he dedicado muchas horas para pensar lo que deseo dejarte por escrito. Este libro es producto de la pasión y de un enorme deseo por volver al sentido común, por dejar de maltratarnos.

Dicen que muere lentamente quien se transforma en esclavo. Como mujeres, bastante padecemos ya con la violencia de género como para que nos castigemos como lo hacemos con dietas y procedimientos para corregir lo que somos.

Son demasiados años escuchándote quejarte más allá de lo maravillosa que seas. Es triste verte padecer por fantasmas culturales.

Me pregunto, ¿seremos capaces alguna vez de liberarnos de la demanda estética que nos imponen y que acatamos sin cuestionamientos? ¿Nos emanciparemos algún día de la tiranía de la belleza? ¿Podremos superar la vehemencia devoradora de los dioses del mercado de la belleza?

Dijimos que la cultura nos presiona, que los medios validan los modelos culturales y que hay un ingrediente magistral que detona la tormenta perfecta, que activa tu derrotero destructivo. Es tu gente. Esa que se supone que te quiere, te conoce y por ello te valora por lo que sos: tus padres, tu pareja, tus amigos, tus hijos, tu entrenador, tus maestros, tu agente y hasta algunos expertos en nutrición. Muchas veces ellos validan la demanda externa y es entonces cuando estás realmente perdida... Cuando quedás atrapada en un pedido sin reembolso.

Todos los humanos buscamos placer, de un modo u otro, en cada cosa que hacemos. Los utilitaristas consideran que una acción es más benigna moralmente cuanto más placer genere a la mayor cantidad posible de gente.

Dicen también que el principio del placer no es el placer en sí mismo, sino la evitación del dolor. Entonces me pregunto: ¿será que el deseo de belleza y delgadez que buscamos con tanta pasión existirá porque la falta de estas cualidades es más dolorosa?

Desde este punto de vista, para mí no todo placer es deseable porque involucra padecimiento, además de dolor. El deseo de delgadez, de perfección, de juventud eterna, ¿será una variante del masoquismo posmoderno?

Quizás el camino a la felicidad, la libertad y el bienestar con nuestro cuerpo implique transformar el mundo en el que vivimos en uno en el que la aceptación no se rija por parámetros físicos: edad, belleza, altura, color de ojos, tono de piel, tipo de cabello, peso, rasgos, coquetería, encanto.

Podemos promover la conciencia acerca de la importancia de aceptar todas las formas, todos los cuerpos o los pesos como adecuados. Instalar la diversidad como modelo. Cuestionar y poner en duda la idea de una forma corporal correcta.

ESOS HOMBRES

Cuando estaba escribiendo este último capítulo, me topé de casualidad con el libro de la escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie que se titula *We Should All Be Feminists*, que en español sería algo así como “Todos deberíamos ser feministas”. Chimamanda escribió este potente ensayo basándose en la charla TEDx⁴¹ que ofreció recientemente en Estados Unidos y que generó mucho impacto en todo el mundo.⁴²

En su libro, la autora propone repensar la forma en que educamos a nuestras hijas, pero también a nuestros hijos. Y argumenta que los hombres también deberían ser feministas, no en el sentido radical de la palabra, pero sí con el fin de defender los derechos de las mujeres tanto como los de los hombres.

Con el texto entre mis manos, esboqué una sonrisa que pronto se convirtió en una carcajada de felicidad. Mi marido me miró y me preguntó por qué me reía. “Me encanta descubrir que hay muchas personas, en distintas partes del mundo, que luchan por cambiar el planeta, por romper esquemas, por derribar paradigmas, por derrumbar muros”, le contesté.

Desde ese momento, el tomo de Chimamanda ocupa un lugar en mi escritorio junto con mis libros de cabecera.

Pienso como ella. No solo las mujeres tenemos que luchar porque se nos considere mucho más que un cuerpo. Los hombres también.

Esos hombres con los que dormimos.

Esos hombres a los que amamos.

Esos hombres con los que compartimos el desayuno.

Esos hombres que nos arrumaron cuando éramos pequeñas.

Esos hombres que son nuestros jefes o nuestros empleados. Esos hombres que nos sirven un café en un bar o nos abren la puerta.

Esos hombres que nos miran con ganas.

