

IMAGEN CORPORAL Y GÉNERO:

LA DESIGUAL INFLUENCIA DE LOS MASS MEDIA

El libro en versión física está disponible para
consulta y préstamo en las oficinas del CIEM

VIVIANNE OLIVEIRA GONÇALVES

Circulo
Rojo
Editorial

ÍNDICE

PRÓLOGO.....	15
INTRODUCCIÓN.....	21

CAPÍTULO 1

LA DOBLE IMAGEN DEL SEXO Y DEL GÉNERO.....	27
1.1 Sexo y género.....	28
1.2 Los roles de género.....	32
1.3 Los estereotipos de género.....	33
1.4 La identidad de género.....	35
1.5 Perspectiva histórica del movimiento feminista..	42
1.6 Las teorías feministas.....	56
1.7 Panorama General de los Estudios de Género....	69

CAPÍTULO 2

LA IMAGEN CORPORAL.....	77
2.1 Perspectiva histórica de los estudios sobre la imagen corporal.....	77
2.2 Esquema corporal e imagen corporal.....	82
2.3 Estructuración y desarrollo de la imagen corporal.	91
2.4 Imagen corporal y conceptos asociados: el autoconcepto y la autoestima.....	95
2.5 Imagen corporal y género.....	100
2.6 Imagen corporal y edad.....	104
2.7 Imagen corporal y actividad físico-deportiva....	110
2.8 De la insatisfacción corporal a los trastornos de la conducta alimentaria.....	119
2.9 Aportaciones feministas a los estudios de la imagen corporal.....	133

CAPÍTULO 3

LA IMAGEN CORPORAL, LOS MASS MEDIA Y

LA SOCIEDAD DE CONSUMO..... 139

- 3.1 El cuerpo en la sociedad de consumo..... 140
- 3.2 El patrón masculino y femenino ideal..... 143
- 3.3 El consumo y los cuidados del cuerpo: la
dieta, el ejercicio y la moda..... 146
- 3.4 Medios de comunicación masivos e
imagen corporal..... 153
- 3.5 Principales teorías explicativas sobre la influencia
de los medios de comunicación masivos en la
imagen corporal..... 161
- 3.6 Influencia de los medios de comunicación
masivos en la imagen corporal y la necesidad
de regulación..... 178

A MODO DE CONCLUSIÓN..... 187

REFERENCIAS..... 195