



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## IDEAL FEMENINO Y SALUD: ¿RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

Caro García, Carmen  
Departamento de Enfermería  
Universidad de Sevilla  
[mcaro3@us.es](mailto:mcaro3@us.es)

Casado Mejía, Rosa  
Departamento de Enfermería  
Universidad de Sevilla  
[rcasado@us.es](mailto:rcasado@us.es)

Negrillo Durán, Carmen  
Departamento de Enfermería  
Universidad de Sevilla  
[mnegrillo@us.es](mailto:mnegrillo@us.es)

### RESUMEN:

El análisis cualitativo de los discursos orales y escritos del alumnado de 1º de Grado en Enfermería, ha permitido comprobar la insatisfacción con la autoimagen de las alumnas, así como la identificación con un ideal femenino mediático, frente a la mayor satisfacción de los alumnos con su autoimagen, y la casi nula identificación con un ideal masculino mediático. Nuestro objetivo es cuestionar los valores y normas inscritos a dichos "modelos ideales femeninos", su relación directa con la salud, la reproducción de desigualdades a través de los mismos, así como la responsabilidad de los medios de comunicación en la salud de las mujeres.

### PALABRAS CLAVE:

Género, salud, imagen corporal, adolescentes, satisfacción corporal, autoestima, medios de comunicación.



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## INTRODUCCIÓN:

La autoimagen hace referencia al concepto que tenemos sobre nuestra imagen corporal, sobre nuestro cuerpo. La conciencia corporal va evolucionando en el proceso de desarrollo físico y psíquico, y constituye un elemento clave en la estructura de la identidad de la persona.

La imagen corporal que se va construyendo en la adolescencia no sólo es cognitiva, sino que está afectada por valoraciones subjetivas y por los contextos socioculturales (Colas Bravo, 2011)<sup>939</sup>. Son por ello claves los modelos que se reproducen en los medios de comunicación, y en la actualidad no se cuestiona el papel de los medios de comunicación como mecanismos de reproducción de identidades al ofrecer modelos y esquemas con los que identificarse, y procesos de negociación que permiten al receptor reproducir y/o innovar estos modelos recibidos (Medina Bravo y Rodrigo Alsina, 2009).

Estudios actuales indican que alrededor del 70% de mujeres adolescentes y 50% de hombres adolescentes desean cambiar su cuerpo, tanto en el tamaño como en la forma (Brown and Slaughter, 2011; Hildebrandt, Langenbucher, Schlundt, 2004). Por otra parte otros estudios internacionales indican que la interiorización de un ideal de delgadez corporal afecta de forma directa a una mala imagen corporal y a una baja autoestima (Bessenoff, 2006; Brown and Slaughter, 2011). Los "modelos ideales" en la actualidad van asociados a una extrema delgadez para las chicas y a una perfecta armonía muscular para los chicos. Investigadoras de nuestro contexto como Pilar Colas y Nuria Castro (2011) han comprobado que debido al momento evolutivo en el que se encuentran tanto chicos, como chicas adolescentes se alejan por completo de los ideales de belleza establecidos en la sociedad actual caracterizados por una extrema delgadez femenina y por el desarrollo corporal masculino en cuanto a musculatura se refiere.

Por ello, la baja autoestima y el deseo de cambiar su cuerpo hacen vulnerables a y los adolescentes al maltrato corporal como estilo de vida, y cada vez son más frecuentes los trastornos de conducta en la adolescencia relacionados con la imagen corporal tales como anorexia, bulimia o vigorexia (Pastor, 2004). La adolescencia es una etapa especialmente vulnerable ya que en ella se adquieren las pautas de comportamiento y los valores de género y salirse de los condicionantes sociales de género puede ocasionar serias dificultades en las relaciones sociales y en la construcción de la identidad, originando aislamiento y desadaptación (Yubero Jiménez y Navarro Olivas, 2010). Creemos que la identificación con los modelos ideales lleva inscrito la baja autoestima y el maltrato corporal, así como pautas, valores y comportamientos de género.

---

<sup>939</sup> El equipo de investigación "*Investigación, Evaluación y Tecnología Educativa*" de la Universidad de Sevilla inicia en 1999 la línea de investigación *Género y Educación*. Desde esta fecha este equipo de investigación está trabajando, tanto desde una perspectiva teórica como empírica, llevando a cabo estudios empíricos en contextos escolares.



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

La autoestima hace referencia al valor que cada persona tiene por sí misma. En esta valoración desempeña un papel importante el “yo ideal”, es decir aquello que desearía ser o alcanzar la persona. Un parámetro para medir la autoestima es la diferencia entre cómo soy y cómo me gustaría ser. Cuanto más próximos estén, mayor es la autoestima, cuanto más desvinculados más baja autoestima.

