

DARRERE EL MIRALL

CONNEXIONS VIRTUALS: LES XARXES SOCIALS I ELS TRASTORNS DE
CONDUCTA ALIMENTÀRIA



Aina Carol i Berta Morillo

2n de batxillerat B

Tutora: Laura Lloret

ÍNDEX

1. Abstract	3
2. Introducció	4
2.1. Hipòtesi	4
2.2. Objectius	4
2.3. Metodologia	4
2.4. Introducció als trastorns de conducta alimentària	5
3. Exposició: marc teòric	6
3.1. Història del diagnòstic: anorèxia i bulímia	6
3.2. Història de la bellesa	8
3.2.1. El cànon de bellesa fora d'Occident	16
3.3. Importància del context històric de l'època contemporània	18
3.4. La generació Z	19
3.5. Les xarxes socials	20
3.5.1. Canons de bellesa i estereotips a les xarxes socials	21
3.5.2. Els hashtags	27
3.5.2.1. Els missatges d'advertència	32
3.6. Anàlisi: "Billete de ida y vuelta"	33
4. Experimentació: marc pràctic	41
4.1. Qüestionari: visions col·lectives	41
4.2. Entrevista a l'Institut dels Trastorns Alimentaris (ITA): visió professional	43
4.3. Video marc pràctic: Challenges extrems	44
5. Conclusions	45
6. Bibliografia i Netgrafia	47
6.1. Bibliografia	47
6.2. Netgrafia	47
6.3. Contingut audiovisual	49
6.4. Webs restringides	49

1. Abstract

This research explores how social networks influence the development of eating disorders among teenagers. Psychosocial factors such as esthetic pressure and social comparison have been highlighted after analyzing contemporary history and beauty standards, and conducting several interviews. The study seeks to identify patterns of social network use associated with eating disorders and examine the role of teenagers in relation to them.

Aquesta recerca explora com les xarxes socials influeixen en el desenvolupament de trastorns de la conducta alimentària entre adolescents. Analitzant la història contemporània, els cànons de bellesa i realitzant entrevistes, es destaquen els factors psicosocials com la pressió estètica i la comparació social. L'estudi busca identificar patrons d'ús de xarxes socials associats als trastorns d'alimentació i examinar el paper dels adolescents davant d'ells.

2. Introducció

2.1. Hipòtesi

- A. El context històric té una gran importància en la visió actual dels cossos.
- B. La desvalorització de la dona afecta greument en la tendència a tenir un nombre més elevat de casos de trastorns d'alimentació¹.
- C. Les persones amb edats més properes a l'adolescència presenten un risc més alt a desenvolupar un TCA.
- D. Un mal ús de les xarxes socials augmenta el risc de patir un TCA.

2.2. Objectius

- A. Atendre a la influència del context històric de l'època contemporània i els efectes que ha tingut sobre els trastorns d'alimentació.
- B. Fer una anàlisi de les xarxes socials i la seva influència a la generació més afectada.
- C. Fer un recorregut evolutiu dels diferents models de bellesa femenins de les respectives societats.
- D. Identificar si les xarxes socials han estat, en aquests últims anys, una eina sociològica per estereotipar a la dona.

2.3. Metodologia

Marc teòric:

Per iniciar el projecte, es proposa un recorregut històric per veure l'evolució del concepte de bellesa, en el qual s'exposaran diversos cànons, aprofundint en el context en què es troben (històric, cultural, ideològic, etc.), per tal de determinar si estan condicionats. A més, es farà una gran indagació pel món de les xarxes socials, per així, estudiar la focalització constant en l'objectiu d'assolir un cos "perfecte".

Marc pràctic:

¹ Trastorn d'alimentació: TCA.

1. Enregistrament de les dades recollides en enquestes i entrevistes:
 - Psicòlegs d'un centre especialitzat en Trastorns de Conducta Alimentària que ens determinin l'efecte i impacte de les xarxes socials en els malalts i amb els quals puguem recolzar i contrastar la informació recollida prèviament a la part teòrica.
 - Enquestar a la població per tal d'adquirir la seva visió i coneixement d'aquesta malaltia.

2. Experimentació amb reptes: realització de *trends*² de les xarxes socials per tal de provar les perillositats a les quals sobretot els adolescents estan exposats. Es farà una reflexió dels resultats obtinguts, avaluant les sensacions. L'objectiu de la prova és demostrar que la creació d'estereotips de bellesa, condicionats per aquests *challenges*³ impossibles d'assolir, ha estat producte d'un pensament patriarcal que constitueix com a prioritat el sentit estètic i no pas la salut dels destinataris.

2.4. Introducció als trastorns de conducta alimentària

Els trastorns de la conducta alimentària són trastorns psicològics que comporten greus anomalies en el comportament de la ingesta, és a dir, la base i el fonament d'aquests trastorns es troba en una alteració psicològica. S'entén, doncs, que el símptoma extern podria ser una alteració de la conducta alimentària (dietes prolongades, negació a menjar determinats aliments, vòmit autoinduït, pèrdua de pes...), però l'origen d'aquests trastorns s'hauria d'explicar a partir d'una alteració psicològica (autoestima baixa, percepció errònia de les mateixes mides corporals, nivell elevat d'insatisfacció personal, por de madurar, índexs elevats d'autoexigència, idees distorsionades pel que fa al pes o al menjar...).

² Trend: moda.

³ Challenge: repte pròpi de les xarxes socials.

3. Exposició: marc teòric

3.1. Història del diagnòstic: anorèxia i bulímia

Els registres més antics sobre anorèxia els trobem en la religió. Allà mostraven la seva devoció per mitjà de la restricció de determinats aliments, coneguda com a “santa anorèxia”. Aquest dejuni se’l van imposar algunes santes com una forma d'ascetisme per assolir la santedat. És per això, que els trastorns de conducta alimentària no eren considerats una malaltia, sinó una conducta religiosa.

En l'actualitat hi ha certs tipus de dejunis que segueixen sense ser considerats un trastorn, com per exemple el dejuni parcial dels dies anteriors a la Setmana Santa. Un dels casos més extrems va ser el de Santa Caterina de Siena, que va morir amb 25 quilos de pes després de diversos anys de dejuni. Elles van dedicar part de la seva vida a alimentar els altres, restringint la seva dieta de manera molt severa. Van patir amenorrea, restrenyiment, dificultats per agafar el son i van tenir una vida hiperactiva: eren molt perfeccionistes i mai no se sentien segures de poder assolir l'ideal proposat.



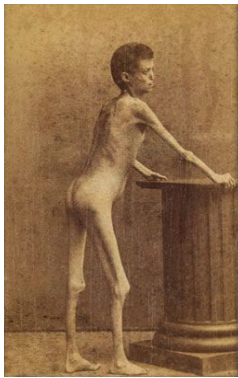
(Santa Catalina de Siena, 1746)

A l'antic Egipte també es practicaven aquest tipus de restriccions abans d'entrar als temples, com a forma de purificació de l'ànima. Durant tota l'edat mitjana es considerava el dejuni com a manera de netejar el cos i preparar l'ànima per trobar-nos amb Déu.

A partir de l'Edat Moderna aquelles dones que practicaven el dejuni van passar de ser considerades Santes, a ser bruixes. El seu destí va passar de ser la canonització, a ser la crema a la foguera i l'exorcisme. La importància no se centrava a saber si era una malaltia, sinó en si era obra de Déu o del diable.

Al segle XVII les dones dejunadores van cridar l'atenció dels metges, va ser en aquests moments quan es van determinar símptomes i conductes que totes aquestes dones tenien en comú.

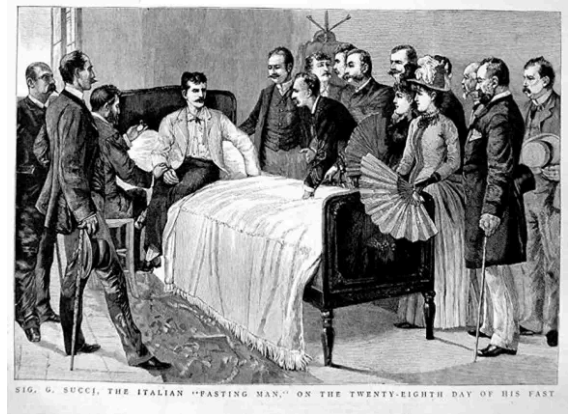
Quan va començar l'Edat Contemporània, les dones dejunadores van deixar de ser considerades bruixes i van passar a ser manipuladores, fraudulentas i una amenaça per l'ordre social.



(Dominique Castagna, esquelet vivent)

Arreu dels Estats Units i de l'Europa Occidental, això es converteix en una pura forma d'entreteniment. Apareixien tres tipus de personatges molt peculiars que utilitzaven la seva primesa, resultat de patir alguna malaltia, per obtenir beneficis de qualsevol classe. Aquests eren coneguts com a Fasting Girls, Esquelets Vivents i Artistes de la Fam .

Durant el segle XIX es produeix un creixent interès científic per l'anorèxia nerviosa, que culmina a finals de segle amb la convicció que les persones que s'abstenen de menjar són malalts i necessiten tractament. Louis-Victor Marcé (1828-1864) és el primer autor que publica un article descrivint el trastorn i destacant que el rebuig a menjar es presenta fonamentalment en noies que inicien la pubertat, atribuint-ne la causa a factors mentals i no físics.



(Artistes de la fam)

Més tard Charles Lasègue (1816-1883) descriu el trastorn tal com el coneixem avui en dia. Destaca que les medicines i els estimulants de la gana són ineficaços per ajudar a recuperar-los, i assenyala la situació d'indefensió en què es troben les famílies. Aquest autor, va entendre que per poder recuperar les pacients, era fonamental introduir canvis en les relacions que aquestes establien amb els seus

familiars i amics. Les seves descripcions i suggeriments de tractament van permetre actuacions que encara actualment continuen vigents.

Els especialistes sostenen que la bulímia va aparèixer a través de grans festes organitzades pels romans, que implicaven la ingesta compulsiva per jornades senceres i el vòmit era freqüent com a manera d'alleujar l'estómac i poder continuar menjant durant més temps. Un dels casos més famosos va ser el de Claudia Octavia, la primera dona de Neró, que va morir a causa d'aquesta malaltia, la qual va ser anomenada "kinos orexia" o "fam canina" per Galeo.

El Dr. Russell, l'any 1979, posa nom a la bulímia nerviosa per referir-se a una pauta de comportament alimentari caracteritzada pel consum de grans quantitats de menjar, seguides d'una purgació. La similitud de les conductes bulímiques amb les purgacions pròpies de les cultures romanes, posa en evidència l'existència d'aquesta patologia des de temps molt remots.

3.2. Història de la bellesa

Com els costums i modes, els cànons de bellesa femenina i masculina han evolucionat al llarg dels segles. La rapidesa en què han canviat també ha estat diferent i, actualment, ha patit una acceleració. La manera de donar-los a conèixer també ha canviat: en èpoques anteriors es feia a través de les obres d'art i de la literatura, mentre que avui dia, es mostren a través de les xarxes socials i mitjans de comunicació.



Durant la prehistòria, l'ideal de bellesa es basava en generosos atributs: amples malucs per facilitar el part i grans pits per alletar les cries, cosa que representava la seva feminitat.

(Venus de Willendorf, 27.500–25.000 a. C)

A Egipte (3500 aC) tenim una explosió d'estètica corporal. Els cossos femenins són prims, amb cabells llargs i ulls delineats. S'adornen amb collarets, polseres, flors a les mans i sabates, tot depenent de l'estrat social.

El cànon de bellesa egipci imposa com a unitat de mesura el puny. Van determinar l'alçada perfecta de les persones en 18 punys: 2 pel rostre, 10 des de les espatlles fins als genolls i els 6 restants per a les cames i els peus.

Els antics grecs (de 1200 aC al 146 dC) basaven els cànons de bellesa en la simetria perfecta, les matemàtiques i l'harmonia mitjançant l'esport i la bona alimentació. Pels antics grecs la simetria era el símbol de la bellesa i la perfecció.

És a la Grècia clàssica on apareix l'obsessió per trobar un cànon de bellesa ideal pel cos humà.



Les dones a l'Antiga Grècia eren de pits petits, primes però amb malucs amples i cuixes generoses, cabell ondulat, ulls grans, nas esmolat i galtes, boca i mentó ovalats.

(La Venus de Milo, 100–130 a. C.)

