

La influencia de Internet, en el contexto de los medios de comunicación, en la anorexia y la bulimia. Estudio Delphi a expertos relacionados con la salud.

Dra. M^a Victoria Carrillo Durán (Universidad de Extremadura)

Dra. Mònika Jiménez (Universidad Pompeu Fabra)

Dra. María F. Sánchez Hernández (Universidad Rey Juan Carlos)

Abstract

Este estudio se enmarca en el contexto del proyecto I+D "LA PUBLICIDAD DE TV ENTRE OTROS FACTORES SOCIOCULTURALES INFLUYENTES EN LOS TRASTORNOS DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA. ESTUDIO EN SANAS, ENFERMAS Y EXPERTOS" perteneciente al Plan Nacional de Investigación Científica e Innovación Tecnológica 2007-2011 (SEJ2007-67130-C03/SOCI) coordinado por la Universidad de Extremadura y desarrollado además por la Universidad Pompeu Fabra y la Universidad Rey Juan Carlos.

Dado que Internet es un potencial medio de comunicación, parece necesario investigar su influencia en el desarrollo de conductas relacionadas con el culto al cuerpo que pueden causar enfermedades en jóvenes.

Para abordar el análisis se ha diseñado un Panel Delphi, técnica que incluye el enfoque cuantitativo y cualitativo, y que nos interesa sobre todo por su carácter subjetivo pero asentado en "expertos", considerados como tales, aquellas personas que conocen la realidad a investigar y están inmersos en el tratamiento de los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA).

Vamos a destacar aquellas respuestas que tienen más que ver con las influencias directas de los medios de comunicación, para valorar el papel de Internet entre ellos.

Los expertos consideran que los adolescentes son los públicos más influidos por los medios de comunicación en general y manifiestan mayor consenso en cuanto a que la influencia de los medios aumenta mucho hasta los 17 años y a partir de esta edad empieza a decrecer.

En la franja de edad de mayor influencia (pre-adolescentes y adolescentes) los expertos opinan que a medida que sube la edad, la influencia de Internet es más notable.

Internet se valora negativamente como medio capaz de influir en los jóvenes en cuanto a la presentación de páginas pro-anorexia y bulimia y otros contenidos nocivos. Internet se considera más como factor de refuerzo que causal en el desarrollo de los TCA en mujeres.

Palabras clave: Trastornos de la Conducta Alimentaria, medios, Internet, jóvenes

Introducción

La presión mediática supone un elemento social influyente que en ocasiones puede ayudar en la aparición de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA). Tanto la anorexia como la bulimia nerviosa son enfermedades que afectan en mayor parte a mujeres adolescentes.

Cabe señalar que estas enfermedades son de carácter multicausal, y por tanto su abordaje es interdisciplinar.

Este trabajo presenta los resultados de la primera fase del proyecto I+D "La publicidad de televisión entre otros factores socioculturales influyentes en los trastornos de la conducta alimentaria. Estudio en sanas, enfermas y expertos", concedido por el MICCIN (2007-2011).

En particular, la comunicación presenta los resultados del panel Delphi que se ha completado con dos oleadas de 28 y 19 expertos seleccionados a través de la Asociación Española de Trastornos de la Conducta Alimentaria (AETCA).

La influencia de los medios

El desarrollo de la "cultura audiovisual" en occidente ha desencadenado la alarma frente a la influencia social que los medios pueden ejercer en la juventud (Fernandez, 2002; Sánchez, Megías, Rodríguez, 2004). La investigación de la influencia de los medios y su efecto socializador es una tónica general en los estudios de comunicación desde la Escuela de Frankfurt, pionera en el análisis de la cultura de masas (cine, TV, publicidad...).

En esta línea, varias investigaciones han detectado la influencia de los medios de comunicación - y otros agentes sociales- en la difusión de un ideal estético delgado (Andersen y Didomenico, 1992; Wiseman, Gray, Mosiman y Ahrens, 1992).

En los años sesenta, la investigación académica anglosajona, al albor de la preocupación de las asociaciones feministas por las representaciones elaboradas por los medios de comunicación, dio el primer paso en la investigación sobre las imágenes de las mujeres. Desde entonces se vienen realizando trabajos cuyos resultados apenas sorprenden: la escasa representación de las mujeres frente a los hombres y la presencia de imágenes que refuerzan estereotipos.

