

Autora: Gemma Lienas

Año publicación: 1990

Género: Novela

Editorial: Muchnik Editores

Argumento: Marta, hija mayor de un matrimonio de clase media con problemas laborales, empieza a padecer trastornos alimenticios que la llevan a la hospitalización.

Cursos recomendados: A partir de 3º ESO

TEMAS TRANSVERSALES:

- Educación para la salud
- Imagen de la mujer en la publicidad
- Relaciones familiares y de pareja

Competencias clave:

Comunicación lingüística
Competencias sociales y cívicas

SE DICE DEL LIBRO

Reseña realizada por Sofía Alejandra Su autora del blog de literatura infantil y juvenil *La Letra como Alimento*

Marta es una chica de dieciséis años, apasionada al balonmano, inteligente, una hermana amorosa y lamentablemente es víctima de anorexia nerviosa. Vive con sus padres y sus hermanos menores (gemelos) que son dinamita con piernas.

Al inicio de la historia Marta ya se encuentra enferma. A través de *flashbacks* sabemos que repasa las posibles causas de su enfermedad, ¿podría ser desde que su madre decidió "contratar" una *au pair* para que le ayude en la casa sin necesidad de gastar en una paga? La *au pair*, Bes, es una chica inglesa muy guapa y delgada como una varita, esto no tenía importancia para nadie hasta cierto día cuando Marta y ella salen de compras y sucede un evento vergonzoso para la primera. Poco después, Marta sufre un *desaire* al ser humillada por los amigos de su novio Ricky concerniente a un vestido que usó en aquella ocasión. Marta consigue iniciar un régimen a cargo de una dietista profesional para bajar un par de kilos pero desgraciadamente la chica encuentra saciada una sed de "algo" que hace que no pueda parar y siga queriendo perder peso. En el presente de la historia, Marta toma terapia con un psicólogo al que dan ganas de lanzarle un tabique en la cabeza de vez en tanto y cuando la chica toca su peso más bajo, el profesional decide que requiere hospitalización. Marta está consciente de que necesita recuperarse para regresar a la escuela, para jugar con sus hermanos pequeños y demás cosas importantes que una chica tiene en su juventud, pero ya en el hospital no será cuestión de comer

y "engordar", sino de sanar su mente y su corazón, de reconciliarse consigo misma y con el mundo en general.

ACTIVIDADES sugeridas

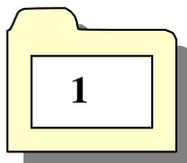
PAUTAS PARA EL ANÁLISIS Y TRABAJO CON ALUMNADO

1. Presentación del libro al resto de la clase por parte del alumnado que lo ha leído.
2. Ronda de opiniones de los componentes del grupo.
3. El/ La tutor/a inicia la dinámica de tutoría, planteando actividades referidas a los temas siguientes:
 - Hábitos saludables
 - La imagen de la mujer en la publicidad

Motivación previa:

Chicos y chicas, cada día nos encontramos con un bombardeo de imágenes de personas "felices" en unos cuerpos irreales. Nosotros mismos queremos dar la mejor cara en nuestros perfiles de las redes sociales e incluso recurrimos a aplicaciones para retocar las fotos que queremos que vean los demás. Nos sometemos a la tiranía de las tallas "normales" frente a las que creemos que no lo son. Y lo peor de todo es que acabamos rechazando lo que es real, frente a lo que es un ideal.

Actividades:



La primera actividad consistirá en que el propio alumnado sepa reconocer **hábitos saludables y no saludables** en su vida cotidiana

Ficha Compartiendo el bocadillo (Ver bibliografía y webgrafía)