Pel que fa als homes, l'ideal de bellesa eren els cossos alts, atlètics i musculosos, amb cames llargues, molt cabell, nas i mandíbula poderosa, ulls amplis i boca petita.

Basant-se en les matemàtiques, l'escultor Policlec va desenvolupar l'ideal de bellesa conegut com a "divina proporció". Aquesta regla marcava que el cos havia de mesurar set cops el cap, per tal que tingués les proporcions perfectes. Més endavant, el també escultor Lisipo va canviar aquesta mesura, indicant que el cos havia de mesurar vuit vegades el cap. Aquest canvi es va veure reflectit a les escultures a partir del segle IV aC, que van començar a ser més estilitzades.

A partir del segle V aC, comencen a representar-se nus femenins que eclipsen per complet el cos masculí.



(Afròdita de Cnido, 360 a. C.)

Neix el mite d'Afròdita com a deessa de la bellesa, el plaer i de l'amor, representada per l'afrodita de Praxíteles, el primer nu femení que es mostrarà en públic i que es convertirà en el cànon de bellesa femenina.

El seu equivalent a Roma és Venus, en el seguici del qual es trobaven les tres deesses inferiors (Castetes, Pulchritut i Voluptes), les Tres Gràcies, competint amb ella pel do de la bellesa i que representen la verge, la dona i l'amant.



(Les tres Gràcies, 1636–1639)

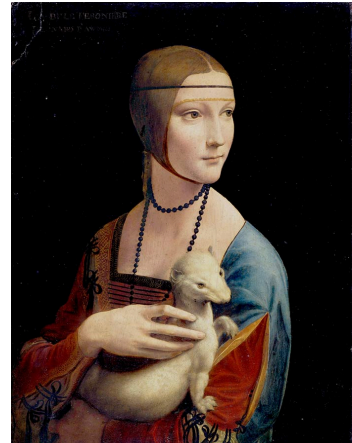
Tot això en contraposició amb l'atribució de la mitologia grega, per als quals Aglaya, Eufrosine i Talia representen la bellesa, l'alegria i la festa.

Aquesta diferència és perquè els artistes romans no buscaven representar la bellesa, sinó la personalitat humana. Solien portar els cabells mal recollits perquè sempre estaven dansant. Tot i que, en els principis de la civilització grega anaven vestides amb una fina túnica, després sempre van aparèixer nues.

L'ideal estètic del món clàssic hel·lè es basava en la simetria, segons la qual un cos és bell quan totes les parts estan proporcionades amb la figura sencera.

A l'edat mitjana, a causa de la definitiva implantació i expansió del cristianisme, es tenia la creença que l'ésser humà és concebut per les mans de Déu, sent aquest el que dota de bellesa les persones, tant externa com interna.

El cànon de bellesa de la dona d'aquella època es podria veure a les pintures, on eren representades amb la pell blanca, els cabells rossos i llargs, el nas i els ulls petits, les galtes rosades i el cos prim, amb els malucs estrets i els pits petits. Es buscava la bellesa natural creada per Déu, per la qual cosa no es feia servir gaire maquillatge. Amb aquesta descripció, s'entreu el cos d'una dona sense desenvolupar, el que el cristianisme considera símbol de puresa i innocència.

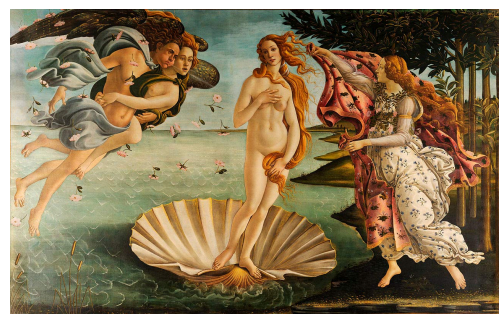


(La dama d'armini, 1489–1491)

L'home ideal era representat molt viril, amb el físic atlètic i fort, amb espatlles amples, cames llargues amb els bessons desenvolupats i els malucs estrets.

La bellesa era creació divina perquè només Déu podia crear bellesa. Encara que és en aquesta època quan el cànon canvia i ja no és, si més no, primordialment, una bellesa material o física. És aleshores quan sorgeix el concepte de “la bellesa és a l'interior”: la veritable bellesa rau en l'espiritualitat i la bondat perquè aquests trets no desapareixen amb els anys.

El Renaixement es fonamenta sobre aquestes tendències de finals de l'edat mitjana, però aquesta és també una època florent, de renovació, de descobriments, en què es lluita per deixar enrere les supersticions de l'edat mitjana fosca i es parteix de l'última època que es va considerar d'esplendor. Tornem a l'estètica clàssica i a la dona sensual.



(El naixement de venus, 1482–1485)

S'estilava la pell blanca del període anterior, però les formes són més arrodonides, les mans i els peus petits, els malucs també arrodonits i, els llavis i les galtes es vesteixen amb una mica de carmí.



(El David, 1501–1504)

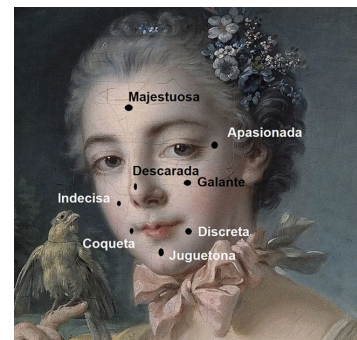
Més tard, malgrat la moralitat encara regnant durant el Renaixement, era tant l'afany per demostrar la perfecció del cos humà que es mostra nuesa a les obres.

A més, la bellesa i les matemàtiques anaven agafats de la mà.

L'època barroca (segle XVII-XVIII) manté les característiques estètiques de l'època renaixentista, però s'hi afegeix pompositat, inclosa la decoració. Els cossos es representaven amb corbes i amb molta sensualitat.

Era molt comú utilitzar perruques, tant en homes com en dones, a més de l'abús de perfum, les pólvores blanques a la cara i el cos o maquillar-se i recalcar les venes. Sense oblidar, per descomptat, la tortura de les cotilles, que literalment arribaven a privar d'aire els qui els vestien, produint desmais i malformacions òssies.

D'altra banda, a més de l'abundància de joies, va ser en aquesta època quan es va conèixer el concepte modern de maquillatge. Encara que aleshores, home i dones es pintaven a la cara una piga negra que, depenent de la seva posició, podia tenir un significat o un altre.



(Significat de la posició de les pigues)

Es comencen a estilar cossos més arrodonits:

malucs més amples i cintura estreta, braços arrodonits i carnosos, pell blanca i pits més cridaners.

Durant el Romanticisme, a finals del segle XVIII, personatges de l'aristocràcia ja comencen a rebutjar el seu cos i a sotmetre's a tècniques perilloses per tal d'aprimar-se.

Per exemple, l'emperadriu Sissi d'Àustria, que al voltant dels vint-i-cinc anys va endinsar-se al món de l'anorèxia nerviosa.

Amb el malaltís fi de mantenir el seu pes de 50 quilos, repartits en una estatura d'1,72, i de guardar la cintura de només 47 centímetres, Sissi es va inventar una sèrie de dietes d'aprimament i hàbits alimentaris.

Els seus comportaments obsessius no només van afectar les seves dietes, sinó també, les seves ocupacions diàries marcades per un frenètic afany de moure's, de no seure, de caminar hores i hores per la muntanya i de muntar moltes hores més a cavall.



(Retrat de l'emperadriu Elisabet d'Àustria, 1865)

Una barreja de carn de vedella, pollastre, cérvol i perdiu; carn freda, sang de bou crua, llet, pastissos i gelat van constituir els aliments principals de l'Emperadriu. Va prescindir durant gairebé tota la vida adulta de verdures i de fruita, a excepció de les taronges, sent aquesta la fruita que conté menys calories.

La seva gana no es mostrava davant de qualsevol. L'Emperadriu normalment desapareixia de la taula si estava en presència del seu marit o de la seva família política.

Les tortures a què va sotmetre el seu cos gràcil no només van atemptar contra la seva salut, sinó que a més van augmentar la seva irritabilitat i li van provocar insomni.

A l'època victoriana, les dones es posaven cotilles que modelaven la seva figura, alçant el pit i comprimint la cintura, fent que aquesta semblés diminuta. La creença d'aquella època imposava una cintura prima, on com més petita fos, més respectable era la dona. Això va donar lloc a greus problemes físics, on a les dones els faltava la respiració, els provocava marejos i fins i tot hemorràgies internes.

Durant el segle XX els cànons de bellesa van ser marcats, en gran part, pel cinema.



(Gibson Girl, 1890.)

A principis del segle XX, “La Gibson Girl” és l'exemple a seguir per les joves de l'època: submissió i obediència complementades amb pits alts, malucs amples.

Als anys 20, les cotilles perden popularitat i es busca un aspecte senzill, amb menys corbes i pits poc prominents, amb els cabells curts i la roba de cintura recta. S'utilitzava maquillatge en tons foscos per a llavis i ulls, així com les celles rectes o caigudes.



(L'actriu Lauren Bacall)

Als anys 30 es considera estèticament atractiu els trets marcats a les dones, sobretot els ulls i els pòmuls. També, les celles més arquejades i fines, i es comença a fer ús de l'eyeliner i els vestits són més entallats.



(Exuberància de Marilyn Monroe)

A partir dels anys 50, a occident, es considera que la dona ha de ser una bona esposa i mare, encarregant-se de les feines de la llar. El seu aspecte ha de ser impecable i apareixen les primeres “sex symbols” com Marilyn Monroe. L'exuberància femenina s'apodera de les pantalles. Es porten les corbes marcades, voluptuositat, cames infinites, ossos ben folrats, cabells rossos.

Els 60, va comportar un altre canvi en l'ideal de bellesa: prim i amb cames llargues. Models com Twiggy Lawson, es van fer famoses per les seves estretes mesures. A més, no hi havia revista femenina que no fes referència a la primesa, mitjançant la difusió de dietes, d'exercicis físics rigorosos o de les tècniques quirúrgiques més sofisticades de l'època.

A partir de diferents moviments socials, sorgeixen diferents tipus de moda, com la basada en el moviment hippie, el rock o el punk, on el concepte de bellesa passa a ser més natural i espiritual.

Els anys 80, és una època de grans canvis. El cos es mostra cada vegada més. A més, la influència dels Estats Units es comença a notar, ja que la roba i el maquillatge passen a ser més colorits i les cabelleres tenen molt de volum.

En els anys 90 es comença a parlar de bulímia i anorèxia, trastorns alimentaris fruit del cànon de bellesa gairebé impossible d'assolir.

La primera referent d'aquestes mesures corporals extremes va ser la coneguda model internacional Kate Moss.



(La model internacional Kate Moss)

El cànon de bellesa actual d'occident té algunes similituds amb el grec, ja que es busca que el cos estigui atlètic i prim mitjançant l'exercici físic i la bona alimentació.

Actualment, les dones "perfectes" són aquelles que són altes i molt primes, amb malucs pronunciats i pits grans, fermes, simètrics i sòlids. Aquestes característiques es concreten en les conegudes mides de 90-60-90. Així mateix, són qualitats del cànon de bellesa femení la pell bronzejada i llisa, els ulls grans, el nas petit, els llavis gruixuts, el ventre llis, els cabells llargs i les cames llargues i tornejades. Pel que fa als homes, es prefereix aquells que són musculosos.



(Les mides "perfectes")

En general, el cànon de bellesa actual es basa a aparentar joventut i tenir una figura ferma. És per això que tant homes com dones passen hores al gimnàs i volen seguir dietes per mantenir el cos prim. Així mateix, es recorre a l'ús de cosmètics i tractaments d'estètica.

3.2.1. El cànon de bellesa fora d'Occident

A l'hora de pensar en quin és el cànon de bellesa actual a l'Orient Mitjà, tot recau en la perspectiva d'una societat amb creences religioses i valors civils que estan molt arrelats, són molt observadors i força conservadors.

Cal tenir en compte que la zona de l'Orient Mitjà no està exempta de la influència de les xarxes socials i els seus múltiples filtres, però, tot i així, hi trobem estàndards de bellesa que els hi són molt propis.

Els trets de les dones són naturalment bells i inclouen ulls amplis amb colors que varien des dels verds o marrons, acompanyats de celles gruixudes. També es caracteritzen per les pells olivàcies, on el color de pell és important alhora de jugar amb el maquillatge i els adorns. Naturalment posseeixen una cabellera forta i copiosa de colors foscos i fibres fortes.