Esos hombres a los que les enseñamos, a los que curamos, a los que defendemos, a los que escuchamos, a los que entretenemos, a los que inspiramos.

Esos hombres a los que les damos la posibilidad de convertirse en padres.

Los hombres también tienen el deber de ayudarnos a escapar de la tiranía de la belleza.

UN CAMBIO DE PARADIGMA

Imaginate un mundo en el que no haya un único modelo de belleza, en el que cada una se respete tal cual es, en el que los demás te respeten por lo que valés y no por cómo lucís.

Al comienzo del libro planteo una especie de revolución.

Siempre que pensamos en revoluciones tendemos a asociarlas con cambios políticos. Pero yo me refiero a una revolución cultural que busca cambiar nuestro entendimiento de lo que es bello.

En su libro *Estructura de las revoluciones científicas*, el epistemólogo Thomas Kuhn plantea que toda área del saber posee inconsistencias. Pero cuando estas se acumulan y afectan la vida de la gente, ha llegado el momento de un cambio de paradigma.

Creo que ya existen suficientes y graves inconsistencias entre la biología humana, que ha respondido a un medioambiente tóxico y obesogénico con una epidemia de sobrepeso y obesidad, y un ideal de belleza fanático, irreal. Esta distancia entre lo que se instaló como expectativa y lo que es la realidad para la mayoría es enloquecedora.

En las mujeres que tienen la autoestima disminuida, esta brecha genera desesperación y conduce a la búsqueda de propuestas mágicas.

Es hora de promover un nuevo paradigma.

Esto no implica que todo lo anterior se venga abajo. Claro que seguiremos buscando belleza, pero podemos aprender a captarla a partir de nuevos parámetros. No avanzamos en línea recta, sino que uno se aleja de concepciones que resultan menos adecuadas.

Es como cuando te presentan a alguien que lleva el nombre de otra persona que no te cae bien. En un primer momento entablás una asociación entre la nueva persona que conocés y la que está en tu memoria. Pero después de charlar un rato la mirás con otros ojos. Tu percepción cambia, se adapta.

Este mismo mecanismo se puede aplicar al nuevo paradigma. Podemos cambiar nuestra concepción de la belleza. Podemos percibir la belleza

privilegiando otros sentidos que no sean la vista.

Se trata de un cambio en la visión del mundo. Por supuesto que las revoluciones nunca son de una o dos personas. Una revolución, un cambio de paradigma, se logra cuando un grupo grande de personas cree en el nuevo modelo.

No estamos indefensas. No estamos perdidas. ¡Solo estamos quietas!

Podemos tener el control del problema. Si queremos, podemos tener mucho poder. Seremos capaces de aprender a ser la mejor versión de cada una y festejarlo. Sin intentar ser como la famosa de turno.

Pero claro, estamos acostumbradas a competir entre nosotras. Ya nos resulta natural comprar lo que nos quieren vender para ser lo que los otros dicen que debemos ser. ¡Parece un trabalenguas! **Y quiero decirte con altavoces:** ¡Estás bien! ¡Sos suficientemente valiosa tal cual sos! ¡No intentes emular a nadie!

OTRA CULTURA

¿Podremos organizar una cultura en la que todas sintamos que somos valiosas?

¡El punto no es solo evitar comprar o validar belleza ideal o irreal! Recordemos que una industria millonaria vive de nuestra inseguridad. Pero el espejo es solo eso: una imagen. Como hemos visto en el capítulo de imagen corporal, se trata de un reflejo en miniatura, casi una caricatura de lo que realmente somos. Sin embargo, la percibimos y la aceptamos como la verdad absoluta. Como una certeza.

¿Qué pasaría si los medios proyectaran fotos de mujeres reales? ¿Qué impacto tendría en nosotras mostrar que todas somos valiosas? ¿Qué sucedería si contáramos historias de gente que está orgullosa de su cuerpo, nada perfecto, y de las vidas que viven dentro de esos cuerpos y gracias a ellos? ¿Podremos no confundir personalidad con cuerpo o apariencia? ¿Podremos

mirarnos al espejo y apreciar lo que vemos? ¿Podremos promover belleza saludable y realista? ¿Podremos aceptar que podemos vivir sin estar pendientes de nuestro aspecto físico?

Luego de recorrer los distintos capítulos habrás observado que he planteado la problemática, pero también he expuesto estrategias. Las que se me ocurren.