Introducción

En la infancia y la adolescencia se forman los gustos por los alimentos que permanecerán toda la vida. Por ello, los aciertos y los errores relacionados con la dieta adquieren una determinante relevancia en el futuro. Comer sano es un hábito que se puede aprender en la escuela, y es útil para sentirse mejor, cuidarse, mejorar la salud y prevenir enfermedades. Un porcentaje alto de nuestro alumnado acude a clase sin desayunar. Sin embargo el desayuno es una de las comidas más importantes del día, e imprescindible para conseguir la atención y trabajo intelectual después del ayuno nocturno. Se entiende por desayuno completo aquel que incluye fruta, leche o derivados, y pan, galletas o cereales. Actualmente se está sustituyendo el bocadillo tradicional por bollería industrial o chucherías, cargadas de calorías vacías, colorantes, grasas saturadas... y se está dejando de acompañar las comidas con pan. Igualmente se sustituye el agua por colas, limonadas..., bebidas muy

azucaradas o edulcoradas que no debieran competir con la bebida más sana y natural que es el agua. Los alimentos son uno de los principales recursos que el ser humano obtiene del medio. Hay muchas formas de explotar la tierra y los océanos que implican distintas formas de relación y cuidado del medio ambiente. Es necesario avanzar en prácticas de producción y consumo sostenibles para no comprometer las necesidades de las generaciones futuras y las de otros países más desfavorecidos. Los envases y envoltorios de los alimentos contribuyen a aumentar en gran manera el volumen de basura. Hay que tratar de reutilizar y separar al máximo. El papel de aluminio requiere para su fabricación un alto coste económico y medioambiental. La biosfera no puede permitirse el lujo de tirar diariamente a la basura los envoltorios de millones de bocadillos y de latas de bebidas.

SUGERENCIAS PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

- 1. Algún día antes se propone que en el recreo intercambien o compartan lo que traen para almorzar, procurando que se hagan intercambios entre diferentes culturas. Se puede hacer al azar o como se vea más adecuado. (Tener en cuenta que las personas musulmanas no comerán derivados del cerdo).*
- 2. Se distribuye una ficha de cada por persona.*
- 3. Se realiza la ficha nº 1 y se hace una puesta en común donde cada persona lee en voz alta su escrito, y el resto pueda intervenir con aportaciones propias. (No se tolerarán comentarios despreciativos o hirientes).*
- 4. Se trabaja en grupos la ficha nº 2 y posteriormente se hace una puesta en común, clarificando dudas y errores. Puede ser interesante comparar las diferencias de hábitos alimenticios entre chicas y chicos y entre diferentes culturas.*
- 5. Se trabaja en grupos la ficha nº 3, sacando las conclusiones globales. Se abre debate y se van escribiendo en la pizarra las más consensuadas, añadiendo las recogidas en el cuadro.*
- 6. Confeccionar un cartel para colocar en clase con un contenido semejante al siguiente, adaptado a las conclusiones de la puesta en común final.*

Sin desayunar nuestro cerebro funciona mal, se aprende peor. Hay que comer cada día al menos 5 raciones de frutas y verduras. Por ejemplo: un zumo natural en el desayuno, 1 ó 2 piezas de fruta con el bocadillo del almuerzo y merienda o entre horas, y ensalada o verdura en la comida o en la cena. Comer pan en comidas y bocadillos en vez de bollería y chucherías y calmar la sed con lo mejor de la naturaleza: el agua. ¡Ah! Y menos tele y más deporte.

FICHA nº 1

Cada cual escribe lo que ha sentido en la experiencia de compartir o intercambiar el almuerzo. Luego se lee y comenta en voz alta.

Lo que más me ha gustado:

.....
.....

Lo que menos me ha gustado:

..... 1.

Para almorzar o merendar lo mejor es:

Que me den dinero y comprar alguna bolsa, palmera de chocolate o bollitos.

Traer un bocadillo de casa o comprarlo en el recreo.

Comer fruta.

Comer

No es necesario comer nada a esta hora.

2. En edad de crecimiento, lo ideal para la salud es: (Señala la respuesta elegida).

Hacer 3 comidas abundantes al día.

Hacer 5 comidas al día.

Comer a cualquier hora que te apetezca.

3. La comida más importante del día es:

El desayuno.

El almuerzo.

La comida del mediodía.

La merienda.

La cena.

4. El desayuno:

Es la comida menos importante, es más importante llegar a clase puntual.

Después de toda la noche durmiendo es la comida que peor sienta.

Nuestro cerebro funciona mejor si hemos desayunado bien.