(Cànon de bellesa a orient)

Per una part de l'Aràbia Saudita, que observen l'Islam, els cànons de bellesa que s'enfoquen en el físic no existeixen. En aquestes comunitats, les dones no poden



(Cànon de bellesa a orient)

interactuar amb homes que no pertanyin a la seva família, i han d'aparèixer de cara al públic completament cobertes de cap a peus amb l'abaia negra, tradicional i obligatori a la religió islamista. Les dones saudites són belles amb la seva dignitat, educació i gestos.

Com les dones han de tenir la major part dels cossos coberts, la cara guanya impacte. A Aràbia, la bellesa corporal està en un segon pla, on el primer és el rostre. Un dels aspectes que es considera bonic és una pell neta i clara. Les dones gasten grans sumes de diners en la cura del rostre, els cabells i les ungles, encara que la resta no els vegi, perquè només hauria de ser vist per la seva parella, en privat.

Donen importància al cabell llis, utilitzen tractaments i allisats permanents per a aconseguir-ho. També, els ulls són molt importants, ja que en moltes comunitats és l'única zona que queda descoberta al món. Acostumen a utilitzar maquillatge, lents de contacte de colors i pestanyes postisses.

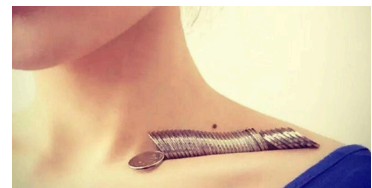
La Xina té un concepte de bellesa completament radical al d'occident.

Les xineses odien estar grasses i és per això que fan tot el possible per a semblar molt primes, perquè per a ells, això és sinònim de bellesa. Això ho porten fins a tal extrem que fins i tot algunes dones no mengen durant tot un dia per poder aprimar-se i perdre els quilos de més que havien agafat.



(Desafiament del foli, repte d'internet)

Per a elles és una autèntica obsessió, tant és així que realitzen reptes per veure qui està més prima, fent fotos en què comparen la seva cintura amb la mida d'un foli A4 en posició vertical, o que el volum dels teus genolls ocupin menys que la mida d'un iPhone o el més exagerat, posar-se múltiples monedes a banda i banda de la clavícula i evitar que caiguin.



(Collarbone challenge, repte d'internet)



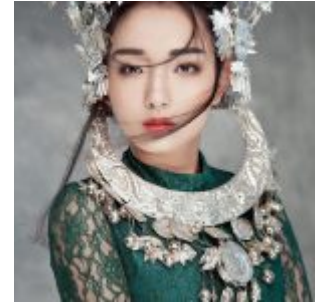
(Cànon de bellesa asiàtica)

La societat asiàtica considera que el rostre blanc s'acosta més a l'ideal de bellesa, de manera tant extrema que fan campanyes publicitàries en que encoratgen la gent quedar-se a casa o sortir amb mitges llargues per a estar més pàl·lids de pell i així, ser més atractius.

Tot i això, no es tracta només d'estar pàl·lids, els xinesos tenen altres conceptes peculiars per considerar una persona més o menys atractiva.

A les xineses els hi agrada tenir la cara petita, amb forma de pipa de meló invertida, que finalitzi amb la barbata força fina; tot i que solen tenir una cara més aviat arrodonida.

És conegut a tot el món que els asiàtics posseeixen els ulls rasgats, precisament d'aquí prové el seu nom. No obstant, per a ells això no és bell. Per a ells és tot el contrari, desitgen tenir els ulls grans, gairebé com els europeus, fins a tal punt que molts són sotmessos a cirurgies estètiques per treure la parpella de la seva posició original i poder tenir aquesta aparença perfecta que busquen.



(Cànon de bellesa asiàtica)

Finalment, el concepte de bellesa absoluta per als xinesos només el posseeixen els qui tinguin un nas alt, recte i estret.

3.3. Importància del context històric de l'època contemporània

Algunes característiques generals d'aquesta etapa històrica són la prioritització dels valors democràtics i republicans, si més no, a Occident. Això va conformar el Nou Règim, que va deixar enrere l'antic, basat en una societat estamental, amb classes privilegiades i no privilegiades. Aquest Nou Règim va néixer amb el caliu de la Il·lustració, la Revolució Industrial i el capitalisme, que va assentar la burgesia com a força principal. Els progressos en la qualitat de vida, en la tecnologia, en la medicina i en el món laboral de mica en mica van millorar la vida diària de molta gent, tot i que alguns d'aquests avenços es van produir enmig de lluites socials i conflictes de tota mena. Per contra, cal esmentar l'augment de la desigualtat socioeconòmica, l'auge dels totalitarismes i el desastre medioambiental. La probabilitat d'una extinció humana en futures dècades era una opció real.

Els darrers moviments culturals i artístics que havia deixat l'edat moderna eren la Il·lustració (basada en el coneixement, la raó i l'objectivitat) i el neoclassicisme (basat en la recuperació de l'art grec i romà, amb línies clares i senzilles). Doncs al principi de l'edat contemporània va tenir moltíssima força un nou moviment: el

romanticisme. El seu origen el trobem a Alemanya i Anglaterra, amb una escampada brutal per tot el continent influenciant des del pensament polític fins a la pintura.

El romanticisme fomentava la subjectivitat en comptes de l'objectivitat, la imaginació en comptes de la intel·ligència i allò que és sublim en comptes d'allò que és clàssic. A més, exaltava l'individualisme i el nacionalisme.

Al començament de l'Edat Contemporània, la ciència es va començar a institucionalitzar i es va practicar més enllà de les universitats. Es van crear societats i revistes científiques on es presentaven, compartien i criticaven idees, avenços i descobriments.

3.4. La generació Z

La generació Z, també coneguda com els Centennials o Post Millennials són aquells joves nascuts entre 1995 y 2010. Està caracteritzada per ser nadius digitals, és a dir, per les seves habilitats en l'ús d'internet i les xarxes socials, per haver nascut en un món amb aquests avenços tecnològics.

“Pesimistas, ansiosos, evitan los riesgos y no tienen grandes aspiraciones. Además, esta generación se informa principalmente a través de redes sociales por lo que, en general, tienen una comprensión superficial de la actualidad.”

(Lifestyle Forbes, 2018)

A conseqüència d'aquests avenços, ha canviat la manera de relacionar-se, informar-se, entretenir-se i fins i tot educar-se entre els joves i adolescents.

Una de les primeres característiques, que podem considerar tant una fortalesa com una debilitat, és la *Googleització* de la memòria.

“Si sabemos que van a guardarse los datos en dispositivos externos que tenemos al alcance de pocos clicks, la biblioteca universal más completa, solemos tomarnos muchas menos molestias en memorizar las cosas.”

(Reig, 2017)

Tot i que les tecnologies ens han ajudat a tenir un món més globalitzat, hi ha moltes preocupacions per l'exposició dels més joves a continguts que no hi són limitats o restringits, fent que aquest sector de la població tingui accés a una infinitat de material que pot arribar a perjudicar-los, tant físicament, com psicològicament.

És una generació que no sap “viure” sense tecnologia, amb la possibilitat de ser multitasques i consumir en més de dues pantalles alhora.

A més, amb la introducció de les xarxes socials, els joves se senten cada cop més compromesos a ser acceptats, tant socialment, com de manera virtual, generant cada cop més pressió a l'opinió dels altres.

3.5. Les xarxes socials

Al llarg de la història hem passat per diferents canals de transmissió a l'hora de comunicar-nos i relacionar-nos amb els altres: començant per la comunicació verbal, llenguatge de senyes, cartes, televisió. Fins a dia d'avui, que ens topem amb el gran paradigma d'internet i les diferents xarxes socials que posseïm.

Una de les característiques interessants de les xarxes socials és la seva rapidesa en accedir a qualsevol tipus d'informació: vídeos, imatges, pel·lícules, en qüestió de segons i, a més, poder-les compartir amb els seus amics, famílies o comunitats per mantenir-ne una relació constant. És a dir, la immediatesa ens satisfà.

Cada xarxa social ajuda a satisfer una necessitat. Els joves de la generació Z volen sentir-se escoltats i entesos, per això, gràcies a les xarxes socials, els joves poden compartir les seves experiències a través de fotos o vídeos, les seves opinions, mantenir-se informats, cooperar i participar a diferents comunitats on se sentin inclosos i còmodes.

A causa de l'aparició de l'internet i de les noves tecnologies, la societat ha canviat, i això ha comportat, tant canvis positius, com canvis negatius.

“Puede concluirse que el ciberacoso tiene efectos importantes a nivel emocional, psicosocial, físico y académico. (...) La exposición a estas situaciones se ha relacionado con sintomatología depresiva, ideas de suicidio, baja autoestima, ansiedad y soledad. (...) El ciberacoso se asocia con problemas emocionales y/o psicológicos (estrés, preocupación, pérdida de confianza en sí mismo, miedo, ira, etc.), problemas psicosomáticos (dolores de cabeza, abdominales, problemas de sueño, etc.) y dificultades sociales y académicas.”

(Pardo Sánchez, y otros, 2016)

A més, sabem que a les xarxes socials hi ha una idealització dels estils de vida i també cànons de bellesa implementats per les figures influents de les xarxes socials. Això provoca diferents efectes i canvis als més joves, que en excés i sense control poden desencadenar problemes greus.

3.5.1. Canons de bellesa i estereotips a les xarxes socials

Els éssers humans busquen construir un *Jo*. Aquest, canvia segons amb qui les persones es relacionin. Amb l'arribada de les xarxes socials, aquesta construcció del *Jo* pot ser cada cop més manipulable, fins arribar a una creació falsa de l'estil de vida de les persones. Això pot portar conseqüències greus, sobretot quan parlem d'estereotips de bellesa.

“El afán de una imagen ideal de la perfección puede derivar en comportamientos destructivos, hacer lo que hago no es voluntario, embellecerme, trabajar en mí misma, sino más bien lo experimento como una obligación. Muchas hablan de una voz interior, a veces incluso se le llama «El dictador» que sencillamente lo prohíbe, así que ya no es una libre elección, sino que siento una obligación que tengo que cumplir.”

(Zehetner, 2019)

Les xarxes socials com Instagram, Facebook, entre d'altres, busquen crear una comunitat on poden compartir fotos i vídeos amb la teva família, amics, parella, moments que has viscut, experiències, entre altres coses.

En aquest tipus de xarxes, sempre es busca compartir aquelles experiències que volem que les altres persones vegin i que en tinguin una percepció positiva. Això ha portat a la creació d'una sèrie d'estereotips de bellesa que poden afectar joves d'aquesta generació.

La cerca de l'acceptació a les xarxes socials per una comunitat, pot portar als joves a tenir problemes, tant físics, com psicològics.

Un dels principals agents responsables d'aquesta obsessió per aconseguir encaixar als estereotips o cànons de bellesa establerts és la publicitat, així com també la indústria de la bellesa. Això ha portat que els joves es sentin cada cop més acomplexats amb el seu físic i es deixin portar per la societat.

“La indústria de la bellesa és imparable: no es repara amb despeses, ni amb dolor, l'objectiu és la perfecció que s'ajusti a les xarxes.”

(Rezny, 2019)

Ni tan sols els resultats d'un artista en el maquillatge son suficients per apropar-se a la imatge ideal, totes les fotos són retocades digitalment, perquè el retocat es comercialitza millor.

Hi ha alguns moviments en contra d'això, corrents que volen mostrar cossos més naturals sense retocar, com per exemple, la campanya de “Dove/Real beauty-Kampagne”.



(Campanya de Dove: naturalitat dels cossos)

Dove crea un anunci sobre la influència de les xarxes socials en l'autoestima de les nenes joves, que es basa en testimonis reals: nenes que van caure al parany de les xarxes. Vol concienciar sobre el poder que tenen les pantalles, un poder que porta a problemes com els trastorns alimentaris o la depressió.

Les campanyes publicitàries de Dove fa anys que intenten dir a les dones que s'han d'estimar tal com són, i que ningú els ha de fer sentir malament per no tenir un cos «perfecte», entenent com a «perfecte» allò que una determinada moda vol imposar: la primesa extrema, per exemple.

La campanya més recent de Dove està centrada en l'autoestima de les nenes i adolescents. Sens dubte, són elles les víctimes més vulnerables davant el bombardeig de missatges que a Instagram, TikTok o Facebook es llancen sobre quin és el pes ideal o com t'has de mostrar davant els altres. Heroïnes hipersexualitzades, influencers obsessionades pel pes contra el cànon que la medicina aprova com a saludable.