Por ejemplo, la mejor manera de comprender la importancia de disfrutar de tu cuerpo es recordar momentos pasados en los que padeciste dolores, discapacidad, inmovilidad, enfermedad. Recordá lo negativo de ese momento.

¿Qué le agradecerías a tu cuerpo?

PROPUESTAS PARA UN MAÑANA MEJOR

Llegamos al final.

Ojalá que este libro haya podido moverte de tu zona de confort, de tu zona cómoda o cotidiana.

Ojalá haya podido hacerte reflexionar acerca de lo que pensás y hacés.

Ojalá haya podido ayudarte a cambiar aspectos de tu vida con los que no estás tan conforme.

Ojalá haya podido inspirarte, como dijimos al comienzo, para que percibas tu belleza desde otro punto de vista. Un punto de vista más amigable, más tolerante, más lógico, más imperfecto.

Ojalá, después de leer este libro, quieras sumarte a esta pequeña revolución.

¡Te invito a que seas parte! ¡Juntas podemos cambiar tu mundo!⁴³

MÓNICA KATZ

CON LA COLABORACIÓN DE VALERIA GROISMAN

41 Es un evento que se organiza en distintos países del mundo y que tiene como objetivo difundir ideas que puedan cambiar el planeta.

42 https://www.youtube.com/watch?v=hg3umXU_qWc

43 Podés contactarte conmigo a través de la página web www.dramonicakatz.com.ar o ingresando a la fan page de Facebook: <https://www.facebook.com/DraMonicaKatz>

Bibliografía

- Akhtar, Maha. *La nieta de la maharani*. Roca Bolsillo, Madrid, 2011.
- Alighieri, Dante. *La divina comedia*. Cátedra, Madrid, 1997.
- Amossy, Ruth; Herschberg Pierrot, Anne. *Estereotipos y clichés*. Eudeba, Buenos Aires, 2001.
- Ariely, Dan. *Las ventajas del deseo*. Ariel, Barcelona, 2010.
— *Predictably irrational*. Harper Collins, Nueva York, 2008.
- Barthes, Roland. *La cámara lúcida*. Paidós, Barcelona, 2009.
- Bauman, Zygmunt. *Amor líquido*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2005.
- Bourdieu, Pierre. *La dominación masculina*. Anagrama, Barcelona, 2000.
- Bowlby, John. *El apego (el apego y la pérdida I)*. Paidós Ibérica, Barcelona, 1993.
- Bruch, Hilde. *La jaula dorada*. Paidós, Barcelona, 2001.
- Christakis, Nicholas; Fowler, James. *Conectados*. Taurus, Barcelona, 2010.
- Darwin, Charles. *El origen de las especies*. Espasa, Barcelona, 1988.
- De Beauvoir, Simone. *El segundo sexo*. Leviatán, Buenos Aires, 1957.
- Dolto, Françoise. *La cause des enfants*. Robert Laffont, París, 1985.
- Duby, George; Perrot, Michelle. *Historia de las mujeres en Occidente*. Taurus, Barcelona, 2000.
- Eco, Umberto. *Historia de la belleza*. Debolsillo, Barcelona, 2013.
— *La estrategia de la ilusión*. Debolsillo, Barcelona, 2012.
- Encuesta de dietismo. Sociedad Argentina de Nutrición, Buenos Aires, 2012.
- Fairbairn, William. *Psychoanalytic Studies of the Personality*. Tavistock, Londres, 1953.