Por otra parte, ha sido ampliamente tratado el papel de los medios en la infancia y la adolescencia, lo que se concreta en tres perspectivas diferentes:

- La primera considera que los jóvenes son receptores pasivos, expuestos a la manipulación mediática. Es la corriente del "impacto", desarrollada desde la sociología clásica con conexiones con la psicología conductista, fundamentalmente con las teorías del aprendizaje social. El objeto de estudio es, fundamentalmente, la audiencia: hábitos de consumo televisivo, etc.

- La segunda, inspirada preferentemente desde la sociología del conocimiento y la psicología social y cognitiva, entiende la existencia de filtros mediadores, variables contextuales. Entre el mensaje y el receptor se interponen rasgos de carácter individual, social o cultural que condicionan y relativizan la recepción. El objeto de estudio: el propio medio, la función socializadora del medio.
- La tercera sitúa la cultura audiovisual juvenil como una de las facetas integrantes de la cultura general. Habría que situar el objeto de estudio en el proceso de recepción, con lo que los métodos de investigación sobre sujetos de esta franja de edad supondrían el procedimiento de estudio.

Objetivo del estudio

Nuestro propósito en este trabajo es analizar el marco actual de Internet en el contexto de los medios de comunicación en su relación con los TCA.

Para ello trataremos de exponer los resultados de la primera fase del proyecto I+D “La publicidad de televisión entre otros factores socioculturales influyentes en los trastornos de la conducta alimentaria. Estudio en sanas, enfermas y expertos”, financiado por el MICCIN, 2007-2011.

Dentro de esta primera fase del proyecto se desarrolló un panel Delphi para evaluar la opinión de los expertos sobre cuáles son los factores socioculturales relacionados con los medios de comunicación que pueden afectar a los jóvenes a la hora de sufrir un TCA y como pueden influir particularmente cada uno de ellos.

Metodología: panel de expertos. Método Delphi

El Panel Delphi (Best, R., 1974 pp 447-452) es una técnica que incluye el enfoque cuantitativo y cualitativo, y que nos interesa sobre todo por su carácter subjetivo pero asentado en “expertos”, considerados como tales aquellas personas que conocen la realidad a investigar, y que por cercanía con el entorno en el que están inmersos, los Trastornos de la Conducta Alimentaria, determinarán el panorama actual de los medios y nos guiarán en las pautas y elementos a tener en cuenta para el futuro de estas enfermedades.

Partiendo del estudio documental y de la realización de cuatro entrevistas en profundidad a expertos de TCA de gran prestigio entre la comunidad médica en esta especialidad, hemos determinado los posibles factores que luego han sido sometidos a la consideración de los expertos a través del panel.

El panel se ha llevado a cabo en dos oleadas y la participación de los expertos ha sido de 28 en la primera y 19 en la segunda. Los expertos han sido seleccionados a través de la Asociación Española de Trastornos de la Conducta Alimentaria (AETCA).

Esta técnica permite la realimentación y el enriquecimiento de las opiniones puesto que los expertos conocerán las opiniones de sus compañeros de panel sin saber quiénes son, evitando el sesgo y fomentando la creatividad de respuestas y puntos de vista, para determinar las coincidencias presentes y las pautas de actuación futuras del fenómeno a observar.

Este panel Delphi a expertos (especialistas en TCA) se desarrolló en las siguientes fases:

- FASE PREVIA: elaboración de la base de datos de expertos en TCA. La población objetivo para el panel Delphi han sido seleccionados a través de AECTA (Asociación Española de TCA). El panel DELPHI es una técnica cualitativa que no requiere un número concreto de participantes, sino que éstos sean realmente especialistas en el tema que se evalúa.
- CONSTITUCIÓN DEL PANEL DE EXPERTOS: se seleccionaron aquellos que, cumpliendo los requisitos mínimos de experiencia, decidieron voluntariamente participar en el desarrollo del panel de expertos en las dos oleadas previstas.
- APLICACIÓN DEL PANEL DELPHI a "expertos" a través de un cuestionario delimitado en bloques temáticos y con un total de 33 preguntas divididas en: aspectos epidemiológicos, hipótesis, factores de influencia en los TCA, Internet, revistas juveniles, publicidad, información, moda, concienciación social, estrategias, decálogo de los TCA, tendencia futura en la representación del cuerpo ideal.