Como formadoras de profesionales de la salud, somos conscientes de la estrecha relación que existe entre la capacidad de autocuidarse y la capacidad para cuidar a los y las demás. Una persona que no sabe cuidar de sí misma, difícilmente sabrá cuidar con calidad. El autocuidado es una expresión del nivel de autoestima, y tiene claras incidencias sobre el autoconcepto, relegándose en actitudes y comportamientos con uno/a mismo/a<sup>940</sup>. Por ello trabajamos dentro de la relación intrapersonal, el *autoconcepto*, *la autoimagen* y *la autoestima*, en el contexto de la asignatura de Enfermería Psicosocial. Estos conceptos son trabajados en seminarios mediante dinámicas individuales y grupales. El análisis que a continuación mostramos ha sido realizado a partir de los discursos orales y escritos del alumnado recogidos en las memorias y observación directa en los seminarios dedicados al trazo de estos temas.

La Enfermería Psicosocial parte de un marco donde el ser humano se concibe como un ser global integrado por componentes biológicos y psicológicos, en interacción constante con el entorno en el cual está inmerso. Entendiendo por entorno todo aquello que rodea a la persona incluyendo tanto aspectos físico-ambientales como familiares, culturales, políticos y económicos<sup>941</sup>. Partiendo de esta concepción global del ser humano, la salud se entiende como un estado de equilibrio o armonía entre las distintas dimensiones que componen la persona y entre ésta y su entorno. La enfermedad, por tanto no se aborda como un hecho aislado, sino en relación con factores propios de la persona y del entorno social en el que está inmersa. La sociedad actual propone a través de los medios de comunicación modelos de mujeres y hombres que construyen identidades que podrían llevar a desencadenar enfermedad.

El objetivo fundamental de la enfermería es el desarrollo de la salud y la prevención de la enfermedad. Por ello desde esta perspectiva planteamos el análisis de los discursos del alumnado y nuestra reflexión al poder de los medios de comunicación.

Por último referir que abordamos el análisis desde la perspectiva de género, ya que trabajamos en establecer estrategias encaminadas a producir cambios personales, sociales y comunitarios que favorezcan la autonomía, la independencia y el empoderamiento de las mujeres, que nos capaciten para desarrollarnos como seres humanos con plenos derechos, en igualdad con los hombres (Andrés Domingo, 2004).

---

<sup>940</sup> La asignatura es trabajada a nivel teórico a través de manuales . Las citas nombradas están basadas en uno de ellos *Enfermería Psicosocial y Salud Mental*, de Gloria Novel, M<sup>a</sup> Teresa Lluch y M<sup>a</sup> Dolores Miguel (2000).

<sup>941</sup> .Ibidem (:3)



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## OBJETIVOS

- Identificar la autoimagen del alumnado y su relación directa con la salud
- Reflexionar sobre los mensajes ocultos tras los “modelos ideales de feminidad”
- Reflexionar sobre la Influencia de los medios de comunicación en la construcción de las identidades de hombres y mujeres

## METODOLOGÍA

La metodología utilizada ha sido cualitativa, siendo la unidad de observación el alumnado matriculado en la asignatura “Enfermería Psicosocial”: 67 alumnas y 19 alumnos.

La asignatura se desarrolla en clases teóricas en grupo grande de 50 estudiantes y seminarios de dos horas de duración, en grupos de 10-12 alumnas y alumnos.

El trabajo realizado corresponde a las tres sesiones de seminario dedicadas a la Relación Intrapersonal, donde trabajamos (autoimagen, autoconcepto y autoestima). Este trabajo se realiza a través de dinámicas de grupo e individuales, y tras ellas el alumnado comparte de “qué se ha dado cuenta”, posteriormente recogen en una memoria individual sus reflexiones. En esta memoria igualmente han sido recogidas las respuestas a preguntas que se planteaban en el aula para trabajar de forma individual la autoimagen, autoconcepto y autoestima.

Dentro de los ejercicios realizados en estos tres seminarios, vamos a nombrar en los que hemos basado el análisis:

- Dinámica sobre la *“Presentación del propio cuerpo”*: presento mi cuerpo al grupo y lo describo expresando: “Qué me gusta y qué no me gusta de mi cuerpo, y si cambiaría algo”.
- Las preguntas siguientes: *“¿Cómo soy y cómo me gustaría ser?”*. Tras estas preguntas se les formulaba la siguiente *¿Existe algún personaje famoso con el que me identifique?*
- Dinámicas relacionadas con el cuidado del cuerpo, han puesto en evidencia que el cuidado se considera sólo en su dimensión estética, para alcanzar una determinada imagen.

A partir de dicho trabajo hemos realizado un análisis cualitativo de los discursos<sup>942</sup>:

- De los discursos escritos: a través de las memorias del alumnado, correspondientes a los tres seminarios.

