

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Sociología VI (Opinión Pública y Cultura de Masas)



**TESIS DOCTORAL**

**La transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales: un análisis desde la mediación social**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Daniel Franco Romo

Director

Manuel Martín Serrano

**Madrid, 2012**

© Daniel Franco Romo, 2012

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Sociología IV



**LA TRANSFERENCIA DE LOS DESAJUSTES SOCIALES  
A LOS SUJETOS INDIVIDUALES. UN ANÁLISIS DESDE  
LA MEDIACIÓN SOCIAL**

TESIS DOCTORAL PRESENTADA POR:

**Daniel Franco Romo**

DIRECTOR:

**Dr. Manuel Martín Serrano**

Madrid, 2012



# ÍNDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>PRIMERA PARTE: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....   | <b>19</b> |
| <b>CAPÍTULO 1. OBJETO DE ESTUDIO</b> .....   | <b>21</b> |
| 1.1. Introducción .....  | 23        |
| 1.1.1. El tiempo y el espacio sociales en los que se sitúa el objeto de estudio .....  | 24        |
| 1.1.2. El fenómeno específico en el que se analiza la transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales.....   | 25        |
| 1.2. La transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales como un mecanismo de reproducción social propio de las sociedades capitalistas globalizadas..... | 27        |
| 1.2.1. El paso del capitalismo industrial al monopólico-globalizado .....  | 27        |
| 1.2.2. La estabilización de las crisis como un estado permanente de la sociedad y no como un mero quebranto temporal.....  | 32        |
| 1.2.3. La institucionalización de las mediaciones sociales como el mecanismo de ajuste característico del capitalismo globalizado.....                                       | 35        |
| 1.2.4. La elaboración de modelos del mundo no contradictorios para conferir un orden aparente a las contradicciones reales .....   | 38        |
| 1.2.5. La actuación sobre los sujetos como alternativa a la transformación radical de las estructuras sociales.....  | 40        |

|   |    |
|---|----|
| 1.3. Las relaciones que se producen en España desde 1970 hasta 2010 entre los cambios macrosociales que tienen que ver con las edades y las transformaciones en los cuerpos de los sujetos..... | 44 |
| 1.3.1. La acotación espacio-temporal: España en la época de la globalización.....   | 44 |
| 1.3.2. La manifestación de las divisiones sociales y técnicas a nivel de la edad de los sujetos .....   | 48 |
| 1.3.3. El reflejo de las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad en los cuerpos de los sujetos .....   | 54 |
| 1.3.3.1. El cambio de paradigma corporal que corresponde a la transformación del capitalismo industrial en monopólico-global .....  | 56 |
| 1.3.4. El ajuste entre las transformaciones macrosociales que son específicas de cada grupo de edad y los cambios en la valoración social y en el aspecto de los cuerpos .....                  | 60 |

**CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO ..... 63**

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Introducción .....   | 65 |
| 2.2. Presentación del enfoque mediacional utilizado en esta investigación .   | 67 |
| 2.2.1. Formulación original .....   | 67 |
| 2.2.3. Aplicaciones y desarrollos.....  | 73 |
| 2.3. Pertinencia del paradigma mediacional para el diseño de esta investigación.....  | 75 |
| 2.3.1. El análisis en clave sociohistorica de las relaciones entre las transformaciones generacionales y las modificaciones corporales .....              | 76 |
| 2.3.2. El análisis macrosociológico de las relaciones entre las edades y los cuerpos de los sujetos .....   | 77 |
| 2.3.3. El análisis de las relaciones entre las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad y los cuerpos de los sujetos .....                  | 78 |
| 2.3.4. El análisis <i>mediacional</i> de la transferencia de las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad a los cuerpos de los sujetos..... | 79 |

|   |            |
|---|------------|
| 2.3.5. El análisis de las interdependencias entre las organizaciones, los comportamientos y las representaciones sociales sobre las edades y los cuerpos .....  | 79         |
| 2.4. Aplicación del paradigma mediacional al diseño de esta investigación: modelo de análisis .....   | 81         |
| 2.4.1. Nivel de las determinaciones macrosociales.....  | 82         |
| 2.4.2. Nivel de los sujetos individuales .....  | 83         |
| 2.4.3. Nivel de las mediaciones sociales.....   | 83         |
| <b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....</b>   | <b>85</b>  |
| 3.1. Introducción .....   | 87         |
| 3.2. Los objetivos de la investigación.....   | 88         |
| 3.3. Las hipótesis de la investigación .....  | 90         |
| 3.4. Los criterios de selección de las fuentes de las que proceden los datos  | 94         |
| 3.5. Síntesis del diseño metodológico de la investigación.....  | 97         |
| <b>SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS DE LOS DATOS.....</b>  | <b>111</b> |
| <b>CAPÍTULO 4. LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN SOCIAL DE LOS GRUPOS DE EDAD .....</b>  | <b>113</b> |
| 4.1. Introducción .....   | 115        |
| 4.2. En el capitalismo globalizado, los jóvenes españoles tienen cada vez más dificultades para incorporarse al mercado laboral de manera estable.....  | 116        |
| 4.2.1. El itinerario que lleva de la dependencia familiar a la independencia económica y residencial ya no sigue una secuencia lineal, sino que <i>se fragmenta y se dilata en el tiempo</i> .....  | 117        |
| 4.2.2. Los factores que inciden en la prolongación de la etapa de juventud tienen que ver más con factores estructurales relacionados con el trabajo que con la voluntad de las personas jóvenes de permanecer en el hogar familiar ..... | 122        |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2.3. El sistema laboral sobre-determina el proceso de emancipación de los jóvenes españoles.....  | 125 |
| 4.2.3.1. Las altas tasas de desempleo juvenil .....   | 126 |
| 4.2.3.2. Los elevados niveles de temporalidad en los jóvenes .....  | 130 |
| 4.2.3.3. La pérdida de valor económico de los salarios juveniles.....   | 131 |
| 4.3. Las condiciones laborales de las personas adultas en España empeoran a medida que avanza el capitalismo globalizado, pero son comparativamente mejores que las de jóvenes y mayores .....  | 134 |
| 4.4. Con el paso del capitalismo industrial al monopólico-globalizado, las trayectorias laborales de las edades mayores se transforman en relación, primero, con la reconversión industrial y, después, con el envejecimiento de la población ..... | 136 |
| 4.4.1. Las edades mayores ganan peso demográfico frente a las edades más jóvenes .....  | 136 |
| 4.4.2. La edad efectiva de salida del mercado laboral se redefine para adaptarse al envejecimiento demográfico.....   | 140 |

**CAPÍTULO 5. LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN SOCIAL DE LOS CUERPOS DE LOS SUJETOS..... 145**

|   |     |
|---|-----|
| 5.1. Introducción .....   | 147 |
| 5.2. La transformación de las economías industriales en economías de servicios consume el declive de la capacidad física como criterio de valor de la fuerza de trabajo (usos productivos) .....      | 148 |
| 5.3. La progresiva mercantilización de los usos del cuerpo como modo de manifestar estatus (usos reproductivos) refuerza el vínculo entre el aspecto corporal y la integración/exclusión social ..... | 154 |
| 5.3.1. Lo específico en las sociedades capitalistas es que el modo de manifestar estatus a través del cuerpo y de sus aderezos va siendo progresivamente mercantilizado .....                         | 154 |
| 5.3.2. En las sociedades globalizadas crece la importancia que se concede al aspecto corporal como criterio de integración/exclusión social .....   | 160 |

**CAPÍTULO 6. LOS PROCESOS DE AJUSTE ENTRE LAS TRANSFORMACIONES MACROSOCIALES QUE SON ESPECÍFICAS DE LA EDAD Y LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN SOCIAL DE LOS CUERPOS DE LOS SUJETOS ..... 169**

|   |     |
|---|-----|
| 6.1. Introducción .....   | 171 |
| 6.2. Las transformaciones de las REPRESENTACIONES SOCIALES sobre las edades y su explicitación en los cuerpos .....   | 171 |
| 6.2.1. La juventud se constituye como uno de los objetos privilegiados de la comunicación pública.....  | 173 |
| 6.2.2. La juventud suele ser representada en la comunicación pública como sinónimo de éxito y prestigio social.....   | 174 |
| 6.2.3. Cuando se exalta lo joven, no se está designando una condición existencial, sino un atributo del cuerpo .....  | 175 |
| 6.2.4. La representación social de la apariencia juvenil se dirige, prioritariamente, a las personas adultas.....   | 176 |
| 6.2.5. Los contextos donde aparecen representados los jóvenes tienen que ver habitualmente con el consumo de productos para el cuerpo ..  | 178 |
| 6.3. El surgimiento de ORGANIZACIONES especializadas en la comercialización de productos y servicios que permiten eliminar u ocultar aquellos rasgos del cuerpo que indican obsolescencia ..... | 180 |
| 6.3.1. El mercado de la cosmética.....  | 181 |
| 6.3.2. El mercado de la cirugía estética .....  | 184 |
| 6.3.3. El mercado de los productos dietéticos.....  | 186 |
| 6.3.4. El mercado del ejercicio físico .....  | 188 |
| 6.4. El incremento de las ACCIONES de cuidado y conservación a las que los sujetos someten a sus cuerpos para eliminar u ocultar aquellos rasgos que indican obsolescencia .....                | 190 |
| 6.4.1. El recurso a la cosmética .....  | 190 |
| 6.4.2. El recurso a la cirugía estética .....   | 195 |
| 6.4.2.1. El número de intervenciones estéticas .....  | 196 |
| 6.4.2.2. Las intervenciones quirúrgicas más demandadas.....   | 199 |

|  |            |
|--|------------|
| 6.4.2.3. Los tratamientos «no invasivos» más demandados .....  | 201        |
| 6.4.3. El recurso a la dietética.....  | 203        |
| 6.4.4. El recurso al ejercicio físico .....  | 206        |
| 6.4.4.1. La práctica deportiva ocupa un lugar cada vez más relevante<br>entre las actividades de ocio de los españoles .....   | 207        |
| 6.4.4.2. Aumentan las modalidades de práctica deportiva que cabe<br>relacionar con el cuidado de la apariencia del cuerpo, aunque no sea<br>ésta la única motivación que impulsa a quienes las practican ..... | 211        |
| <b>TERCERA PARTE: CONCLUSIONES.....</b>  | <b>217</b> |
| <b>CUARTA PARTE: BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS.....</b>  | <b>235</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>   | <b>237</b> |
| <b>ANEXO I. ABREVIATURAS.....</b>  | <b>263</b> |
| <b>ANEXO II. ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS .....</b>  | <b>267</b> |
| Índice de tablas .....   | 269        |
| Índice de gráficos.....  | 275        |
| Índice de figuras .....  | 279        |
| <b>ANEXO III. TABLAS Y GRÁFICOS QUE AMPLÍAN LA INFORMACIÓN<br/>OFRECIDA EN LOS ANÁLISIS.....</b>   | <b>281</b> |
| Capítulo 4.....  | 283        |
| Capítulo 5.....  | 293        |
| Capítulo 6.....  | 301        |
| <b>ANEXO IV. SUMMARY AND CONCLUSIONS .....</b>   | <b>303</b> |

## **INTRODUCCIÓN**

---



La presente tesis doctoral recoge el resultado de los trabajos de investigación realizados en el marco del Programa de Doctorado “Comunicación, Cambio Social y Desarrollo”, coordinado por la Sección de Comunicación del Departamento de Sociología IV (Métodos de Investigación y Teoría de la Comunicación) de la Universidad Complutense de Madrid. Este Programa de Doctorado fue distinguido con la “Mención de Calidad” por el Ministerio de Educación y Ciencia para el período 2005-2009.

Los trabajos conducentes a esta tesis han sido dirigidos por el profesor Manuel Martín Serrano y se han desarrollado en el seno del Grupo de Investigación de la Universidad Complutense “Identidades Sociales y Comunicación”, del que formo parte como investigador en formación.

La tesis se ubica en el campo de la comunicación y su perspectiva teórica específica es mediacional. Concretamente, se inscribe en la tradición de estudios basados en el *paradigma de la mediación social* creado por el profesor Manuel Martín Serrano.

La investigación nace del interés por profundizar en el estudio de los procesos mediante los cuales las actuales sociedades globalizadas logran que los individuos interioricemos y perpetuemos por nosotros mismos los controles sociales. ¿Por qué asumimos valores y condiciones de vida que son necesarios para el mantenimiento del orden establecido, incluso aunque vayan contra nuestros propios intereses? Y, si no los asumimos, ¿por qué no somos capaces de cuestionarlos y enfrentarnos a ellos? ¿Por

qué, como explicaba Marcuse ([1954] 2005: 7), las fuerzas de oposición, que en otras épocas eran capaces de amenazar ese orden establecido, son ahora desactivadas con tan aparente facilidad e incluso utilizadas como factor de integración y cohesión?

En las sociedades globalizadas, el control social es posible, entre otras razones, por la emergencia de nuevos procedimientos que no pasan por la represión abierta y directa. Esos nuevos procedimientos de control social son las mediaciones sociales.

Esta tesis doctoral lleva a cabo un análisis de cómo *interviene la mediación en la transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales*. Específicamente, se ha estudiado cómo la obsolescencia laboral que genera el mercado de trabajo se convierte en obsolescencia corporal y existencial. Para ello, se han analizado algunos de los cambios que se producen en España desde 1970 a 2010 en los diferentes grupos de edad (jóvenes, adultos, mayores). Cambios derivados de transformaciones en el sistema productivo que se relacionan, a su vez, con el tránsito de las sociedades industriales a las globalizadas. Esos cambios generacionales se han puesto en relación con las transformaciones en la valoración social del cuerpo y se han analizado las mediaciones que contribuyen a transferir la obsolescencia laboral a la apariencia corporal.

Metodológicamente, la investigación ha consistido en una búsqueda, selección y reinterpretación de fuentes primarias y secundarias

disponibles, con el objetivo de someter a validación las hipótesis planteadas.

Coherentemente con el soporte teórico elegido, estos datos se han manejado en clave sociohistórica y desde una perspectiva macrosociológica, con el propósito de contribuir a ampliar el conocimiento del papel que cumplen las mediaciones sociales en la reproducción de las sociedades globalizadas, en este caso, cuando operan con las diferencias generacionales.

### **Estructura de presentación**

La tesis doctoral se divide en cuatro partes:

- La primera parte se refiere al *DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN*. En el *Capítulo 1*, se procede a la acotación del objeto de estudio, explicando el fenómeno específico en el que se estudia la transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales. En el *Capítulo 2*, se presenta el marco teórico mediacional desde el que dicho objeto ha sido abordado, se explican los rasgos que lo hacen pertinente para esta tesis y se especifica de qué manera se ha aplicado a su diseño. En el *Capítulo 3*, se expone el diseño metodológico de la investigación, enunciando los objetivos y las hipótesis, y especificando el criterio

utilizado para la selección de las fuentes de las que proceden los datos con los que se han sometido a validación las hipótesis.

- En la segunda parte, se lleva a cabo el *ANÁLISIS DE LOS DATOS*. Cada uno de los niveles en los que se divide el modelo de análisis de la investigación se desarrolla en un capítulo diferenciado. En el *Capítulo 4*, se analizan los datos referidos al nivel de las determinaciones macrosociales. Se estudian los cambios generacionales que se producen con el paso del capitalismo industrial al globalizado, en relación con transformaciones del sistema productivo. En el *Capítulo 5*, se analizan los datos referidos al nivel de los sujetos individuales. Se estudia cómo se ha ido configurando el nuevo paradigma corporal que corresponde a las sociedades globalizadas, articulado en base -entre otros criterios- a los años que aparente el cuerpo; la configuración de este paradigma se pone en relación con el progresivo predominio de los usos reproductivos del cuerpo sobre los productivos que tiene lugar en las economías capitalistas. En el *Capítulo 6*, se analizan los datos referidos al nivel de las mediaciones sociales. Se estudian *algunos* de los procesos de mediación que las sociedades globalizadas ponen en marcha para que los cambios en la valoración de los cuerpos sean congruentes con los cambios en la valoración de las edades.

- En la tercera parte, se exponen las *CONCLUSIONES* que se derivan del análisis de los datos.

- La cuarta y última parte contiene la *BIBLIOGRAFÍA* citada en la tesis y los *ANEXOS* (entre otros, un resumen de la investigación y de las conclusiones en inglés, como parte de los requisitos para la obtención de la “Mención Doctor Europeo”).

### **Agradecimientos**

Concluyo estas páginas introductorias dejando constancia de mi agradecimiento a aquellas personas e instituciones que han posibilitado, de uno u otro modo, la elaboración de este trabajo.

Esta tesis doctoral ha contado con la financiación de la Universidad Complutense de Madrid mediante la concesión de una Beca Predoctoral Complutense.

El apoyo de la profesora Olivia Velarde, directora del Grupo de Investigación “Identidades Sociales y Comunicación”, resultó decisivo para la consecución de dicha ayuda.

El profesor Miguel Ángel Sobrino, coordinador del Programa de Doctorado “Comunicación, Cambio Social y Desarrollo”, facilitó todos los trámites burocráticos, desde el primer hasta el último día.

Junto a ellos y al resto de profesores e investigadores de la Sección de Comunicación del Departamento de Sociología IV y del Grupo de Investigación “Identidades Sociales y Comunicación”, he tenido la oportunidad de iniciarme en el estudio de la comunicación, desde el enfoque común que proporciona la obra del profesor Manuel Martín Serrano. Por su ayuda y apoyo en diferentes fases de la tesis, gracias a los profesores José Antonio Alcoceba, Vicente Baca, Francisco Bernete, María Cadilla, Jesús Gracia y Javier Malagón, y a los investigadores en formación Verónica Antolín, Bego Ballesteros, Cristina López y Joan Pedro.

Al principio de todo, la opinión del profesor Francisco Sierra, de la Universidad de Sevilla, fue determinante para tomar la decisión de solicitar la admisión en el Programa de Doctorado “Comunicación, Cambio Social y Desarrollo”.

El profesor Paul A. Taylor me recibió amablemente en el *Institute of Communication Studies* de la Universidad de Leeds (Reino Unido) y supervisó la estancia predoctoral llevada a cabo en dicha institución y financiada por la Universidad Complutense.

Su ayuda y la de los profesores Richard Cleminson (Universidad de Leeds) y Lorenzo Escot (Universidad Complutense) fue, además, imprescindible para cumplir con algunos de los últimos requisitos burocráticos.

Mi mayor agradecimiento es, como no podría ser de otra manera, para el director de esta tesis, el profesor Manuel Martín Serrano, por toda la dedicación y paciencia que ha tenido conmigo, por el afecto y la confianza que me ha mostrado siempre y por todo lo que tan generosamente me ha enseñado.



**PRIMERA PARTE: DISEÑO DE  
LA INVESTIGACIÓN**



## **CAPÍTULO 1. OBJETO DE ESTUDIO**

---



## 1.1. Introducción

Esta tesis doctoral se propone, como objetivo general, contribuir al conocimiento del *papel que cumplen las mediaciones sociales en la reproducción de las sociedades globalizadas*. Para ello, lleva a cabo un análisis de *cómo interviene la mediación en la transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales*. Los criterios paradigmáticos específicos de los estudios de las mediaciones aportan los soportes teórico y metodológico que se requieren para realizar esta tesis (*vid.* Capítulo 2).

En la medida en que el interés se centra en los procesos de cambio y reproducción social:

- Se ha definido un objeto de estudio de carácter *sociohistórico*, es decir, que cambia a través de largos períodos de tiempo y a medida que la sociedad se va transformando.
- Y, para su análisis, se ha adoptado un punto de vista *macrosociológico*, es decir, que vincula la evolución de dicho objeto con el funcionamiento general de la sociedad.

### 1.1.1. El tiempo y el espacio sociales en los que se sitúa el objeto de estudio

La tesis doctoral parte de la consideración de que, a partir de los años setenta del siglo XX, en los países capitalistas que habían alcanzado el mayor desarrollo de la economía industrial comienza a consolidarse el paso hacia otra etapa de monopolio globalizado. Este tránsito supone el comienzo de una nueva fase en la historia del capitalismo.

Según el profesor Manuel Martín Serrano, “desde que llegó la etapa del monopolio global en la que ahora vivimos, las crisis han roto las barreras que las mantenían dentro del ámbito del mercado y han inundado la cotidianidad” (Martín Serrano, 2008: 20).

En la vigente etapa monopólico-globalizada del capitalismo, están emergiendo nuevos procedimientos de control social, para manejar las tensiones y los conflictos que se generan en los colectivos y en los individuos que viven en permanente situación de crisis. Se da por supuesto que la continua adaptación de la sociedad a los avances tecnológicos es la causa de las crisis:

“Como se da por hecho que no existe alternativa a ese desorden social establecido, los desajustes tienen que corregirse actuando sobre los sujetos. (...) *Para hacer frente a las crisis se espera que cada individuo «se cambie» cuantas veces sea necesario y tanto como resulte preciso. De esta forma se manejan las contradicciones sociales como desajustes*

*individuales. Los conflictos que podían enfrentar a los sujetos con las instituciones se transfieren a las relaciones interpersonales” (Martín Serrano, 2008: 21)<sup>1</sup>.*

Estas nuevas formas de control social recaen, principalmente, en las mediaciones sociales.

### **1.1.2. El fenómeno específico en el que se analiza la transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales**

Un fenómeno específico en el que cabe analizar este mecanismo de transferencia se corresponde con el objeto de estudio de esta tesis.

Se parte de la idea de que la edad de las personas es una condición que sobre-determina las posibilidades de inserción social en general y de inserción laboral en particular. Es un mecanismo de diferenciación/exclusión social que ha alcanzado una dimensión macrosociológica desde el inicio del capitalismo monopólico-global.

*La transferencia de esa crisis estructural hacia los comportamientos privados se refleja en las mediaciones que relacionan el éxito o el fracaso en la inserción social con el ajuste del propio cuerpo.*

---

<sup>1</sup> La cursiva es del original y lo será de ahora en adelante mientras no se indique lo contrario.