Això genera greus problemes d'autoestima, que deriven, com ja apunten nombrosos estudis, en trastorns de la conducta alimentària (anorèxia, bulímia, depressió...). Davant d'això, Dove proposa un anunci perquè siguem conscients del que les adolescents troben a les xarxes i com, a poc a poc, afecta la percepció de sí mateixes. I no estem parlant dels 18 anys, sinó d'una nena preadolescent de 9-12 anys, que amb les seves lògiques preguntes i inquietuds, «aprèn» ja a internet i es compara, intenta imitar...

«L'impacte sobre la bellesa: Dove. Projecte per a l'autoestima».

ChileDove. (2023, 19 mayo). *El impacto sobre la belleza: Dove | Proyecto para la autoestima* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KQdroTpi4-Y>

L'anunci, conclou que l'impacte del contingut tòxic sobre la bellesa és major del que pensem i que les xarxes socials estan fent malbé la salut mental dels infants i adolescents.

Helmut Leder, expert en estètica, assenyala que al seguir a persones en xarxes socials que tenen una realitat millor que la d'ells, se senten condicionats i els pot portar a problemes d'autoestima greus.

Els infants i els adolescents estàn sotmesos a una pressió constant a través de les xarxes socials, degut al risc de ser jutjats constantment pels altres, inclús de ser comparats. Les crítiques a les xarxes socials fan que et qüestionis el teu valor i provoquen problemes als joves que no hi posen distància.

Segons la filòsofa, Bettina Zehetner, els estereotips de bellesa són una cosa que afecta a tots els joves, però principalment a les dones.

“A lo largo de la historia las mujeres han tenido que encajar en los distintos cánones de belleza impuestos por la sociedad. Dientes blancos, piel suave, labios carnosos, ojos seductores, el mismo estereotipo femenino de siempre parece un clon sin alma” (Rezny, 2019)

“Cuanto más navegan hoy las usuarias por Instagram, Facebook y compañía, mayor es su insatisfacción con la propia apariencia. Casi ninguna puede escapar al magnetismo de este mundo ilusorio en el que la belleza, el estado físico y el estilo de vida lo son todo. Las consecuencias fatales: obsesión por la delgadez y el ejercicio, trastornos alimenticios de todo tipo, vergüenza por el propio cuerpo y sexismo”. (Rezny, 2019)

En l'actualitat, hi ha molts estereotips a les xarxes socials, ser fitness, ser prima, conèixer diferents parts del món, apassionada per la moda o amant del maquillatge; però totes tenen un objectiu en comú, complir els estereotips, ja que, malgrat que gràcies a les xarxes podem veure molta més varietat de cossos i de continguts, els missatges d'odi també hi són presents.

A les xarxes socials es valora el desequilibri entre les dones i els homes i també es recrimina. Als homes se'ls atribueixen connotacions racionals, d'allò estable i equilibrat; en canvi, a les dones la irracionalitat, la sensualitat, l'apropament a la naturalesa d'allò més instintiu. També l'àmbit domèstic i l'obligació a ser desitjades, a ser objectes de desig.

Així ens assenyala Paula Irene Villa, sociòloga: “Vemos en las redes sociales una desvalorización de la mujer, insultos, amenazas, discursos violentos por usar palabras amables.”

(Villa, 2019)

Les dones estan condemnades a estar impecables i es venen com a objectes sexuals, sent el sexe, l'eterna fòrmula de l'èxit, aplicada especialment als cossos femenins.

“S'ha de tenir en compte que per cada deu noies anorèxiques, només hi ha un noi que ho és. I a més, ells poques vegades arriben a tenir un pes tan baix que ens obliga a ingressar-los. Als homes no se'ls exigeix que tinguin un cos prim; se'ls demana un cos musculós. En canvi, a les dones us exigeixen uns cossos andrògins, amb malucs estrets i cuixes primes.”

(Lienas 1999: 81)

Aquesta obsessió per les xarxes socials pot arribar a tenir efectes negatius com l'anorèxia:

“A través de los medios de comunicación social, se muestran modelos tanto de conducta como estéticos los cuales muchos de los jóvenes tienen tendencia a imitar, pudiendo fomentar de éste modo los trastornos de la imagen corporal e incitándoles a padecer trastornos de la alimentación motivados por la insatisfacción corporal que provoca. (...) Se puede constatar que los medios de comunicación social suponen un papel fundamental en la construcción de la identidad corporal juvenil y adolescente que puede ser el causante de enfermedades como la Anorexia Nerviosa. Esta enfermedad afecta cada día a más personas sin distinción y es por ello por lo que debemos tomar medidas al respecto para combatir a un fenómeno que está afectando en gran medida a nivel social. “

(Seva Ruíz & Casadó Marín, 2015)

Els joves a les xarxes socials no només busquen pertànyer a una comunitat sinó també ser reconeguda i acceptada per ella. “En otra época lo que se buscaba era la belleza natural, pero dejó de ser así hace mucho tiempo, ahora es más digno de reconocimiento, si he hecho un gran esfuerzo, si realmente he trabajado en ello.” (Zehetner, 2019)

Actualment les tendències han canviat, ja no és el ser prima sinó a l'estar en forma, és a dir, tenir una vida *fitness*. Però, mantenir una vida així comporta molt d'esforç i dedicació, per això Zehetner ens assenyala que mentre més esforç i treball hagi posat en complir els teus objectius *fitness*, més reconeixement i acceptació tindràs a les xarxes socials.

Hem de tenir en compte que l'obsessió per encaixar en aquest estil de vida pot arribar a que el joves deixin de veure el seu cos com una part d'ells i començar a veure'l com un objecte amb el que en realitat, no tenim una relació afectiva, sinó que el considerem un instrument funcional i només ens importa el nostre rendiment, sentint-nos millor, especials i acceptats.

Com a conclusió, Bettina Zehetner, ens parla de com la societat capitalista ens ha inculcat l'hàbit del consum, del tenir més i sempre voler més:

“Esta obsesión por los números tiene que ver con nuestra sociedad capitalista, donde todo se trata de contar, medir, de más dinero, de ganar más, de más atención. En el ámbito de las redes sociales será tal vez más clicks, más *likes*. Una cuantificación que me parece muy problemática porque cuestiona mucho la calidad.” (Zehetner, 2019)

Com a conclusió, podem dir que les xarxes socials tenen una gran influència en la societat, sobretot en el joves de les noves generacions. La búsqueda de l'ideal de bellesa o l'acceptació per la comunitat són alguns factors que fan que els joves es sentin cada vegada més pressionats, causant un canvi d'actitud i obsessió pel

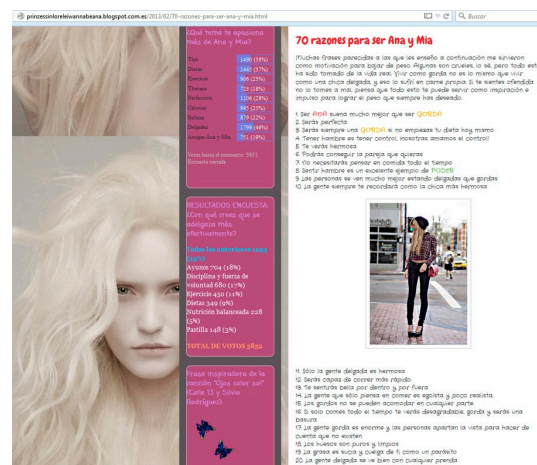
sentiment d'aprovació i acceptació, per part de la resta que configuren la mateixa generació.

3.5.2. Els hashtags

Les noves tecnologies ofereixen la possibilitat d'accedir a un nombre il·limitat de continguts i d'informació. Internet, com a plataforma d'accés al coneixement, ha esdevingut una eina a l'abast de gairebé tothom. Com sabem, però, a internet hi podem trobar tota mena de continguts il·legals i nocius amb els quals cal tenir cura, especialment, amb aquells que puguin afectar menors i adolescents.

En aquest cas, ens centrem especialment en aquells llocs web que promouen l'anorèxia i la bulímia, i les tracten no pas com una malaltia, sinó com un estil de vida.

Aquestes webs s'anomenen “pro Ana” i “pro Mia”, on “Ana” és la princesa de l'anorèxia i “Mia” la de la bulímia. Ana i Mia acostumen a anar de la mà i utilitzen lemes com aquest: “NO Abandonis l'Ana o la Mia o te'n Penediràs!” per influir als seus seguidors a seguir. A més, segueixen unes pautes concretes per tal de ser útils a l'hora d'identificar-se en les llocs més quotidians de la ciutat: les que pateixen anorèxia porten un braçalet vermell i les bulímiques liles o blau marí.



(Web Ana i Mia)

Aquestes pàgines prometen bellesa eterna i perfecta a través d'un obsessiu control sobre el propi cos. Tot això utilitzat mètodes i reptes tan impactants com “Perdre 10 kg en 1 Setmana” o “Menjars de Menys de 100 Calories”.

Els mètodes són molt similars als utilitzats pels nazis als camps de concentració: als presoners els donaven racions petitíssimes de pa per esmorzar, sopes aigualides de

verdures per dinar i sopar, i de vegades una mica de carn o peladures de patates. També se'ls forçava a pujar escales corrents, carregats amb pesos pesats, i a fer tot tipus de treballs forçats. L'objectiu era que anessin morint de desnutrició i d'excés de treball.

Doncs això mateix prediquen Ana i Mia. Només amb una ràpida ullada a qualsevol d'aquests webs, es pot veure que recomanen tot tipus d'exercicis, com més intensos millor, combinats a més amb dietes basades en aigua, refrescos light i verdures. Tota la resta sobra. Diuen: "El menjar és com l'art, està fet només per mirar-lo". A més recomanen a més purgar-se, provocar el vòmit sempre després de menjar.

En qualsevol webs d'aquestes es poden trobar tips i consells per baixar de pes ràpidament:

1. Al matí, posa una mica de te, café, llet, en una tassa i posa-ho directament al rentaplats.
2. Sempre porta xiclets i aigua.
3. Si tens gana, porta una ampolla d'aigua i llest!
4. Si t'ofereixen menjar, menja xiclet i rebutja l'oferta.

Entre elles s'animen a continuar i ha arribar al seu destí, utilitzant frases inspiradores i idealitzant la malaltia. Creen una mena de societat on comparteixen els seus "èxits", i doncs, on fomenten valors tòxics i perjudicials per la salut física i mental.

Com si no fos suficient amb Ana i Mia també apareix Lexi, que simbolitza l'Ortorèxia o obsessió per ingerir menjar saludable a base de dietes molt restrictives i sempre a la recerca del control, la voluntat, per arribar al mateix punt que l'Ana i la Mia.

A Espanya, al 2017, hi havia un total de 6.493 persones registrades a aquest tipus de webs. Els ministres de Sanitat, de Justícia, Guardia Civil, Policia Nacional i Mossos d'Esquadra, encara hi sent conscients de la problemàtica, no han ofert respostes ni solucions per acabar amb aquest problema.

Al principi d'aquestes webs es poden trobar missatges que diuen el següent:

“Hola lindas princesas, este blog es para todas las chicas que quieren ser bellas princesas. Somos pro-ana y pro-mia. Si eres menor de 15 años aléjate de este blog y si no eres pro-ana y pro-mia también, aléjate. Aquí encontrarás: dietas, trucos, experiencias; en fin, ¡nos daremos ánimos! También habrá carreras de kilos, tips de maquillaje, de cómo vestir, etc. En fin, todo lo que se merece una princesa.”

Malgrat el contingut del missatge sembli poc incentivador pel lector, aquest no és suficient cridaner com per rebutjar-lo.

En el que les persones es centren en el moment d'entrar a aquest tipus de webs són en els diversos “recursos” que ofereixen i conviden a dur a terme, com per exemple:

1. Diferents dietes miracle, perilloses i sense cap base científica.
2. “Tips”, que són trucs i consells per aprimar-se.
3. Instruccions de com vomitar i com dissimular l'acte.
4. Infinitat de noms de pastilles que ajuden a aprimar-se.
5. Càstigs que s'utilitzen si no compleixes les teves obligacions d'anorèxica: Pantes per tallar-se, fer-se ferides, i altres modes d'autolesió salvatges. Cal destacar que encara que per a nosaltres són bogeries, per a les noies que administren i dissenyen aquestes pàgines web, el càstig i el dolor formen part de ser Ana o Mia (anorèxia o bulímia).
6. Maneres d'enganyar als pares i les persones que estan al seu voltant, per poder endinsar-se cada cop més en aquests trastorns.
7. Exposen fotos de models, actrius i personatges famosos retocades amb programes informàtics per generar comparacions, complexos, i incentivar l'aprimament extrem.
8. En totes aquestes pàgines hi ha fòrums perquè cada participant expliqui la seva història. S'hi organitzen “Carreres de quilos” en què les noies s'apunten, marquen el temps que durarà aquesta carrera i “juguen” a veure qui s'aprima més. El premi és aquest: aprimar-se el nombre més gran de quilos en el menor temps possible.