---

<sup>942</sup> El discurso entendido como aquello existente tras el texto, ya sea oral o escrito. El **Texto**, es lo más concreto, sería lo materialmente producido por el grupo y recogido en la transcripción, mientras que el **Discurso** sería la producción del investigador a partir de lo existente en el texto. (Conde, 1990:94)



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

- De los discursos orales: aportaciones hechas en las sesiones de seminarios, al hilo de los trabajos vivenciales.

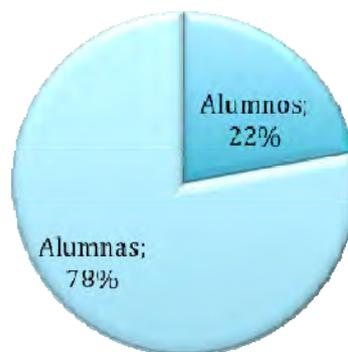
## RESULTADOS

*"...toda niña es concebida como una mujer completa, pero luego se la va incapacitando progresivamente desde que nace hasta que se muere."*

Germaine Greer

- Se han analizado un total de 76 memorias, de las cuales 67 han sido de alumnas y 19 de alumnos.

## Distribución



Aunque la distribución de la muestra estudiada no sea proporcional en cuanto al nº de alumnos y alumnas, los datos revelan una realidad que queremos mostrar.

- Del total de las **67 alumnas**, tan sólo dos de ellas han referido no identificarse con ningún ideal femenino, aunque a pesar de ello reflejan no estar satisfechas con su autoimagen:

*"Me gustaría ser un par de cm **más alta**, el pelo un poco más claro, las orejas pegadas y no pido mucho más, **más delgada**. Nunca he pensado en querer ser como otra persona porque pienso que cada uno es como es. Si es por elegir a alguna chica conocida diría Megan Fox, aunque creo que está operada de varias partes de su cuerpo y las operaciones estéticas las veo innecesarias."*

Nos gustaría mostrar que la identificación con un modelo femenino, a veces es clara y evidente:

*"Me gustaría ser mas morena de piel, tener el pelo lacio, una dentadura perfecta, una piel más suave pues tengo la piel bastante seca, las uñas bonitas, menos vello en el cuerpo o tenerlo más rubio, no tener pecas en la cara, ni tener tantos lunares en ciertas partes del cuerpo como espalda y brazos. Me gustaría parecerme: Irina Shaykhislamova (novia de Cristiano Ronaldo, jugador del Real Madrid) o Sara Carbonero."*

Y otras no tan evidente:

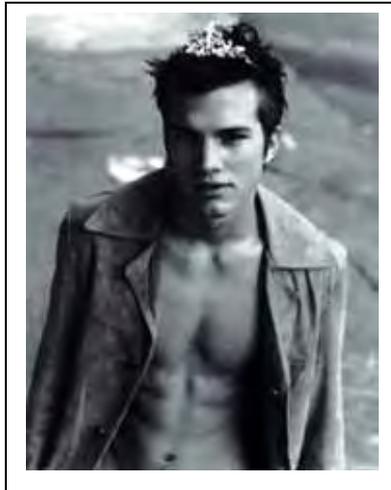
*"Me gusto tal como soy, exceptuando mis caderas y mis pechos. Estoy muy contenta con mi cara, no la cambiaría por la de nadie. Mi cuerpo puede que sí, por el de Sara Carbonero"*

Aparecen como una constante descripciones de *una misma* como la que a continuación mostramos.

*"Soy....bajita, pelo rizado, pelo castaño, cara pequeña, ojos pequeños y marrones, nariz grande, labios gruesos, caderas anchas, poco culo, bastante pecho, manos pequeñas, piernas cortas y muslos gorditos, piel blanca y pies pequeños y feos. Me gustaría ser: alta, ojos grandes, dientes perfectos y bonitos, ser finita (piernas y barriga delgada), pechos grandes, bonitos."*

- Del total los **19 alumnos**: tan sólo un alumno refiere un modelo de ideal masculino:

*"Me gustaría tener los músculos un poco mas marcados, ser unos centímetros más alto y que me desapareciera un poco mi cara de niño. Me gustaría tener o un pelo rizado o un pelo liso pero no ambas cosas como los tengo yo. Me gustaría parecerme a Ashton Kutcher.....es el hombre por el que me gustaría cambiarme"*