En España, este nuevo modelo socio-biológico de estratificación social ya está documentado a mediados de la década de los años setenta del siglo XX, en los análisis de contenido de los medios de comunicación de masas. Y supone una drástica transformación de las representaciones de jóvenes, adultos y personas mayores que todavía estaban vigentes en la anterior década de los sesenta. Un tiempo de la sociedad española en el que aún la familia extensa entonaba su canto del cisne y todavía seguía cumpliendo funciones axiológicas y económicas, a pesar de las migraciones campo-ciudad.

Este objeto de estudio se ha acotado de la siguiente forma:

*Las mediaciones que relacionan la inserción social con el ajuste del propio cuerpo*

*son las mediaciones entre los cambios macrosociales que tienen que ver con los grupos de edad (jóvenes, adultos y mayores) y*

*las transformaciones en las **representaciones sociales** de los cuerpos y en los **cuidados** que de ellos hacen los sujetos.*

*Concretamente, el estudio se refiere a España y abarca esta actividad mediadora desde sus primeras manifestaciones, hacia 1970, hasta sus manifestaciones actuales, en el año 2010, cuando ya está consolidada.*

Este capítulo se divide en dos apartados. En el primero, se expone el marco interpretativo que ofrece el paradigma de la mediación social. Concretamente, para el estudio de la transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales como un procedimiento de reproducción social propio de las sociedades monopólico-globalizadas. En el segundo apartado, se concreta cómo opera ese mecanismo de transferencia en este objeto de estudio específico.

## **1.2. La transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales como un mecanismo de reproducción social propio de las sociedades capitalistas globalizadas**

### **1.2.1. El paso del capitalismo industrial al monopólico-globalizado**

A partir de los años setenta del siglo XX, las sociedades capitalistas avanzadas entran en una nueva época que se prolonga hasta la actualidad y que hoy se denomina comúnmente «globalización». En esta tesis, este término se utiliza en el entendimiento de que designa al nuevo orden social que deriva de la transformación del capitalismo industrial en monopólico-globalizado.

Como sucede cuando se analizan períodos de tiempo prolongados, nuevas pautas de funcionamiento van conformando esta época globalizada. Son el resultado de la confluencia de múltiples procesos sociales que casi nunca evolucionan de forma acompasada y que, además,

varían de unos países a otros. Por ello, no resulta posible fijar una fecha exacta que establezca el momento en el que se produce el paso del capitalismo industrial avanzado al monopolístico-globalizado. En todo caso, se habían observado y analizado tendencias en las «sociedades industriales avanzadas», «del bienestar» o «de consumo» que auguraban un cambio de época. Comienzan a manifestarse con mayor intensidad a partir de la crisis que viven estas sociedades en los años setenta, simbólicamente representada por la subida de los precios del petróleo en el año 1973.

Fue entonces cuando se dio por definitivamente frenado el ciclo de crecimiento económico que se había iniciado tras la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) y que se prolongó durante aproximadamente treinta años. Fueron los denominados «treinta gloriosos» (Fourastié, 1980). Tres décadas en las que, a partir de la aplicación de políticas keynesianas, mejoró la rentabilidad empresarial, se registraron bajas tasas de desempleo y se produjo una mejora generalizada de las condiciones de vida<sup>2</sup>.

Como es sabido, esta etapa de auge económico comienza a invertirse durante los años sesenta y se ve frenada definitivamente en los primeros años setenta, coincidiendo con la crisis del petróleo. Caen los niveles de inversión y de producción y aumentan el paro, la inflación y el déficit público.

---

<sup>2</sup> Un análisis muy completo de la evolución de las economías capitalistas avanzadas desde la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad, apoyado en series históricas de datos empíricos, puede encontrarse en Brenner ([2006] 2009). La interpretación de este período que, de manera muy esquemática, se expone en este apartado procede en parte de esta obra.

Como respuesta a esta crisis, se lleva a cabo una profunda reestructuración del sistema productivo, a partir de los años ochenta. Estados nacionales y organismos internacionales acometen el llamado *giro neoliberal*, reformando sistemas fiscales y financieros, flexibilizando el mercado de trabajo, liberalizando el comercio y privatizando aquellos sectores públicos que podían resultar económicamente rentables. Es decir, ofreciendo el soporte político y legal necesario para que pudiera producirse la reconversión empresarial y financiera y la internacionalización que estaba requiriendo la economía capitalista.

Como cabría esperar, una reforma tan profunda del sistema de producción afectó, más allá de la esfera económica, a todos los niveles de la organización social. Los cambios económicos vinieron acompañados de transformaciones también muy importantes en las formas de organización y participación política, en las configuraciones geográficas y geopolíticas, en los sistemas de enseñanza, en las relaciones familiares o en los valores, por citar sólo algunos ejemplos.

Parece haber acuerdo en que esas y otras transformaciones modifican de tal manera las características de la sociedad industrial que comienzan a conformar otro modelo de sociedad. Eso no quiere decir, sin embargo, que exista el mismo consenso a la hora de caracterizar esta nueva sociedad e interpretar su sentido histórico. De hecho, se trata de una cuestión que ha dado pie en las cuatro últimas décadas a diversas propuestas de explicación, en función de si se pone el acento en uno u

otro de sus rasgos o si el análisis se realiza desde uno u otro enfoque teórico. Así, por ejemplo, el tránsito de las sociedades industriales avanzadas a otras denominadas postindustriales se explica a través de la relevancia del sector terciario en la economía (Bell, [1973] 2006), de la centralidad de la información (Castells, [1996] 2001) o de la primacía de los valores postmaterialistas frente a los materialistas (Inglehart, [1990] 1991).

Dar cuenta de las diferentes teorías que existen sobre la conformación y el funcionamiento de las sociedades globalizadas excede los objetivos de esta tesis<sup>3</sup>. Pero se quiere dejar constancia de que estos cambios tienen una dimensión sociohistórica, que se ha incorporado al marco teórico que sustenta la investigación:

---

<sup>3</sup> Una visión panorámica de estos debates puede encontrarse, por ejemplo, en Ianni ([1996] 2006).

*Los cambios sociales que suceden a la crisis de los años setenta en las sociedades capitalistas avanzadas tienen una dimensión sociohistórica.*

*Las modificaciones que provocan estos cambios en el funcionamiento y en la organización social permiten hablar de un cambio de época (“cambio de etapa dentro del capitalismo”, en términos de economía política).*

*Como se sabe, los cambios de etapa tienen alcance sociohistórico. Aparecen cuando el desarrollo del capitalismo ha generado desajustes que no se resuelven por las crisis periódicas. Los cambios de etapa suponen la transferencia del poder económico a nuevos colectivos (en este caso, al capitalismo financiero); transformaciones de los procesos de producción (en este caso, relacionados con la incorporación de las TIC); y la recomposición cuantitativa del mercado de trabajo (deslocalización) y cualitativa (desvalorización de los profesionales científica y técnicamente más cualificados).*

*Sin embargo, tan importantes transformaciones no alcanzan a los fundamentos últimos de las formaciones sociales capitalistas (la generación de plusvalía y su acumulación).*

En efecto, las transformaciones que empiezan a materializarse a partir de los años setenta son de tal calado que reorganizan la sociedad, reconvierten las formas de vida y reconfiguran la propia existencia como tal. Pero lo hacen *dentro de la evolución histórica capitalista*. En palabras de Harvey, “las reglas básicas del modo de producción capitalista siguen operando como fuerzas que definen invariablemente el desarrollo histórico” ([1990] 1998: 143).

Mantener este vínculo entre los cambios sociales de las últimas décadas y el devenir del capitalismo es un proceder propio de los estudios sociohistóricos. Permite estudiar los nuevos fenómenos que emergen en las sociedades globalizadas desde el punto de vista del cambio y la reproducción de las formaciones sociales capitalistas. Punto de vista que, como ya se ha señalado, es el que interesa a esta investigación.

### **1.2.2. La estabilización de las crisis como un estado permanente de la sociedad y no como un mero quebranto temporal**

Como se sabe, la concepción dialéctica del cambio social sostiene la hipótesis de que las contradicciones constituyen el motor de las transformaciones históricas (Marx, [1859] 2003: 5). En el caso de las formaciones sociales capitalistas, así se ha podido constatar a lo largo de las diferentes etapas por las que han ido pasando a lo largo de sus quinientos años de historia.

Según explica Marx ([s.d.] 2010: 73), tienen lugar periódicamente crisis como consecuencia de la sobreproducción a la que puede llevar el proceso de acumulación del capital. Tales crisis periódicas hacen posible afrontar los desajustes que genera el modo de producción basado en la obtención del mayor beneficio, sin poner en peligro al sistema de mercado en su conjunto. Estos «saneamientos» recurrentes reflejan la imposibilidad que tiene el modelo para ajustar la producción y el consumo sin destruir recursos de capital y bienes, pero también la capacidad que ha mostrado hasta ahora el sistema de producción capitalista para recomponerse.

Sin embargo, la crisis de los años setenta presenta algunas particularidades que la distinguen de episodios anteriores que, a simple vista, pueden parecer similares. En esta ocasión, las reformas puntuales van a resultar insuficientes para reajustar el desajuste macroeconómico. Ni siquiera en los momentos de mayor crecimiento se van a recuperar los niveles de la posguerra en los principales indicadores macroeconómicos (PIB, inversión, productividad, salarios) (cf. Brenner, [2006] 2009: 9-22).

La crisis adopta un carácter estructural y desborda los límites de lo económico. Por ello, el paradigma de la mediación sostiene que ya no se puede hablar sólo de crisis de sobreproducción periódicas. Cabe esperar que esas crisis se sigan produciendo, como predijo Marx. Pero recordemos que ahora “han roto las barreras que las mantenían dentro del ámbito del mercado y han inundado la cotidianidad. En ella se han

instalado como un estado permanente y no como un mero quebranto temporal” (Martín Serrano, 2008: 20).

En consecuencia, las instituciones y las normas sociales se ven sometidas a cambios rápidos y continuos, sin poder alcanzar la sedimentación necesaria para poder conformar las mentalidades y orientar los comportamientos de los individuos:

“Las crisis económicas se posponen, gestionan, enjugan, generando sin interrupción reajustes macrosociológicos. Ya no hay tiempo para que se estabilicen los cambios de los valores y la reorganización de las instituciones sociales (...). Valores y organizaciones sociales que están hechos para ser estables se transforman en marcos de vida temporales; concebidos para ser congruentes, evolucionan de manera asincrónica y disonante” (Martín Serrano, 2008: 20).

Las instituciones que en la era de la industrialización ofrecían a los sujetos puntos de referencia claros y estables a través de los cuales guiarse y sentirse seguros (la familia, la escuela, el trabajo, los partidos políticos) se encuentran cada vez con más dificultades para desempeñar esta función. Las trayectorias de vida lineales que, apoyadas en estas instituciones, caracterizaron a las sociedades industriales se vuelven ahora discontinuas.

Se va conformando así una nueva sociedad en la que “las condiciones de actuación de sus miembros cambian antes de que las formas de actuar se consoliden en unos hábitos y en unas rutinas determinadas” (Bauman, [2005] 2009: 9). Todo se vuelve transitorio, inestable, volátil. Se habla,

por ello, de una sociedad “líquida” (Bauman, [2000] 2004), “efímera” (Lipovetsky, [1987] 1996) o “de riesgo” (Beck, [1986] 1998).

En este contexto, las situaciones incongruentes y disonantes se multiplican y la sociedad pasa a vivir en un estado de permanente desajuste. Podría pensarse que esta situación debilita la capacidad de estas formaciones sociales para reproducirse. Sin embargo, lejos de hacer sucumbir a la sociedad capitalista, la permanencia y la extensión de las crisis no sólo parecen no estar afectando a su viabilidad, al menos a corto plazo, sino que la está reforzando:

*El sistema socioeconómico, al tiempo que empieza a mostrarse cada vez más contradictorio, es capaz de utilizar sus contradicciones para reproducirse (Martín Serrano, 1977: 39)*

### **1.2.3. La institucionalización de las mediaciones sociales como el mecanismo de ajuste característico del capitalismo globalizado**

El hecho de que las contradicciones no desemboquen en conflictos que cuestionen la totalidad del orden social indica que los procedimientos de

control están resultando eficaces (Martín Serrano, 1977: 39). En efecto, las sociedades que funcionan de este modo son capaces de reproducirse porque poseen “sistemas de ajuste que hacen posible que los actores sociales se adapten a vivir en un estado de crisis permanente, sin cuestionar al sistema global” (Martín Serrano, 2008: 20) y, por tanto, sin necesidad de llevar a cabo cambios estructurales profundos.

Todas las sociedades cuentan con sistemas de regulación institucionalizados para reducir los desajustes que, tanto a nivel individual como colectivo, se producen como consecuencia de los cambios sociales. Las normas y las instituciones de las que dependen la cohesión y el consenso tienen que ser continuamente reajustados para no comprometer la perpetuación el orden social. Ninguna sociedad puede descuidar esta función de ajuste si no quiere poner en riesgo su propia reproducción.

Pero esos sistemas de ajuste y su forma de funcionar difieren de unas sociedades a otras y según las épocas. El paradigma mediacional señala que, en el capitalismo globalizado, la tarea reproductiva de restaurar la consonancia va a recaer, de manera prioritaria, sobre las mediaciones sociales.

Las mediaciones sociales han existido siempre. El elemento inédito de esta etapa histórica es que se institucionalizan como un gran sistema de ajuste inseparable de la reproducción social:

*En las sociedades globalizadas, las mediaciones sociales se han convertido en prácticas generalizadas y predominantes, se han institucionalizado y pueden ser consideradas como el principal procedimiento institucional para reproducir estas sociedades (Martín Serrano, 2008)*

Las aceleradas y constantes transformaciones sociales que caracterizan a las sociedades globalizadas exigen cambios igual de rápidos y profundos en las personas y en las instituciones, que deben ajustarse a las nuevas condiciones históricas. En consecuencia, hace falta destinar una cantidad cada vez mayor de los recursos humanos y materiales a tratar de reducir la disonancia. Estos recursos están dirigidos a desarrollar nuevos sistemas institucionales de ajuste que manejen la inestabilidad estructural y se encarguen de restablecer algún tipo de equilibrio en el estado de permanente disfunción a que está sometida la sociedad.

Estos recursos proceden del sector público, del sector privado y del tercer sector, y han desarrollado un sector productivo dedicado al ajuste social. Parte de la eficacia de las mediaciones sociales proviene, de hecho, de que, además de cumplir una función reproductora, también resultan productivas en una sociedad que va estrechando progresivamente los

lazos de interdependencia entre las actividades destinadas a la producción y aquellas enfocadas a la reproducción:

“Las inversiones en infraestructuras, servicios y bienes para la mediación social tienen un uso reproductivo, en la medida en que son necesarias para que el modelo socioeconómico perdure. Y también resultan productivas como cualesquiera otras inversiones. *La gestión del ajuste colectivo reproduce consensos al tiempo que produce beneficios*” (Martín Serrano, 2008: 21).

#### **1.2.4. La elaboración de modelos del mundo no contradictorios para conferir un orden aparente a las contradicciones reales**

Como cabría esperar, el nuevo sistema institucionalizado de ajuste basado en las mediaciones sociales desarrolla nuevas formas de control social. Estas nuevas formas de control social se distinguen de otras porque no son coercitivas. Las sociedades capitalistas avanzadas siguen recurriendo al uso explícito de la fuerza en momentos puntuales, pero prefieren la institucionalización de mecanismos de dominación no violentos. En lugar de buscar la obediencia forzada, tratan de generar consenso mediante “formas confortadoras de presión” (Martín Serrano, 1998).

Para ello, las mediaciones sociales intervienen sobre la conciencia de las personas a través de la comunicación pública. Mediando con representaciones sociales en los comportamientos, ofrecen visiones del mundo congruentes que facilitan que la gente asuma valores y

condiciones de vida que son necesarios para el mantenimiento del orden establecido, incluso aunque vayan contra sus propios intereses.

Esta tarea se lleva a cabo produciendo, *a nivel cognitivo*, modelos mediadores de ajuste para reducir la disonancia. Disonancia que, *a nivel real*, tiene lugar entre las mentalidades, los comportamientos y la organización social como consecuencia de los cambios que se van produciendo en la sociedad:

“Es posible construir un modelo lógico de una realidad contradictoria, *poniendo en orden* a nivel formal el desorden existente a nivel real (...). La incoherencia en la organización social puede ser representada y estabilizada a nivel de un modelo formalmente racional” (Martín Serrano, 1977: 38).

El control social opera con estos modelos, cuya eficacia se basa en que los desajustes, en lugar de ser negados, se presentan de forma aislada, sin vincularse unos con otros ni con el funcionamiento social general.

Esta manera de manejar los desajustes sociales permite enunciar como sigue la función reproductora que cumplen las mediaciones en las actuales sociedades globalizadas:

*La función específica que el capitalismo postindustrial asigna a las mediaciones sociales consiste en la elaboración de visiones del mundo no contradictorias. De este modo, logran conferir un orden aparente a las contradicciones reales, que quedan así incorporadas al funcionamiento de las sociedades globalizadas y sirven para reproducir el propio orden contradictorio.*

Los medios de comunicación son las principales instituciones implicadas en esta labor de mediación (sobre todo, a partir de la entrada de la televisión en todos los hogares), pero no son las únicas. También el sistema educativo, la familia o el grupo de pares participan en la producción de modelos del mundo que dan forma a las mentalidades y orientan los comportamientos de las personas.

#### **1.2.5. La actuación sobre los sujetos como alternativa a la transformación radical de las estructuras sociales**

La visión fragmentada de la realidad que logra imponer una forma de control como la descrita desvía la atención de la fuente originaria de los problemas y dificulta que la totalidad del orden social sea cuestionada

(Álvarez-Uría, 2006). En consecuencia, hace muy difícil que se puedan plantear transformaciones estructurales que den lugar a un nuevo orden social.

Como alternativa, la sociedad actúa “sobre el soporte humano para reducir la disonancia” (Martín Serrano, 1977: 43):

*En lugar de intervenir sobre las instituciones, se intenta que los desajustes se corrijan interviniendo sobre los sujetos, que tienen que modificar su mentalidad y su comportamiento tantas veces como haga falta para adaptarse a una realidad cambiante y crecientemente contradictoria* (Martín Serrano, 1977: 39; 2008: 20-21)

Los conflictos externos son transformados en conflictos internos y se intenta que los individuos hagan suyos y traten de remediar ellos mismos problemas de origen y dimensión social. Las tensiones intergrupales (colectivas) tienden a aislarse como tensiones interpersonales (privadas) y se manejan como inadaptaciones individuales. El conflicto social objetivo, que podría acabar enfrentando a la gente contra las instituciones, se convierte así en un conflicto personal subjetivo (Martín Serrano, 1977: 43). Se trata de “apartar la culpa de las instituciones y ponerla en la

inadecuación del yo” (Bauman: 2001, 16), de “buscar soluciones biográficas a contradicciones sistémicas” (Beck y Beck-Gernsheim, [2002] 2003: 31). En palabras de Beck:

“Los problemas sociales se convierten inmediatamente en disposiciones psíquicas: en insuficiencia personal, sentimientos de culpa, miedos, conflictos y neurosis. (...) Las crisis sociales aparecen *como* crisis individuales y ya no son percibidas (o sólo de una manera muy mediada) en su socialidad” (Beck, [1986] 1998: 128).

En consecuencia, se requiere de personas flexibles y maleables, siempre dispuestas a cambiar (de trabajo, de lugar de residencia, de pareja, de valores...), capaces de adaptarse a las cambiantes condiciones de un mundo en permanente mutación.

Cabe ilustrar este mecanismo de transferencia de los problemas sociales a las relaciones interpersonales con un ejemplo: a menudo la responsabilidad del paro juvenil en España recae, en las representaciones sociales, sobre los propios jóvenes, que son presentados como personas vagas, acomodaticias y carentes de la cultura del esfuerzo y del sacrificio propia -se dice- de la generación de sus padres. Como se pasa por alto que el paro juvenil es un rasgo estructural del mercado de trabajo español, el problema no se trata de resolver con medidas que transformen el funcionamiento del sistema productivo, sino que se transfiere, en gran medida, a las familias de origen. La permanencia de los jóvenes en el hogar paterno se prolonga hasta que consigan un

empleo que les permita emanciparse. El soporte familiar en el terreno material y afectivo ayuda a amortiguar las tensiones que se pueden generar por su falta de horizontes laborales y vitales. Y evita que, eventualmente, ese malestar se pueda volver contra las instituciones.

Plantear los conflictos sociales de esta forma no significa que tales conflictos queden resueltos, aunque se logre posponerlos o paliarlos. En efecto, cuando la respuesta a los problemas sociales se orienta hacia la acción individual de los sujetos, dichos problemas pueden gestionarse y mantenerse dentro de unos límites, pero no se solucionan realmente porque, si su origen es social, su solución también deberá serlo: “los riesgos y las contradicciones siguen produciéndose de manera social; es sólo el deber -y la necesidad- de hacerles frente lo que está siendo individualizado” (Bauman, 2000: 23). Desde el punto de vista de la reproducción social, lo importante es que esos desajustes sociales se mantengan dentro de los límites necesarios para que no se traduzcan en un conflicto estructural que amenace el orden establecido. Dicho de otra manera: *basta con que las instituciones mediadoras sean capaces de gestionar las disonancias, aunque no las resuelvan.*

El empeño por descargar en los individuos las tensiones colectivas constituye una forma de control social que ha existido antes en la historia, pero nunca se había manifestado con rasgos tan estructurales como en el presente. Lo distintivo de la época actual consiste en que ha dejado de ser una acción puntual para institucionalizarse y convertirse en un modo generalizado de funcionar del sistema social.

Como se ha señalado, esta tesis doctoral trata de validar en un fenómeno específico este mecanismo de transferencia de los desajustes sociales a las relaciones interpersonales. Dicho fenómeno se corresponde con el objeto de estudio de la investigación. Seguidamente, se procede a su acotación.

### **1.3. Las relaciones que se producen en España desde 1970 hasta 2010 entre los cambios macrosociales que tienen que ver con las edades y las transformaciones en los cuerpos de los sujetos**

#### **1.3.1. La acotación espacio-temporal: España en la época de la globalización**

Como se ha indicado, la investigación se ubica espacialmente en España y queda acotada temporalmente entre 1970 y 2010.