Les persones que posen en pràctica tot això pateixen angoixes, pors relacionades amb la cerca d'identitat, la feminitat... Això vol dir que, davant la pregunta de qui són, qui han de ser, què esperen els altres que siguin, comencen a sentir-se perdudes, soles, sense saber a qui dirigir-se per a trobar la comprensió que busquen i necessiten.

Això és el que ofereixen les webs d'Ana i Mia, sentir-se part d'alguna cosa. Els reforça saber que hi ha altres persones com elles que senten que pertanyen a un grup, que estan acompanyades i protegides. Això fa que aquestes webs, moltes vegades, es converteixin en un tipus d'addicció per a elles.

Un contingut audiovisual que mostra la perillositat d'aquestes webs, d'aquestes "princeses", és un anunci d'Orange, la companyia telefònica, titulat: Las princesas no comen.

Orange España. (2019, 25 septiembre). *Las princesas no comen* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=WHoXAw5_gcw

"Las princesas no comen" d'Orange és un vídeo que aborda la qüestió dels trastorns de la conducta alimentària (TCA). Posant el focus en els hashtags "ana" i "mia", que estan vinculats a l'Anorexia i la Bulímia, respectivament, el vídeo destaca com les xarxes socials poden jugar un paper complex en la percepció de la bellesa i la salut mental.

"Las princesas no comen", proporciona una crida a la consciència sobre els TCA, subratllant la necessitat de canviar la narrativa que envolta aquests trastorns, i promou una conversa oberta que intenta donar suport als que els pateixen.



(Imatge amb el hashtag thinspo)

Continuant amb la línia de continguts que apareixen amb freqüència en aquestes pàgines, destaquen els denominats #thinspo o #thinspiration, models a seguir.

"Thinspo" és l'abreviatura de "thinspiration", una combinació de prim i inspiració. Es refereix al contingut d'internet que promou o fomenta objectius corporals poc saludables, alimentació desordenada i hàbits similars al "trastorn alimentari".

En aquestes pàgines web, es presenten continguts molt perillosos: des de compartir "trucs" per amagar la malaltia a familiars i amics, fins a donar-se "ànims" per aconseguir una pèrdua de pes, o la realització, per exemple, de "curses de quilos", consistents en competir per veure qui perd més pes en un període de temps determinat.



També acostumen a penjar fotografies de noies excessivament primes i el to dels missatges d'aquestes webs acostuma a ser negatiu cap a un mateix, incitant a l'autocàstig i l'autolesió, no només mitjançant conductes nocives pel que fa a l'alimentació, sinó també cap a la valoració sobre un mateix, sovint propera al menyspreu del propi cos i de la pròpia persona.

(La model internacional Kate Moss)

Les costelles exposades, les clavícules que sobresurten es consideren ideals. Els pioners de "Thinspo" descriuen amb entusiasme les seves dietes de fam perquè altres puguin copiar-les.

El més habitual és que darrera d'aquests hashtags trobem una persona afectada per un trastorn de la conducta alimentària, com també ho acostumen a ser els usuaris que visiten i interactuen en aquestes pàgines.

El 2014, Atkinson va tenir la seva primera trobada amb "thinspo".

"Per a mi, especialment, va ser una mena d'idea de voler estar net, com, si no tens res a l'estómac, ets una persona neta."

Una noia prima i de cabell fosc es troba al seu dormitori mostrant el seu estómac inflat. Un àudio crida sobre el seu vídeo: "Les gosses flaques sou dolentes i

necessiteu ser destruïdes!". A continuació, passa a un altre clip, on el seu estómac pla ha tornat: "I aquestes gosses grosses cremaran a l'infern".

Aquesta és una de les moltes tendències anomenades "control corporal" que ara es poden veure a Tik Tok. Els usuaris criden l'atenció sobre la mida i la forma del seu cos, com una manera de mostrar la seva primesa. En una de les tendències de control corporal del 2013, molts dels seguidors es van posar amb els genolls junts per demostrar que eren prou primos com per tenir un "espai entre les cuixes".

Tumblr i Instagram es van convertir en llocs plens de publicacions que glamoritzaven l'anorèxia i desordenaven l'alimentació. Ara la història es repeteix i les velles tendències han ressorgit a un públic més fresc i ingenu a Tik Tok amb #bodychecking ("control corporal").

3.5.2.1. Els missatges d'advertència

Els missatges d'advertència són una eina de les xarxes socials per fer-te arribar ajuda si ho necessites. En Instagram, per exemple, si busques més de dos vegades alguns dels hashtags mencionats abans (ana, mia, thinspo...) apareixerà un missatge d'advertència on diu el següent: "Podem ajudar-te? Les publicacions amb les paraules que estàs buscant sovint s'associen amb un contingut sensible. Si estas passant per un moment difícil, hem recopilat alguns recursos d'experts que esperem que siguin útils."

Després d'això et dona dos opcions "obtenir ajuda" o "Veure les publicacions". Si li donem a obtenir ajuda ens envia a una pàgina on trobem tres opcions: "Parlar amb un amic o trucar algun amic en el que confiïs"; "Parlar amb un voluntari en línia per obtenir ajuda" o "Buscar formes per sentir-te millor."

A Tik Tok, només amb la primera cerca ens apareix un missatge d'advertència on diu "No estàs sol/a. Si tú o alguna persona que coneguis està passant per un moment difícil, sempre hi haurà ajuda disponible". Junt amb aquest missatge apareix un telèfon que forma part de la associació Adaner i altres recursos.

Veient aquests dos exemples, es pot veure, sense dubtar, la presa de consciència que hi ha a les xarxes socials més consumides avui en dia per joves (Tik Tok i Instagram). Creiem que passa això perquè s'han adonat, primer, que per culpa de les seves xarxes molts joves obtenien informació perillosa sobre aquests trastorns i els podia arribar a incitar a seguir-los; i segon, perquè les seves xarxes són de les més consumides pels joves, que són els que principalment pateixen aquests trastorns, per tant, és la millor via per fer arribar aquesta informació.

3.6. Anàlisi: “Billete de ida y vuelta”

A través de la novel·la, Gemma Lienas ens plasma amb una comprensió viva i profunda, l'essència del patiment dels anomenats trastorns de l'alimentació: anorèxia i bulímia.

L'autora ens submergeix en la vida de la protagonista i la seva experiència amb l'anorèxia, que aviat es converteix en l'eix central de la narrativa.

Aquestes patologies alimentàries es caracteritzen per una pèrdua de la rutina, els rituals perden la funció i van desapareixent, substituint-se per obsessions com evitar la relació amb els altres. Aquests indicadors que rebutgen la vida social els podem entreveure en el següent fragment de Lienas:

“Terapetua: Juan M. Pacient: Marta P.

T.- A l'hospital tindràs l'oportunitat d'assistir a sessions de relaxació sola i acompanyada d'altres noies.

T.- No posis aquesta cara, ja sé que ara et resulta difícil relacionar-te amb els demés.

P.- Difícil no; impossible. Vaja que no vull. Només de pensar en conèixer gent nova, em poso malalta. Si tan sols sóc capaç de parlar amb la Clàudia, i això que és la meva millor amiga.”

(Lienas 1999: 17).

El patiment de l'aïllament no només ocorre en aquest tipus de patologies, sinó en totes les que la nostra cultura ha creat. A més l'aïllament no només afecta al subjecte-pacient, sinó que també a altres institucions socials com ara la família o els amics:

“I és que la Marta sentia que l'ànima li cremava, i per això no suportava el contacte amb ningú. Preferia que tot succeís el més lluny possible d'ella, perquè no tenia forces per fer front a res.”

(Lienas 1999: 20).

"Marta havia renunciat a anar amb els seus companys a la cafeteria i es quedava a classe (...) Marta es va aixecar lentament de la cadira i, sense mirar en Joan, es va dirigir a la porta per sortir. No tenia ganes de parlar, ni amb ell ni amb ningú”

(Lienas 1999: 135).

"-Véns?- li va dir Claudia, ficant els llibres a la bossa-. Anem al bar a prendre un plat combinat. -No, no m'esperis.”

(Lienas 1999: 164).

“Durant els àpats, se'ls veia pendents -encara que ho disimulaven- del que jo agafava, de com remenava el menjar, de com la esmicolava i l'escampava pel plat, de com l'amagava sota l'estovalla... I si m'aixecava per anar al lavabo, notava com, darrera meu, es trobaven les seves mirades plenes de preocupació (...) I un dels dos (...) s'aixecava, s'apropava al lavabo, aguantava la respiració i escoltava, rere la porta tancada, els sorolls que jo feia.”

(Lienas 1999: 37).

El cos humà no és un cos biològic que només necessita nodrir-se amb proteïnes, lípids i glúcids, sinó un cos humà que necessita alimentar-se a més de la relació comunitària amb els altres. Des d'aquesta perspectiva, els trastorns d'alimentació no fan referència exclusivament a la dietètica, sinó també, a la dimensió cultural i simbòlica de la relació humana:

"Quan es van asseure a taula, l'ambient era tens. La seva mare estava de morros (últimament ho estava sovint, és cert; no era cap novetat). El seu pare semblava més de suro que mai, gairebé de prorexpán (res de nou, tampoc). La Marta es va adonar que, per primera vegada, hi havia a l'ambient una mica més que distància: hi havia hagut una bronca i de les grosses (...) Encara que tenia gana, li costava empassar-se les croquetes i la truita de patata, que li encantava."

(Lienas 1999: 24).

Encara que és una malaltia coneguda, els trastorns de conducta alimentària no són normalitzats per a tothom. Alguns, redueixen els "malalts" a la condició d'estrany:

"El pare no ho podia entendre. "Anorèxica?", repetia una vegada i una altra com si li costés entendre la paraula (...) Creia que això només passava a les models i a algunes esportistes d'elit. Aquella tarda Pedro mirava fixament Marta com si la veiés per primera vegada, com si fos una desconeguda per a ell o com si acabés de descobrir una faceta nova, tan imprevisible que la reduïa a la condició d'una estranya."

(Lienas 1999: 29).

Ara bé, com passa també en altres trastorns, no podem diferenciar a les persones que pateixen un trastorn de conducta alimentària de la "normalitat", perquè ells són la normalitat portada a la seva màxima expressió:

"I Joan, amb paciència i tacte, li havia explicat que allò era cada cop més freqüent i que moltíssimes noies -més que nois- estaven atrapades en aquell infern, i que eren filles de famílies normals, amb pares normals, germans normals, amb maneres de ser normals i amb expedients acadèmics fins i tot brillants. Sí, sí, deia el pare, a qui tanta normalitat li resultava familiar, encara que continuava sense saber com encaixar la peça del trencaclosques que li havien posat a les mans: l'anorèxia de la seva filla."

(Lienas 1999: 29).

Durant aquests trastorns, els malalts tenen actes compulsius:

"Marta va entrar al bany (...) Lentament i a consciència, es va fregar les mans mentre comptava fins a vint. Després va posar les mans sota el raig d'aigua i amb la mateixa minuciositat les va esbandir (...) Va repetir aquesta operació i, una altra vegada, va tornar a comptar fins a vint. Quan l'últim vestigi de sabó es va desprendre de l'epidermis, va accionar el dispensador de sabó i va començar una tercera vegada. Per fi, com sempre després de fer-ho tres vegades, va considerar que havia burlat qualsevol microbi que pretengués filtrar-se a la seva pell."

(Lienas 1999: 32).

"Encara no. Ensabonar-me. Contar fins a vint. Eixugar-me. Contar fins a vint. Una, dues, tres vegades. Ara sí"

(Lienas 1999: 46).