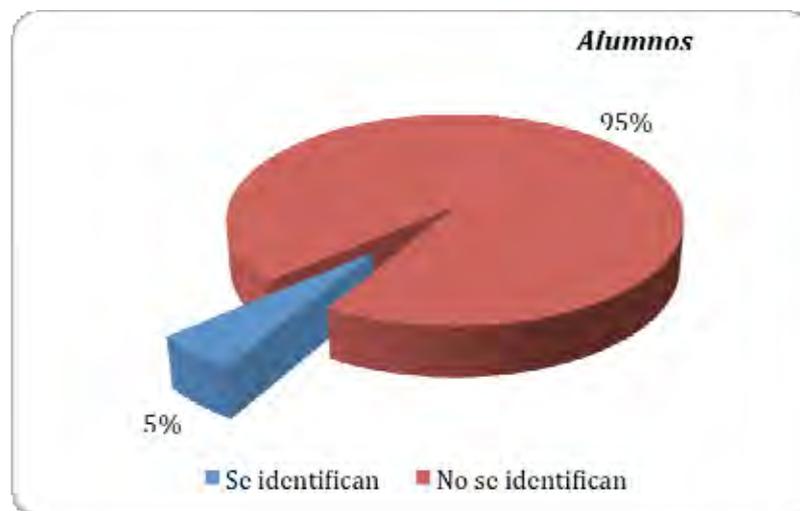
Seis del total de alumnos se encuentran satisfechos con su imagen:  
*"Estoy bien, no cambiaría nada", "Tengo un buen cuerpo"*

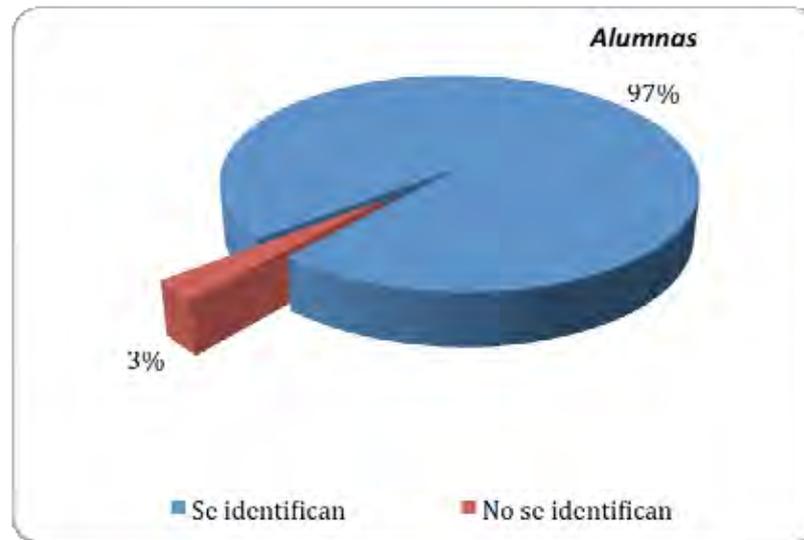
De los doce restantes todos refieren que les gustaría algún cambio, pero no cambiarían del todo su físico. Tendríamos que decir, que aunque no se identifiquen con un modelo ideal masculino concreto, los rasgos aislados que mencionan, parecen corresponderse con el actor antes mencionado, Ashton Kutcher :

*"Me gustaría ser un poco más alto", "Me gustaría tener una boca perfecta", " Me gustaría tener menos pelo en los brazos y en el pecho", "Me gustaría tener tabletas, ser más atlético"*

Por tanto si comparamos los datos de alumnas y alumnos en cuanto a la identificación con "modelos ideales", podemos ver que los datos son inversamente proporcionales:

### *Identificación con "Modelos Ideales"*





- Si igualmente comparamos el grado de satisfacción con el cuerpo, alumnos y alumnas, los datos que aparecen son inversos. Consideramos:
  - *insatisfechos o insatisfechas* cuando declaran querer cambiar más de tres partes de su cuerpo, unido a la identificación con un ideal mediático.
  - *Cambiaría algo*: desearía poder cambiar una o dos partes de su cuerpo.
  - *Satisfecha o satisfecho*: refiere que le gusta su cuerpo.



## Alumnas: Satisfacción con el cuerpo



- Aparecen un total de **15 mujeres como "ideales femeninos"**, conocidas a través de los medios de comunicación y todas ellas mujeres con gran repercusión mediática. Las nombramos refiriendo el nº de veces que aparecen nombradas:

<i>"Ideales femeninos"</i>	<i>Frecuencias</i>
Sara Carbonero	8
Angelina Jolie	8
Irina Shaykhislamova	8
Megan Fox	7
Shakira	7
Beyonce	7
Inma Cuesta	5
Blanca Suárez:	4
Jenifer Aniston:	2
Keira Knightly:	2
Evangeline Lilly:	2