La acotación temporal viene determinada por los siguientes criterios:

- Es a partir de los años setenta cuando comienzan a consolidarse los cambios que están provocando la transformación de las sociedades industriales en monopólico-globalizadas.
- Se trata de cambios sociohistóricos que abren una nueva era del capitalismo y no sólo un cambio de ciclo. Se trata, por tanto, de

cambios de largo alcance que siguen todavía en curso y llegan hasta la actualidad.

En cuanto a la acotación espacial, España se encuentra entre las sociedades que transitan en este período de una sociedad industrial a otra globalizada, aunque lo hace en unos tiempos y a unos ritmos diferentes a los de los países de su entorno, debido a peculiaridades históricas bien conocidas.

Esta transición va a estar marcada por la sucesión de dos desplazamientos históricos:

- La estructura económica agraria propia de los años de postguerra va a experimentar un proceso de progresiva industrialización, a partir sobre todo de los planes de desarrollo socioeconómico de los años sesenta.
- Sobre la base de una economía ya industrializada se lleva a cabo un proceso de progresiva «terciarización», con la expansión de los servicios propia de las sociedades postindustriales. Con esta reconversión, impulsada por la crisis mundial de los años setenta y llevada a cabo en la década de los ochenta, España se incorpora plenamente a la globalización.

La secuencia agricultura-industria-servicios es seguida por la mayoría de los países europeos. Caracteriza al caso español el breve período de

tiempo en el que se produce esa transición. España llegó «tarde» a la industrialización y, en consecuencia, no pudo culminar el proceso de maduración industrial, lo que situó a la industria española en una posición más vulnerable frente a la crisis.

Al compás de estos dos movimientos sociohistóricos, España va a experimentar desde el año 59 al 83 del siglo pasado -en poco más de dos décadas transcurridas desde los primeros Planes de Desarrollo hasta la incorporación a la Unión Europea (UE)- una transformación sin precedentes. Como es bien sabido y ha sido ampliamente estudiado, el país empobrecido, rural y falto de libertades de los años de posguerra se va a convertir en un país moderno, urbano y democrático. Estos cambios afectan a todos los órdenes, desde la economía a la política, pasando por la moral y las costumbres. Recordaré algunos de ellos, porque indican dinámicas que, de modo directo o indirecto, se relacionan con el tema de esta tesis<sup>4</sup>:

- España se convierte en una sociedad urbana, como consecuencia del desplazamiento de grandes masas de población del campo a las ciudades a partir de los años sesenta.
- Se desarrolla el Estado de Bienestar, con la extensión de la atención sanitaria a toda la población, la expansión del sistema de educación pública y la ampliación de las protecciones sociales,

---

<sup>4</sup> Un amplio análisis de estos y otros cambios, apoyado en una abundante base empírica y realizado en clave sociohistórica, puede encontrarse en Miguel (1998) y en González y Requena (eds.) (2005).

como por ejemplo las prestaciones por desempleo o el sistema de pensiones.

- Las mujeres se incorporan masivamente al mercado laboral.
- La unidad familiar extensa deja paso al modelo nuclear propio de las sociedades industriales, formado por una mujer y un hombre con sus hijos. De este modelo se transita hacia una pluralidad de configuraciones familiares, con cada vez más familias monoparentales y hogares unipersonales.
- Se pasa de ser un país exportador de mano de obra en los años sesenta a recibir remesas de población extranjera a partir de los años noventa.
- Se produce un progresivo envejecimiento de la estructura poblacional, como consecuencia de la caída de la natalidad por debajo de la tasa de reproducción y el aumento de la esperanza de vida.
- La centralidad del catolicismo en la vida social deja paso una progresiva secularización de la sociedad.
- La incorporación de las nuevas cohortes juveniles a las actividades productivas se va produciendo a edades cada vez más

tardías. Los estudios se prolongan durante más tiempo y se van generalizando a proporciones cada vez más numerosas de jóvenes.

### 1.3.2. La manifestación de las divisiones sociales y técnicas a nivel de la edad de los sujetos

Como es sabido, todas las sociedades se organizan en base a diferentes divisiones sociales y técnicas. Estas divisiones se llevan a cabo en función de diversos criterios. *Algunos* de estos criterios tienen que ver con rasgos sociobiológicos como el sexo, la raza o la edad de las personas. *Esta investigación se centra en las diferencias que las sociedades establecen a partir de las edades de sus miembros.* Jóvenes, adultos y mayores constituyen los tres grupos de edad que son objeto de esta tesis doctoral:

- Por *juventud*, se va a entender la etapa existencial que se sitúa entre la infancia y la edad adulta. Se trata de un tránsito desde la dependencia propia de la niñez a la autonomía propia de los adultos. Por tanto, generalmente, la juventud termina cuando el individuo ocupa un puesto en la sociedad que le proporciona los recursos necesarios para poder emanciparse económica y residencialmente de su familia de origen. En España, actualmente se considera jóvenes a las personas que tienen entre 15 y 30 años, aproximadamente.

- La *edad adulta*, por su parte, se refiere a la etapa existencial que va desde que una persona consigue la autonomía hasta que sale del mercado laboral de manera definitiva. Coincide, por tanto, con la etapa en la que esa persona es productiva. Este grupo generacional se sitúa actualmente en España entre los 30 y los 65 años, aproximadamente.
- Finalmente, la *edad mayor* se refiere a la etapa existencial que se abre desde el momento en que una persona abandona definitivamente las actividades productivas. En el período temporal que abarca esta investigación, la edad legal de jubilación se sitúa en España en los 65 años y es la que se ha tomado aquí como referencia aproximada para distinguir a este colectivo del de los adultos.

El hecho de que la *división social* se manifieste a nivel de la edad de una persona consiste en que, según se trate de un joven, de un adulto o de un mayor, así serán los poderes, los derechos y las obligaciones que se le otorguen. Por ejemplo, que los jóvenes no puedan votar hasta la mayoría de edad en las democracias parlamentarias o que los mayores accedan gratuitamente a medicamentos en algunos países con Estado de Bienestar.

Por su parte, la *división técnica* basada en la edad consiste en que cada grupo generacional ocupa un lugar diferente en el sistema productivo. Por ejemplo, suele ser un rasgo compartido por las actuales sociedades

europeas que los jóvenes tiendan a ser progresivamente excluidos del mercado laboral hasta edades cada vez más avanzadas (cf. Du Bois-Reymond y López Blasco, 2004) y que los mayores lo abandonen entre los 60 y los 65 años (cf. Pérez Díaz y Rodríguez, 2007).

Existen, por tanto, algunos condicionantes objetivos, más o menos prescritos, que definen en cada sociedad qué significa ser joven, adulto o mayor. Estos condicionantes influyen decisivamente en las posiciones que cada grupo de edad ocupa en la organización social, en las funciones que desempeña en la acción social y en la forma en que es representado en la comunicación pública.

En ocasiones, esas determinaciones sociales pueden ser asumidas por los sujetos como si se tratase de decisiones individuales libremente tomadas. Por ejemplo, en España un joven puede decidir seguir estudiando una vez finalizada su formación universitaria, en lugar de empezar a buscar empleo. En este caso, su elección es congruente con las dificultades que el sistema laboral español presenta para que una persona joven se incorpore a un trabajo estable antes de haber cumplido, aproximadamente, los 30 años.

En términos macrosociales, esta congruencia permite interpretar que los controles sociales han funcionado eficazmente al haberse dado una correspondencia entre una constricción social (relacionada con las dificultades del mercado de trabajo para incorporar a las nuevas generaciones a las tareas productivas) y una opción individual

(relacionada con la decisión de continuar formándose). Muestra de ello es que una mayoría de jóvenes desearía emanciparse una vez que acaba sus estudios universitarios, pero decide seguir formándose ante la falta de expectativas de encontrar un trabajo estable (cf. VV.AA.: 2005, 2009).

Esta imbricación entre las prescripciones sociales y las edades pone de manifiesto que, aunque éstas cuentan con un componente biológico que las determina, son al mismo tiempo «una condición socialmente producida». Eso hace que varíen de unas sociedades a otras y en función de cada momento histórico. Cabe, por tanto, utilizar la siguiente hipótesis macrosociológica, de Martín Serrano (2005):

*Existen vínculos entre el valor específico que se asigna a cada grupo generacional y los cambios sociohistóricos que van transformando a las organizaciones sociales.*

En las sociedades estamentales, las jerarquías que se establecen según el sexo, la edad o la raza suelen corresponderse con las diferencias más relevantes en las divisiones sociales y técnicas. A medida que, como sucede en España, las sociedades van secularizando las formas de vida tradicionales e industrializando los procesos de producción, se van reduciendo estas discriminaciones sociales basadas en las condiciones

sociobiológicas. Por ejemplo, para aumentar la mano de obra disponible, al sistema de producción le conviene ir eliminando progresivamente las diferencias entre hombres y mujeres en su condición de trabajadores.

Martín Serrano advierte que, en las actuales sociedades capitalistas avanzadas, se observa una recuperación del recurso a las diferencias sociobiológicas como criterio de diferenciación social. La edad, el sexo o la raza vuelven a adquirir parte de la importancia que habían perdido a la hora de determinar el lugar que pueda ocupar cada persona en la jerarquía social, los privilegios de los que pueda gozar o las discriminaciones que pueda sufrir:

“Las diferencias sociobiológicas (edades, sexo, raza) están reforzando o recuperando funciones de división social que las revoluciones burguesas habían atenuado. Siguen reproduciendo la organización en clases, pero comienza a suceder que funcionen con su propia lógica, cuando se analizan las explotaciones y discriminaciones que han aparecido con la globalización” (Martín Serrano, 2008: 14).

El propio Martín Serrano (2005: 441) aporta un criterio macrosociológico para explicar por qué la refuncionalización de las edades está reflejando los actuales mecanismos de división social y técnica de las sociedades:

*El valor que cada grupo generacional posee en la sociedad está sobredeterminado por el sistema productivo (lo que no quiere decir, obviamente, que sea el único elemento que lo determine). Esta sobredeterminación significa que aquellas edades que sean excluidas de las tareas productivas perderán valor, no sólo económico, sino también en el imaginario social, y eso tendrá un reflejo casi inmediato en la estratificación social.*

En este caso, jóvenes y mayores se ven progresivamente excluidos de las actividades productivas. Los jóvenes porque tienen cada vez más dificultades para incorporarse al mercado laboral de manera estable y los mayores porque la jubilación les obliga a salir definitivamente del mercado laboral a una edad determinada. Estos reacomodos encuentran su reflejo en las representaciones sociales: aumentan los discursos que relacionan a la juventud con la pereza o el acomodamiento, al tiempo que los mayores pasan de ser considerados personas respetables, fuente de sabiduría y experiencia, a ser representados como algo desfasado que implica un estorbo y un sacrificio.

### 1.3.3. El reflejo de las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad en los cuerpos de los sujetos

En el cuerpo se manifiesta la edad como un rasgo de *la naturaleza de la persona*. Como naturaleza, los cuerpos nacen «dados», se desarrollan biológicamente pautados. Pero cuanto socialmente vaya configurando el paso de las edades deja en la apariencia del cuerpo las trazas de un desarrollo, de un declinar, que son signos, para los demás, de lo que el propietario de cada cuerpo ha carecido, de lo que va a carecer durante su vida; de lo que haya conseguido y de lo que pueda conseguir en la competición por hacerse un lugar en el mundo.

En todas las sociedades existen prescripciones, más o menos explícitas, que orientan y definen los criterios de valoración del cuerpo. Estos criterios dan origen a «paradigmas corporales»: modelos de referencia que establecen unos determinados rasgos físicos (de altura, peso, volumen, tonalidad de piel, etc.). Los paradigmas corporales son diferentes según los espacios y las épocas sociales. Desde que existen el consumo y los medios de comunicación de masas, pueden ser alterados con mayor frecuencia por la acción de la publicidad y de la moda. En todo caso, mientras que estén vigentes, los paradigmas corporales “sancionan” (así se escribe en las revistas del ramo) cómo tienen que ser (o que aparecer, o que lucir) los cuerpos que se tienen por deseables, así como los cuidados y mantenimientos requeridos para alcanzar y conservar esos cuerpos. Se comprende que, al tiempo que el paradigma establece el arquetipo, está construyendo el contratipo: los modelos de

cuerpos indeseables; los usos, estados, presentaciones del cuerpo que le devalúan y deslucen. Así, ciertas zonas corporales se ven especialmente valoradas, convirtiéndose en objeto de múltiples atenciones y cuidados, mientras que otras se ven desvalorizadas y descalificadas.

Queda dicho que los criterios de valoración social del cuerpo cambian con el paso del tiempo y a medida que la sociedad se va transformando. Por tanto, la dimensión macrosociológica que se pone de manifiesto en los estudios sociohistóricos de las edades también opera a nivel de las representaciones y evaluaciones sociales de los cuerpos:

*Existen vínculos entre el valor específico que se asigna a los cuerpos de los sujetos y los cambios sociohistóricos que van transformando a las organizaciones sociales<sup>5</sup>.*

<sup>5</sup> La idea de que existen relaciones entre las condiciones sociales objetivas y los cuerpos ha sido sostenida por los principales autores que, en el ámbito de las ciencias sociales, se han ocupado del análisis del cuerpo. Marcel Mauss ([1936] 1979: 335-356) es uno de los primeros que analiza explícitamente cómo la estructura social impone unos determinados usos del cuerpo. También Norbert Elias, en su análisis sobre el proceso de civilización ([1977-1979] 2010), estudia cómo la sociedad imprime su sello en los individuos mediante el progresivo adiestramiento de los comportamientos corporales. Perspectiva que define asimismo los trabajos de Georges Vigarello (1978, 2005). Para Jean Baudrillard ([1970] 2009: 185), cada sociedad se relaciona con el cuerpo de una manera determinada y ese “modo de organizar la relación con el cuerpo refleja el modo de organizar la relación con las cosas y el modo de organizar las relaciones sociales”. Luc Boltanski ([1971] 1982a: 11) denomina «cultura somática» al resultado “del sistema de relaciones entre el conjunto de los comportamientos corporales de los miembros de un mismo grupo y, segundo, del sistema de relaciones que enlazan los comportamientos corporales en las condiciones objetivas de existencia de ese grupo”. Pierre Bourdieu ([1977] 1986: 185) afirma que existe una homología entre el sistema de signos distintivos que las marcas cosméticas o de vestimenta tienden a conformar y el sistema de posiciones sociales (*vid.* también de

### 1.3.3.1. El cambio de paradigma corporal que corresponde a la transformación del capitalismo industrial en monopólico-global

En esta tesis se ha investigado cómo se están modificando *algunos* de los criterios de valoración de los cuerpos, concretamente, con el paso del capitalismo industrial al monopólico-globalizado. Aunque queda fuera del ámbito que abarca este estudio, convendrá dejar constancia de que estas dinámicas son recurrentes. Han debido de ser relativamente numerosos los cambios sociohistóricos que hayan supuesto, o requerido, o facilitado, transformaciones macrosociológicas en los paradigmas del cuerpo; incluso si se ciñe el estudio a los tiempos y a los espacios de las culturas judeocristianas. Tal vez con el paso de las sociedades recolectoras a cultivadoras; de las estamentales a las sociedades de clases; de las capitalistas agrario-mercantiles a las industrializadas.

El cambio de paradigma corporal que corresponde a nuestro tiempo se puede relacionar con dinámicas socioeconómicas que son específicas de la transformación del capitalismo industrial en monopólico-global:

---

Bourdieu [1979] 1998 y [1980] 2007). Michel Foucault ([1975] 2004: 141) habla de «disciplinas» para referirse a los “métodos que permiten el control minucioso de las operaciones del cuerpo, que garantizan la sujeción constante de sus fuerzas y les imponen una relación de docilidad-utilidad” (*vid.* también de Foucault 1977a y 1977b). En España, algunos autores que se han ocupado de las dimensiones sociales del cuerpo desde perspectivas próximas a las mencionadas son Fernando Álvarez-Uría y Julia Varela (1989), José Castillo Castillo (1997), Gérard Imbert (1989), José Luis Moreno Pestaña (2010), Pedro Sánchez Vera (2010) y Julia Varela (1991).

1) *Se consume el declive de los usos productivos del cuerpo, vinculados a su valor como fuerza de trabajo.* Como se sabe, en las fases iniciales del capitalismo, el valor del cuerpo todavía estaba asociado, en gran medida, a la fuerza física. El cuerpo era concebido como un motor y no sólo como herramienta de producción; y *valía* en función de su capacidad para aportar energía productiva. Pero, a medida que el capitalismo se va desarrollando, el valor de la fuerza de trabajo se va desplazando paulatinamente de las capacidades físicas a las intelectuales. Al menos desde la industrialización, se inicia este declive de manera muy clara con la sustitución de la fuerza física por máquinas, como avanzó Marx en su análisis sobre las repercusiones que iba a tener sobre el trabajo el desarrollo de la “industria maquinizada” (cf. Marx, [1872-1873] 2001: 451-610). El capitalismo globalizado intensifica este declive, al convertir las economías industriales en economía de servicios. El valor del cuerpo asociado a la fuerza física se mantiene en algunos sectores (por ejemplo, en el deporte profesional), pero en términos globales queda muy reducido.

2) *Se consolida la penetración de la lógica económica en los usos reproductivos del cuerpo, vinculados a su valor como medio para manifestar estatus.* La apariencia corporal se ha usado tradicionalmente, en el capitalismo y en etapas precapitalistas, para manifestar poder, en la medida en que ofrece información relevante sobre la posición que ocupan las personas en el sistema de estratificación social.

En las sociedades capitalistas, el modo de manifestar poder a través del cuerpo y de sus aderezos va siendo progresivamente mercantilizado:

- *Se va generando un mercado de consumo vinculado específicamente al aspecto corporal.* Se crean así necesidades referidas a la adquisición/mantenimiento de un estatus. Se generaliza el consumo de productos que se aplican a la apariencia del cuerpo, dispensables en términos biológicos (en la medida en que no son imprescindibles para satisfacer las necesidades primarias), pero indispensables socialmente (porque contribuyen a la integración del sujeto en la colectividad). Este mercado va creciendo al incorporar a las clases trabajadoras como consumidores y, cuando llega el capitalismo monopolístico-globalizado, ya se encuentra abierto al conjunto de la sociedad.

- *Por la vía del mercado, el cuerpo va a quedar cada vez más implicado en la producción social de identidades.* Como se sabe, desde la industrialización y con la urbanización, *los grupos de pertenencia* (familia, vecinos, amigos...) pierden valor como proveedores de identidades primarias. Ese vacío lo ocupan los *grupos de referencia* (para el consumo, las creencias, las aspiraciones...). En las sociedades capitalistas avanzadas, las identidades que sirven de referencia están

mediadas -y en muchas ocasiones fabricadas- por las instituciones de la comunicación pública (por ejemplo, en los modelos de la publicidad, del glamour, de la política). El aspecto corporal es un elemento importante en la producción social de identidades. La forma de producción de las identidades corporales, su valor y contenido, las transforma en otras mercancías.

Los cambios en los criterios de valoración del cuerpo han acompañado al predominio de sus usos reproductivos sobre los productivos, en las economías capitalistas. Como consecuencia, al aspecto corporal se le otorga un papel mucho más relevante a la hora de establecer el estatus de cada persona.

El principal valor que se liga al aspecto de los cuerpos que responden a los cánones paradigmáticos es la *aceptación social*. Participación en el trabajo, en las relaciones de pareja o en el grupo de amigos. Así, el buen estado del cuerpo va a quedar directamente relacionado con la supervivencia social: es requisito fundamental para no verse desplazado socialmente (Martín Serrano, 2003a).

Desde esta perspectiva, se entiende que en este período histórico crezca tanto la presión social para incorporarse al consumo de productos y servicios vinculados al cuidado del cuerpo. Y que cada vez más personas inviertan una parte importante de su tiempo y de su dinero en tratar de adaptar su imagen a los nuevos arquetipos corporales.

#### 1.3.4. El ajuste entre las transformaciones macrosociales que son específicas de cada grupo de edad y los cambios en la valoración social y en el aspecto de los cuerpos

Se ha indicado que en el capitalismo globalizado las divisiones sociales y técnicas se están manifestando, con más intensidad que antes, a nivel de edades. En consecuencia, la edad adquiere un papel decisivo a la hora de establecer la valoración social de una persona.

Las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad de los sujetos se reflejan en los nuevos criterios de valoración del cuerpo y contribuyen a moldear su aspecto. *En coherencia con la importancia que adquiere la edad a la hora de establecer el valor de una persona, también los años que aparente su cuerpo se van a convertir en un elemento fundamental a la hora de fijar ese valor* (Martín Serrano, 2003a).

Por ejemplo, «la caducidad del cuerpo» puede llevar aparejada la exclusión social. Si el cuerpo de una persona parece obsoleto, aumentarán las posibilidades de que se vea excluida del mercado laboral y de la participación en otras actividades.

Esas afectaciones entre las edades y los cuerpos no responden al modelo de tipo «causa-efecto». No son consecuencias mecánicas. Las determinaciones sociales es muy poco frecuente que produzcan sus efectos de manera directa e inmediata. Tales determinaciones “son

modificadas por el orden cultural que los traduce y los transforma en reglas, obligaciones, prohibiciones, repulsiones o deseos, gustos y aversiones” (Boltanski, [1971] 1982a: 12).

*La adecuación entre la valoración social de las edades y la de los cuerpos se produce como resultado de la intervención de un conjunto de **mediaciones sociales** que lo hacen posible.* Estas mediaciones tienen que ver, por ejemplo:

- *Con la construcción de arquetipos corporales* en los que el aspecto juvenil se va convirtiendo progresivamente en el rasgo del cuerpo mejor valorado y más deseado.
- *Con el surgimiento y consolidación de un sector de negocio especializado en los productos y servicios para el cuidado del cuerpo y de su aspecto.* Dentro de ellos, emerge una línea específica orientada a eliminar o, en su defecto, disimular las marcas corporales que deja el paso del tiempo (arrugas, canas, caída del cabello, etc.). Son los denominados productos «anti-edad» o «anti-envejecimiento». Por ejemplo, las cremas antiarrugas, los tintes para el cabello, los injertos capilares, los blanqueadores dentales, las cremas reafirmantes contra la flacidez muscular, etc.
- *Con un aumento de las prácticas sociales encaminadas a disimular el envejecimiento de los cuerpos.* La presión social que se deriva de la relación entre el deterioro corporal y la exclusión

social lleva a los sujetos a tratar de aparentar que sus cuerpos todavía no han caído en desuso. La edad de una persona no puede modificarse. Pero sí pueden modificarse los años que esa persona aparente. El envejecimiento es inevitable, pero se puede disimular recurriendo a la cirugía estética, a la cosmética, a la dietética o al ejercicio físico.