Els trastorns d'alimentació presenten efectes físics visuals i provoquen sentiments d'insatisfacció corporal, tristesa i desesperació:

"Mentre tenia les mans sota l'aixeta, es va mirar al mirall. La imatge era la d'una noia amb aspecte melenconiós. La seva pell tenia la tonalitat d'una espelma: d'un color blanc macilent, només interromput pel vermell d'uns llavis cada dia més pàl·lids, i el color ala de mosca de les ulleres sota els ulls, que conservaven la pupil·la marró xocolata, però que havien perdut la brillantor que sempre els havia caracteritzat. Els cabells, dels quals sempre havia estat orgullosa, queia llis, empobrit i mat a cada costat de la cara. Li preocupava quedar-se calba, de tants pèls que trobava als matins al coixí o al bany després de la dutxa. Marta va intentar somriure per animar-se, però li va resultar impossible."

(Lienas 1999: 35).

"M'esbandeixo la boca, em trec el pijama i em miro el cos nu reflectit al mirall. Com que està penjat sobre el lavabo, només em torna la imatge fins als genolls. Intento veure'm com em veuen ells: prima fins al dolor, fins a l'horror, diuen. Un esquelet,

diuen. En canvi, jo només sóc capaç de veure'm com em sento: grassa (...) Em poso de perfil i m'observo críticament la panxa; la continuo veient voluminosa, malgrat que no m'oblido de les paraules de la meva mare quan no fa gaire em va veure nua: «La pell d'un tambor, filla, això sembla el teu ventre, pla i apergaminat». M'observo les cuixes i, encara que s'arquegen considerablement, em fa pànic que algun dia arribin a ajuntar-se. Em contemplo les mans i els braços: ossos, diu Joan, però jo no penso el mateix.”

(Lienas 1999: 44).

L'alimentació en aquestes patologies és un continu d'omplir i buidar. Un moviment que no es caracteritza en un inici ni un final, sinó per una satisfacció. Mai no és prou, és com un pou sense fons. En aquest sentit, tant l'anorèxia com la bulímia constitueixen processos addictius:

“Pensa en tu mateixa com una drogoaddicta o en una alcohòlica”

(Lienas 1999: 69).

Hi ha, en la seva dinàmica d'habitació, tot un procés que s'assembla, de manera curiosa, al procés de qualsevol addicció:

"Una altra solució, diu, era utilitzar laxants. Però el cos s'acaba acostumant als laxants i les vomitones, i deixen de ser efectius. I perquè continuïn funcionant, cal prendre cada cop més laxants i provocar-te més vòmits..."

(Lienas 1999: 143).

El menjar, igual que qualsevol altra substància-droga, ara convertida en calories-pes, esdevé l'única obsessió al voltant de la qual gira la vida:

"Una anorèxica està molt més interessada en el control del pes que en qualsevol altre tema (...): el menjar, el pes, el control de les ganes de menjar... t'ocupen tant espai al coco que la resta se'n va a la deriva. I també perden els amors (...) acaben

perdent els amics, perquè cada vegada tenen un món més reduït i més cuirassas amb què fer front al món exterior”

(Lienas 1999: 84).

“Mentidera, mentidera, em dic. Desde quan no t’agraden les coses dolces? Em moro per sentir en el paladar el gust del sucre, que em fa perdre el cap. Però no m’atreveixo. O almenys fins avui, no m’he atrevit.

(Lienas 1999: 49)

"Estic convençuda de que posar-me bé vol dir posar-me pitjor. No crec que mai vulgui estar bé, si això significa engreixar i tornar a tenir un cost de pena.“

(Lienas 1999: 58).

Aquesta obsessió per una única dimensió interior impedeix l'alternança amb el món exterior:

"Doncs en la vida, per ser feliç i estar equilibrada s’han de tenir moltes potes. O sigui, segons la mare de la Susana, cal recolzar-se en moltes potes (com si fòssim aranyes): la pota-família, la pota-amics, la pota-estudis, la pota-diversions... Com més potes, millor. I ocupar-se de totes una mica. I quan una pota es trenca, fa mal, clar, però no caus perquè les altres et sostenen. Però la fibra-i-acer no volia entrenar aranyes, sinó flamencs: una sola pota, una sola dedicació, una sola obsessió (...) Susana es va convertir en un flamenc amb una sola pota: el menjar."

(Lienas 1999: 142).

Les xarxes socials, les relacions socials i la publicitat fomenten un estereotip, determinen un cànon de bellesa a la societat, que crea complexos i aporta greus problemes als joves:

“Va dir que ella sempre havia estat una mica grassoneta, regordeta, diu (...) Explica que un noi de la seva classe, ja fa tres anys, li va posar un malnom: *foquita*. I mentre ho explica es passa les mans pel costat, com si volgués fer-se una idea exacta de

les seves proporcions, o com si li horripil·lés la idea de tornar a assemblar-se a la foca que havia estat. Va començar a anomenar-la així només per fer-li la punyeta. Al principi a ella li era igual: li agradava tant menjar (...) A més, a casa eren de l'opinió que calia menjar, perquè, si no, et poses malalta. (...) I aviat, el malnom de la *foquita* va ser adoptat per tots els nois del seu curs (...) Quan es va adonar, havia esdevingut una mossa estrofolària, malgrat que els seus pares opinaven que era un noia deu. I ella mirava amb enveja les companyes, gairebé totes primíssimes i amb cossos d'anunci. Perquè l'altra cosa que més recordava d'aquella època era els grans cartells publicitaris, amb aquelles dones superprimes, consumides, tan elegants... I es posava verda d'enveja i hauria volgut ser com elles. I potser, si deixava de menjar uns quants dies, aconseguiria tenir un cos semblant. Potser podia tenir unes cuixes que no semblessin pernills... I un pit pla, com el de les seves companyes. I menys papada. I uns dits que no fossin com botifarres. I ho va fer.”

(Lienas 1999: 54)

“Aquesta vegada em sento a taula on hi ha sis coberts.

Davant meu hi ha una noia que devia ser molt maca abans de convertir-se en un esquelet. Es diu Inés i és model.

-Bé -rectifica amb una ganyota-, ho era abans de venir aquí. Si aconseguixen que engreixi, potser no trobo feina mai més. A les agències són molt estrictes amb les mesures, saps?

Li dic que sí, però no sé de què em parla. -Sí, maca. -S'adona que sóc una ignorant-. Ja saps: les mides de pit, cintura i cuixes.”

(Lienas 1999: 56)

Emergeix així la desmesura:

"Començava a estar (...) obsessionada pel menjar"

(Lienas 1999: 170)

I no només pel menjar:

“Totes som flamencs amb una sola pota: EL PES.”

(Lienas 1999: 147)

Conclusió:

“Noia, això de l’anorèxia és un bitllet d’anada... a cap lloc -diu amb desànim. No creguis -intervé la Susana (...) pot ser un bitllet d’anada i tornada si passes de l’anorèxia a la bulimia.

<Un bitllet d’anada i tornada que pot tenir l’última parada fora d’aquest món>, em dic. I miro a la Susana, que està decidida a baixar del tren i a quedar-se. I jo? Que penso fer jo?”

(Lienas 1999: 199)

4. Experimentació: marc pràctic

Una de les parts més interessants de la nostra investigació és el present marc pràctic. Mitjançant enquestes, entrevistes i la realització de diferents reptes proposats a les xarxes, hem pogut assolir més coneixement, pal·liar curiositats, i dur a terme la verificació de les hipòtesis plantejades al nostre marc teòric.

4.1. Qüestionari: visions col·lectives

Per tal d'indagar quin és el coneixement i l'experiència que té la nostra societat, envers els trastorns d'alimentació i les seves causes visibles en el nostre dia a dia, hem trobat necessari endinsar-nos en el pensament de diverses generacions. Serà, doncs, mitjançant la confecció, difusió, realització i el buidatge dels resultats d'una enquesta, on diferents persones puguin expressar les seves sensacions, que nosaltres podrem extreure dades i conclusions al respecte.

Els resultats obtinguts són extrets del buidatge de dades de les respostes obtingudes. L'enquesta ha estat realitzada per un total de 78 persones de diferents gèneres, religions i generacions, i la via de difusió ha estat google forms.

Fent l'anàlisi, podem veure que en la qüestió "Quantes hores utilitzes les xarxes socials?", la majoria de respostes superen les tres hores diàries fins a algunes respostes de més de sis hores.

Sembla ser que, una mica més de la meitat, coincideixen en què es fixen en detall en els cossos de les models/influencers. No obstant, hi ha un gran percentatge de gent que afirma no fixar-s'hi. És interessant apreciar que les persones que reconeixen fixar-s'hi, son totes noies.

És realment alarmant que hi ha una gran consciència en els enquestats sobre el tema de l'autoestima, tots ells afirmen que les xarxes socials tenen una gran repercussió de manera directa i també indirecta en l'autoestima de les persones.

Si bé, ens adonem que hi ha un gran nombre de noies que els agradaria seguir el model d'alguna d'aquestes influencers. D'igual manera, en la pregunta "La model Kate Moss, et crida l'atenció el seu cos? T'agrada?", justament les mateixes persones ho afirmen. I, encara més angoixant, responen que han canviat algun hàbit de la seva alimentació o esport per aprimar-se i així arribar a ser com els seus referents. Aleshores, se'ns posa de manifest una gran contradicció, ja que, si són conscients de que les xarxes afecten de manera greu en la psicologia de les persones, quin sentit hi troben en seguir a aquests ideals.

Un dels objectius d'aquesta pràctica és també, determinar el coneixement dels hashtags. Deu persones coneixen els hashtags #Ana i #Mia i tot el que comporten. I és que, quatre d'aquestes persones també coneixen el #Thinspo, totes a partir de la xarxa social Pinterest, utilitzada en alts percentatges només per dones.

En la qüestió "Has patit algun tipus de trastorn d'alimentació?", cinc d'aquestes persones que coneixen els hashtags a la perfecció responen afirmativament. El resultat d'aquesta resposta, no només és un reflex de l'evolució de la malaltia, sinó, que, és una perfecta justificació a la importància de saber utilitzar les xarxes i tot el contingut exposat.

El gènere masculí, percep els trastorns com algo inexistent. Ho podem veure clarament en quasi totes les preguntes, on la meitat dels homes donen respostes negatives a les situacions plantejades o total desconeixement al respecte.

Cal considerar que la majoria de la mostra de població que ha realitzat l'enquesta, pensa que la relació entre l'ús de les xarxes i el trastorn alimentari no afecta a tothom de la mateixa manera. És a dir, estan convençuts que la majoria de víctimes que es veuen afectades correspon a noies adolescents d'entre 13-19 anys.

L'evolució de la societat ens fa adonar-nos que cada cop els trastorns d'alimentació són més freqüents. I és que, al cap i a la fi, els estereotips de les xarxes socials són una gran incitació a seguir aquests models.

4.2. Entrevista⁴ a l'Institut dels Trastorns Alimentaris (ITA): visió professional

Vam tenir l'oportunitat de realitzar una entrevista amb la psicòloga Isabel Bartra de l'ITA recentment i l'experiència va ser realment positiva. Des del principi, el servei va ser molt agradable; el personal era acollidor i atent, creant un ambient còmode per a la conversa.

La psicòloga va proporcionar pautes clares sobre el perfil dels pacients, permetent-nos entendre millor les seves necessitats i circumstàncies. Va destacar la importància de la confidencialitat i la privacitat, afirmant que no podríem visitar les instal·lacions per protegir el benestar dels pacients. Tot i que inicialment vam sentir certa decepció per no poder veure l'entorn físic del centre, ràpidament, vam comprendre i respectar la decisió amb la qual es preserva la privadesa dels usuaris.

Un punt rellevant de la conversa va ser la clara afirmació de la psicòloga sobre com les xarxes socials tenen un impacte cada vegada més pronunciat en la salut mental dels individus. Just, la hipòtesi central de la nostra investigació. Va explicar amb detall com aquests mitjans poden afectar el benestar emocional i la percepció de la realitat dels pacients, destacant la importància de ser conscients del seu ús i influència.

En general, l'entrevista va proporcionar una visió valiosa sobre la feina realitzada a l'ITA i va ressaltar la dedicació del personal cap a la salut mental dels pacients. Va ser una oportunitat enriquidora per entendre millor els reptes i les estratègies que es plantegen en aquest àmbit de la psicologia clínica.

⁴ Annex III: entrevista a Isabel Bartra del centre ITA.



Fotografia de l'Institut de Trastorns D'Alimentació de Canet de Mar.

4.3. Video marc pràctic⁵: Challenges extrems

En la realització del nostre video, aprofundim en els “trends” extrems de les xarxes socials, amb un focus especial als “challenges” de Tik Tok. Mitjançant una demostració pràctica, exposarem la irracionalitat i perillositat d'aquestes tendències, destacant els riscos físics i emocionals que comporten.