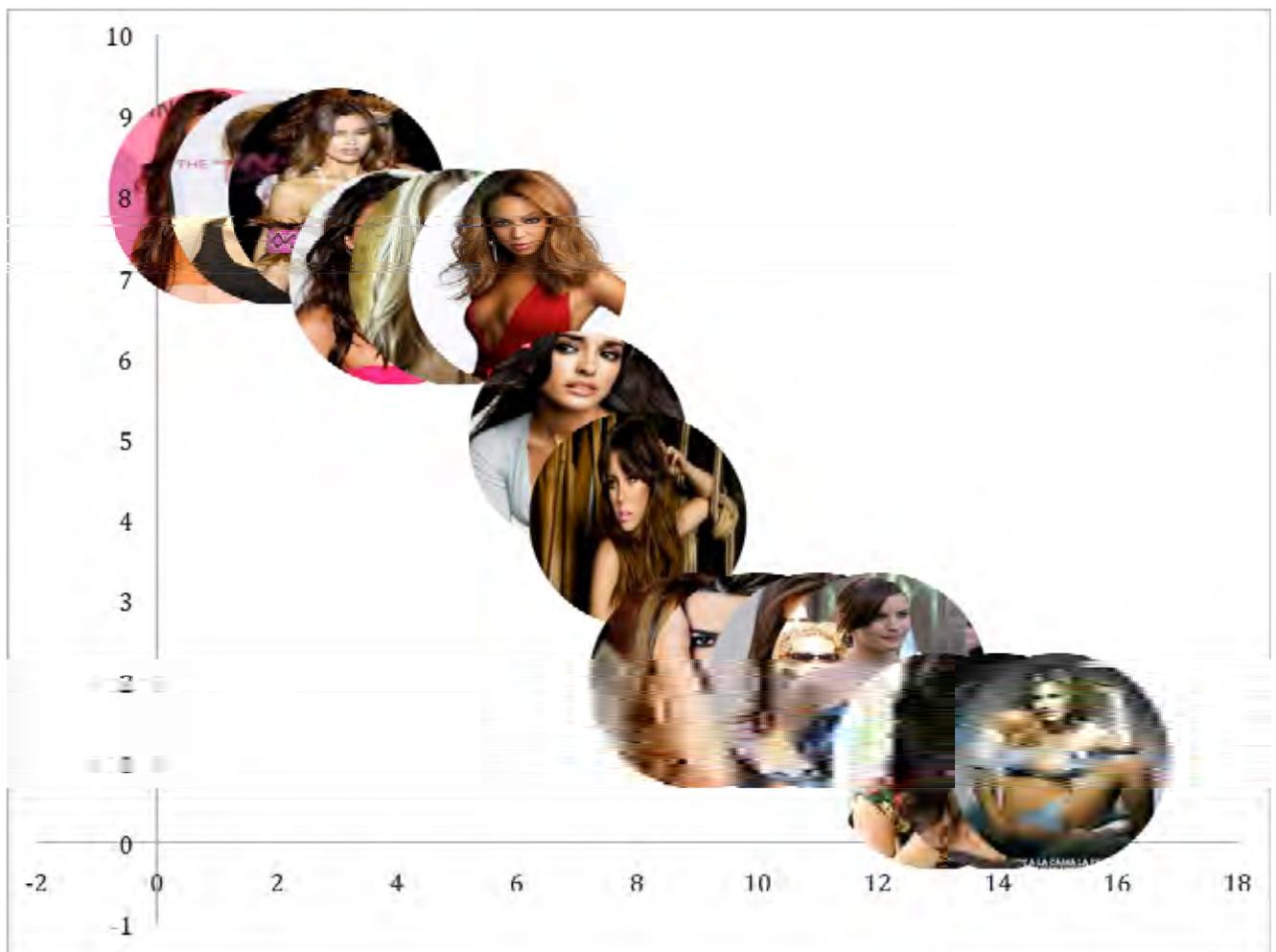


# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Amaya Salamanca	2
Liv Tyler:	1

*Aunque en apariencia estas mujeres parezcan diferentes...*





# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

*...podríamos apreciar al observarlas que todas presentan rasgos comunes:*

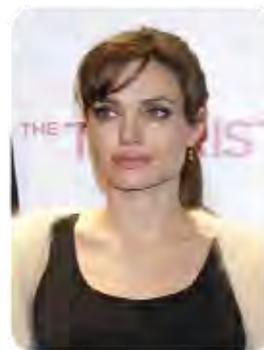




Estas características construyen un *modelo ideal de mujer*, el cual se corresponde con los rasgos que desean poseer las alumnas. El modelo ideal de mujer podríamos equiparlo a una "mujer 10". Al buscar en internet imágenes de "mujer 10", nos aparece en primer término Angelina Jolie, con mensajes como los que reflejamos a continuación:



"Angelina Jolie es todo un ejemplo de **súper mujer**: seis hijos, rodajes y estrenos por todo el mundo y una importante labor humanitaria



"Su innegable belleza hechiza tanto a hombres como a mujeres, gracias a unos **rasgos perfectos...**"



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## *Maternidad, cuidado, cooperación, sensibilidad y mujer virtual aparecen de la mano.*

El que estas características sean vistas como "positivas" hace que toda la carga oculta pase desapercibida. Correspondería a lo que Miguel Moya (Yubero y Navarro, 2010)<sup>943</sup> nombra como *sexismo benévolo*, el cual legitima y mantiene la desigualdad, así como favorece la subordinación de la mujer. Según esta perspectiva, las mujeres se merecen protección y son necesarias para la felicidad del hombre.