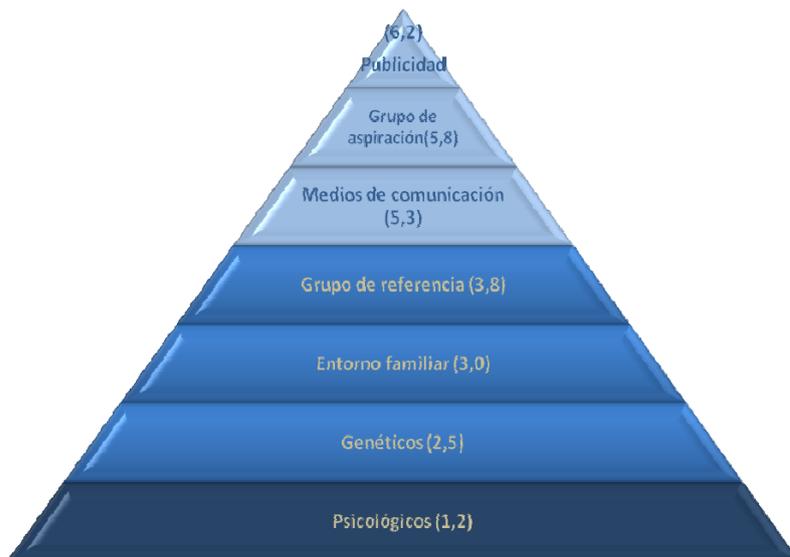
Resultados

A continuación vamos a describir algunos de los principales resultados alcanzados a través del acuerdo de los expertos del panel llevado a cabo.

Vamos a destacar aquellas respuestas que tienen más que ver con Internet en el contexto de los otros medios de comunicación.

En primer lugar, decir que los datos representan en su mayoría la media alcanzada de las respuestas obtenidas en cada pregunta, este dato se verá matizado por el grado de acuerdo habido, lo que valoraremos a través de la desviación típica (Dt), cuyo valor hemos situado en menor de 1 para que podamos decir que ha existido acuerdo entre los participantes en el panel.

Gráfico 1. Influencia de los medios de comunicación en los TCA

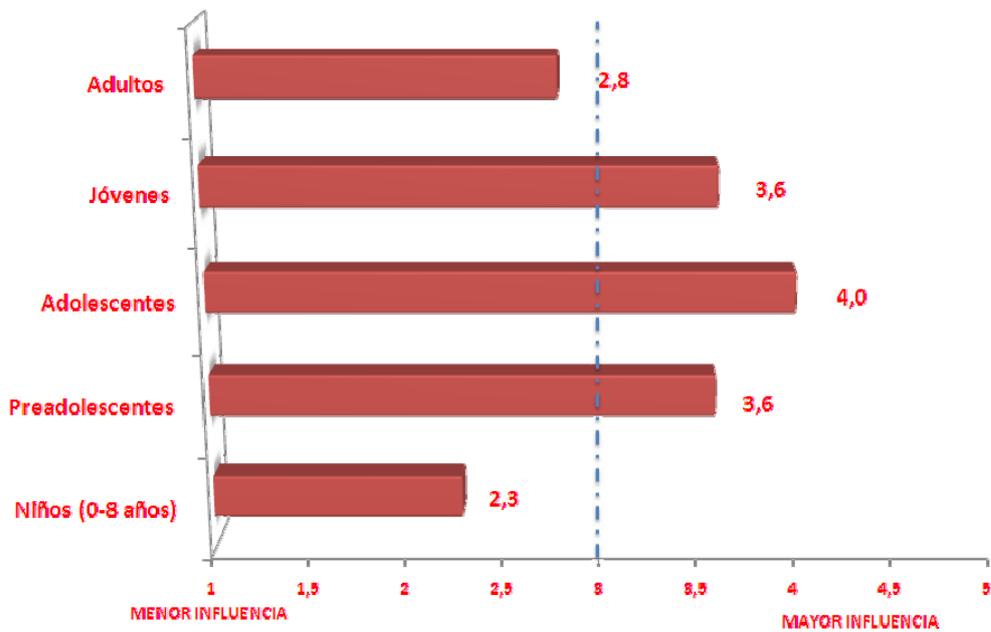


Los expertos opinan en mayoría que los medios de comunicación no son la influencia más directa en los TCA, aunque en este apartado el consenso no se alcanza puesto que la desviación típica es mayor de 1.

En el gráfico 2 observamos que los expertos consideran que los adolescentes son los públicos más influidos por los medios de comunicación en general. Hemos considerado que el grupo de adolescentes debe ser dividido entre pre-adolescentes y adolescentes, los primeros entre 9-12 años y los segundos entre 13-16. Por otra parte estarían los menores de 8 años y los jóvenes entre 17-25 años.