El estudio de esas mediaciones constituye el objeto central de esta tesis doctoral.

## **CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO**

---



## 2.1. Introducción

Se ha señalado (*vid.* Capítulo 1) que esta tesis doctoral estudia las relaciones entre los cambios macrosociales en las edades y las transformaciones en los cuerpos de los sujetos. Dado el carácter multidimensional del objeto acotado (en él confluyen representaciones, comportamientos y organizaciones sociales), son posibles diversas perspectivas teóricas para abordar el análisis de estas relaciones. La sociología, la antropología o la historia son algunos de los campos desde los que se han investigado las afectaciones entre las edades y los cuerpos. Cada uno de estos campos aporta su particular punto de vista, complementario de los demás.

Esta investigación se ubica en el campo de la *comunicación* y su perspectiva teórica específica es *mediacional*. Como es bien sabido, la noción de «mediación» tiene un largo recorrido en la historia de las ideas. Ha estado presente en diversas ramas de la filosofía desde sus orígenes para referirse a las relaciones que vinculan entre sí elementos que pertenecen a diversos planos de la realidad. Y de ahí ha pasado a las ciencias sociales, en una genealogía de la que no es posible dar cuenta aquí<sup>6</sup>.

En el ámbito de la comunicación, el concepto de «mediación» ha tenido sus propios desarrollos. Las dos referencias más importantes en este

---

<sup>6</sup> Una visión panorámica, aunque forzosamente no exhaustiva, del recorrido de la noción de «mediación» en las ciencias sociales puede encontrarse en Moulian Tesmer (2008: 24-101).

campo son las propuestas elaboradas por los profesores Manuel Martín Serrano en España y Jesús Martín-Barbero en Colombia. Sus contribuciones sirven actualmente de paradigma teórico y metodológico a numerosos investigadores de la comunicación en Europa y América Latina. En el caso de Martín Serrano, para estudiar el papel que cumple la comunicación institucionalizada en los procesos de cambio y reproducción social. En lo que respecta a Martín-Barbero (1987), para analizar las resistencias y «negociaciones» que se llevan a cabo en los procesos de recepción comunicativa.

Esta tesis doctoral se inscribe en la tradición de estudios basados en el *paradigma de la mediación social* creado por el profesor Manuel Martín Serrano. Dicho paradigma fue propuesto en los años setenta y, desde entonces, ha generado importantes aportaciones teóricas y metodológicas y ha alcanzado en la actualidad gran relevancia.

En este capítulo, se presenta este enfoque teórico, se explican los rasgos que lo hacen pertinente para esta investigación y se especifica de qué manera se ha aplicado a su diseño.

## **2.2. Presentación del enfoque mediacional utilizado en esta investigación**

### **2.2.1. Formulación original**

La propuesta de la mediación de Manuel Martín Serrano apareció a mediados de los años setenta, en el contexto del movimiento intelectual que arrancó tras la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) y alcanzó su punto álgido en Mayo del 68. Confluyeron en aquel momento las aportaciones de grandes paradigmas, como el existencialismo, el psicoanálisis, el marxismo o el estructuralismo, con el objetivo compartido de esclarecer la lógica económica a la que estaba siendo sometida la cultura bajo formas de producción capitalistas y, al mismo tiempo, reivindicar la posibilidad de otra cultura al servicio de las necesidades individuales y colectivas del ser humano. El propio Martín Serrano analiza el significado histórico de este movimiento intelectual y de los planteamientos postmodernos que, a partir de los años setenta, comienzan a sustituirlo en su artículo “Para reconstruir el sentido que tiene el intento de desconstruir las ciencias sociales” (2006).

En el marco de esa tradición, el paradigma de la mediación se sumó a la línea de estudios teóricos y metodológicos que venían ocupándose de analizar, desde diferentes perspectivas, los cambios que se estaban produciendo en las sociedades capitalistas avanzadas que transitaban de su fase industrial a otra monopólico-globalizada. Y, en concreto, se incorporó a los debates que estaban manteniendo autores como

Baudrillard ([1972] 1974), Eco ([1965] 1984), Enzensberger ([1971], 1974), McLuhan ([1964] 1996), Moles ([1973] 1978) o Morin ([1962] 1965) sobre el papel que en tales cambios estaban jugando las tecnologías comunicativas.

El trabajo teórico y metodológico llevado a cabo por Martín Serrano para el desarrollo del paradigma mediacional se prolongó durante casi dos décadas, entre finales de los años sesenta (aunque los primeros resultados no aparecerán publicados hasta principios de los setenta) y mediados de los años ochenta. Y forma parte de su proyecto más amplio de sentar las bases para la integración de la comunicación en el campo de las ciencias sociales<sup>7</sup>.

El primer texto en el que propuso convertir los procesos de mediación social en objeto de estudio sociológico data de 1973. Se trata del artículo “Libertad y predicción en las ciencias sociales, analizadas desde una perspectiva cibernética”, donde aboga por una reapropiación metodológica, en clave dialéctica, de los conceptos informacionales y cibernéticos, generalmente usados de modo tecnocrático en las ciencias sociales. La revisión con criterios cibernéticos de la concepción durkheimiana de los hechos sociales le lleva a identificar la singularidad de determinadas prácticas sociales implicadas en los procesos de control

---

<sup>7</sup> Martín Serrano ha trabajado también en la construcción de una teoría general de la comunicación que proporcione los fundamentos para que la comunicación pueda ser considerada una ciencia autónoma centrada en el estudio de las acciones indicativas. Las aportaciones en esta línea se inician con *Teoría de la comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia* (1981a), libro en el que también participan otros autores, y culminan recientemente con *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad* (2007).

social mediante el recurso a la información. En consecuencia, tales prácticas, que propone denominar «mediaciones», pueden constituir un objeto de estudio estratégico para la investigación de las dinámicas de cambio y reproducción social. Martín Serrano va a dedicar buena parte de su posterior producción intelectual a la tarea de sistematizar una teoría y unas metodologías que permitan analizar estas actividades mediadoras.

Desde el principio, sus esfuerzos estuvieron dirigidos prioritariamente - aunque no de manera exclusiva- hacia una clase particular de mediaciones sociales: las mediaciones comunicativas, prestando una atención especial a aquellas que están implicadas en los procesos de comunicación pública. De hecho, el primer trabajo en el que expuso el planteamiento teórico de la mediación y aplicó los métodos lógicos para su análisis fue su tesis de doctorado francesa, *L'Ordre du monde a travers la télévision. Structure du discours électronique* ([1974a] 1979), dirigida por Abraham Moles y centrada en el estudio de las formas específicas de mediación que corresponden a la televisión<sup>8</sup>. Ese mismo año, reunió los aspectos centrales de esa metodología en el artículo “Nuevos métodos para estudiar la estructura y la dinámica de la enculturización” (1974b). En 1976, avanzó un resumen de las características de los modelos mediadores en la entrada “Mediación” del *Diccionario de Ciencias Sociales* (1976a) y profundizó en las diferentes concepciones de las relaciones entre innovación tecnológica y cambio cultural en el artículo “Le conflit entre innovation technologique et changement culturel”

---

<sup>8</sup> La revista *Razón y Palabra* ha publicado recientemente, en francés y en castellano, su disertación de doctorado, inédita hasta ahora (*vid.* la versión castellana en Martín Serrano, 2010).

(1976b). En 1977, vio la luz *La mediación social*, libro que popularizó estos planteamientos y que con el tiempo se ha convertido en su obra de referencia en este campo<sup>9</sup>.

Durante los años siguientes, Martín Serrano siguió exponiendo en varias de sus publicaciones cuestiones teóricas y metodológicas relacionadas con el estudio de las mediaciones sociales. En “Un método lógico para analizar el significado. Aplicación al estudio del lenguaje de la TV” (1978), continúa aclarando aspectos que tienen que ver con la utilización de la lógica como una herramienta de análisis de la mediación. En “Un modelo metodológico para investigar los efectos socioculturales de los media” (1981b), explica la adecuación entre teoría, metodología y técnicas que caracteriza al paradigma mediacional. En “La influencia social de la televisión: niveles de influencia (I)” (1981c), profundiza en los criterios específicos para estudiar la televisión como institución mediadora. En “La mediación de los medios de comunicación” (1985), anticipa los conceptos de «mediación cognitiva» y «mediación estructural» y ofrece los diseños metodológicos para su análisis.

En todos estos trabajos, fue perfilando poco a poco su propuesta hasta culminar esta etapa de creación teórica y metodológica con la publicación de *La producción social de comunicación* (1986), otra de sus obras mayores, en la que formula una teoría social de la comunicación, basada

---

<sup>9</sup> En el año 2008, la editorial Akal publicó una edición conmemorativa del 30º aniversario de la primera edición de esta obra. Esta nueva edición reproduce el texto original e incorpora un prólogo en el que el propio autor contextualiza el libro (*vid.* Martín Serrano, 2008).

en el paradigma mediacional, para estudiar los vínculos entre los cambios sociales y la transformación de las modalidades de comunicación pública.

En el momento de su aparición, los planteamientos de la mediación social demostraron ser una propuesta original y alternativa a las teorías más en boga, contribuyendo a reorientar los criterios con los que solía abordarse por aquel entonces el estudio de la comunicación institucionalizada.

No es éste el lugar para entrar en detalle en esta cuestión (*vid.*, para ello, las obras citadas del autor), pero sí cabe señalar que, desde sus primeras formulaciones, la propuesta de Martín Serrano colocó el estudio de la comunicación en el camino adecuado para vincularlo con el estudio del funcionamiento general de la sociedad, al relacionar solidariamente las transformaciones comunicativas con la producción y la reproducción social.

La forma en que el paradigma mediacional establece este vínculo supone una de sus aportaciones más innovadoras, a la vez teórica y metodológica:

- En el apartado 1.2.4., se ha explicado que la teoría de la mediación sostiene que las instituciones mediaciones son capaces de incorporar las contradicciones reales al funcionamiento de la sociedad mediante la elaboración de modelos del mundo no contradictorios que ponen en orden *a nivel formal* el desorden existente *a nivel real*. Martín Serrano deja así establecida en el plano teórico la relación entre las coerciones sociales y los

productos comunicativos a través de los cuales se difunden esos modelos del mundo.

- Y, al mismo tiempo, abre la vía metodológica para la incorporación de la lógica a los análisis de la mediación. Para esta propuesta teórica, los modelos de mundo se vehiculan principalmente a través de los códigos que organizan los relatos y sólo secundariamente a través de los contenidos que aparecen expresos en dichos relatos. Esos códigos de control social se pueden identificar por medio del estudio de la coerción lógica. La idea básica es que un modelo ideológico siempre tiene detrás un modelo lógico, que lo hace coherente y comprensible. Se puede partir entonces del análisis de las constricciones lógicas para entender las constricciones sociales, aunque en la realidad el orden de dependencia sea el inverso. Martín Serrano desarrolla un método original para llevar a cabo este tipo de análisis.

A partir de estos planteamientos, presentados aquí de manera muy escueta, ha sido posible identificar y analizar transformaciones en las representaciones colectivas que se anticipan y acompañan a los cambios que se están produciendo en el funcionamiento de las sociedades globalizadas, poniendo de manifiesto la capacidad prospectiva de este paradigma para prever algunas de las transformaciones históricas en curso.

### 2.2.3. Aplicaciones y desarrollos

Como rasgo distintivo de toda su producción intelectual, en la obra de Martín Serrano la creación teórica y metodológica siempre se aplica a objetos de estudio concretos que sirven como modelos de prueba. En este sentido, una de las características más relevantes del paradigma mediacional es la abundante evidencia empírica que ha ido acumulando desde su aparición y que ha servido para verificar su validez.

Como se ha señalado, inicialmente las categorías y las metodologías de la mediación se aplicaron al estudio de la televisión. Desde entonces, aquellos criterios avanzados en los años setenta se han ido actualizando y ampliando al conjunto de la producción comunicativa en sucesivas investigaciones y publicaciones. Así mismo, el autor ha recurrido a los planteamientos de la mediación para abordar objetos de estudio no comunicativas.

Algunos ejemplos meramente ilustrativos de una producción muy amplia son los siguientes: la modificación de las visiones del mundo de los jóvenes (Martín Serrano, dir., 1994; Martín Serrano y Velarde Hermida, 1997, 2001), los cambios en la representación social de los géneros (Martín Serrano, Martín Serrano y Baca Lagos, 1995), la aparición de nuevas formas de violencia (Martín Serrano y Martín Serrano, 1999a; Martín Serrano y Velarde Hermida, 2009a) o el surgimiento de nuevos tipos de familias (Martín Serrano y Velarde Hermida, 2009b).

Paralelamente, el marco que ofrecen la teoría y el método de la mediación ha servido a numerosos investigadores (sobre todo, en España y América Latina) para abordar desde un enfoque común el análisis de las relaciones entre los cambios sociales y las transformaciones comunicativas. Se puede hablar, por ello, de una tradición de estudios sobre las mediaciones sociales articulada en torno a este paradigma.

Todavía está por hacer un estudio sistemático que haga balance de esta producción y contribuya a la confección de un *mapa de los estudios sobre la mediación social* realizados específicamente desde esta perspectiva. Esta tarea excede los límites y las posibilidades de esta tesis doctoral. En todo caso, el seguimiento de los autores que han trabajado desde los planteamientos de la mediación propuestos por Martín Serrano muestra que esta teoría y esta metodología han sido aplicadas en un repertorio muy variado de campos.

Sin pretensión de exhaustividad, cabe citar los siguientes ejemplos: las mentalidades de los niños (Velarde Hermida, 1991); las repercusiones sociocomunicativas de la innovación tecnológica (Alcoceba Hernando, 1999; Sobrino Blanco, 1991); las prácticas rituales (Muñoz Carrión, 1984; Moulian Tesmer, 2008); la publicidad y el consumo (Piñuel Raigada, 1983); los desajustes entre las transformaciones tecnológicas y culturales en procesos de cambio organizacional (Serrano, 2001); los procesos de producción, sistematización y circulación del conocimiento (Cadilla Baz, 2010; Fuentes Navarro, 2005; Sobrino Blanco, 1999); o la representación de diferentes realidades sociales en distintos medios de comunicación: los

hombres y las mujeres en la televisión (Baca Lagos, 1994), los estereotipos nacionales en los libros de texto (Bernete García, 1990), las catástrofes en las publicaciones de divulgación científica (Lozano Ascensio, 1995), y el mundo de las drogas (Sánchez Carrión, 1982), la transición política española (Gaitán Moya, 1990) o la Amazonía (Lauxen Stefanello, 2007) en la prensa.

Cabe mencionar también una línea de trabajos, más reciente, sobre el propio paradigma, para analizar sus aspectos epistemológicos, teóricos o metodológicos (Cardoso Castro, 2007; Colina, 2001; Diz Garcés y Saladrigas Medina, 2011; Galindo Cáceres, 2007; Gámez Torres, 2007; Maldonado Gómez de la Torre, 2007; Moragas i Spá, 2007) o para dar cuenta de su utilización en determinados países (Amaya Trujillo y Velazo Díaz, 2007; Pineda de Alcázar, 2007)<sup>10</sup>.

### **2.3. Pertinencia del paradigma mediacional para el diseño de esta investigación**

El paradigma de la mediación resulta adecuado para el diseño de esta tesis doctoral al menos por las siguientes razones:

---

<sup>10</sup> Para otros ejemplos de diferentes aplicaciones de este paradigma, *vid.* los tres primeros números de la revista *Mediaciones Sociales* (<http://www.ucm.es/info/mediars/>), donde se hace balance de la producción académica sobre las mediaciones sociales a partir de la propuesta de Martín Serrano. También se pueden encontrar referencias al paradigma de la mediación en otros dos monográficos dedicados de la obra del autor: uno en la revista *Anthropos* (1984, nº 41-42) y otro en *Chasqui* (2011, nº 114-115).

- 1) Permite analizar fenómenos en clave sociohistórica.
- 2) Permite analizar fenómenos con una perspectiva macrosociológica.
- 3) Permite analizar fenómenos en los que las determinaciones macrosociales se manifiestan en la cotidianeidad.
- 4) Permite analizar los vínculos entre lo macro y lo microsocial de manera no mecanicista.
- 5) Permite analizar fenómenos en los que se producen interdependencias entre el estado de las organizaciones, la acción social y la información que se recibe por los cauces institucionales.

A continuación, se pone en relación cada uno de estos rasgos con el objeto de estudio de esta investigación.

### **2.3.1. El análisis en clave sociohistorica de las relaciones entre las transformaciones generacionales y las modificaciones corporales**

Esta tesis doctoral analiza un objeto de estudio de carácter *sociohistórico*: estudia las relaciones que se producen entre los cambios en el valor de las edades y los cambios en el valor de los cuerpos de los sujetos, en el

contexto de una transformación social de largo alcance que está convirtiendo a las sociedades industriales en globalizadas.

Se requiere, por tanto, de un enfoque teórico que permita analizar cómo los fenómenos sociales se van transformando a través de largos períodos de tiempo. El paradigma mediacional ofrece esta posibilidad, al proponer una explicación del modo en que las sociedades globalizadas están siendo capaces de reproducirse pese a sus crecientes contradicciones.

### **2.3.2. El análisis macrosociológico de las relaciones entre las edades y los cuerpos de los sujetos**

Esta tesis doctoral adopta un punto de vista *macrosociológico*: pone en relación las transformaciones que se producen a lo largo del tiempo en las edades y en los cuerpos con el funcionamiento general de las sociedades globalizadas.

Se requiere, por tanto, de un enfoque teórico que permita vincular los cambios en un fenómeno social específico con la manera de organizarse y de funcionar de la sociedad en que dicho fenómeno tiene lugar. El paradigma mediacional ofrece esta posibilidad, al proponer una teoría sobre las sociedades globalizadas que sirve de marco interpretativo general en el que situar el análisis de objetos de estudio concretos.

### **2.3.3. El análisis de las relaciones entre las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad y los cuerpos de los sujetos**

Esta tesis doctoral está interesada en analizar cómo las determinaciones macrosociales se manifiestan en la cotidianeidad. Concretamente: investiga la manera en que algunas constricciones sociales que afectan a las edades se reflejan en los cuerpos de los sujetos.

Se requiere, por tanto, de un enfoque teórico capaz de dar cuenta de estos vínculos entre lo macro y lo microsocioal, y de hacerlo de forma no mecanicista. El paradigma mediacional ofrece esta posibilidad porque, a la vez que busca aprehender la totalidad de las estructuras sociales, trata de comprender cómo esas estructuras se reproducen en los espacios cotidianos donde se desarrolla la vida de los individuos.

Como se sabe, ese intento de vincular lo macro y lo microsocioal constituye una de sus razones de ser de las ciencias sociales y es un propósito compartido por los Padres Fundadores de la sociología. Manteniendo ese vínculo entre lo macro y lo microsocioal, se evita que los análisis sobre las grandes estructuras sociales se queden en meras reflexiones abstractas sobre «el poder» o «la sociedad», desconectadas de la realidad concreta de los individuos; y, al mismo tiempo, se elude también el riesgo de que el estudio de la cotidianeidad se desvincule de la dimensión macrosocioal que le da sentido (cf. Martín Serrano, 2006: 150-151).

#### **2.3.4. El análisis *mediacional* de la transferencia de las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad a los cuerpos de los sujetos**

Esta tesis doctoral entiende que las afectaciones entre las edades y los cuerpos no responden a un modelo explicativo de tipo «causa-efecto».

Se requiere, por tanto, de un enfoque teórico capaz de dar cuenta de los vínculos entre lo macro y lo microsocioal de forma no mecanicista. El paradigma mediacional ofrece esta posibilidad, al sostener que las conexiones entre lo macro y lo microsocioal tienen lugar a través de diversas *mediaciones* que ayudan a ir ajustando los desajustes e incongruencias que, como consecuencia de las transformaciones de la sociedad, se van produciendo entre ambos niveles.

#### **2.3.5. El análisis de las interdependencias entre las organizaciones, los comportamientos y las representaciones sociales sobre las edades y los cuerpos**

Esta tesis doctoral analiza un objeto de estudio *multidimensional*: en él participan organizaciones, comportamientos y representaciones sociales. El objeto acotado posee una *dimensión organizativa* en la medida en que entran en juego instituciones que proporcionan productos y servicios que permiten modificar el aspecto corporal. Además, participan las *acciones* de los sujetos, que modifican efectivamente la imagen de su cuerpo interviniendo directamente sobre él. Y, finalmente, están también

implicadas las *representaciones* sociales, que proponen diferentes estereotipos corporales según cada franja de edad.