Sobretot, examinem la responsabilitat de les xarxes socials en la difusió d'aquests “challenges” i la necessitat de conscienciar sobre les greus conseqüències que poden tenir, com ara un TCA. Aquesta pràctica, busca informar i alertar sobre els perills que amaguen les xarxes socials per a la joventut actual.

⁵ Annex IV: video marc pràctic.

5. Conclusions

El canvi en la manera de menjar no només és un factor important en aquests problemes, sinó que la seva importància i impacte s'intensifiquen a causa de l'ús massiu de les xarxes socials.

Aquestes plataformes no només mostren el que ja hi ha, sinó que també influeixen en la manera com les persones veuen el seu cos, creant un ambient on els ideals inassolibles es fan més grans i arriben a tot arreu. La pressió social, que es produeix principalment en línia, es converteix en una força molt important que pot portar a la presa de decisions alimentàries perjudicials.

Les xarxes socials, amb totes les imatges retocades i ideals del cos perfecte, esdevenen com un aparador constant de cossos "perfectes". Aquesta exposició constant d'estàndards que són, pràcticament impossibles d'assolir, fa que les persones es vegin a elles mateixes de manera negativa i busquin constantment la perfecció, alimentant així aquests problemes amb l'alimentació.

Així, podem afirmar la nostra hipòtesis inicial: "Un mal ús de les xarxes socials augmenta el risc de patir un Trastorn d'Alimentació".

Sent els adolescents els més consumidors de les xarxes, la hipòtesis: "Les persones amb edats més properes a l'adolescència presenten un risc més alt a desenvolupar un TCA" és certa.

Amb tot això, la nostra investigació revela que les noies presenten una tendència més pronunciada a desenvolupar trastorns de la conducta alimentària. Aquesta disparitat està atribuïda a factors socials, culturals, històrics i de pressió estètica, afirmant d'aquesta manera la hipòtesis: "La desvalorització de la dona, afecta greument, en la tendència a tenir un nombre més elevat de casos".

Concloent, aquesta investigació destaca amb força com les xarxes socials tenen un paper molt important en aquests trastorns: no només reflecteixen la realitat, sinó que també la configuren de manera important.

6. Bibliografia i Netgrafia

6.1. Bibliografia

Lienas, G. (2014). *Billete de ida y vuelta*. Grupo Planeta (GBS).

6.2. Netgrafia

BellezaIDEAL, & BellezaIDEAL. (2019, 27 noviembre). El canon de belleza griego y el actual - belleza IDEAL. Belleza IDEAL - *Consejos de belleza, cosmética y tendencias*.

<https://belleza.ideal.es/2019/11/el-canon-de-belleza-griego-y-el-actual/?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

ChileDove. (2023, 19 mayo). *El impacto sobre la belleza: Dove | Proyecto para la autoestima* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KQdroTpi4-Y>

Comcadiz, & Comcadiz. (2019, 26 junio). *La belleza en la prehistoria y edad antigua*. <https://medicinagaditana.es>. <https://medicinagaditana.es/15944-2/>

Comunicacion. (2022). *Canon de belleza: ¿cómo ha evolucionado a lo largo de la historia?* San Anastasio International School. <https://sanastasio.com/canon-belleza-evolucion/>

De Yaneth, B. L. T. (2021, 31 agosto). *La belleza a través de la historia*. OTOÑO 2023.

<https://lastendenciasdeyaneth.com/2017/10/05/la-belleza-a-traves-de-la-historia/>

Díaz, R. (s. f.). *La bulimia a través de los años*. prezi.com. <https://prezi.com/o-zsscth1x6r/la-bulimia-a-traves-de-los-anos/>

Gomez, P. (s. f.). *La anorexia. una patología cultural e irracional de la modernidad*. https://www.ugr.es/~pwlac/G22_15Inmaculada_Jauregui_Balenciaga.html

Google sites: sign-in. (s. f.).
<https://sites.google.com/site/saraclaudiaailaura/l-evolucion-del-canon-de-belleza/canon-de-belleza-del-segle-xx-al-xxi>

Infobae. (2017, 9 octubre). *Bulimia y anorexia: cómo fue su evolución en la historia.* infobae.
<https://www.infobae.com/tendencias/2017/10/09/bulimia-y-anorexia-como-fue-su-evolucion-en-la-historia/>

Las princesas de Ana & Mia 👑. (s. f.). <http://anaymiaprincesasperfec.blogspot.com/http://adaner.org/?mode=f1>

PIAB. (s. f.). <https://aupec.univalle.edu.co/piab/historia.html>

Referencias de belleza: Oriente Medio. (2019, 22 abril). MakeUpArgentina -Paola Rodriguez-.
<https://makeupargentina.wordpress.com/2019/04/22/referencias-de-belleza-orientemedio/>

Rodríguez, S. (2017, 7 enero). Sanidad, Justicia e Interior llevan diez años ignorando las denuncias contra una web pro-anorexia. *Público*.
<https://www.publico.es/sociedad/sanidad-justicia-interior-anorexia-ana.html>
<http://siendobellasprincesasconanaymia.blogspot.com/2013/07/tabla-de-calorias.html>

Vidal, O., & Vidal, O. (2021, 12 enero). Les xarxes socials al món – Junior Report. *Junior Report – El diari dels joves lectors –*.
<https://junior-report.media/ca/les-xarxes-socials-al-mon/>

Zabalegui, O. (2022). *Los cánones de belleza a lo largo de la historia.* Cultura Bizarra. [https://www.culturabizarra.com/canones-belleza-historia/#!jig\[1\]/ML/4873](https://www.culturabizarra.com/canones-belleza-historia/#!jig[1]/ML/4873)

6.3. Contingut audiovisual

DW Documental. (2019, 8 agosto). *Ideales de belleza en las redes sociales* | DW Documental [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HfsMnKVfspY>

Orange España. (2019, 25 septiembre). *Las princesas no comen* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=WHoXAw5_gcw

6.4. Webs restringides

<https://centrocata.com/ca/anorexia-bulimia-tca-comuns-adolescents/>

<https://centrocata.com/ca/ana-i-mia-dues-princeses-que-poden-matar-te-amb-una-dieta-de-500-calories/>

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fcentrocata.com%2Flos-blog-y-foros-pro-ana-y-su-razon-de-ser%2F&psig=AOvVaw1Es4G1T9hhykY2O2si8LW4&ust=1686989223502000&source=images&cd=vfe&ved=0CA4QjRxqFwoTCNjBv96qx_8CFQAAAAAdAAAAABAY

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fcadenaaser.com%2Fser%2F2015%2F07%2F20%2Fgente%2F1437390796_777513.html&psig=AOvVaw0daYi_pxB-FToBUswj7xJV&ust=1686993911535000&source=images&cd=vfe&ved=0CA4QjRxqFwoTCJDRyJi8x_8CFQAAAAAdAAAAABA3

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.tiktok.com%2Fdiscover%2Fblog-mia-y-ana&psig=AOvVaw0BlhdpLVqHG14NhjQm8OtV&ust=1686988316987000&source=images&cd=vfe&ved=0CA4QjRxqFwoTCNiA0LGnx_8CFQAAAAAdAAAAABAY

Internet restringeix l'accés a certes pàgines relacionades amb problemes de conducta alimentària per diverses raons. Primerament, per protegir la salut mental i física dels usuaris, especialment aquells que poden estar en una situació vulnerable.

Aquesta restricció busca prevenir la promoció nociva d'hàbits alimentaris no saludables o la incitació a trastorns alimentaris.

D'altra banda, aquesta mesura també té l'objectiu de complir amb les polítiques de seguretat i salut en línia, ja que el contingut que promou trastorns alimentaris pot ser perjudicial pels usuaris, especialment per a aquells que ja estan lluitant amb aquestes qüestions. La limitació d'aquest tipus de contingut contribueix a mantenir un entorn en línia més segur i saludable per a la comunitat en general.

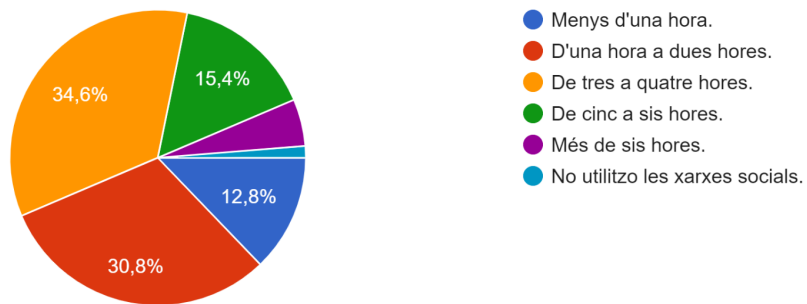
Annex

Annex I: [Link enquesta, marc pràctic.](#)

Annex II: Resum dades enquesta.

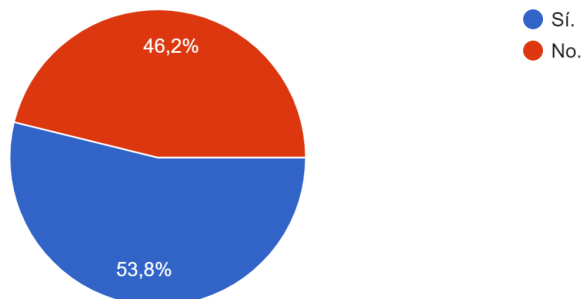
Hores d'ús de les xarxes

78 respuestas



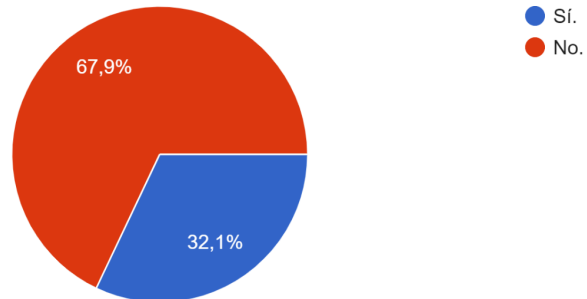
Quan mires les xarxes socials et fixes en detall en els cosos de les influencers i/o models que segueixes?

78 respuestas



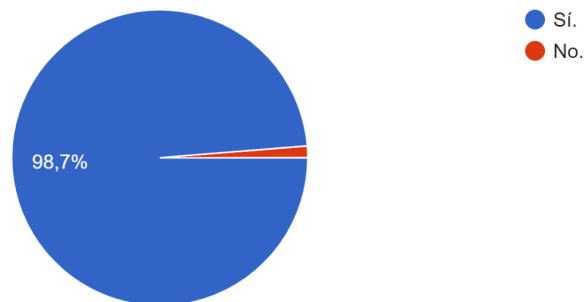
T'agradaria o segeixes el model d'alguna influencer i/o model?

78 respuestas



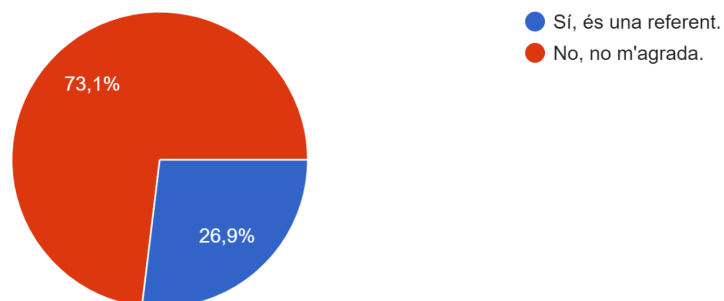
Creus que les xarxes socials afecten a l'autoestima de les persones?

78 respuestas



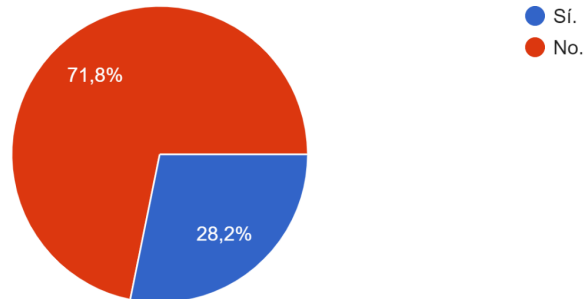
La model Kate Moss, et crida l'atenció el seu cos? T'agrada?