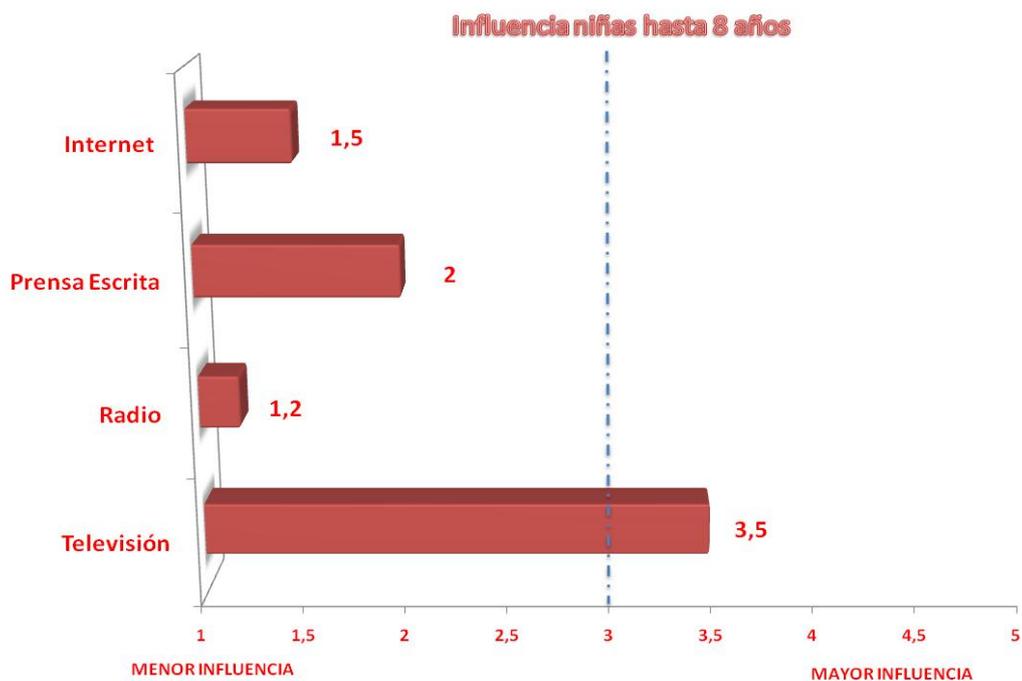
Aparte de estos datos generales debemos considerar que los expertos manifiestan mayor consenso en cuanto a la influencia de los medios en adolescentes (Dt .524) y jóvenes (Dt .597) No parece haber consenso cuando valoran la influencia mediática en niños (0-8 años) y el consenso es menor al hablar de pre-adolescentes (Dt .684).

Grafico 2. Influencia de los medios por grupos de edad.



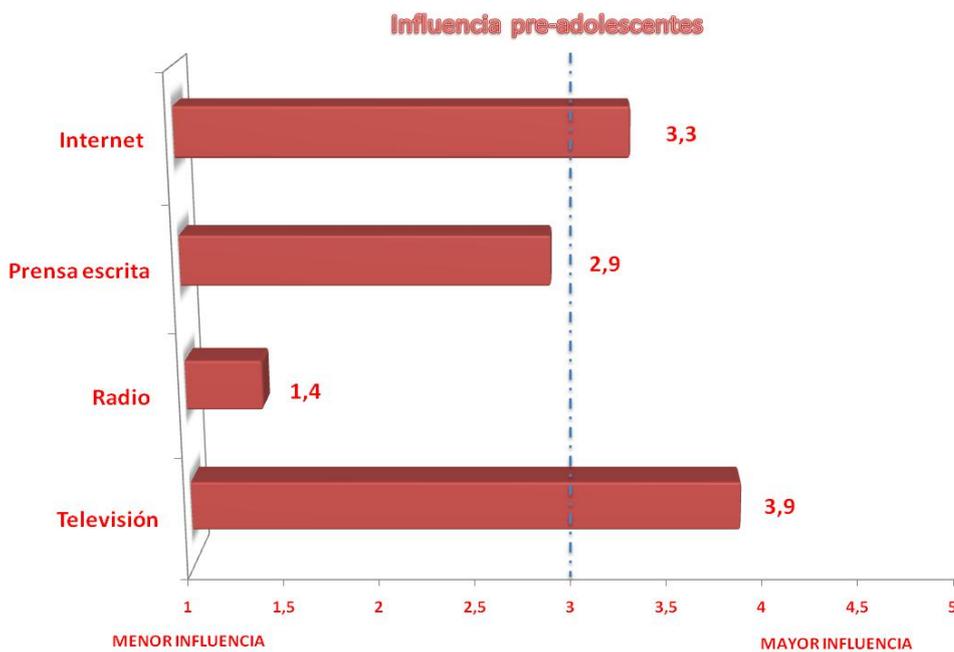
Como vemos, las categorías de pre-adolescentes y adolescentes presentan rangos diferentes, pudiendo decir que la influencia de los medios aumenta mucho hasta los 17 años y a partir de esta edad empieza a decrecer nuevamente la influencia.