Se trata de componentes de naturaleza diferente y deben de ser distinguidos en sus orígenes y efectos, pero no se puede separar el análisis de unos y de otros. Se requiere, por tanto, de un marco teórico capaz de investigar los vínculos entre organización, acción y comunicación. El paradigma mediacional permite este tipo de análisis:

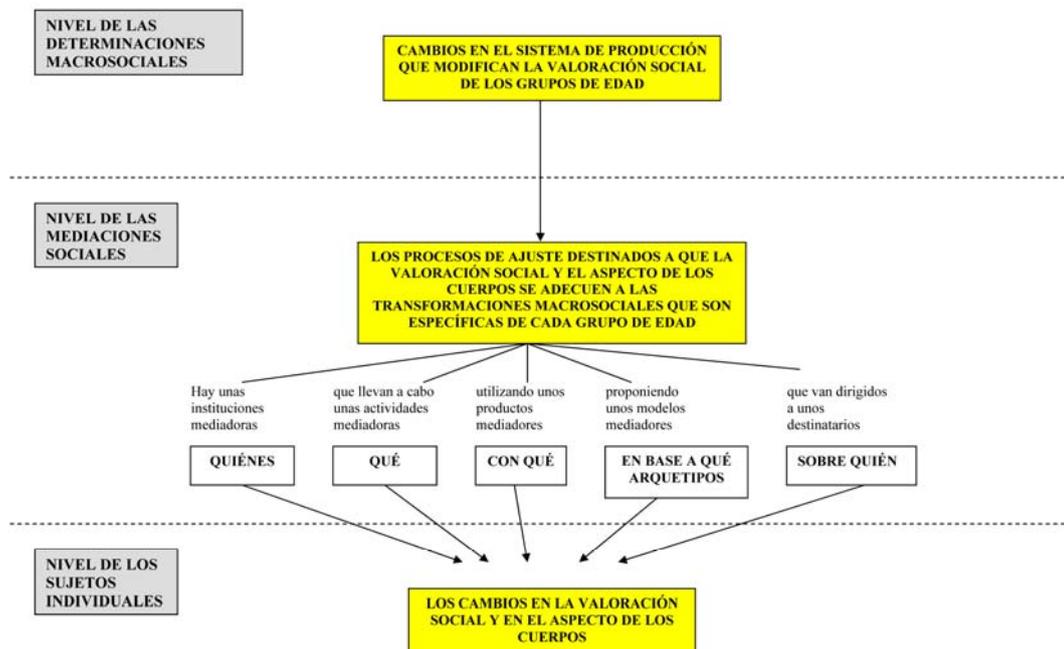
*“La mediación pretende ofrecer un paradigma adecuado para estudiar todas aquellas prácticas, sean o no comunicativas, en las que las conciencias, las conductas y los bienes entran en procesos de interdependencia. El investigador no puede recurrir en estos casos a modelos meramente cognitivos, exclusivamente de comportamientos, o solamente de producción. La necesidad de un enfoque basado en el análisis de la mediación se hace sentir cuando el manejo de la información, de los actos, de las materias, se manifiesta como una actividad que no puede ser dissociada ni analizada por partes”* (Martín Serrano, 1986: 22).

La teoría de la mediación sostiene que, en las sociedades globalizadas, la información, la acción y la organización social van estableciendo vínculos funcionales cada vez más fuertes entre ellas. Por ello, para comprender cómo cambian y se reproducen estas sociedades, se requiere un planteamiento «macro» que estudie cómo se “vincula el uso de la información con el estado de la organización y con las acciones que se llevan a cabo para controlar el cambio del sistema social” (Martín Serrano, 1992: 671).

## 2.4. Aplicación del paradigma mediacional al diseño de esta investigación: modelo de análisis

A partir de la acotación del objeto y del marco teórico desde el que se ha planteado su estudio, se ha elaborado un modelo de análisis que ha servido como guía para el desarrollo de la investigación. Se ofrece seguidamente la representación gráfica de dicho modelo (Figura 1):

Figura 1. Modelo de análisis



Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar, el modelo se divide en tres niveles de análisis. Cada nivel ha sido desarrollado en un capítulo diferenciado de la tesis, en la parte de la misma dedicada al análisis de los datos y a la interpretación de los resultados:

- Nivel de las determinaciones macrosociales (Capítulo 4).
- Nivel de los sujetos individuales (Capítulo 5).
- Nivel de las mediaciones sociales (Capítulo 6).

Ahora sólo se describe cómo se han ordenado los diferentes elementos tomados en cuenta en la investigación y las conexiones que se pretende identificar entre ellos, de acuerdo con el enfoque mediacional.

### **2.4.1. Nivel de las determinaciones macrosociales**

Este nivel del modelo de análisis se refiere a los cambios macrosociales relacionados con el sistema de producción que están modificando la valoración social de los diferentes grupos de edad. El mercado laboral en España encuentra dificultades crecientes para emplear a toda la mano de obra disponible. Hay algunos grupos de edad (principalmente, jóvenes y mayores) que se están viendo gradualmente excluidos de las tareas productivas y eso les hace perder valor, no sólo económico, sino además en el imaginario social.

### **2.4.2. Nivel de los sujetos individuales**

Este nivel del modelo de análisis recoge la manifestación, en la cotidianeidad de los sujetos individuales, de las determinaciones macrosociales analizadas en el nivel anterior. Los nuevos criterios de valoración social de las edades se transfieren, de algún modo, a los sujetos individuales y, en concreto, a sus cuerpos. En consecuencia, la valoración social de una persona va a depender, en gran medida, de la edad que aparente su cuerpo. Si su cuerpo parece obsoleto, aumentarán las posibilidades de que se vea excluida socialmente.

### **2.4.3. Nivel de las mediaciones sociales**

Este nivel de análisis se encuentra en medio de los dos niveles anteriores, filtrando las relaciones y afectaciones que se producen entre ambos. Se refiere a las mediaciones sociales que hacen posible que los cambios en la valoración y en el aspecto de los cuerpos se adecuen a las transformaciones en la valoración de las edades.

Tal como prevé el paradigma mediacional, esta labor de ajuste se lleva a cabo en tres ámbitos diferentes pero relacionados entre sí:

- 1) En el ámbito de la COMUNICACIÓN PÚBLICA, se proponen nuevas representaciones sociales sobre el cuerpo y sus cuidados, según cada grupo de edad. Se van configurando así nuevos

arquetipos corporales, en los que se exhiben aquellos rasgos físicos que muestran vigor juvenil y se ocultan aquellos otros que indican obsolescencia.

2) En el ámbito de la ORGANIZACIÓN SOCIAL, surgen instituciones especializadas en la comercialización de productos y servicios destinados al cuidado del cuerpo y de su aspecto y, de manera particular, a eliminar o, en su defecto, disimular las marcas corporales que deja el paso del tiempo.

3) En el ámbito de la ACCIÓN SOCIAL, los sujetos también median, con sus comportamientos, para que el valor de sus cuerpos y su aspecto se adecuen a los nuevos criterios de valoración social de las edades. En este caso, interviniendo directamente sobre el propio aspecto corporal, mediante el consumo de los bienes y servicios ofrecidos por las instituciones mediadoras para eliminar u ocultar aquellos rasgos corporales que indiquen obsolescencia. Esta investigación distingue entre las prácticas corporales que tienen que ver con la *cirugía estética*, la *cosmética*, la *dietética* y el *ejercicio físico*, como los medios más importantes para lograr disimular la obsolescencia de los cuerpos en las actuales sociedades globalizadas.

## **CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA**

---



### 3.1. Introducción

El planteamiento teórico expuesto en el Capítulo 2 (apartado 2.4) se ha hecho investigable siguiendo la metodología que en la academia se considera objetiva:

1º. Se ha formulado un repertorio de *hipótesis generales y específicas* para cada uno de los niveles del modelo de análisis.

2º. Para hacer operativas y someter a validación estas hipótesis, cada una de ellas se ha desagregado en un repertorio de *indicadores y/o series de datos*.

3º. La confección de cada indicador y/o serie se ha llevado a cabo seleccionando y sistematizando *datos empíricos procedentes de fuentes primarias y secundarias* sobre los diferentes elementos que componen el objeto de estudio de la investigación.

4º. Una vez llevadas a cabo las comprobaciones de las hipótesis en las fuentes disponibles, se ha concretado y enunciado para cada hipótesis un repertorio de propuestas o tesis.

En este capítulo, se especifican los objetivos, se enuncian las hipótesis, se explica el criterio utilizado para la selección de las fuentes de las que

proceden los datos y se aporta un cuadro resumen con el diseño metodológico de la investigación.

### **3.2. Los objetivos de la investigación**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS, referidos al análisis del fenómeno que ha servido como modelo de prueba:

- Identificar y describir los principales cambios que se están produciendo en España en la valoración social de las edades, en relación con la posición que ocupa cada grupo de edad en el sistema productivo y en el contexto de la transformación sociohistórica que está convirtiendo a las sociedades industriales en globalizadas.
- Identificar y describir los principales cambios que se están produciendo -en España y para la misma acotación temporal- en la valoración social de los cuerpos de los sujetos y, consecuentemente, en su aspecto.
- Identificar y describir las relaciones que cabe establecer entre los cambios en el valor de las edades y en el valor de los cuerpos.
- Identificar cuáles son y cómo funcionan las principales mediaciones que intervienen en el proceso de ajuste entre los

nuevos criterios de valoración de las edades y el valor y el aspecto de los cuerpos de los sujetos. Más concretamente:

- Identificar y describir los principales cambios que se están produciendo en la imagen social de las edades y en los arquetipos corporales que a ellas se asocian.
  
- Identificar y describir las actividades de las instituciones sociales especializadas en la comercialización de productos y servicios destinados al cuidado del cuerpo y, más específicamente, al disimulo de su obsolescencia.
  
- Identificar y describir las principales prácticas (cosméticas, quirúrgicas, dietéticas, físicas) a las que se someten los sujetos para disimular la caducidad de sus cuerpos.

Este repertorio de objetivos específicos puede aportar nuevas evidencias, validaciones, para otros **OBJETIVOS GENERALES**, compartidos por las investigaciones, en clave sociohistórica y a nivel macrosociológico, de las mediaciones sociales. En este contexto, la tesis doctoral puede:

- Ampliar el conocimiento del papel que cumplen las mediaciones sociales en la reproducción de las sociedades globalizadas, cuando operan con las diferencias generacionales.

- Validar la interpretación que ofrece el paradigma mediacional de la transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales, en otra actividad mediadora: concretamente, en la transmutación de la obsolescencia laboral que genera el mercado del trabajo en obsolescencia orgánica y existencial.

Para llevar a cabo la investigación que requiere alcanzar estos objetivos, se plantean las siguientes hipótesis.

### **3.3. Las hipótesis de la investigación**

Para cada nivel del modelo de análisis, se ha formulado una hipótesis general, que a su vez se ha desagregado en varias hipótesis específicas. Los cuadros que se ofrecen a continuación (uno para cada nivel) recogen este conjunto de hipótesis:

**HIPÓTESIS PARA EL NIVEL DE LAS DETERMINACIONES**  
**MACROSOCIALES: LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN SOCIAL**  
**DE LOS GRUPOS DE EDAD**

- Hipótesis general 1. Los cambios en la valoración social de los diferentes grupos de edad están relacionados con las transformaciones del sistema productivo.

*- Hipótesis específica 1.1. La valoración social de los jóvenes disminuye en relación con la pérdida de su valor como fuerza de trabajo, que se manifiesta en las crecientes dificultades para incorporarse al mercado laboral de manera estable.*

*- Hipótesis específica 1.2. En términos comparativos sincrónicos, la valoración social de los adultos aumenta respecto a jóvenes y mayores (son el grupo de edad con mayor presencia en el mercado laboral). En términos comparativos diacrónicos, la valoración social de los adultos disminuye respecto a los adultos de épocas precedentes (su vida laboral se acorta).*

*- Hipótesis específica 1.3. La valoración social de los mayores disminuye en relación con el incremento del costo de la población no productiva debido al aumento del tiempo que estas personas viven sin trabajar.*

**HIPÓTESIS PARA EL NIVEL DE LOS SUJETOS INDIVIDUALES:**  
**LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN SOCIAL Y EN EL ASPECTO**  
**DE LOS CUERPOS**

• Hipótesis general 2. Las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad se manifiestan en la valoración social y en el aspecto de los cuerpos.

- *Hipótesis específica 2.1. Se intensifica el declive de los usos productivos del cuerpo, vinculados a su valor como fuerza de trabajo.*

- *Hipótesis específica 2.2. Se consolida la penetración de la lógica económica en los usos reproductivos del cuerpo, vinculados a su valor como medio para manifestar estatus.*

**HIPÓTESIS PARA EL NIVEL DE LAS MEDIACIONES SOCIALES:**

**LOS PROCESOS DE AJUSTE DESTINADOS A QUE LA VALORACIÓN SOCIAL Y EL ASPECTO DE LOS CUERPOS SE ADECUEN A LAS TRANSFORMACIONES MACROSOCIALES QUE SON ESPECÍFICAS DE CADA GRUPO DE EDAD**

- **Hipótesis general 3. Existen mediaciones sociales que contribuyen a que la valoración y el aspecto de los cuerpos se adecuen a las transformaciones macrosociales específicas de cada grupo de edad.**

*- Hipótesis específica 3.1. Las REPRESENTACIONES SOCIALES sobre el cuerpo y sus cuidados según cada grupo generacional se transforman para proponer modelos en los que se eliminan u ocultan aquellos rasgos que indican obsolescencia.*

*- Hipótesis específica 3.2. Surgen nuevas ORGANIZACIONES SOCIALES especializadas en la comercialización de productos y servicios que permiten eliminar u ocultar aquellos rasgos del cuerpo que indican obsolescencia.*

*- Hipótesis específica 3.3. Los sujetos someten a sus cuerpos a PRÁCTICAS de cuidado y conservación que permiten eliminar u ocultar aquellos rasgos que indican obsolescencia.*

### 3.4. Los criterios de selección de las fuentes de las que proceden los datos

Los datos utilizados para someter a validación las hipótesis enunciadas en el apartado precedente proceden de fuentes primarias y secundarias. Las fuentes que se han seleccionado pueden servir -y de hecho sirven- para ilustrar y demostrar muchas cosas. Evidentemente, en su origen, la mayoría de los datos disponibles sobre el objeto de estudio acotado no fueron recabados para responder a las mismas cuestiones que se han planteado en este caso. Pero ha sido posible reutilizarlos y aprovecharlos desde la perspectiva sociohistórica y macrosociológica que define a esta investigación.

Los criterios para la selección de las fuentes y para el tratamiento de los datos han venido dados tanto por la *acotación* del objeto de estudio como por la *perspectiva teórica* que es específica de esta investigación:

- El primero de estos criterios, referido a la *acotación temática, espacial y temporal del objeto*, resulta obvio. Los datos utilizados:
  - Debían referirse a los diferentes «temas» tomados en cuenta en la investigación: a los cambios en el sistema de producción que modifican la valoración social de los grupos de edad; a los cambios en la valoración social y en el aspecto de los cuerpos de los sujetos; y a las diferentes actividades mediadoras que contribuyen a que la valoración social y el

aspecto de los cuerpos se adecuen a la valoración social de las edades, a nivel de las representaciones, de las organizaciones y de los comportamientos.

- Debían ceñirse al período acotado, entre 1970 y 2010.

- Y, finalmente, debían circunscribirse a España.

Las fuentes disponibles que se ajustan a estos criterios son muy abundantes. Con diferentes objetivos, desde perspectivas diversas y con grados de profundidad muy variables, se suceden para el espacio y el tiempo acotados estudios sobre la situación laboral de los jóvenes, de los adultos o de los mayores; sobre la creciente importancia social de la imagen corporal; sobre la conformación de un mercado de productos específicos para el cuidado del cuerpo; sobre la representación social de los cuerpos y de las edades. Estos estudios han generado una importante evidencia empírica sobre cada una de estas cuestiones. Tanta que resulta difícilmente abarcable. Se hacía necesario, por tanto, establecer un segundo criterio de selección más específico que hiciera manejables y aprovechables para esta investigación los datos disponibles.

- Ese criterio ha venido dado por el *planteamiento teórico* de la tesis doctoral. El objeto acotado ha generado tanta información como escasos análisis sociohistóricos y macrosociológicos. Como ya se ha explicado, esta investigación está interesada en los vínculos

entre las edades y los cuerpos que se producen las sociedades globalizadas, pero siempre y cuando se analicen *a lo largo del tiempo* (es decir, en clave sociohistórica) y *en relación con el funcionamiento general de dichas sociedades* (es decir, con una perspectiva macrosociológica). Los datos seleccionados debían servir, en la medida de lo posible, para llevar a cabo un análisis de este tipo.

En consecuencia, siempre que se ha podido, se ha recurrido a series históricas de datos, tan amplias como estaban disponibles en las fuentes consultadas. De igual modo, siempre que se han encontrado, se han utilizado datos procedentes de estudios de ámbito nacional. Cuando no se han encontrado los datos que se buscaban, pero sí otros alternativos de alcance temporal o espacial más limitado, también se han utilizado, aunque sólo sirvan para ilustrar parcialmente algunos de los supuestos planteados.

En todo caso, las fuentes disponibles han proporcionado información necesaria para elaborar los indicadores y las series con los que someter a validación las hipótesis y ofrecer datos ilustrativos de los argumentos y de las conclusiones.

### **3.5. Síntesis del diseño metodológico de la investigación**

Las tres tablas que se ofrecen a continuación (una para cada nivel del modelo de análisis) recogen el diseño metodológico de la investigación. En cada caso, se muestra el repertorio de hipótesis a verificar; se define cuáles son los indicadores y/o series que permiten establecer su validez; y se especifican los datos empíricos utilizados en los indicadores y/o series y las fuentes de las que proceden.

| <b>NIVEL DE LAS DETERMINACIONES MACROSOCIALES:<br/>LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN SOCIAL DE LOS GRUPOS DE EDAD</b>  |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <i>HIPÓTESIS<br/>a validar</i>  |  | <i>INDICADORES y/o<br/>SERIES<br/>para someter a<br/>validación a las<br/>hipótesis</i>                                  | <i>DATOS EMPÍRICOS<br/>utilizados en los<br/>indicadores<br/>Y SUS FUENTES</i>  |
| <b>Hipótesis general<br/>1. Los cambios en la valoración social de los diferentes grupos de edad están relacionados con las transformaciones del sistema productivo</b> | Hipótesis específica 1.1. La valoración social de los jóvenes disminuye en relación con la pérdida de su valor como fuerza de trabajo, que se manifiesta en las crecientes dificultades para incorporarse al mercado laboral de manera estable | Evolución de la proporción de jóvenes españoles que viven en el domicilio familiar, según grupo de edad (1990-2008)      | Lugar en el que viven los jóvenes, por grupos de edad (Injuve – <i>Informe Juventud en España 2000, 2004 y 2008</i> )                                   |
|   |  | Evolución de la tasa de graduados universitarios y titulados en formación profesional superior en España (1995-2009)     | Tasas de titulación en educación terciaria (OCDE – <i>Panorama de la Educación. Indicadores de la OCDE 2011. Informe español</i> )                      |
|   |  | Evolución de la edad del primer matrimonio en España (1976-2010)   | Edad media al primer matrimonio (INE – <i>Indicadores Demográficos Básicos</i> )  |
|   |  | Evolución de la edad media a la que se tiene el primer hijo en España (1975-2010)  | Edad media a la maternidad por orden del nacimiento (INE – <i>Indicadores Demográficos Básicos</i> )  |
|   |  | Evolución de la proporción de jóvenes españoles que prefieren vivir en una casa diferente a la de sus padres (1984-2008) | Lugar donde viven y donde les gustaría vivir a los jóvenes de entre 15 y 29 años (Injuve – <i>Informe Juventud en España 2000, 2004 y 2008</i> )        |
|   |  | Principal razón por la que los jóvenes viven en casa de sus padres más de lo que lo solían hacer (2007)                  | The main reason for young adults live in their parents' homes longer than they used to (Comisión Europea – <i>Eurobarometer 202 "Young Europeans"</i> ) |
|   |  |  |   |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | Evolución de las tasas de paro, empleo y actividad juvenil en España (1972-2010)                             | Unemployment rate, Employment/population ratio, Labour force participation rate by age (OCDE – <i>Online OECD Employment database</i> )            |
|  |  | Evolución de la población joven activa, empleada y desempleada en España (1972-2010)                         | Population, Labour Force, Employment, Unemployment by age (OCDE – <i>Online OECD Employment database</i> )   |
|  |  | Evolución de la tasa de temporalidad juvenil en España (1987-2010)   | Asalariados por tipo de contrato o relación laboral, por grupo de edad (INE – <i>Encuesta de Población Activa</i> )                                |
|  |  | Evolución de la temporalidad juvenil en España (1987-2010)   | Asalariados por tipo de contrato o relación laboral, por grupo de edad (INE – <i>Encuesta de Población Activa</i> )                                |
|  |  | Jóvenes trabajadores cuyos salarios les permiten ser económicamente autosuficientes (2000)                   | Jóvenes que ingresan de su trabajo el dinero suficiente para ser económicamente autosuficientes (Injuve – <i>Informe Juventud en España 2000</i> ) |
| Hipótesis específica 1.2. En términos comparativos sincrónicos, la valoración social de los adultos aumenta respecto a jóvenes y mayores (son el grupo de edad con mayor presencia en el mercado laboral). En términos |  | Evolución de las tasas de paro, empleo y actividad en España, en personas de 35 o más años (1972-2010)       | Unemployment rate, Employment/population ratio, Labour force participation rate by age (OCDE – <i>Online OECD Employment database</i> )            |
|  |  | Evolución de la población activa, empleada y desempleada en España, en personas de 35 o más años (1972-2010) | Population, Labour Force, Employment, Unemployment by age (OCDE – <i>Online OECD Employment database</i> )   |
|  |  | Evolución de la tasa de temporalidad en España, en personas de 30 o más años (1987-2010)                     | Asalariados por tipo de contrato o relación laboral, por grupo de edad (INE – <i>Encuesta de Población Activa</i> )                                |

## La transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | comparativos diacrónicos, la valoración social de los adultos disminuye respecto a los adultos de épocas precedentes (su vida laboral se acorta)   | Evolución de la temporalidad en España, en personas de 30 o más años (1987-2010)   | Asalariados por tipo de contrato o relación laboral, por grupo de edad (INE – <i>Encuesta de Población Activa</i> ) |
|  | Hipótesis específica 1.3. La valoración social de los mayores disminuye en relación con el incremento del costo de la población no productiva debido al aumento del tiempo que estas personas viven sin trabajar | Evolución de la tasa bruta de natalidad en España (1975-2009)  | Tasa bruta de natalidad (INE – <i>Indicadores Demográficos Básicos</i> )  |
| Evolución de la esperanza de vida al nacer en España (1975-2010)   |  | Life expectancy (Eurostat – <i>Population and social conditions</i> )  |   |
| Evolución de las pirámides de población en España (1900-2001)  |  | Pirámides de población (INE – <i>Censos de Población</i> )   |   |
| Evolución de la población por grupos de edad en España (1960-2010)   |  | Proportion of population aged 0-14 years y Proportion of population aged 65 years and more (Eurostat – <i>Population and social conditions</i> ) |   |
| Evolución de las tasas de paro, empleo y actividad en España, en personas de 55 o más años (1972-2010)       |  | Unemployment rate, Employment/population ratio, Labour force participation rate by age (OCDE – <i>Online OECD Employment database</i> )          |   |
| Evolución de la población activa, empleada y desempleada en España, en personas de 55 o más años (1972-2010) |  | Population, Labour Force, Employment, Unemployment by age (OCDE – <i>Online OECD Employment database</i> )                                       |   |
| Evolución de la edad media de jubilación en España (1980-2004)   |  | Edad de jubilación en el Régimen General de la Seguridad Social (Antón Pérez, Braña Pino y De  |   |