78 respuestas



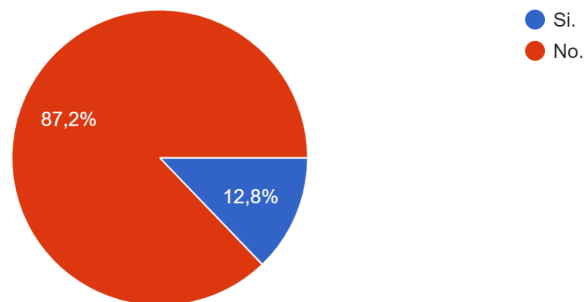
Has canviat algun hàbit d'alimentació o esport per aprimar-te i així ser com els teus referents?

78 respuestas



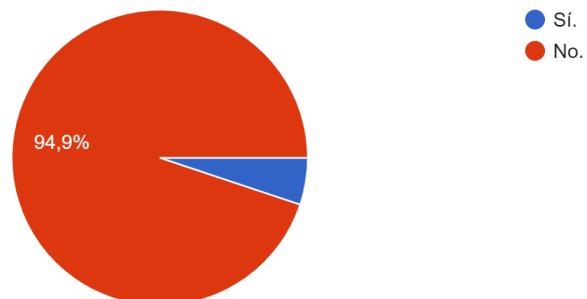
Coneixes els hashtags #ana y #mia?

78 respuestas



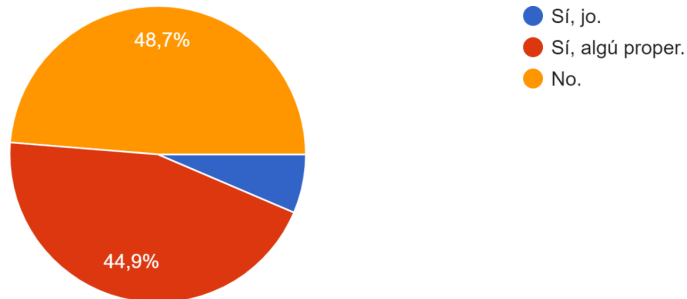
Coneixes el hashtag #thinspo?

78 respuestas



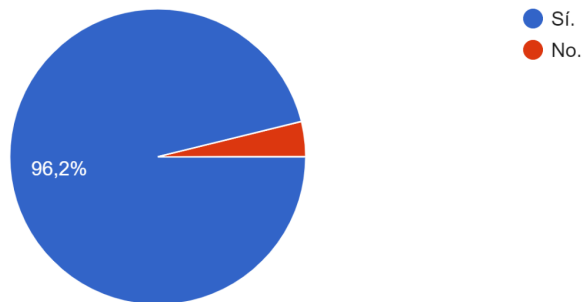
Has patit tu o algú del teu entorn un trastorn d'alimentació (anorèxia, bulímia...)?

78 respuestas



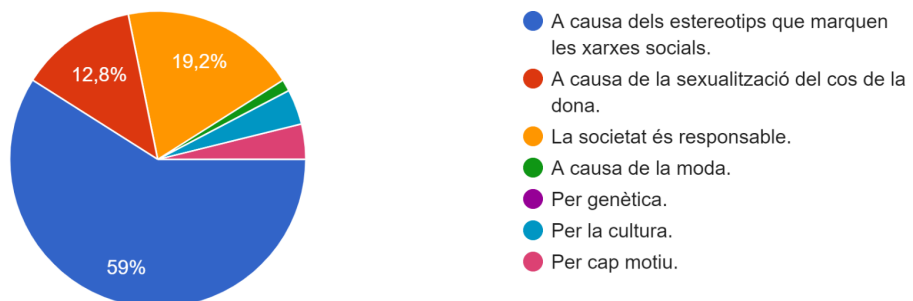
Creus que els trastorns d'alimentació cada cop són més habituals?

78 respuestas



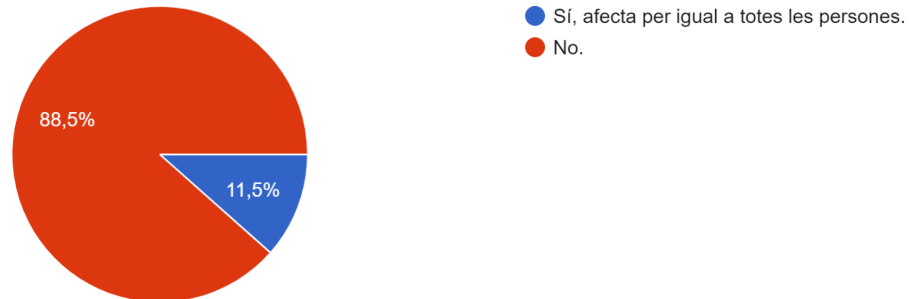
Per quin motiu?

78 respuestas



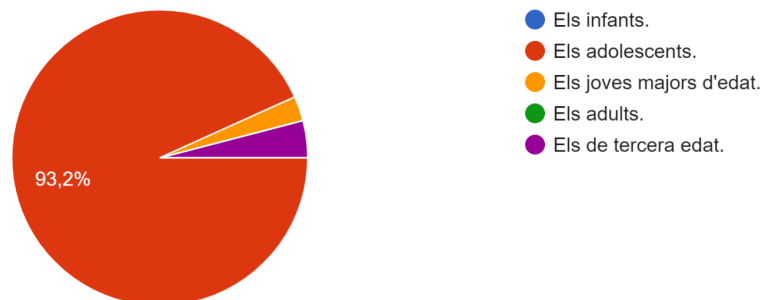
Creus que afecta a tothom per igual?

78 respuestas



Si és que no, quins grups creus que es veuen més afectats?

74 respuestas



Annex III: Entrevista a la psicòloga clínica Isabel Bartra, de l'Institut de Trastorns d'Alimentació de Canet de Mar.

1. Què és per a tu un trastorn de la conducta alimentària?

“És una malaltia de salut mental, una malaltia que al final no depen d'algo físic, i és al final, d'un problema, d'una situació de malestar, la pròpia persona no ho sap identificar-lo i ho gestiona tot a través del menjar. Sigui l'ansietat, que seria més menjant en excés o vomitant o la tristor més desde una restricció.”

2. Quins factors creus que afavoreixen el desenvolupament d'un TCA?

“Per un costat, la persona, el caràcter, per exemple un caràcter més perfeccionista, més obsessiu, més introvertit, de no expressar el què pensen, opinen o senten i inclús inseguretats. I dificultats a l'hora d'expressar o identificar emocions. També factors de situacions externes, com experiències traumàtiques: assetjament escolar, per les xarxes socials, abusos sexuals, pèrdues d'un familiar. L'entorn familiar també influeix, no cal necessàriament que l'entorn sigui violent o desagradable, simplement un entorn on no es parli del malestar. I per últim la part més social-cultural, hi ha altres cultures amb manca de menjar on no trobem trastorns alimentaris, en canvi en aquesta societat més moderna sí que hi trobem molts, i influeix en aquesta exigència de com ha de ser el nostre físic i la nostra aparença.”

3. Quins són els primers símptomes per a detectar la malaltia?

“El principal és la mala relació amb el menjar: amagar menjar, restricció i menjar amb excés. Després, una preocupació molt gran pel seu cos, amb un interès per com estic físicament, a preguntar, comparar-se, mirar-se molt al mirall. I per últim, l'aïllament: tancament excessiu a casa.”

4. Les persones que pateixen aquest trastorn tenen alguna característica comú, és a dir hi ha un perfil clar?

“Aquí dividirem en dos blocs: l'anorèxia i la bulímia o afartament. Aquí sí que es veu molt la diferència en el perfil. En l'anorèxia acostuma a ser una persona perfeccionista, obsessiva i molt més introvertida, que mai dirà res inoportú. En canvi, la bulímia un perfil més caòtic, desordenat, amb poca voluntat, més exclusiva i impulsiva.”

5. A més del TCA, una adolescent podria patir altres problemes de Salut mental alhora? Acostuma a ser així?

“Sí, a això li diem comorbiditat. Trobem altres trastorns, ja sigui depressiu, ansietat, trastorns de personalitat desenvolupats a partir dels divuit anys, el trastorn obsessiu compulsiu i ara ens trobem també amb trastorns de dèficit d'atenció i autisme.”

6. El percentatge de nenes amb problemes d'anorèxia/bulímia és més elevat que el dels nens? Causes?

“Sí, l'únic que els últims anys les dades de nens està augmentant. Crec que ara, en el món adolescent, a causa de la moda, de la importància del cos, del físic, que estigui ben cuidat, la meua aparença, com em vesteixo, siestic més musculat, quin cos he de tenir, ja no està només en la preocupació de la dona, sinó que els homes també han entrat en aquesta preocupació: de com em veuràn els altres, quin tipus d'alimentació i quin tipus d'esport he de fer.”

7. Aquestes dades han incrementat en els últims anys? Han augmentat els casos durant la pandèmia de la COVID19? Creus que les xarxes socials podrien ser una de les principals causes?

“Sí, i l'aïllament també. Durant el covid tot es va com disparar, i la gent poder va començar a fer més símptoma, més conducta simptomàtica, però estava més disimulat en el moment en el que tothom havia de cuidar l'alimentació, fer molt d'esport a casa, llavors això es va vendre a tothom, sobretot per les xarxes socials. És a partir del desconfinament en el que veus és aquesta por a sortir, a veure com em veuràn físicament, per tant, comença tot a accelerar-se i a seguir volent cuidar d'una manera insana aquest cos.”

8. Coneixes el hashtags #ana i #mia i #thinspo? Quins riscos patiria una persona que dugués a terme aquesta pràctica?

“Sí, els conec, i fan molt de mal. Al final és una competició de veure qui pot estar més malalt i et donen moltes eines de com fer de la millor manera el símptoma, és a dir, aconseguir el teu objectiu, que en aquest cas és aprimar-te. El problema està en buscar un recolzament emocional, de sentir-se acompanyades, però en nenes que estan malaltes: entren en un bucle que no surten. I ja no només aquests foros, també està el tik tok, què és la bomba. Les pacients estan molt afectades per aquestes dietes que et fa aprimar, l'autolesió... És incontrolable, per exemple, tinc pacients que ja estan millor i bloquegen pàgines que abans consumien i encara així, segueixen anunciant aquest tipus de videos. Són estratègies de com fer conducta simptomàtica, conducta restrictiva, mites, idees molt irracionals. Ana i Mia estava

molt de moda abans de l'existència de tik tok i instagram, potser farà 10 anys i ara, en nenes actuals ja no estan tant en aquests foros, sinó més al tik tok: videos que no et deixen arribar a qüestionar-te què és realment el que estàs mirant. Entren en comparacions, perquè al final és una por al rebuig, una por a no sentir-te acceptada socialment, i el problema es que la moda ja no es queda en com vesteixo, sinó quin esport faig o què és el que menjo.”

9. Quines conseqüències porta a un adolescent patir un TCA? Quins són els principals problemes que afecten en el dia a dia?

“Conseqüències físiques, el nivell del ferro i el potassi, més a nivell mèdic. El tema de la menstruació, que la pots perdre i costa molt més recuperar-la. I el canvi físic també parteix molt: com m'aprimo, com m'engreixo, com recupero el pes, canvis visuals i físics que també afecten. I a nivell personal, els pacients senten que s'están perdent una etapa de la vida: no gaudir el que hauria de gaudir, m'aïllo, no estic en el punt evolutiu de les meves amigues: anar enrrederida a nivell evolutiu.”

10. El trastorn té una cura total? Des de la teva experiència en consulta, creus que hi ha una sensació que no es pugui superar un TCA?

“Jo crec que hi ha cura total, i almenys aquí a l'ITA sempre parlem d'almenys un 70% de recuperació del pacient, però també estem parlant d'una malaltia crònica i molt complicada, llavors, també hi ha molts casos que no es recuperen i són crònics i així després es treballa amb la cronicitat, que et pot portar a la mort. Per sort, hi ha més recuperació que no pas cronicitat. Hi ha pacients de recuperació total, i n'hi ha altres que queden amb aquestes marques més mentals, com mai més fer una dieta, o pesar-se, perquè és un risc.”

Conclusió:

“És imprescindible tenir un criteri propi de què és el que estic mirant a les xarxes socials, perquè afecta molt a nivell adolescent, un edat de conèixe'ns, d'explorar-nos, de comparar-nos i de buscar metes i objectius. Llavors, és molt important ser molt crítics amb què és realment el que estic consumint i perquè ho estic fent i sobretot, demanar ajuda quan cal.”

Annex IV: Link video marc pràctic.

[Challenges extrems: estereotips i xarxes socials.](#)