Grafico 3. Influencia de Internet entre otros medios en niñas menores de 8 años.



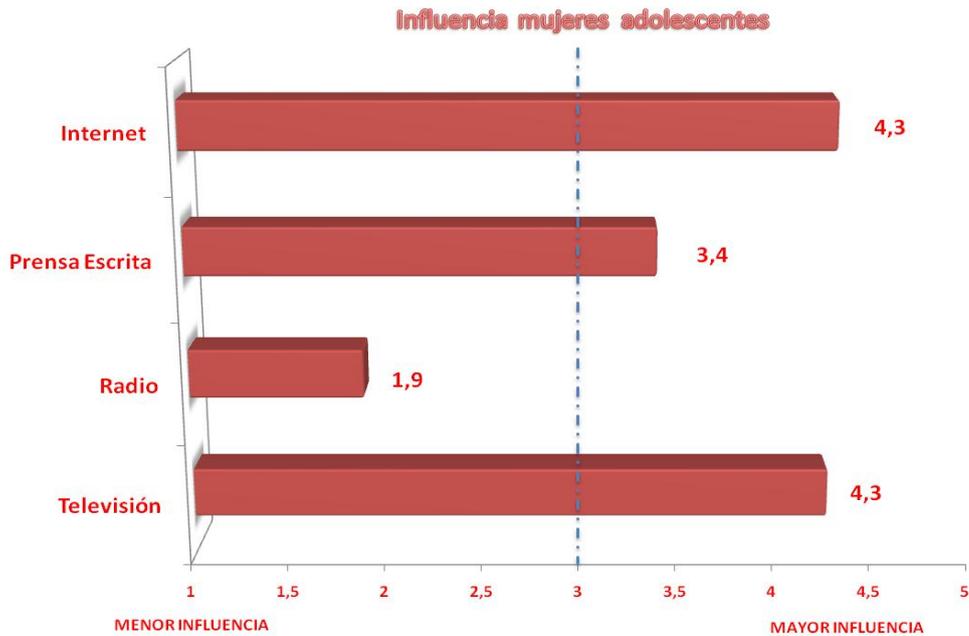
Si lo que valoramos es la influencia de Internet en relación a otros medios, en diferentes rangos de edad, podemos decir que la influencia de Internet en niñas más pequeñas es menor que la de la televisión o la prensa, alcanzando un consenso del panel relativamente alto (Dt ,772)

Gráfico 4. Influencia de los medios por grupos de edad. Pre-adolescentes mujeres



En el gráfico 4 vemos como en el caso de las pre-adolescentes, los expertos manifiestan mayor acuerdo al hablar de la influencia de la radio y de la televisión (que alcanza la media más alta) y menor consenso cuando opinan sobre la prensa (Dt .809) y la influencia de Internet (Dt .885) que aparece de forma muy destacada en las medias alcanzadas por los panelistas.