Todo lo oculto se transmite sin necesidad de conciencia ni discurso, como otros muchos elementos que marcan el orden social, "cuerpo a cuerpo". Como refiere Bourdieu (2000), es *a través de la experiencia de un orden social "sexualmente" ordenado y los llamamientos explícitos al orden que les dirigen sus padres, sus profesores y sus condiscípulos, dotados a su vez de principios de visión adquiridos en unas experiencias semejantes del mundo, las chicas asimilan, bajo forma de esquemas de percepción y de estimación difícilmente accesibles a la conciencia.... Esto nos lleva a considerar normal, natural y por tanto a anticipar su destino. Estos principios "se transmiten en lo esencial, de cuerpo a cuerpo", sin la necesidad de la conciencia y el discurso, por lo que de ahí la dificultad de actuar sobre ellos.*<sup>944</sup> Se va tejiendo una disciplina constante que concierne a todas las partes del cuerpo, naturalizando una ética, una manera de comportarse. Por ello no es extraño que sea **una constante en los discursos de las alumnas frases como las que a continuación se recogen:**

- *"Cuando gane dinero me opero, y me sentiré más segura"*
- *"Daría lo que fuera por tener más pecho"*
- *"No me gustan nada mis labios, en cuanto pueda me los pongo como los de Angelina Jolie"*
- *"Pienso hacerme la liposucción cuando pueda y dejarme de rollo de planes de adelgazar"*
- *"Odio mis piernas, son gordas y peludas"*

---

<sup>943</sup> Los autores en su capítulo abordan el sexismo como socialización negativa, y para ello toman como punto de partida la concepción de sexismo de Miguel Moya: *prejuicio basado en el género que designa las actitudes sobre los roles y responsabilidades considerados adecuados para hombres y mujeres, incluyendo las creencias sobre las relaciones que tienen que mantener entre ellos*. Así el autor distingue entre sexismo hostil (diríamos el explícito) y el sexismo benévolo.

<sup>944</sup> Para Bourdieu esa moral es ejercida continuamente mediante la presión sobre lo externo.



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## DISCUSIÓN

Parece que cada día resulta más difícil ser mujer, las contradicciones con las que se enfrentan las mujeres jamás habían sido tan dolorosas como ahora. La mujer de carrera no sabe si debe hacer su trabajo como hombre o a su manera. ¿Tiene que transformar su organización o dejar que ésta le aplaste? ¿Debe soportar el acoso o defenderse a puntapiés y hacerse acreedora de algún apodo? ¿La maternidad es un privilegio o un castigo? (Green, 2000).

El ideal de mujer con las características expuestas responde a una *construcción virtual de mujer*. Para dicha construcción es necesaria la intervención quirúrgica del cuerpo, la cual aparece como una constante posibilidad en el futuro inmediato de las alumnas, tanto en los discursos orales, como escritos.

Es compartido que prácticamente todas las operaciones estéticas se practican a mujeres y que prácticamente todas las personas que se dedican a esculpir a las mujeres sean hombres (Greer, 2000). Esta realidad parece reflejar la estructura de la sociedad occidental, jerárquica y patriarcal, lo que conlleva que las relaciones humanas no sean igualitarias, sino de poder, de dominio/sumisión en todos los ámbitos. Situando a los hombres con derecho y capacidad de decidir sobre la vida y los cuerpos de las mujeres (Andrés, 2007).

Los resultados parecen reflejar esta desigualdad oculta: frente al 97% de las alumnas que se identifican con un modelo ideal (que llevaría consigo el maltrato corporal para obtenerlo), tan sólo el 5% de los alumnos se identifica con modelo masculino. Pero como docentes y profesionales de la salud, queremos tener presente y no obviar, que más del 50% de los alumnos no se sienten totalmente satisfechos con su cuerpo, por lo que parece que decir que el modelo social actual es perjudicial para la salud de las mujeres es un hecho obvio e indiscutible, pero creemos importante nombrar que lo es también para la salud de los hombres.