- Ferrés, Joan. *Televisión subliminal*. Paidós, Barcelona, 1996.
- Foxcroft, Louise. *Calories & Corsets: A History of Dieting over 2000 years*. Profile, Londres, 2012.
- Frankl, Viktor. *En busca del sentido*. Herder, Barcelona, 2005.
- Friedan, Betty. *The Feminine Mystique*. W. W. Norton Company, Nueva York, 2013.
- García Wehbi, Emilio; Lezano, Nora. *Communitas*. Planeta, Buenos Aires, 2015.
- Goleman, Daniel. *La inteligencia emocional*. Zeta, Buenos Aires, 2010.
- Hamermesh, Daniel. *Beauty pays. Why Attractive People Are More Successful*. Princeton University Press, Nueva Jersey, 2011.
- Havighurst, Robert. *Developmental Tasks and Education*. David McKay, Nueva York, 1974.
- Hollander, Ann. *Seeing Through Clothes*. University of California Press, Oakland, 1993.
- Hunt Peters, Lulu. *Diet and Health, with the Key to the Calories*, Nueva York, 1918.
- Ibsen, Henrik. *Casa de muñecas*. Losada, Buenos Aires, 2009.
- Kahneman, Daniel. *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate, Madrid, 2012.
- Katz, Mónica. *No Dieta. Puentes entre la alimentación y el placer*. Planeta, Buenos Aires, 2010.
- *No Dieta. Puentes entre la alimentación y el placer*. El Zorzal, Buenos Aires, 2008.
- *Somos lo que comemos*. Aguilar, Buenos Aires, 2012.
- Katz, Mónica; Groisman, Valeria. *El ABC de la obesidad*. Sanidad, 2014.
- Kuhn, Thomas. *The Structure of Scientific Revolutions*. University of Chicago Press, Chicago, 2010.
- Lagarde, Marcela. *Género y feminismo*. Horas y Horas, Madrid, 1996.
- Laswell, Harold. *Power and Personality*. W. W. Norton Company, Nueva

- York, 1976.
- *Propaganda Technique in World War I*. MIT Press Classic, Boston, 1971.
- Lipovetsky, Gilles. *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama, Barcelona, 2013.
- *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Anagrama, Barcelona, 2003.
- *La tercera mujer: permanencia y revolución de lo femenino*. Anagrama, Barcelona, 1999.
- Lippmann, Walter. *Public Opinion*. Free Press Paperbacks, Nueva York, 1997.
- Maingueneau, Dominique. *Iniciación a los métodos de análisis del discurso*, Hachette, París, 1976.
- Matoso, Elina. *El cuerpo, territorio de la imagen*. Letra Viva, Buenos Aires, 2011.
- McLuhan, Marshall. *El medio es el mensaje*. Paidós, Barcelona, 1988.
- Michaud, Yves. *El nuevo lujo*. Taurus, Buenos Aires, 2015.
- Ngozi Adichie, Chimamanda. *We Should All Be Feminists*. Anchor Books, Nueva York, 2014.
- Ocampo, Silvina. *Cornelia frente al espejo*. Tusquets, Barcelona, 1988.
- Orbach, Susie. *Bodies*. Picador, Nueva York, 2009.
- Paquet, Dominique. *La historia de la belleza*. Ediciones B, Buenos Aires, 1998.
- Perrot, Michelle. *Mi historia de las mujeres*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008.
- Rosenberg, Morris. *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton University Press, Nueva Jersey, 1965.
- Sartori, Giovanni. *Homo videns*. Taurus, Barcelona, 1998.
- Sartre, Jean Paul. *El ser y la nada*. Losada, Buenos Aires, 2005.
- Schützenberger, Anne Ancelin. *¡Ay, mis ancestros!* Omeba, Buenos Aires, 2006.

- Steiner, George. *Nostalgia del absoluto*. Siruela, Madrid, 2001.
- Tusquets, Esther. *Prefiero ser mujer*. RqueR editorial, Barcelona, 2006.
- Ventura, Lourdes. *La tiranía de la belleza*. P&J, Barcelona, 2000.
- Verón, Eliseo. *Construir el acontecimiento*. Gedisa, Barcelona, 1983.
- Walzer, Alejandra. *La belleza*. Octaedro, Barcelona, 2008.
- Winnicott, Donald. *Through Paediatrics to Psychoanalysis*. Hogarth Press, Londres, 1975.
- Wolf, Naomi. *El mito de la belleza*. Emecé, Barcelona, 1991.
- Wykes, Maggie; Gunter, Barrie. *The Media & Body Image. If looks Could Kill*. SAGE Publications, Londres, 2005.

SITIOS DE INTERNET

- www.positiveexposure.org (consulta realizada en mayo de 2015).
- www.clubofamsterdam.com/contentarticles (consulta realizada en marzo de 2015).
- www.isaps.org (consulta realizada en marzo de 2015).
- www.rae.es (consulta realizada en febrero de 2015).
- www.un.org/es/documents/udhr (consulta realizada en mayo de 2015).
- www.dramonicakatz.com.ar (consulta realizada en abril de 2014).
- www.fat-fit.com.ar (consulta realizada en abril de 2014).
- www.nobelprize.org (consulta realizada en mayo de 2015).