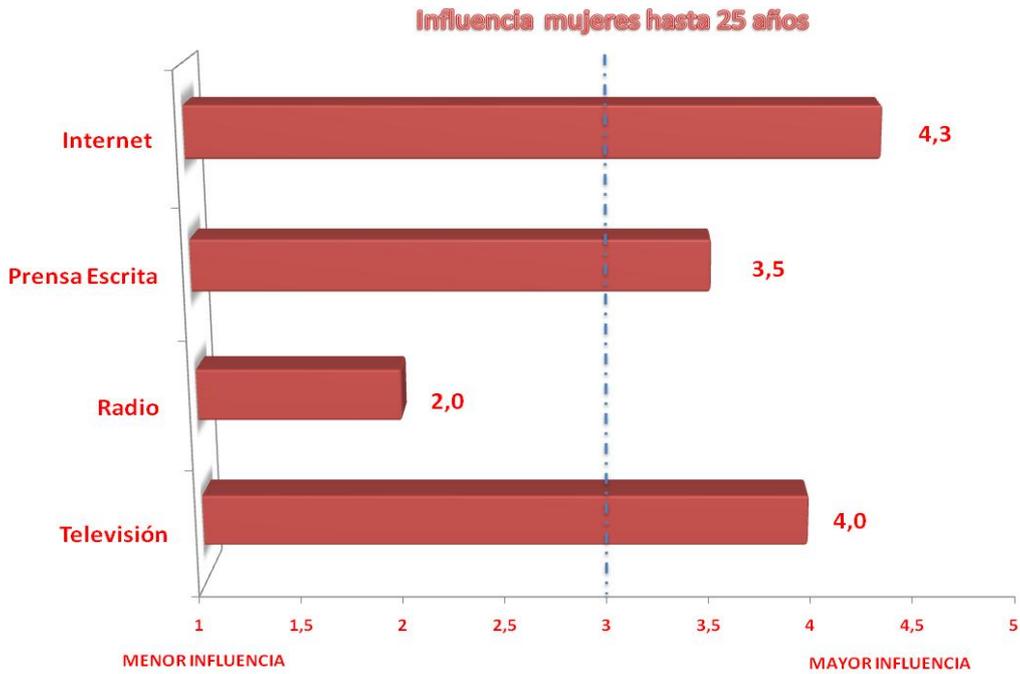
Gráfico 5. Influencia de los medios por grupos de edad. Adolescentes mujeres.



En esta categoría de edad adolescente (Gráfico 5), los expertos presentan mayor acuerdo al referirse a la influencia de la prensa (Dt .692) e Internet (Dt .671), que alcanza una media muy alta e igual a la influencia de la televisión, que con igual media presenta menor consenso entre los panelistas (Dt .733) que Internet.

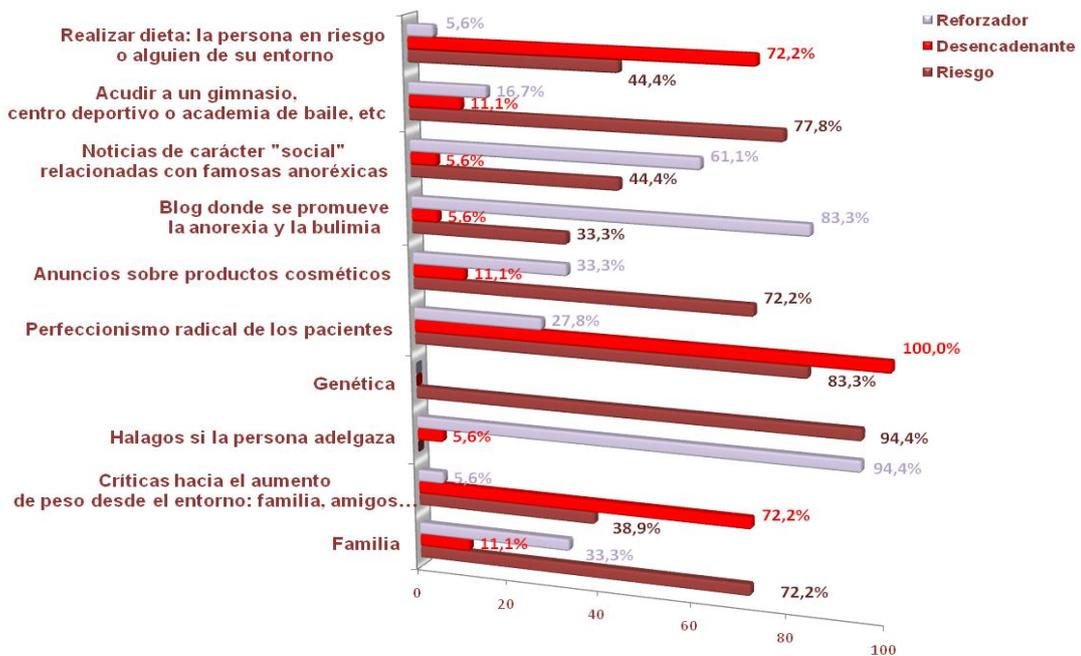
En la franja de edad de pre-adolescentes y adolescentes los expertos opinan que la influencia de la televisión es mayor que la de otros medios, pero a medida que sube la edad, la influencia de Internet es más notable.

Gráfico 6. Influencia de los medios por grupos de edad. Mujeres hasta 25 años.



Según los datos generales, la influencia de Internet sube al considerar su repercusión entre mujeres de más de 25 años, habiendo un consenso realmente alto entre los panelistas (Dt.,562).