Muchos investigadores de estudios de masculinidades están de acuerdo que el fiel cumplimiento del modelo social de la masculinidad tradicional hegemónica (MMTH), es un factor de riesgo de primer nivel para la salud y hace que las vidas de los hombres estén marcadas por el control de sí y de los demás (Bonino, 2002). Y aunque no todos los varones siguen este modelo, a través de la socialización, impregna todos los ámbitos.

Apoyar y contribuir en los mecanismos que perpetúan la construcción de identidades virtuales de mujeres, es contribuir a crear mujeres inseguras, infelices, y vulnerables al maltrato interno y externo. Apoyamos a Germaine Greer, cuando refiere que la retórica de la igualdad se utiliza en nombre de la corrección política, para encubrir el maltrato que están sufriendo las mujeres (Greer, 2000).



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

El periodismo no ha sido una excepción en la historia de la discriminación de género, y es un hecho que la paridad no existe en los medios de comunicación. Investigadoras como Ofa Bezunartea, M<sup>a</sup> del Mar García y Ana Rodríguez (2011) afirman tras los resultados de sus estudios, que la visibilidad femenina es calificable de "ridícula".<sup>945</sup>

Por ello es importante que las mujeres tengan más presencia en los medios de comunicación, ya que sabemos que la capacidad de los medios de comunicación de influir en la opinión y el comportamiento de los ciudadanos y ciudadanas está contrastada, y si las mujeres no tienen protagonismo en estos espacios públicos nos encontramos con que la voz del 50% no está siendo escuchada (Caro y Bezunartea, 2011). Sin embargo, no basta con mayor representatividad de las mujeres en los medios de comunicación, además estas mujeres tienen que estar comprometidas con el cambio. Actualmente series de televisión y programas de entretenimiento basados en actualidad informativa, utilizan estereotipos de género como apoyo para la comicidad (Quintana y Plaza, 2011), y en ellos probablemente trabajen mujeres.

## CONCLUSIONES:

Es alarmante que futuras profesionales de la salud contemplen el "maltrato al cuerpo" como algo necesario para conseguir el bienestar y la felicidad personal. Esto está en relación directa con el impacto que la socialización ejerce sobre todos y todas, la reproducción de modelos a través de los medios de comunicación, así como la vulnerabilidad en determinadas edades ante la presión social que ejerce el valor de la imagen del cuerpo, sobre todo en las mujeres.

Para formar a enfermeras y enfermeros que puedan responder al derecho de cuidado de la salud de las mujeres y de los hombres, desde una perspectiva integral y sensible a la perspectiva de género, es necesario el trabajo de las creencias aprendidas. Nuestra preocupación y ocupación en esta línea es una constante como docentes (Casado, 2011)<sup>946</sup>.

Por todo lo expuesto podemos afirmar que los medios de comunicación juegan un importante papel. Por ello creemos que las profesionales y los profesionales de la salud y medios de comunicación podrían trabajar en unión para deconstruir estos modelos virtuales, y con ello contribuir a la salud de mujeres y hombres.

Somos conscientes que tanto los medios de comunicación, como la docencia y el sistema de salud están cargados de los mismos sesgos sexistas que el resto de las estructuras sociales

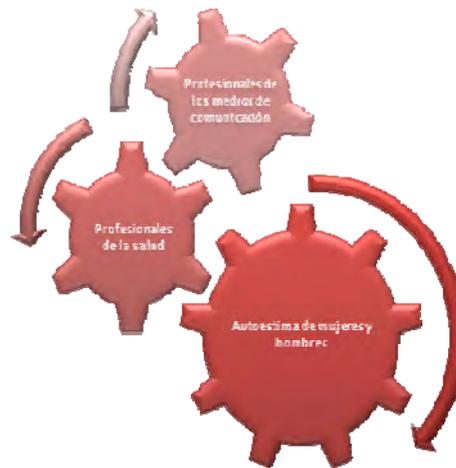
---

<sup>945</sup> Realizan un estudio de seis periódicos y avalan lo expuesto con sus resultados.

<sup>946</sup> Los resultados del trabajo de investigación *Nuevas metodologías para abordar el proceso de enseñanza-aprendizaje en género*, presentados en el III Congreso Universitario Nacional Investigación y Género, reflejan nuestra constante como docentes en esta línea.

existentes, por ello es responsabilidad de todos y todas realizar análisis para promover salud y cambios dirigidos hacia la búsqueda de una práctica profesional basada en el respeto, el buen trato y la equidad entre de hombres y mujeres. Creemos en la capacidad de la persona de cambio a través del conocimiento de otras realidades, unido a la toma de conciencia, autoconocimiento, decisión de cambio y trabajo personal.