---

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  |  | Bustillo Llorente, s.d., a partir de la Muestra Continua de Vidas Laborales de la Seguridad Social) |
|  |  | Evolución de la edad media de salida del mercado laboral en España (2001-2009) | Average exit age from the labour force (Eurostat – <i>Population and social conditions</i> )        |

| <b>NIVEL DE LOS SUJETOS INDIVIDUALES:<br/>LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN SOCIAL Y EN EL ASPECTO DE LOS CUERPOS</b>   |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <i><b>HIPÓTESIS<br/>a validar</b></i>  |  | <i><b>INDICADORES y/o<br/>SERIES<br/>para someter a<br/>validación a las<br/>hipótesis</b></i>                                 | <i><b>DATOS EMPÍRICOS<br/>utilizados en los<br/>indicadores<br/>Y SUS FUENTES</b></i>   |
| <b>Hipótesis general<br/>2. Las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad se manifiestan en la valoración social y en el aspecto de los cuerpos</b> | Hipótesis específica 2.1. Se intensifica el declive de los usos productivos del cuerpo, vinculados a su valor como fuerza de trabajo   | Evolución de la distribución del empleo por sectores de actividad en España (1976-2010)  | Ocupados por sector económico (INE - <i>Encuesta de Población Activa</i> )  |
|  |  | Evolución de la estructura sectorial del PIB en España (1970-2010)   | Producto interior bruto a precios de mercado y sus componentes. Precios corrientes. Estructura porcentual (INE – <i>Contabilidad Nacional</i> ) |
|  | Hipótesis específica 2.2. Se consolida la penetración de la lógica económica en los usos reproductivos del cuerpo, vinculados a su valor como medio para manifestar estatus. | Evolución de la inversión publicitaria de las marcas de productos de “belleza e higiene” en España (1994-2010)                 | Inversión total controlada por sector (InfoAdex – <i>Estudio de la inversión publicitaria en España</i> )                                       |
|  |  | Evolución de las marcas de productos de “belleza e higiene” en el ranking de los principales anunciantes en España (1994-2010) | Ranking de anunciantes (InfoAdex – <i>Estudio de la inversión publicitaria en España</i> )  |
|  |  | Inclusión de bienes y servicios relacionados con los cuidados personales en el Índice de Precios de Consumo en España          | Subgrupo “Bienes y servicios para el cuidado personal” del IPC (INE – <i>Índice de Precios de Consumo</i> )                                     |
|  |  | Jóvenes para los que el atractivo físico cuenta “bastante” o “mucho” para abrirse camino en la vida en España (1998)           | Cuenta “mucho” o “bastante” para abrirse camino en la vida... (Vallés, 2000: “Valores”, p. 281)   |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  |  | Opinión sobre la frecuencia de algún tipo de discriminación o trato desfavorable debido al aspecto físico en España (2008)  | En su opinión, en España en general ¿es muy frecuente, bastante frecuente, poco frecuente o nada frecuente, la discriminación o el trato desfavorable por motivo de...? (CIS – <i>Estudio 2.781. Barómetro diciembre 2008</i> )   |
|  |  | Jóvenes españoles se han sentido discriminados en algún momento de su vida por su aspecto físico (2010)   | En algún momento de tu vida, ¿te has sentido discriminado/a, no se te ha permitido hacer algo, te han molestado o te han hecho sentirte inferior por alguna de las siguientes causas? (Injuve – <i>Estudio EJ149 “Jóvenes y diversidad sexual”</i> )  |
|  |  | Espanoles que consideran que el aspecto puede suponer una desventaja a la hora de optar por un puesto de trabajo ante otro candidato con las mismas habilidades y cualificación (2007-2008) | Cuando una empresa quiere contratar a alguien y puede elegir entre dos candidatos con las mismas habilidades y cualificaciones, ¿cuál de los siguientes criterios puede, en su opinión, poner a un candidato en desventaja? (Comisión Europea – <i>Eurobarómetro especial sobre discriminación en la UE</i> ) |
|  |  | Evolución de las cualidades de la pareja más valoradas por las personas jóvenes en España (1960-1988)   | Cualidades consideradas importantes en la pareja ideal (Velarde Hermida, 1994: “Los valores en torno a la familia y a la sexualidad”, p. 119)   |

## La transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales

---

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>Evolución de la importancia del aspecto físico para los jóvenes españoles (2001-2007)</p>            | <p>Para cada una de las cuestiones que a continuación te voy a leer, ¿podrías decirme si representan para ti, en tu vida, algo muy importante, bastante importante, poco o nada importante? (CIS – <i>Estudio 2440/2001</i>) (Injuve – <i>Estudios EJ090/2003, EJ103/2005, EJ113/2006, EJ123/2007</i>)</p> |
|  | <p>Personas para las que es muy importante cuidar y realzar su aspecto físico en España (2004-2006)</p> | <p>Grado de importancia que se otorga al cuidado y realce del aspecto físico propio (Fundación Eroski – <i>Barómetro de Consumo 2004, 2005 y 2007</i>)</p>   |

| <b>NIVEL DE LAS MEDIACIONES SOCIALES:<br/>LOS PROCESOS DE AJUSTE DESTINADOS A QUE LA VALORACIÓN SOCIAL Y<br/>EL ASPECTO DE LOS CUERPOS SE ADECUEN A LAS TRANSFORMACIONES<br/>MACROSOCIALES QUE SON ESPECÍFICAS DE CADA GRUPO DE EDAD</b>                       |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <b>HIPÓTESIS<br/>a validar</b>   |  | <b>INDICADORES<br/>y/o SERIES<br/>para someter a<br/>validación a las<br/>hipótesis</b>  | <b>DATOS<br/>EMPÍRICOS<br/>utilizados en los<br/>indicadores<br/>Y SUS FUENTES</b>   |
| <b>Hipótesis general<br/>3. Existen<br/>mediaciones<br/>sociales que<br/>contribuyen a que<br/>la valoración y el<br/>aspecto de los<br/>cuerpos se<br/>adecuen a las<br/>transformaciones<br/>macrosociales<br/>específicas de<br/>cada grupo de<br/>edad</b> | Hipótesis específica 3.1.<br>Las<br>REPRESENTACIONES<br>SOCIALES sobre el<br>cuerpo y sus cuidados<br>según cada grupo<br>generacional se<br>transforman para<br>proponer modelos en los<br>que se eliminan u<br>ocultan aquellos rasgos<br>que indican<br>obsolescencia | Presencia de<br>jóvenes vs.<br>mayores en los<br>medios de<br>comunicación en<br>España  | Fuentes secundarias<br>sobre la<br>representación social<br>de los jóvenes (para<br>la referencia<br>completa, <i>vid.</i> el<br>apartado de<br>Bibliografía):<br><br>- Alcoceba y Mathieu<br>(2010)<br>- Avello Flórez y<br>Muñoz Carrión<br>(1989, 2002)<br>- Baca Lagos (1998)<br>- Espín Martín (1986,<br>1989, 2002)<br>- Martín Serrano, M.<br>(1999b)<br>- Martín Serrano<br>(2003b)<br>- Pinto Arboleda<br>(2009)<br>- Younis Hernández<br>(2008)<br><br>Fuentes secundarias<br>sobre la<br>representación social<br>de los mayores:<br><br>- Bódalo y Sánchez<br>Vera (1999a, 1999b,<br>2006)<br>- Cáceres Zapatero,<br>Fernández-Cid<br>Enríquez y Martín<br>Caño (2008)<br>- Imsero (2001)<br>- Hernández<br>Rodríguez (2007) |
|  |  | Espacios<br>(domésticos,<br>lúdicos, laborales)<br>donde aparecen los<br>jóvenes vs.<br>mayores en los<br>medios de<br>comunicación en<br>España |  |
|  |  | Rasgos físicos de<br>los cuerpos jóvenes<br>vs. mayores en los<br>medios de<br>comunicación en<br>España   |  |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p>Hipótesis específica 3.2.<br/>Surgen nuevas ORGANIZACIONES SOCIALES especializadas en la comercialización de productos y servicios que permiten eliminar u ocultar aquellos rasgos del cuerpo que indican obsolescencia</p> | <p>Evolución del volumen total de producción del sector de la perfumería y la cosmética en España (1998-2009)</p> | <p>Volumen total de producción del sector de la perfumería y la cosmética (Stanpa – <i>Información del mercado cosmético</i>)</p>                 |
|  | <p>Evolución del volumen de consumo del sector de la cosmética en España (1995-2010)</p>                          | <p>Volumen de consumo en el sector de la perfumería y de la cosmética (Stanpa – <i>Información del mercado cosmético</i>)</p>                     |
|  | <p>Evolución del volumen de consumo en los mercados europeos de cosmética (2007-2009)</p>                         | <p>Volumen de consumo en los mercados europeos de cosmética (2007-2009) (Stanpa – <i>Información del mercado cosmético</i>)</p>                   |
|  | <p>Número de cirujanos en España (2010)</p>   | <p>Número de cirujanos plásticos, por país (ISAPS – <i>International Survey on Aesthetic / Cosmetic Procedures Performed 2010</i>)</p>            |
|  | <p>Principales empresas del sector de dietéticos en España (2009)</p>   | <p>Principales empresas del sector de dietéticos (Alimarket – <i>Informe anual 2010</i>)</p>  |
|  | <p>Evolución del número de instalaciones deportivas en España (1985-2005)</p>                                     | <p>Número de instalaciones deportivas (CSD – <i>Censo Nacional de Instalaciones Deportivas</i>)</p>   |
|  | <p>Evolución del volumen de ventas del sector de artículos deportivos en España (1997-2010)</p>                   | <p>Evolución del volumen de ventas total del sector de artículos deportivos (AFYDAD – <i>Estudio sobre el mercado deportivo durante 2010</i>)</p> |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p>Hipótesis específica 3.3.<br/>Los sujetos someten a sus cuerpos a PRÁCTICAS de cuidado y conservación que permiten eliminar u ocultar aquellos rasgos que indican obsolescencia</p> | <p>Evolución del tiempo diario dedicado al cuidado personal en España (2002-2010)</p>   | <p>Tiempo diario dedicado al cuidado personal (INE - <i>Encuesta de empleo del tiempo</i>)</p>   |
|  | <p>Evolución del gasto por hogar y por persona en bienes y servicios relacionados con los cuidados personales en España (1998-2005 y 2006-2010)</p> | <p>- Gasto total y medios por 4 dígitos de la COICOP y distribución porcentual del gasto total (INE – <i>Encuesta Continua de Presupuestos Familiares</i>)</p> <p>- Gasto total, gastos medios y distribución porcentual del gasto total por códigos de gasto (5 dígitos) (INE – <i>Encuesta de Presupuestos Familiares</i>)</p> |
|  | <p>Consumo per cápita en productos cosméticos en España (2007-2009)</p>   | <p>Consumo per cápita en productos cosméticos (Stanpa – <i>Información del mercado cosmético</i>)</p>  |
|  | <p>Personas que consumen productos cosméticos “anti-edad” en España (2004-2006)</p>   | <p>Grado de utilización de productos destinados al cuidado del cuerpo como reafirmantes, anticelulíticos, antiarrugas, antienvjecimiento, etc. (Fundación Eroski – <i>Barómetro de Consumo 2004, 2005 y 2007</i>)</p>  |
|  | <p>Número de operaciones plásticas quirúrgicas y no quirúrgicas en España (2010)</p>  | <p>Nº de operaciones plásticas quirúrgicas y no quirúrgicas por país (ISAPS - <i>International Survey on Aesthetic / Cosmetic Procedures Performed in 2010</i>)</p>  |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  | Procedimientos plásticos quirúrgicos realizados en España, por tipo de intervención (2009-2010)    | Procedimientos plásticos quirúrgicos, por tipo de intervención (ISAPS - <i>International Survey on Aesthetic / Cosmetic Procedures Performed</i> )        |
|  |  | Procedimientos plásticos no quirúrgicos realizados en España, por tipo de intervención (2009-2010) | Procedimientos plásticos no quirúrgicos, por tipo de intervención (ISAPS - <i>International Survey on Aesthetic / Cosmetic Procedures Performed</i> )     |
|  |  | Personas que cuidan mucho sus hábitos de alimentación para mantener una buena figura (2004-2006)   | Grado de cuidado de los hábitos de alimentación para mantener una buena figura (Fundación Eroski – <i>Barómetro de Consumo 2004, 2005 y 2007</i> )        |
|  |  | Evolución del gasto por hogar y por persona en productos dietéticos en España (2006-2010)          | Gasto total, gastos medios y distribución porcentual del gasto total por códigos de gasto (5 dígitos) (INE – <i>Encuesta de Presupuestos Familiares</i> ) |
|  |  | Evolución de la práctica deportiva en España en mayores de 15 años (1975-2010)                     | Población que practica deporte (CSD – <i>Encuesta de hábitos deportivos de los españoles</i> )  |
|  |  | Evolución de del porcentaje de población que practica deporte en España, por edades (1980-2010)    | Población que practica deporte, según grupo de edad (CSD – <i>Encuesta de hábitos deportivos de los españoles</i> )                                       |
|  |  | Evolución de la frecuencia de la práctica deportiva  | Frecuencia con la que practica deporte (CSD – <i>Encuesta de</i>  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | en España (1990-2010)  | <i>hábitos deportivos de los españoles</i>   |
|  |  | Evolución del porcentaje de población que practica deporte tres veces o más por semana en España, por edades (2000-2010) | Porcentaje de población que practica deporte tres veces o más por semana (CSD – <i>Encuesta de hábitos deportivos de los españoles</i> ) |
|  |  | Tiempo diario dedicado al ejercicio físico en España (2002-2003)   | Tiempo diario dedicado al ejercicio físico en (INE - <i>Encuesta de empleo del tiempo</i> )  |
|  |  | Carácter competitivo o recreativo de la práctica deportiva en España (1995-2010)   | Carácter competitivo o recreativo de la práctica deportiva (CSD – <i>Encuesta de hábitos deportivos de los españoles</i> )               |
|  |  | Evolución de las 10 actividades físico-deportivas más practicadas en España (1980-2010)                                  | Las 10 actividades físico-deportivas más practicadas (CSD – <i>Encuesta de hábitos deportivos de los españoles</i> )                     |
|  |  | Evolución de los motivos por los que hace deporte la población practicante en España (1980-2010)                         | Motivos por los que hace deporte la población practicante (CSD – <i>Encuesta de hábitos deportivos de los españoles</i> )                |
|  |  | Motivos por los que hace deporte la población practicante, por tipo de deporte practicado (2010)                         | Motivos de práctica deportiva, según deporte practicado (CSD – <i>Encuesta de hábitos deportivos de los españoles</i> )                  |



**SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS DE  
LOS DATOS**



**CAPÍTULO 4. LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN  
SOCIAL DE LOS GRUPOS DE EDAD**

---



## 4.1. Introducción

Este capítulo analiza los datos referidos al nivel del modelo de análisis que se corresponde con *las determinaciones macrosociales*.

Al acotar el objeto de estudio (*vid.* Capítulo 1), se ha señalado que, en las actuales sociedades globalizadas -España entre ellas-, se están produciendo transformaciones de las divisiones sociales vinculadas a la edad de las personas. Estas transformaciones están reacomodando las posiciones sociales de cada grupo generacional e instauran entre las generaciones otro reparto de los recursos sociales disponibles.

Para estudiar las dimensiones sociohistóricas de estos cambios generacionales, se ha retomado la hipótesis macrosociológica planteada por Martín Serrano acerca de la pérdida de valor de los grupos de edad que no estén incorporados al sistema productivo.

En este capítulo, se someten a validación dicha hipótesis general y las hipótesis específicas que se derivan de ella (*vid.* Capítulo 3, apartado 3.3). Para ello, se analizan, a través de diferentes indicadores y para el espacio y el tiempo acotados, las trayectorias laborales de jóvenes, adultos y mayores.

## **4.2. En el capitalismo globalizado, los jóvenes españoles tienen cada vez más dificultades para incorporarse al mercado laboral de manera estable**

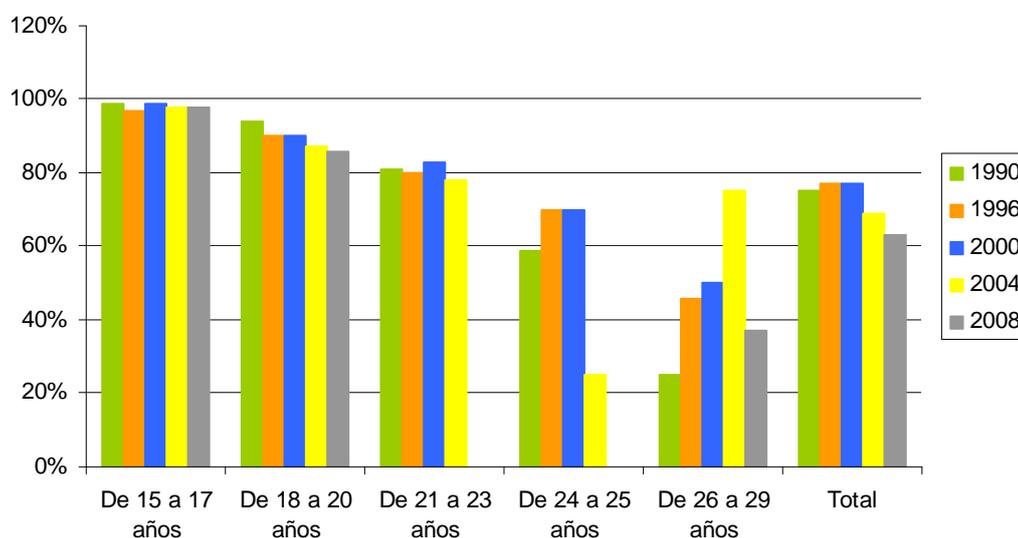
El concepto de juventud utilizado en esta tesis hace referencia al proceso que lleva de la dependencia propia de la niñez a la autonomía propia de los adultos. A medida que España se va transformando en una sociedad monopólico-globalizada, los jóvenes españoles se encuentran cada vez con más dificultades para completar dicho proceso de transición a la vida adulta.

Así lo indica, por ejemplo, el porcentaje mayoritario de personas jóvenes que viven en casa de sus padres. Este porcentaje se estabilizó en torno al 75% durante los años noventa y con el cambio de siglo comenzó a descender. En todo caso, datos del año 2008 muestran que siguen viviendo con sus padres el 63% de los jóvenes, es decir, seis de cada diez (Gráfico 1 y Tabla 36<sup>11</sup>).

---

<sup>11</sup> La Tabla 36 contiene los datos concretos en los que se basa el Gráfico 1 y se encuentra en el Anexo III. Salvo excepciones, se ha seguido el mismo criterio con el resto de gráficos y tablas, cuando se dispone de ambos, con el objetivo de no entorpecer en exceso la lectura.

**Gráfico 1. Evolución de la proporción de jóvenes españoles que viven en el domicilio familiar, según grupo de edad (1990-2008)**



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Juventud en España 2000, 2004 y 2008 (Martín Serrano y Velarde Hermida, 2001; VV.AA.: 2005, 2009)

Esta prolongación de la dependencia de la familia de origen se inscribe en una transformación del cambio de modelo de transición a la vida adulta y obedece, principalmente, a las sobredeterminación del sistema laboral. Se aborda cada uno de estos dos aspectos a continuación.

**4.2.1. El itinerario que lleva de la dependencia familiar a la independencia económica y residencial ya no sigue una secuencia lineal, sino que *se fragmenta y se dilata en el tiempo***

En los últimos cuarenta años, los procesos de transición a la vida adulta han experimentado cambios muy importantes en España, erosionando las

pautas transicionales típicas del capitalismo industrial para dar paso a otras propias de las sociedades globalizadas. Durante las dos últimas décadas, buena parte de los esfuerzos de los estudios de juventud han estado dirigidos a identificar y documentar empíricamente los cambios operados en estas transiciones.

Por lo general, en las sociedades industriales, el tránsito de la infancia a la madurez se caracterizaba por su carácter lineal y por su brevedad. El paso de la dependencia a la independencia de la familia de origen se encontraba estructurado en fases bien delimitadas, que seguían una secuencia más o menos estable: formación-empleo-matrimonio-hijos. La transición de una fase a otra se producía sin solución de continuidad, los tiempos muertos eran prácticamente inexistentes. Cuando un joven terminaba su formación, pronto encontraba un puesto de trabajo, que a su vez le permitía formar una familia. En este proceso, “se generaban biografías normalizadas y diferentes según el sexo, estructuradas por el empleo remunerado en el caso de los hombres y por el rol de madres y amas de casa en el de las mujeres” (Du Bois-Reymond y López Blasco, 2002: 12).

Éste era el modelo de transición a la vida adulta predominante en España hasta los años setenta. Actualmente, se encuentra en su ocaso. Desde mediados de los años setenta, empieza abrirse paso un nuevo modelo, caracterizado por 1) su *fragmentación* y 2) su *prolongación en el tiempo*:

1) La linealidad en el proceso de transición a la vida adulta deja paso a la fragmentación. La adquisición de una determinada formación, la incorporación al mercado laboral, la formalización de las relaciones de pareja y el nacimiento de los hijos siguen siendo los pasos que la generalidad de los jóvenes españoles da para instalarse en el mundo de los adultos. Pero, en la actualidad, “cada uno de esos procesos sigue lógicas relativamente independientes y, sobre todo, desacompañadas, que tienden a empañar el sentido del conjunto de la transición a la vida adulta, a restarle coherencia y, en definitiva, a dificultarlo” (Requena, 2002: 19).