Gráfico 7. Factores de riesgo, desencadenantes y reforzadores de TCA



De este gráfico podemos destacar que la presencia de blogs pro-anorexia y bulimia supone para la mayoría de los expertos un factor reforzador de un TCA o en su caso un factor de riesgo, pero en menor medida se considera un elemento desencadenante de la enfermedad, alcanzándose el consenso máximo de los panelistas en torno a este ítem (Dt ,236). En general el acuerdo es también muy alto al considerar los blogs como reforzadores (Dt. ,383) y factores de riesgo (Dt. ,485). No existe gran dispersión de los panelistas en torno a ninguna de las posibilidades y por tanto podemos considerar sobre todo, que los blogs pro-TCA en Internet ayudan a reforzar el trastorno ya instaurado más que a provocarlo.

En el gráfico 8 se muestran los resultados de las consideraciones generales que hace la muestra de expertos en torno a Internet, alcanzándose la máxima media en torno a que Internet no informa rigurosamente de los TCA, aunque no hay mucho consenso en torno a esta pregunta (Dt. 1,211). Por otra parte, el máximo consenso se alcanzó al considerar a la Red como un medio que es capaz de crear fenómenos culturales más que a reflejarlos (Dt.,767), aunque no muchos panelistas seleccionaron esta opción ya que la media de este ítem es baja. Por otra parte, los panelistas están más cerca de pensar que Internet es directamente responsable de los TCA, pero no en exceso, puesto que la media es baja, sí que existe gran consenso en torno a esta opinión (Dt.,767).

Gráfico 8. Consideraciones generales en torno a Internet y los TCA

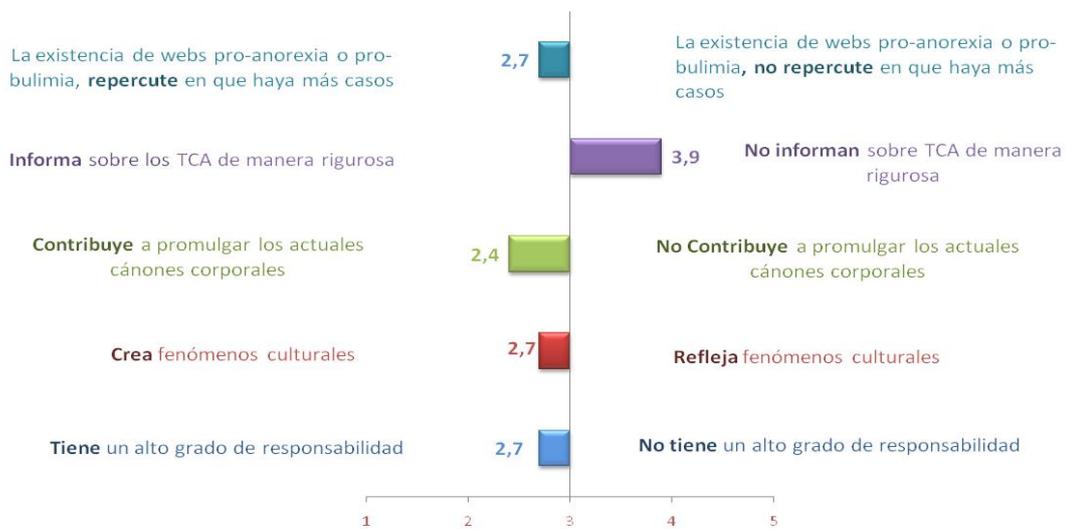
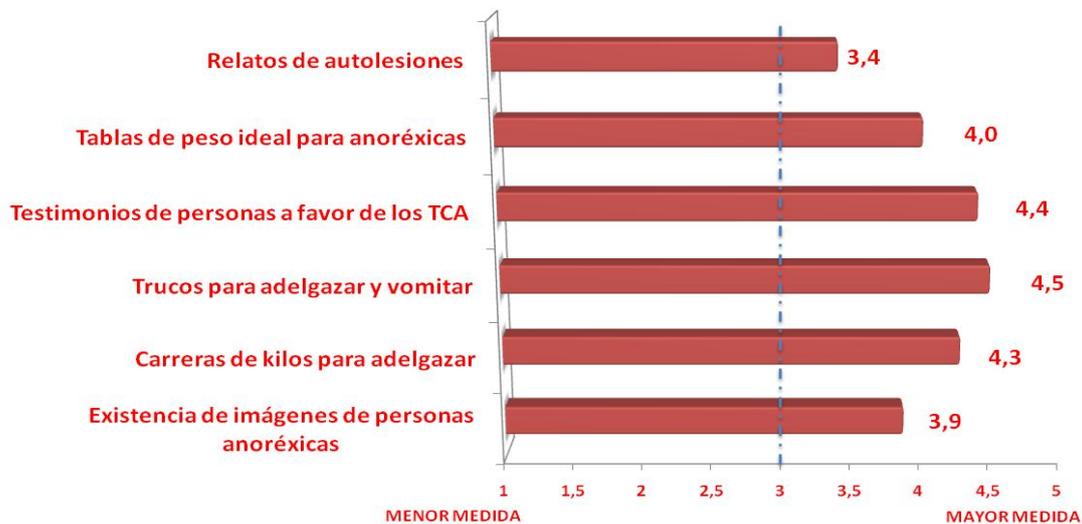