A través del estudio realizado nos gustaría contribuir a crear nuevos mecanismos:



*donde los medios de comunicación actúen como mecanismos de reflexión sobre los modelos y esquemas con los que identificarse, favoreciendo y permitiendo a mujeres y hombres que consigan el poder y el valor para realizar el pleno potencial de sus vidas.*

*Las autoras*



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

## BIBLIOGRAFÍA

Andrés Domingo, Paloma (2004): *Violencia contra las mujeres, violencia de género* en Ruiz Jarabo, Consue, Blanco Prieto, Pilar: *La violencia contra las mujeres: Prevención y detección. Cómo promover desde los servicios sanitarios relaciones autónomas, solidarias y gozosas*. Ediciones Díaz Santos, Madrid (17-38).

Bessenoff, Gayle R. (2006): "Can the media affect us? Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal", *Psychology of Women Quarterly*, 30, (239-251).

Bezunatrea, Ofa, García, M<sup>a</sup> del Mar, Rodríguez, Ana (2011): *La paridad ni llega a las noticias. Escasa representación de la mujer como cargo y como fuente* en Larrondo Ureta, Ainara, Meso Ayerdi, Koldo: *III Jornadas Mujeres y Medios de Comunicación*, País Vasco (5-28).

Bonino Méndez, Luís (2002): *Masculinidad, salud y sistema sanitario-El caso de la violencia masculina*, en Seminario sobre Mainstreaming de género en las políticas de salud en Europa. Instituto de la Mujer. España/OMS.

Bourdieu, Pierre (2000): *La dominación masculina*. Anagrama, 6<sup>a</sup> edición Barcelona.

Brown, Felicity L. and Slaughter, Virginia (2011): "Normal body, beautiful body: Discrepant perceptions reveal a pervasive 'thin ideal' from childhood to adulthood", *Body Image*, N<sup>o</sup> 8, (119-125).

Casado Mejía, Rosa *Nuevas metodologías para abordar el proceso de enseñanza-aprendizaje en género* en Vázquez Bermúdez, Isabel, *Investigación y Género. Logros y Retos: III Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*.CS9 Producciones S.L.N.E. Unidad para la Igualdad. Universidad de Sevilla ( 274-289).

Caro, Francisco J., Bezunartea, Ofa (2011): *Metodología para analizar la perspectiva de género en los medios de comunicación* en Larrondo Ureta, Ainara, Meso Ayerdi, Koldo. *III Jornadas Mujeres y Medios de Comunicación*, País Vasco (29-48).

Colás Bravo, Pilar; Villaciervos Moreno, Patricia (2007): "La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes", *Revista de Investigación Educativa*, Vol. 25, N<sup>o</sup> 1 (35-58).

Colas Bravo, Pilar; Castro Lemus, Nuria (2011): *Autoimagen corporal de los adolescentes. Investigación desde una perspectiva de género*, en Vázquez Bermúdez, Isabel, *Investigación y Género. Logros y Retos: III Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*.CS9 Producciones S.L.N.E. Unidad para la Igualdad. Universidad de Sevilla (346-360)



# I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Conde, Fernando (1990): "Un ensayo de articulación de la perspectiva cuantitativa y cualitativa en la investigación social". *Revista española de Investigaciones Sociológicas*, Nº 51 (91-117).

Greer, Germaine (2000): *La mujer completa*, Editorial Kairós, Barcelona.

Hildebrandt, Tom; Langenbucher, Jim and Schlundt, David G. (2004): "Muscularity concerns among men: development of attitudinal and perceptual measures", *Body Image*, Nº 1, (169-181).

Medina Bravo, Pilar; Rodrigo Alsina, Miquel (2009): "Análisis de la estructura narrativa del discurso amoroso en la ficción audiovisual. Estudio de caso: 'Los Serrano' y 'Porca Misèria'", *Zer*, Vol. 14, Nº 27, (83-101).

Novel Martí, Gloria, Lluch Vanut, M<sup>a</sup> Teresa, Miguel López de Vergara, M<sup>a</sup> Dolores (2000): *Enfermería Psicosocial y Salud Mental*, Masson, Barcelona.

Pastor, Rosa. (2004): *Cuerpo y Género: Representación e imagen corporal*, en Barberá, Esther y Martínez Benlloch: *Psicología y género*, Person Educación, Madrid, (217-240).

Quintana Paz, Nuria, Plaza, Juan F. (2011): *El humor que no da risa. El sexismo en los programas de entretenimiento televisivo* en Larrondo Ureta, Ainara, Meso Ayerdi, Koldo: *III Jornadas Mujeres y Medios de Comunicación*, País Vasco (87-105).

Yubero Jiménez, Santiago; Navarro Olivas, Raúl (2010): *Socialización de género*, en Amador Muñoz, Luis V; Monreal Gimeno, M<sup>a</sup> del Carmen: *Intervención Social y Género*, Narcea S.A., Madrid.