No desayunar favorece la obesidad.

FICHA nº 2

5. Qué come para desayunar cada persona del grupo.

CHICAS

CHICOS

6. Colocar en orden desde lo que te parezca más sano a lo menos sano, la mejor bebida para acompañar las comidas o quitar la sed:

Las bebidas de cola.

Las naranjadas o limonadas.

Los zumos de frutas recién exprimidos.

Los zumos de botella o caja.

El agua.

1., porque.....

2., porque

3., porque

4., porque
5., porque

7. Comer chucherías y dulces...

Puede ayudar a estar más inquieto o inquieta en clase y atender peor.

Engorda sin aportar sustancias necesarias para nuestra salud.

Vienen bien para sustituir el almuerzo o la merienda.

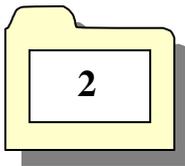
Se pueden comer diariamente.

8. Sabéis que en el mundo hay muchas personas que no pueden hacer más que una sencilla comida al día y no todos los días. ¿Crees que tiene algo que ver con nuestro consumismo y derroche?

.....
.....
.....

¿Cómo crees que podríamos ayudar a mejorar su situación?

.....
.....



La mujer en la publicidad

- Empezará la actividad con la lectura del siguiente texto (Cap. 4 del documento Género femenino a través de la publicidad)

“La muerte os sienta tan bien”. El mito de la belleza

¿Realmente son las mujeres las que más se preocupan por la estética? ¿Y si dijéramos que sí? ¿O sería más preciso decir que en una mayoría sí? ¿Esto es, acaso, debido a una programación genética diferente? Según un dicho popular, cuando un hombre habla en público, la gente escucha. Cuando una mujer habla en público, la gente primero mira y después escucha. A las féminas se nos ha educado y socializado para “valer” en función de nuestro físico. Sólo las cosas tienen precio, y nosotras lo tenemos. No extraña pues la demanda de una imagen determinada para un puesto de trabajo o que nos usen de reclamo por nuestra calidad estética. Varios estudios sociológicos estadounidenses apuntan que las mujeres cumplimos mejor lo que ha venido en llamarse “deseabilidad”, es decir, intentamos responder a lo que la sociedad demanda de nosotras. Se nos ha educado en “la otredad”, somos en función de que gustemos “al otro”. De este modo nuestro autoconcepto viene condicionado –sobre todo a edades de cambios vitales y mayor vulnerabilidad- a la opinión externa. Nuestra autoimagen la consideramos positiva o negativa según las normas históricas vigentes. Así, cuando durante los años xx la piel morena era asociada a otras

razas, las damas se ocultaban del sol o usaban polvos de talco para mantenerse blancas. Ahora existen productos de belleza para estar morenas. Los gustos varían, no así la necesidad de la mujer de ser aceptada, porque somos un escaparate para el mejor postor. La imagen de superwoman exitosa que muestra el "quiero y no puedo" del mundo ideal publicitario, suele tener un aspecto físico más que aceptable. No hay ni rastro de los vómitos de su bebé, ni un pelo despeinado por el estrés de llegar tarde, ni una lista de la compra arrugada en uno de los bolsillos, ni un pecho caído por varios embarazos. ¿La mujer trabajadora es así? La respuesta obviamente es que no, como mucho el ideal que presentan constituiría el sueño inalcanzable para muchas mujeres. Los anuncios de cirugía estética están repletos de hombres cirujanos operando a mujeres bellísimas, en este caso, fiel reflejo de la realidad. Para el mercado patriarcal es rentable que la mujer sea insegura, cada vez comprará más amén de responder a lo que se espera de ella. Las necesidades en muchas ocasiones no existen, son creadas. Un anuncio de crema hidratante para pies sugiere que hay mujeres que no salen de casa con sandalias por tener los talones agrietados. ¿De verdad las mujeres hemos llegado a estar preocupadas por esto o es una nueva exigencia que van a inventarnos?

El mito de la belleza.