Gráfico 9. Principales contenidos de Internet en torno a los TCA



Según el gráfico 9, los contenidos presentes en Internet, y relacionados con los TCA, que se han considerado, alcanzan una media considerable entre los panelistas, por lo que todos son importantes en el contexto de los TCA y preocupantes en cuanto a las consecuencias de su presencia en la red. Destacan la presencia de imágenes de personas anoréxicas, los trucos para adelgazar y vomitar, los testimonios de enfermas y las carreras de kilos, que se consideran los

más populares, y por ello, más perjudiciales para las jóvenes. En cuanto al consenso de los expertos en torno a estos contenidos relativos a actitudes sectarias, es alto en la presencia de imágenes de personas anoréxicas (Dt.,459) , trucos (Dt.,513), las tablas de peso ideal (Dt.,577) y las carreras de kilos (Dt.,582), no siendo nada despreciable para el resto de contenidos, como la presencia de autolesiones (Dt.,761) y testimonios (Dt.,684).

Gráfico 10. Principales contenidos de Internet en torno a los TCA (cont.)



Como en el caso anterior, la presencia de contenidos sectarios en la Red alcanza también su máxima expresión con la presencia de la enfermedad como un estilo de vida, teniendo la media más alta y con un consenso muy alto de los panelistas (Dt.,513), seguido por la aparición de líderes tóxicos (Dt.,567) con una media alta también, la presencia de mandamientos y decálogos (Dt. ,621), mensajes negativos hacia padres o asociaciones de ayuda (Dt.,856) y rechazo a personas curadas (Dt.,733) todos ellos con amplio consenso por parte de los expertos.

Conclusiones generales

Como resumen de todo el trabajo preentamos algunas conclusiones derivadas del estudio.

- A partir de los 16 años la influencia de los medios en los TCA decrece y sobre todo el lugar de la televisión es ocupado por Internet.
- Los medios como Internet presentan un papel secundario pero interesante sobre todo en lo que respecta a la presentación de información poco rigurosa sobre dietas y prototipos de mujer imposibles de alcanzar.
- Internet se valora negativamente como medio capaz de influir en los jóvenes en cuanto a la presentación de páginas pro-anorexia y bulimia de gran aceptación entre la comunidad enferma, en donde se muestra a los TCA como un estilo de vida.
- En cuanto a los contenidos más nocivos presentes en la Red, destaca la presencia de imágenes de anoréxicas y la información sobre trucos para adelgazar o vomitar, aunque el resto de contenidos y mensajes sectarios parecen también muy influyentes en los TCA.
- Internet parece erigirse según los médicos expertos en un factor de refuerzo del trastorno o incluso de riesgo, y en menor medida se considera un factor causal o desencadenante.

Referencias

- Andersen, Arnold E. y Didomenico, L (1992): "Diet vs. Shape content of popular male and female magazines: A dose-response relationship to the incidence of eating disorders?" *International Journal Eating Disorders*, 11, pp. 283-287
- Best, Roger J. (1974): "An experimental in Delphi Estimation in Marketing Decision Making" *Journal of Marketing Research*. Novemver, pp. 447-452.
- Fernández Cavia, José (2002) *El consumidor adolescent, televisió, marques i publicitat*. Barcelona: Aldea Global.
- Sánchez, Lorenzo, Megías, Ignacio, Rodríguez Elena (2004): *Jóvenes y publicidad: valores en la comunicación publicitaria para jóvenes /Madrid: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)*.
- Wiseman, Claire V, Gray, James J, Mosiman, James E y Ahrens, Anthony H (1992): "Cultural expectations of thinness in women: an update" *International Journal of Eating Disorders*, 11,pp. 85-89.