Las transiciones hacia la madurez se han diversificado y la linealidad (formación-empleo-matrimonio-hijos) deja paso ahora a la sincronización y a la reversibilidad. Los itinerarios a la vida adulta son múltiples, no siempre en línea recta y no siempre hacia adelante. En cualquier tramo del trayecto pueden producirse saltos, discontinuidades y rupturas, idas y venidas entre la dependencia total, la independencia parcial y la autonomía plena. Es lo que algunos autores (por ejemplo, Pais, 2002) han denominado metafóricamente «transiciones yo-yo», como muestra de las continuas subidas y bajadas que se producen en el camino hacia la vida adulta.

Hoy en día no es extraño que un joven tenga un trabajo a tiempo completo y, a la vez, viva en casa de sus padres; o que se emancipe de sus progenitores, pero caiga en el desempleo poco después y vuelva a recibir ayuda de su familia de origen o incluso regrese a vivir a la casa paterna.

2) Las experiencias que tradicionalmente habían marcado el paso a la madurez se dilatan cada vez más en el tiempo. Así, por ejemplo:

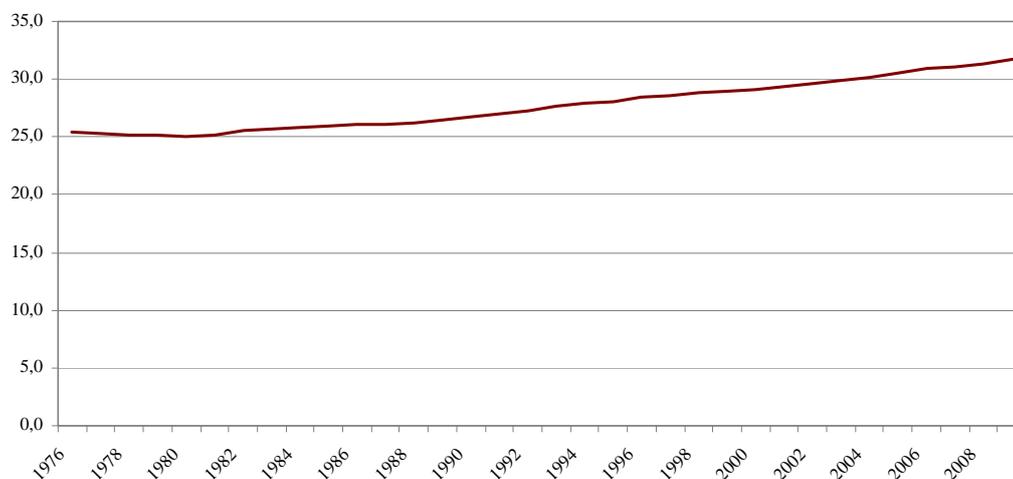
- El período dedicado a la formación se alarga, como se refleja por ejemplo en el incremento de la tasa de graduados universitarios, que en España ha pasado de un 24% a un 33% en el transcurso de la última década (Tabla 1).

**Tabla 1. Evolución de la tasa de graduados universitarios en España (1995-2006)**

| AÑO  | 1995 | 2000 | 2006 |
|------|------|------|------|
| TASA | 24%  | 30%  | 33%  |

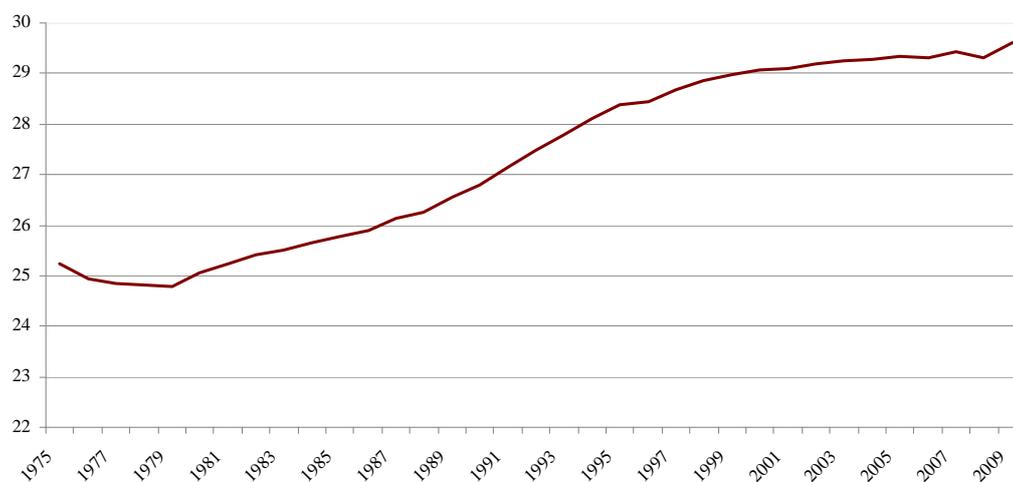
Fuente: OCDE – *Panorama de la Educación*

- La formalización de las relaciones de pareja tiene lugar a edades cada vez más avanzadas: los jóvenes han pasado de casarse con poco más de 25 años de media en 1976 a hacerlo con casi 32 en 2009 (Gráfico 2 y Tabla 37).

**Gráfico 2. Evolución de la edad del primer matrimonio en España (1976-2009)**

Fuente: INE – *Indicadores Demográficos Básicos*

- El nacimiento de los hijos se pospone hasta que se den las condiciones para poder afrontar económicamente su cuidado y crianza. Actualmente, las mujeres tienen su primer hijo con casi 30 años de media cuando en 1975 lo tenían a los 25 (Gráfico 3 y Tabla 38).

**Gráfico 3. Evolución de la edad media a la que se tiene el primer hijo en España (1975-2009)**

Fuente: INE - *Indicadores Demográficos Básicos*

La confluencia de estos y otros «retrasos» ha desplazado tanto la divisoria entre el mundo juvenil y el de los adultos que “ya no es una línea sino un territorio” (Martín Serrano y Velarde Hermida, 1996: 21). En ese territorio, la juventud deja de ser “un breve periodo de transición entre la infancia y la edad adulta para pasar a eternizarse como una nueva edad estable, permanente y duradera, de la que no se puede salir fácilmente” (Gil Calvo, 2005: 14). Las nuevas generaciones tienen que esperar cada vez durante más tiempo el momento de integrarse en la sociedad. Eso hace que ser joven ya no sea una edad de preparación para pasar al mundo de los adultos, sino para estar, para permanecer en el universo juvenil.

### **4.2.2. Los factores que inciden en la prolongación de la etapa de juventud tienen que ver más con factores estructurales relacionados con el trabajo que con la voluntad de las personas jóvenes de permanecer en el hogar familiar**

La explicación a esta ampliación de la edad juvenil que más se ha difundido en la comunicación pública responsabiliza en gran medida a las propias personas jóvenes del retraso de la edad media de emancipación. Según esta idea, en su mayoría, los jóvenes españoles se resisten a abandonar el hogar paterno porque no están dispuestos a asumir nuevas responsabilidades y se niegan a renunciar a las comodidades de la casa de

sus padres. Dicho de otra manera: si no se van antes del hogar familiar, es principalmente porque no quieren.

Existen, sin embargo, algunos datos que no avalan esta explicación:

- *Los jóvenes actuales se encuentran entre las generaciones juveniles que manifiestan un mayor deseo de dejar sus hogares familiares para formar los suyos propios.*

Es cierto que el fuerte deseo de independizarse que mostraban los jóvenes de los años sesenta -deseo asociado a la falta de libertad que sentían en el seno del hogar familiar- se ve progresivamente atenuado desde mediados de los años setenta, a medida que las relaciones entre padres e hijos se vuelven cada vez más permisivas y los hogares se llenan de comodidades materiales (Velarde Hermida, 1994; Cruz Cantero y Santiago Gordillo, 1999).

Pero a mediados de los años ochenta seguían siendo mayoría (el 55%) los jóvenes que deseaban cambiar la casa de sus padres por la suya propia. Porcentaje que ha ido creciendo progresivamente desde entonces: el 73% en 1996, el 76% en el año 2000 y el 82% en 2004 (Tabla 2). La prolongación de la estancia de los jóvenes en casa de sus padres no quiere decir, por tanto, que no deseen iniciar una vida propia en un hogar distinto al de la familia de origen.

**Tabla 2. Evolución de la proporción de jóvenes españoles que prefieren vivir en una casa diferente a la de sus padres (1984-2004)**

| AÑO  | 1984 | 1996 | 2000 | 2004 |
|------|------|------|------|------|
| TASA | 55%  | 73%  | 76%  | 82%  |

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Juventud en España 2000 y 2004 (Martín Serrano y Velarde Hermida, 2001; VV.AA.: 2005)

- La mayoría de los jóvenes alude a razones de tipo material o económico para explicar su retraso en el abandono de la casa paterna.

Cuando se les pregunta explícitamente por las razones de una permanencia tan prolongada en el hogar familiar, el 48% de los jóvenes responde que tiene dificultades económicas para encontrar una vivienda, el 33% dice que no puede permitirse abandonar la casa paterna y sólo el 13% reconoce no querer asumir nuevas responsabilidades ni renunciar a las comodidades de que dispone en la casa de sus padres (Tabla 3).

**Tabla 3. Principal razón por la que los jóvenes viven en casa de sus padres más de lo que lo solían hacer (2007)**

| No puedo permitirme abandonar el hogar familiar | No dispongo de recursos económicos para acceder a una vivienda | Prefiero vivir en el confort de la casa de los padres sin responsabilidades |
|---|--|---|
| 33%   | 48%  | 13%   |

Fuente: Comisión Europea – Eurobarometer 202 “Young Europeans”

Existen datos que apoyan esta percepción de los jóvenes. La prolongación de los procesos de transición a la vida adulta obedece, como no podría ser de otra manera, a factores diversos. Pero existen razones estructurales

que presionan para que las personas jóvenes prolonguen su permanencia en el hogar paterno, *incluso contra su voluntad*. Estas razones están relacionadas, *principalmente*, con las dificultades que tienen los jóvenes españoles para incorporarse al mercado laboral de manera estable.

#### **4.2.3. El sistema laboral sobre-determina el proceso de emancipación de los jóvenes españoles**

Como se sabe, en las sociedades capitalistas, la capacidad que tienen las personas para desarrollar sus proyectos de vida de manera autónoma depende, para la mayoría, de la obtención de un trabajo que permita la percepción de unas rentas regulares. Tradicionalmente, el sistema laboral ha tenido el cometido de facilitar la plena incorporación de las nuevas generaciones a la sociedad adulta.

Sin embargo, en España, se encuentra cada vez con más dificultades para cumplir con eficiencia esta función. Desde mediados de los años setenta, una parte importante de los jóvenes españoles afronta serios problemas cuando trata de alcanzar la autonomía económica a través del mercado de trabajo. Estas dificultades se ponen de manifiesto, entre otros, a través de los siguientes indicadores:

- *Las altas tasas de desempleo juvenil.*
- *Los elevados niveles de temporalidad de los contratos juveniles.*
- *La pérdida de valor económico de los salarios juveniles.*

#### 4.2.3.1. Las altas tasas de desempleo juvenil

El crecimiento de las tasas de paro<sup>12</sup> constituye un rasgo compartido por la mayoría de los países desarrollados a partir de mediados de los años setenta-principios de los ochenta. España no sólo no es una excepción a esta dinámica, sino que es el país de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) que presenta mayores y más persistentes problemas de desempleo<sup>13</sup>. Desde los años setenta, el mercado laboral español encuentra cada vez más dificultades para emplear a toda la mano de obra disponible.

El paro afecta a todas las edades activas, pero no se manifiesta en todas ellas de la misma manera ni con la misma intensidad:

##### 1) Las tasas de desempleo más altas pertenecen a las edades jóvenes

Como se puede observar en el Gráfico 4 y en la Tabla 39, en el período analizado, las tasas de paro más altas se concentran en las edades más jóvenes. Sobre todo, en los menores de 25 años, pero también en quienes tienen entre 25 y 34 años. En los menores de 25 años, la tasa de desempleo supera el 40% en varias ocasiones, lo que quiere decir que ha

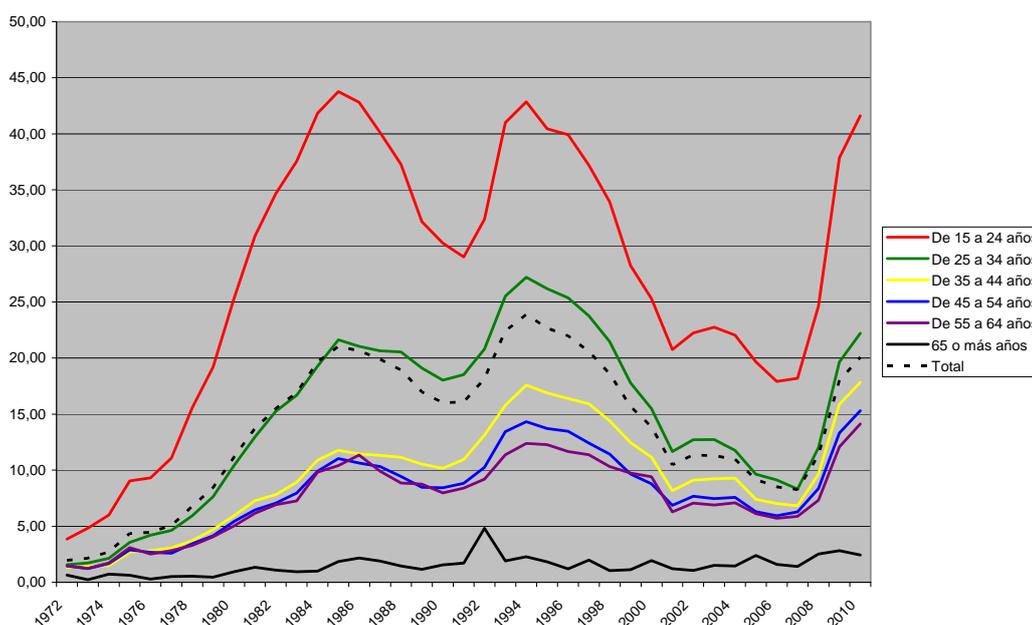
---

<sup>12</sup> La tasa de paro se calcula sobre el total de personas activas, es decir, aquellas que trabajan o buscan trabajo. Quienes ni trabajan ni buscan empleo (por ejemplo, porque no han cumplido la edad legal a partir de la cual se puede trabajar, o porque su ocupación principal es el estudio, o porque ya están jubilados) son considerados inactivos.

<sup>13</sup> *Vid.* datos comparativos entre los países de las OCDE en *Online OECD Employment database*. URL: <http://www.oecd.org>

habido momentos en los que cuatro de cada diez jóvenes se encontraban en situación de desempleo.

**Gráfico 4. Evolución de la tasa de paro en España, por grupos de edad (1972-2010)**  
(Porcentaje de activos sobre el total de personas en cada grupo de edad)



Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

Para las edades jóvenes y para el resto, la tasa de desempleo evoluciona durante el período analizado de acuerdo con la coyuntura económica. Así, crece con las crisis: desde principios de los años setenta hasta mediados de los ochenta (1972-1985), en la primera mitad de los noventa (1991-1994) y a finales de la primera década del siglo XXI (2008-2010); y disminuye en las fases de expansión: en la segunda mitad de los ochenta

(1986-1990) y desde mediados de los noventa hasta el inicio de la actual crisis (1995-2007<sup>14</sup>).

Pero, más allá de los avances y retrocesos que sufre el paro en cada momento, lo que interesa resaltar aquí es que *la destrucción de empleo tiene un carácter acumulativo* en todas las edades: en cada crisis económica se destruyen puestos de trabajo con más intensidad y rapidez que en la etapa anterior, mientras que en los períodos de recuperación nunca se regresa a los niveles de los años setenta, próximos al pleno empleo.

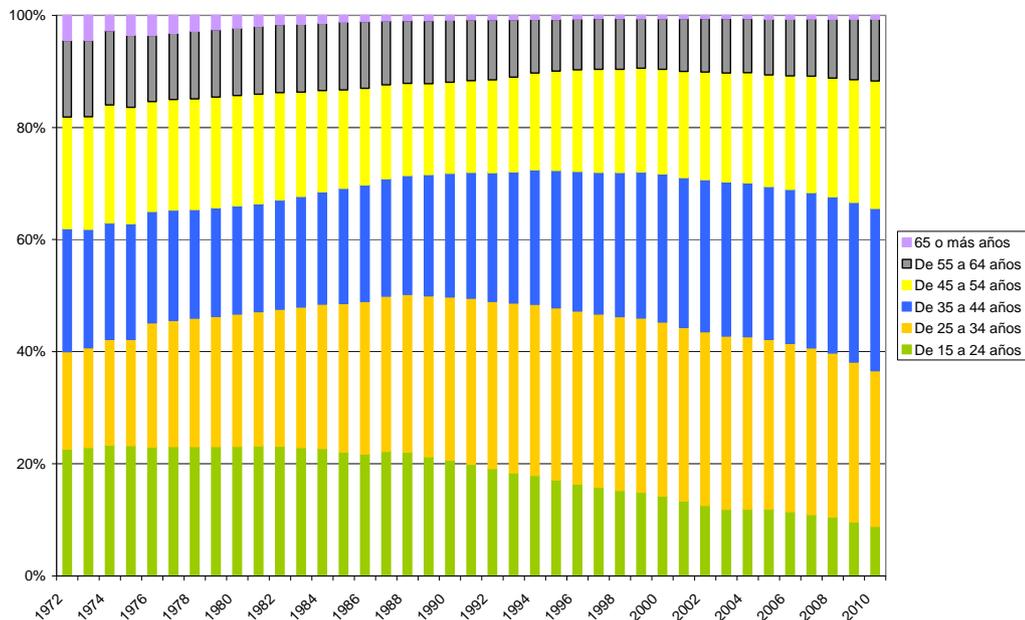
### 2) Los trabajadores parados se concentran, sobre todo, en las edades jóvenes

El Gráfico 5 y el Gráfico 6 que se muestran a continuación (y sus correspondientes Tabla 40 y Tabla 41, en el Anexo III) reflejan el peso de cada edad dentro de la población activa y parada, respectivamente. Como se puede observar, existe un desajuste entre el peso de las edades más jóvenes en el conjunto de la población activa y el peso, mucho mayor, en el conjunto de trabajadores desempleados. Con las lógicas variaciones de un período de tiempo amplio como el que se está analizado, se trata de una pauta que se repite desde los años setenta.

---

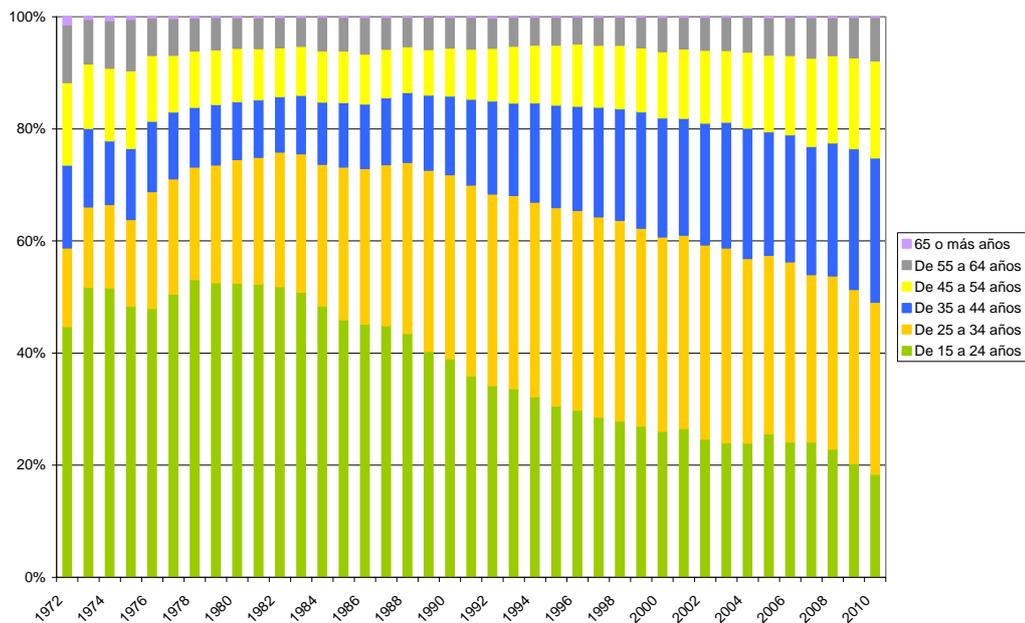
<sup>14</sup> El largo período de creación de empleo que se inicia en 1995 se ve levemente interrumpido entre 2002 y 2004 como consecuencia de la explosión de la burbuja de las denominadas empresas “puntocom”, vinculadas a las nuevas tecnologías de la comunicación y, particularmente, a internet.

**Gráfico 5. Evolución de la población activa en España, por grupos de edad (1972-2010)**



Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

**Gráfico 6. Evolución de la población desempleada en España, por grupos de edad (1972-2010)**

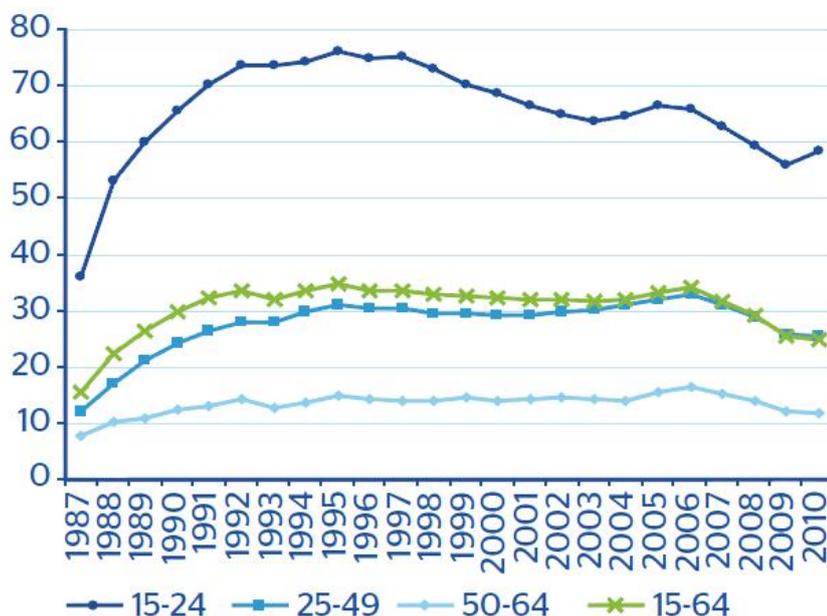


Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

#### 4.2.3.2. Los elevados niveles de temporalidad en los jóvenes

Las condiciones en las que acceden los jóvenes al mercado laboral no se pueden evaluar únicamente a través de las tasas de desempleo. Es necesario fijarse también en si los contratos juveniles son fijos o temporales. Desde 1987<sup>15</sup>, la temporalidad es la situación más habitual de los jóvenes que trabajan. En algunos momentos del período analizado, ha llegado a afectar a más del 70% de los jóvenes asalariados de entre 15 y 24 años. Actualmente, se sitúa en torno 60% (Gráfico 7 y Tabla 42).