REFERENCIAS CIENTÍFICAS

- Bauer, K. W.; Bucchianeri, M. M.; Neumark-Sztainer, D. (2013). Mother-reported parental weight talk and adolescent girls' emotional health, weight

- control attempts, and disordered eating behaviors. *Journal of Eating Disorders*, 1 (45), 2050-2974.
- Berge, J. M.; MacLehose, R.; Loth, K. A.; Eisenberg, M.; Bucchianeri, M. M.; Neumark-Sztainer, D. (2013). Parent Conversations About Healthful Eating and Weight: Associations With Adolescent Disordered Eating Behaviors. *JAMA Pediatrics*, 167, 746-753.
- Brockman, J. (2015). *This Idea Must Die. Scientific Theories That Are Blocking Progress*. Harper Collins, New York.
- Brooks, R. C.; Shelley, J. P.; Jordan, L. A.; Dixon, B. (In Press). The multivariate evolution of female body shape in an artificial digital ecosystem. *Evolution and Human Behavior*.
- Bulik, C. M. (2007). Genetic risk factor for eating disorders. *Eating Disorders Review, USA*.
- Cash, T. (1997). The nature and extent of body-image disturbances in anorexia nervosa and bulimia nervosa: a meta-analysis. Department of Psychology, Old Dominion University, Norfolk, Virginia 23529-0267, USA.
- Davis, C. (2004). Decision-Making Deficits and Overeating: A Risk Model for Obesity. *Obesity Research*, 12 (6), 929-935.
- Dixon, B. J.; Grimshaw, G. M.; Ormsby, D. K.; Dixon, A. F. (2014). Eye-tracking women's preferences for men's somatotypes. *Evolution and Human Behavior*, 35, 73-79.
- Janif, J. Z.; Brooks, R. C.; Dixon, B. J. (2014). Negative frequency-dependent preferences and variation in male facial hair. *Biology Letters*. 10(4), 20130958.
- Lane H. (1980). The wild boy of Aveyron *Journal of Child Language*, 7 (1), 227-231.
- Mead, G. H. (1964). The Social Self. *The Journal of Philosophy, Psychology, and Scientific Methods*, X, 1913, 374-380. Page references are to the reprinted edition. Chicago: University of Chicago Press.

- Ogden, J.; Steward, J. (2000). The role of the mother-daughter relationship in explaining weight concern. *International Journal of Eating Disorders*, 28(1), 78-83.
- Pike, K. M.; Rodin, J. (1991). Mothers, daughters, and disordered eating. *Journal of Abnormal Psychology*, 100, 198-204.
- Rosenberg, M. (1986). Self-concept from middle childhood through adolescence. In: J. Suls & A.G. Greenwald (eds.), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 3). Hillsdale, NJ: Erlbaum, 107-136.
- Strober, M.; Freeman, R.; Lampert, C.; Diamond, J. W. (2000). Controlled family study of anorexia nervosa and bulimia nervosa: evidence of shared liability and transmission of partial syndromes. *American Journal of Psychiatry*, 157, 393-401.
- Thompson, J. K.; Heinberg, L. J.; Altabe, M.; Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Tiggemann, M.; Lynch, J. (2001). E. Body image across the life span in adult women: The role of self-objectification. *Developmental Psychology*, 37(2), 243-253.
- 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*: Vol. 23, 1 Special Issue: Body Image and Eating Disorders: Influence of Media Images, 23-44.
- Tiggemann, M.; Pickering, A. (1996). Role of television in adolescent women's body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Eating Disorders*, 20(2), 199-203.
- Verón, E. (1985). El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, IREP, París.

Walzer, A. (2009). Pedagogías del cuerpo. La construcción espec(tac)ular del cuerpo femenino en el reality show español. Revista Latina de comunicación social, N.º 64.