Naomi Wolf escribió el famoso libro El Mito de la belleza (El mito de la belleza. Emecé Editores, Barcelona. 1991). En él manifestaba que las mujeres actuales están aun más disconformes con su cuerpo que las de anteriores generaciones. La imposición de un modelo de belleza inalcanzable, frustrante, sólo podía beneficiar a las industrias cosméticas y farmacéuticas que obtienen dinero a raíz de la eterna insatisfacción femenina. Del mismo modo que la publicidad nos vende nuevas necesidades, la sociedad en general se lucra de nuestra búsqueda de la perfección. El mito de la belleza presentaría varias falacias que deben deconstruirse a la edad más temprana posible:

- La belleza es objetiva. Falso. No se puede negar que la apariencia física tenga importancia, pero no existe un único gusto en cuanto a ésta.*
- La belleza es atemporal. Falso. Responde a las modas o condicionamientos históricos. Por esta razón en sociedades con hambruna una mujer con mayor peso era símbolo de un poder adquisitivo alto y más codiciada por hombres y mujeres.*
- La belleza no tiene edad. Falso. Ignora que con los años una mujer debido a su capacidad reproductora acumula grasas para enfrentarse a una posible maternidad o que la piel se arruga de forma natural por el envejecimiento celular.*

- *La belleza va ligada de forma proporcional a la sensualidad y al amor. Falso. Una persona de mayor belleza no tiene garantizado tener más relaciones. Por el contrario, existen muchísimos ejemplos de personas consideradas poco agraciadas que han querido y sido muy queridas.*
- *La belleza es sinónimo de salud. Falso. Actualmente existe una moda que premia a chicas famélicas, de tez macilenta y rostro lánguido, síntomas éstos que en ningún caso señalan buena salud. El fenómeno de la metrosexualidad ha sido interpretado erróneamente como un avance. El hombre metrosexual interesa al mercado en cuanto a que supone un aumento del consumo de los productos de belleza y cuidado personal. Lograr la igualdad no significa copiar los valores negativos tradicionalmente asociados a un sexo u otro. Del mismo modo que ocurre con la mujer, el modelo de belleza demandado para los hombres puede estar lejos de la realidad. No obstante, la exigencia en cuanto al modelo masculino suele ser menor. Sirva como ejemplo la contraposición la imagen de la mujer en muchos anuncios de publicidad frente a la del hombre. Ella suele destacar como modelo de cualidades estéticas y él como deportista, presentando a veces un aspecto desaliñado).*

Como veremos en el siguiente epígrafe, no interesa que las mujeres de la publicidad sean reales. Seremos mujeres cosificadas, perladadas, sin marcas ni necesidades fisiológicas, mostraremos unos pechos perfectos (por eso España es el tercer país del mundo donde más se operan los senos) y, a la vez que trabajamos y cuidamos de otras personas, no perderemos nuestra máxima esencia, ser (que no estar) "sexys" para el resto.

 *A continuación el alumnado realizará en su cuaderno la siguiente ficha (si no hay disponibilidad de tiempo se puede hacer una puesta en común)*

FICHA DE ANÁLISIS DE PUBLICIDAD

Aquí sugerimos el análisis de cualquier anuncio de productos de belleza o cosmética con las siguientes reflexiones:

1. ¿Qué te sugiere el anuncio? ¿Qué has sentido? ¿Crees que la mujer está poniendo en peligro su cuerpo?

.....

2. ¿Qué te está pidiendo el anuncio? ¿Qué quiere que hagas? ¿Cumple su objetivo?

.....

3. Analiza lo que ves.

a. ¿Cuántas personas aparecen? ¿Cuántas son mujeres y cuántos hombres?

.....

b. ¿Cuál es el papel de cada una de las personas y objetos del anuncio?

.....
c. ¿Cómo son las personas físicamente? ¿Qué llevan puesto? ¿Qué imagen pretenden dar?

.....
d. ¿Dónde se desarrolla la acción?

e. ¿En qué época?

.....f. ¿Hay voz en off?

4. ¿Por qué quienes han creado ese anuncio han decidido ese reparto de papeles?

.....
.....

5. ¿A quién va dirigido este anuncio? Responde a las siguientes preguntas sobre el perfil de la persona que busca atraer esta publicidad:

a. ¿Qué tipo de personalidad tendría?

.....

b. ¿Qué gustos tendría la persona a la que va dirigido el anuncio?

.....

c. ¿Qué hobbies tendría?

.....

d. ¿A qué clase social pertenecería? ¿Por qué? (El producto es caro/barato, las personas salen en un entorno acomodado, chales lujosos, etc.).

.....

e. ¿A qué edad se dirige?

.....

f. ¿Qué tipos de trabajos tendría la persona a la que va dirigido el anuncio?

.....

g. ¿A qué etnia o raza pertenece?

.....

h. ¿Qué sexo tendría?

.....

6. ¿Qué tipo de rol juega la mujer aquí?.....

.....
.....

- Por último, el alumnado leerá el siguiente fragmento del libro, que reproduce un episodio protagonizado por Marta y Bes, la au pair, en el transcurso de una tarde de compras.

La tarde de compras empezó de la manera más festiva. Entraron en unas cuantas tiendas y lo resolvieron todo sin acabar de decidirse. Eran como dos abejas de flor en flor, zzzzzzz, libando el néctar: «Eh, ¿te has fijado qué camisetas de licra tan guapas? ¿Y estos botines? Auténticos, ¿no? ¡Ostras! ¿Y este top tipo ropa interior de Madonna en plena actuación? ¡Uf!, un pelo exagerado, ¿no? A mis padres les daría un ataque... ¿Y no molan estas mallas acampanadas? Cantidad...».

Todo muy divertido, hasta que cada una optó por lo que más le había atraído, a pesar de que no era fácil decidirse entre tantas cosas que les encantaban. Y Primer Disgusto. La displicente vendedora que las tenía que guiar al probador revisó las etiquetas del montón de piezas de ropa que Bes llevaba en brazos y, mirándole el cuerpo de arriba abajo, le confirmó:

—Sí, sí. Ésta es tu talla, una 36.

Después cogió lo que había elegido Marta, miró la etiqueta, le miró el cuerpo con pose crítica y le soltó:

—No. Nada de esto te entra. Tú necesitas por lo menos una talla 42 y nosotros no tenemos tallas tan grandes.

¿Tallas tan grandes? ¿Tallas Tan Grandes? Y Marta veía cómo la camiseta naranja, que casi olía a primavera, se quedaba desmadejada sobre el mostrador. Y tras la camiseta, unos pantalones de cuadritos y unas mallas. Y todo, vaya, todo.

—¡Ah! Esto sí que puede que lo tengamos en tu talla.

Y la vendedora de ñañas azules, cuerpo de maniquí y desprecio metálico se perdió entre los estantes para volver con unos vaqueros de la talla 42.

Bes, satisfecha con el botín, hablaba por los codos (el *shopping* la excitaba) y no tenía idea del estado catastrófico de Marta, que se sentía como si la hubiesen examinado y la hubiesen suspendido, cuando, en realidad, ella creía que tenía la materia muy bien preparada. Vaya, que nunca había considerado que una talla 42

fuese un deshonor. Pero la asquerosa metálica le había hecho notar que sí.

- Tras la lectura se iniciará coloquio sobre los estereotipos físicos que se pretenden instaurar y las consecuencias entre los jóvenes de querer seguir los mismos.

Bibliografía y webgrafía

- Revista en línea sobre literatura infantil y juvenil "Las Letras como Alimento".
- **Guía "AULAS Saludables... Adolescentes Competentes"** Comisión Técnica de los Departamentos de Educación y Salud del Gobierno de Navarra, conjuntamente con un grupo de doce, antes de diferentes centros de la red educativa de Navarra.
- Educatolerancia, web de Educación, Tolerancia y Derechos Humanos de Movimiento contra la Intolerancia (<http://www.movimientocontralaintolerancia.com/>).
- Mayka Cuadrado Zurinaga. Federación Mujeres Jóvenes. El género femenino a través de la publicidad. Madrid 2001.

Ficha elaborada por Lucía Jiménez Miranda