LOS AUTORES QUE SIRVIERON DE INSPIRACIÓN

Betty Friedan

Chimamanda Ngozi Adichie

Dan Ariely

Daniel Hamermesh

Daniel Kanhemann

Donald Winnicott

George Steiner

Gilles Lipovetsky

Hilde Bruch

Naomi Wolf

Nicholas Krystakis

Pierre Bourdieu

Roland Barthes

Simone De Beauvoir

Susie Orbach

Umberto Eco

Viktor Frankl

Agradecimientos

(En mi nombre y el de mi hija)

A Noemí Rymberg, Silvia Liberczuk, Dalia Lewitan, Judith Boidman e Inés Kawior, que tuvieron las ganas de abandonar sus propias actividades para leer este libro con detalle y ayudaron a pensar en aquello que de tanto escribir se había vuelto invisible a los ojos.

A nuestros maridos, que nos soportaron absortas en el mundo de la búsqueda de la belleza y sus nefastas consecuencias.

A nuestras familias, que se bancaron que disfrutáramos de la escritura y colaboración de este libro durante horas en nuestro cuarto propio.

A Marika Tiggemann y Alejandra Walzer por aportar sus valiosas ideas.

A Gaby Comte, nuestra editora, por darnos la oportunidad de darle visibilidad a nuestra pequeña e íntima revolución.

A todas las mujeres de nuestras vidas: abuelas, madres, hijas, hermanas, nietas, nueras, cuñadas, primas, sobrinas, suegras, consuegras, amigas, compañeras de trabajo, colaboradoras, compañeras de ruta, colegas y sobre todo a las pacientes, esas mujeres que despertaron nuestras ganas de cambiar el mundo. Todas ellas nos sirvieron de inspiración para escribir este libro.

Cubierta

Portada

Dedicatoria

Prólogo

Introducción

Capítulo 1. La doncella de hierro

Capítulo 2. Historia abreviada de la belleza

Capítulo 3. La imagen corporal: ¿qué ves cuando te ves?

Capítulo 4. La belleza tiene rating

Capítulo 5. Lo que nos vende la prensa femenina

Capítulo 6. Enredados

Capítulo 7. Las dietas y el placer

Capítulo 8. Las dietas extremas

Capítulo 9. El dietismo como metarreligión

Capítulo 10. La mesa familiar

Capítulo 11. De abuelas, madres e hijas

Capítulo 12. Legalizar el placer

Capítulo 13. Más que un cuerpo

Bibliografía

Agradecimientos

Créditos

Sobre las autoras

Katz, Mónica

Más que un cuerpo. - 1a ed. - Buenos Aires : Aguilar,
2015

EBook.

ISBN 978-987-735-113-2

1. Ensayo Argentino. I. Título

CDD 864

Edición en formato digital: octubre de 2015

© 2015, Penguin Random House Grupo Editorial

Humberto I 555, Buenos Aires.

Diseño de cubierta: Eduardo Ruiz

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, ni registrada en, o transmitida por, un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin permiso previo por escrito de la editorial.

ISBN 978-987-735-113-2

Conversión a formato digital: Libresque

www.megustaleer.com.ar



MÓNICA KATZ

Médica especialista en Nutrición, fundadora del Equipo de Trastornos Alimentarios del Hospital Municipal “Dr. Carlos G. Durand”; directora de la Carrera de Médico Especialista en Nutrición con Orientación en Obesidad, y de Cursos de Posgrado en Nutrición de la Universidad Favaloro; creadora y directora del Programa Online para Prevención de Ganancia de Peso (www.fat-fit.com.ar); fundadora y directora de Núcleo Terapéutico Nutricional. Es autora de los libros *No Dieta. Puentes entre la alimentación y el placer* y *Somos lo que comemos* (Aguilar). Es la principal referente, en medios gráficos y televisivos, sobre nutrición, vida saludable, dietas e industria de la alimentación.



VALERIA SOL GROISMAN

Licenciada en Comunicación, periodista y docente universitaria. Cursó la Maestría en Periodismo de Clarín y la Universidad de San Andrés con una beca al mérito académico. Trabajó en el diario La Nación y como periodista free-lance. Dictó clases en Taller Escuela Agencia (TEA), la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y la Universidad Favaloro. Hace varios años se dedica a la comunicación como consultora de empresas e instituciones. También es asesora pedagógica del área de e-learning en la Universidad Favaloro.

Fotos: © Alejandra López

MÓNICA KATZ

MÁS QUE UN CUERPO

**CÓMO DESCUBRIR TU
VERDADERA BELLEZA**

CON LA COLABORACIÓN DE
VALERIA GROISMAN



AGUILAR