Gráfico 7. Evolución de la tasa de temporalidad en España, por grupos de edad (1987-2010)

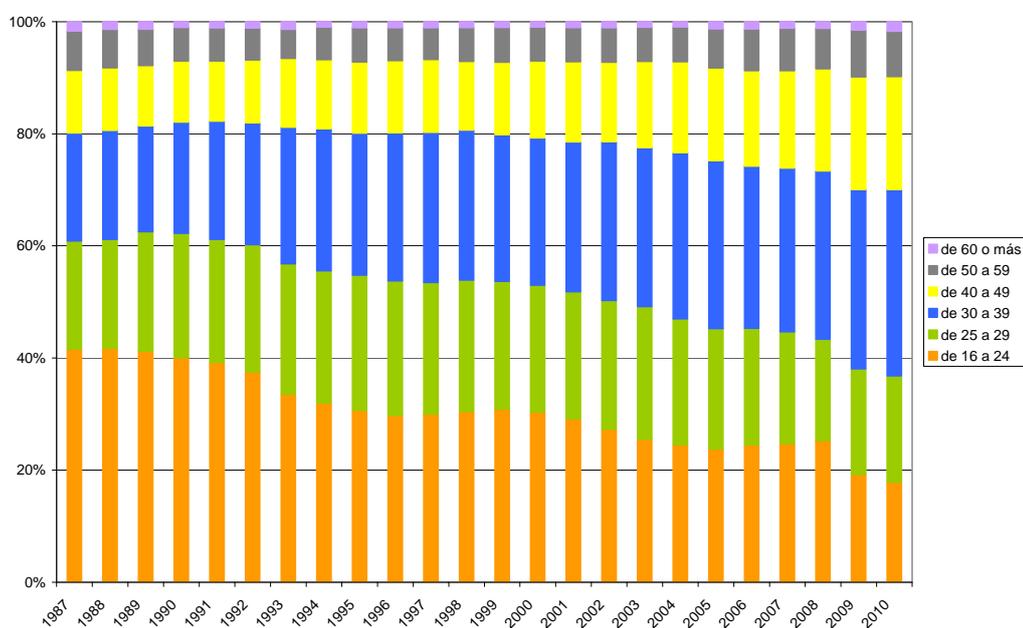


Fuente: INE – Encuesta de Población Activa

<sup>15</sup> La regulación del trabajo temporal en España se remonta a 1984, pero la Encuesta de Población Activa del Instituto Nacional Estadística comienza a registrar la eventualidad de los contratos en 1987.

De nuevo, aunque no se trata de un fenómeno exclusivamente juvenil, la temporalidad recae, sobre todo, en los jóvenes menores de 30 años, que en algunos momentos del período analizado llegan a concentrar el 60% de los contratos temporales (Gráfico 8).

**Gráfico 8. Evolución de la temporalidad en España, por grupos de edad (1987-2010)**



Fuente: INE – Encuesta de Población Activa

#### 4.2.3.3. La pérdida de valor económico de los salarios juveniles

Para los jóvenes españoles, las dificultades de acceso al mercado de trabajo y la eventualidad de los contratos laborales se completan con unos salarios que no garantizan la posibilidad de emanciparse

económicamente. No se trata únicamente de tener trabajo o no tenerlo, y tampoco de que el trabajo sea fijo o temporal. Para alcanzar la independencia económica, son necesarios unos sueldos que permitan afrontar los gastos que toda vida económicamente autónoma requiere.

El problema radica en que ña mayoría de trabajadores jóvenes no ganan suficiente dinero como para independizarse, aunque se dediquen en exclusiva a trabajar, tengan jornadas laborales prolongadas o disfruten de trabajos estables. Sólo el 41% de quienes tienen un trabajo fijo indefinido afirma ingresar lo suficiente para emanciparse. En la misma línea se manifiesta el 29% de quienes sólo trabajan, el 28% de quienes tienen un contrato y el 36% de quienes trabajan 41 o más horas a la semana (Tabla 4).

**Tabla 4. Jóvenes que ingresan de su trabajo el dinero suficiente para ser económicamente autosuficientes (2000)**

| <b>Entre quienes sólo trabajan</b> | <b>Entre quienes tienen contrato</b> | <b>Entre quienes tienen trabajo fijo indefinido</b> | <b>Entre quienes trabajan 41 o más horas semanales</b> |
|------------------------------------|--------------------------------------|---|--|
| 29%                                | 28%                                  | 41%   | 36%  |

Fuente: Martín Serrano y Velarde Hermida (2001)

Parece claro, por tanto, que tener un trabajo remunerado no garantiza necesariamente la autonomía económica, incluso aunque sea un trabajo a tiempo completo o fijo. La posibilidad de dejar el domicilio paterno no

aparece necesariamente cuando se dispone de un empleo. Ese vínculo entre la dedicación en exclusiva al trabajo y la autonomía económica y residencial de la familia de origen se pospone para después de la juventud. El empleo sigue siendo condición necesaria, pero ya no es suficiente para poder independizarse. La función emancipadora que el mercado laboral tenía en otro tiempo se ve así sensiblemente mermada.

Los ingresos que perciben los jóvenes por su trabajo no son ni tan escasos como para reducirse a los gastos de bolsillo ni tan elevados como para permitir la definitiva emancipación. Sirven, sobre todo, para sufragar una parte de los costes que genera la permanencia en los hogares familiares. De ahí que se pueda afirmar que “actualmente, los puestos de trabajo que proporciona el sistema laboral durante la juventud, financian en mayor medida, la dependencia que la emancipación” (Martín Serrano, 2001: 21).

Esta situación provoca un bloqueo en el proceso de inserción en la edad adulta y sitúa a los jóvenes en “una semidependencia estructuralmente análoga a la de los ancianos, de los parados y de las amas de casa. Todas estas categorías sociales comparten una característica común: se encuentran de alguna forma al margen del proceso de producción económica. La difícil incorporación de los jóvenes al mercado de trabajo es la principal razón que explica la ambivalencia de la posición que ocupan en la sociedad y su falta de autonomía plena” (Flaquer, 1997: 39).

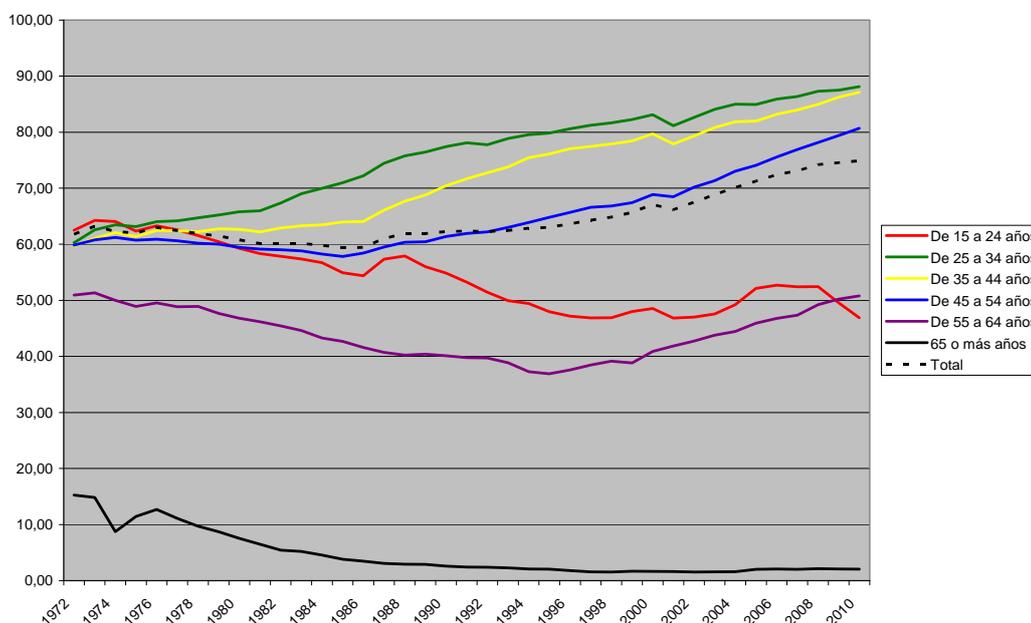
### **4.3. Las condiciones laborales de las personas adultas en España empeoran a medida que avanza el capitalismo globalizado, pero son comparativamente mejores que las de jóvenes y mayores**

Dentro del período analizado, la valoración que se puede hacer de los adultos con respecto a su situación en el mercado laboral varía en función de si la comparación se establece entre los propios adultos o con jóvenes y mayores.

Si el análisis se centra sólo en los adultos, los datos muestran que las condiciones laborales de este grupo de edad han ido empeorando a medida que avanza el capitalismo globalizado. También ellos se ven afectados por las crecientes dificultades que tiene el sistema laboral para emplear a toda la mano de obra disponible y padecen asimismo las altas tasas de temporalidad que caracterizan al mercado de trabajo en España. Pero, en comparación con jóvenes y mayores, el paro y la eventualidad de las contrataciones afectan a los adultos en menor proporción que a otras edades. Algunos datos que apoyan esta afirmación son los siguientes:

- Los adultos que tienen entre 35 y 54 años son -junto con la cohorte de 25 a 34 años- el grupo de edad que presenta mayores tasas de actividad, casi siempre por encima del 60%, lo que indica una mayor presencia en el mercado de trabajo (Gráfico 9 y Tabla 43).

**Gráfico 9. Evolución de la tasa de actividad en España, por grupos de edad (1972-2010)**  
(Porcentaje de activos sobre el total de personas en cada grupo de edad)



Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

- La tasa de paro de las edades adultas sigue un desarrollo similar a la de los jóvenes, evolucionando al compás de cada coyuntura económica (*vid.* Gráfico 4 y Tabla 39, ya presentados en el epígrafe 4.2.3.1). En consecuencia, el desempleo queda plenamente incorporado a las trayectorias laborales de estas edades. Sin embargo, las tasas de paro son habitualmente menores en los adultos que en los jóvenes. El desempleo en las personas que tienen entre 35 y 54 años no llega nunca al 20%, muy lejos de los niveles superiores al 40% que en algunos momentos se registran en las edades más jóvenes. Es decir, incluso en las fases más intensas de destrucción de empleo, trabajan como mínimo ocho de cada diez adultos.

- Junto al paro, también la temporalidad se consolida en la situación laboral de los adultos. Como se ha señalado, constituye un fenómeno que afecta, sobre todo, a los jóvenes y, por tanto, los niveles de eventualidad contractual no llegan nunca a los que alcanzan en los empleos juveniles. Pero, progresivamente, la temporalidad se ha ido extendiendo al resto de edades: entre los 25 y los 54 años, se mantiene casi siempre por encima del 25% desde principios de los noventa (*vid.* Gráfico 7 y Tabla 42, ya presentados en el epígrafe 4.2.3.2).

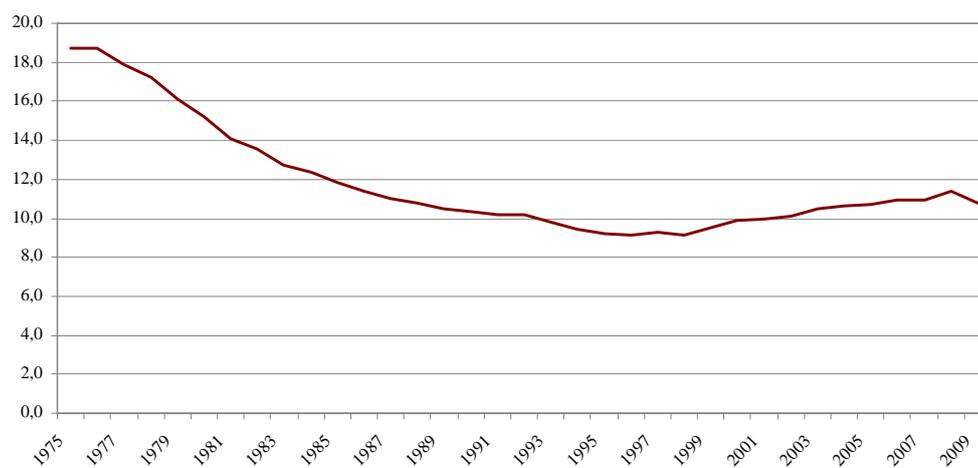
#### **4.4. Con el paso del capitalismo industrial al monopólico-globalizado, las trayectorias laborales de las edades mayores se transforman en relación, primero, con la reconversión industrial y, después, con el envejecimiento de la población**

##### **4.4.1. Las edades mayores ganan peso demográfico frente a las edades más jóvenes**

En el período acotado, España se encuentra inmersa en un escenario de envejecimiento de la población común a todos los países desarrollados, como consecuencia de la confluencia de dos dinámicas demográficas: *la disminución de la tasa natalidad*, que entre 1975 y 2009 pasa de 18,7 a 10,7 nacimientos por cada mil habitantes (Gráfico 10 y Tabla 44); y *el*

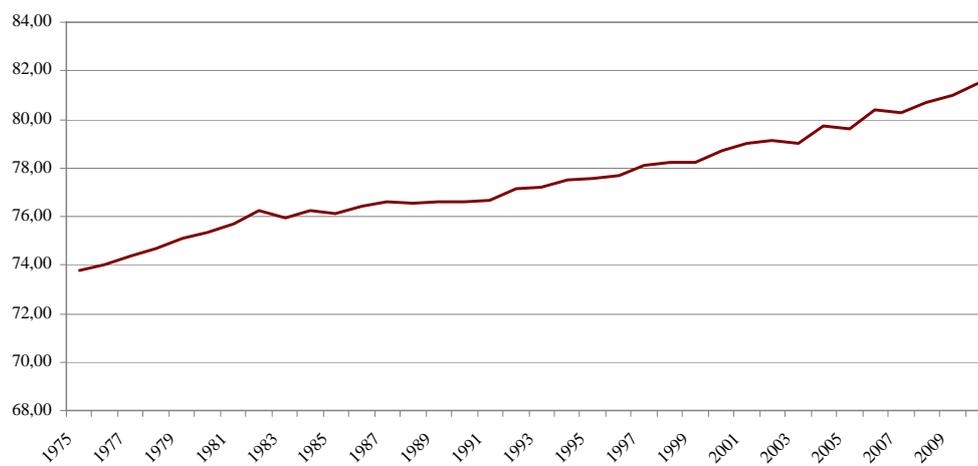
*aumento de la esperanza de vida, que en 1975 era de 73,7 años y en 2010 se situaba en los 81,5 años (Gráfico 11 y Tabla 45).*

**Gráfico 10. Evolución de la tasa bruta de natalidad en España (1975-2009)**  
(nacimientos por mil habitantes)



Fuente: INE – *Indicadores Demográficos Básicos*

**Gráfico 11. Evolución de la esperanza de vida al nacer en España (1975-2010)**



Fuente: Eurostat – *Population and social conditions*

La reducción de la natalidad y el aumento de la longevidad, combinadas, transforman la estructura poblacional por edades. Los datos disponibles desde principios del siglo XX muestran que esta estructura ha experimentado un proceso de progresivo envejecimiento. Las edades mayores han ido ganando peso demográfico frente a las más jóvenes, estrechándose poco a poco la base de la pirámide poblacional (Gráfico 12).

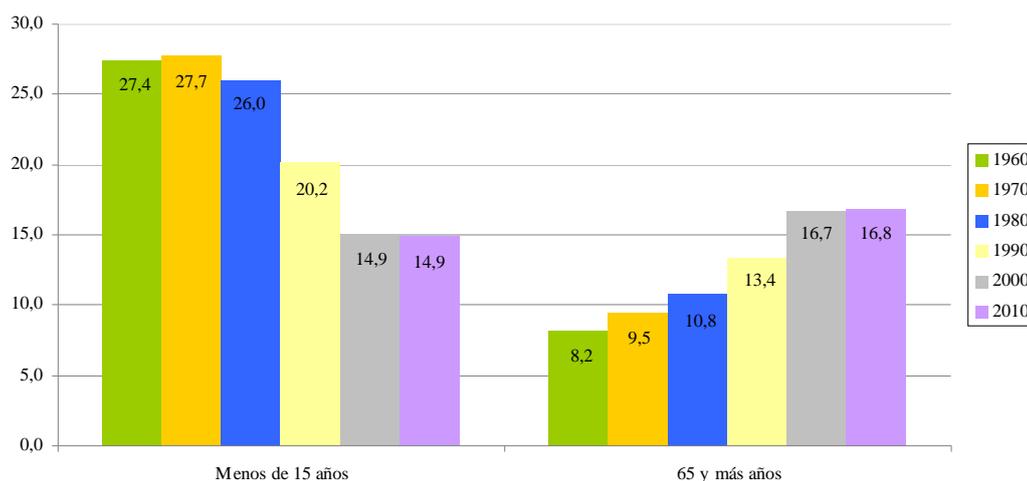
**Gráfico 12. Evolución de las pirámides de población en España (1900-2001)**



Fuente: INE – *Censos de Población*

Entre 1960 y 2010, las personas menores de 15 años han pasado de representar el 27,4% del total de la población española a sólo el 14,9%. Al mismo tiempo, quienes tienen 65 o más años han pasado de ser el 8,2% al 16,8% de la población (Gráfico 13). Por primera vez en la historia, los mayores se equiparan en cantidad a los niños. Nunca antes España había contado con tantas personas mayores.

**Gráfico 13. Evolución de la población por grupos de edad en España (1960-2010)**



Fuente: Eurostat – *Population and social conditions*

Como se aprecia en el Gráfico 13, en la primera década del siglo XXI, el ritmo de crecimiento del conjunto de la población mayor se ha estabilizado. Pero todo parece indicar que la tendencia hacia el envejecimiento de la sociedad española continuará durante las próximas décadas, debido fundamentalmente a la incorporación de las

generaciones del *baby boom* al grupo de edad de más de 64 años<sup>16</sup>. Eso sucederá a partir del año 2025, momento en el que cumplirán 65 años los españoles nacidos en la década de 1960, y alcanzará su clímax a principios de la década de 2040, cuando todos los *baby boomers* hayan cumplido ya esa edad. Cabe esperar, por tanto, que los mayores representen una proporción cada vez más numerosa de la población española.

### **4.4.2. La edad efectiva de salida del mercado laboral se redefine para adaptarse al envejecimiento demográfico**

En España, la edad legal de jubilación está fijada, para todo el período estudiado, en los 65 años. En la práctica, sin embargo, los 65 años no constituyen la frontera real entre la ocupación y la inactividad. Datos procedentes de la Muestra Continua de Vidas Laborales de la Seguridad Social revelan una gran estabilidad de la edad media de jubilación desde los años ochenta, situándose siempre en torno a los 63 años (Tabla 5). Este adelanto en la edad de salida del mercado laboral se debe a diferentes tipos de jubilación anticipada en los que no cabe entrar aquí.

---

<sup>16</sup> Como se sabe, la expresión *baby boom* hace referencia al aumento de las tasas de natalidad que se produce en Europa Occidental y en Estados Unidos después de la Segunda Guerra Mundial. En el caso español, este fenómeno se produce un poco más tarde, en la década de los sesenta y primera mitad de los setenta. Se trata de las generaciones con un mayor número de efectivos de la historia de España.

**Tabla 5. Edad media de jubilación en España (1980-2004)**

| <b>AÑO</b> | <b>EDAD MEDIA</b> |
|------------|-------------------|
| 1980       | 63,5              |
| 1981       | 63,3              |
| 1982       | 63,5              |
| 1983       | 63,3              |
| 1984       | 63,0              |
| 1985       | 63,0              |
| 1986       | 62,8              |
| 1987       | 62,9              |
| 1988       | 62,8              |
| 1989       | 62,9              |
| 1990       | 63,0              |
| 1991       | 63,1              |
| 1992       | 63,2              |
| 1993       | 63,1              |
| 1994       | 63,0              |
| 1995       | 62,9              |
| 1996       | 62,9              |
| 1997       | 63,0              |
| 1998       | 63,3              |
| 1999       | 63,6              |
| 2000       | 63,2              |
| 2001       | 63,4              |
| 2002       | 63,4              |
| 2003       | 63,3              |
| 2004       | 63,2              |

Fuente: Antón Pérez, Braña Pino y De Bustillo Llorente (s.d.: 13)  
a partir de la Muestra Continua de Vidas Laborales de la Seguridad Social

Sin embargo, los datos sobre la edad de jubilación muestran sólo parcialmente la evolución de la edad de salida del mercado laboral, pues

no recogen una de las modalidades de abandono del mercado de trabajo más usual en España durante buena parte del período que se está analizando: las denominadas «prejubilaciones». En este sentido, cabe diferenciar dos tendencias:

• Desde finales de los años setenta y durante los ochenta, el adelanto de la edad de salida del mercado de trabajo es uno de los mecanismos utilizados para hacer frente a los ajustes de plantilla que exige la reconversión industrial puesta en marcha para dar respuesta a la crisis de mediados de los años setenta.

En España, al igual que en otros países desarrollados, los procesos de reconversión industrial estuvieron a menudo acompañados de una política de prejubilaciones para aquellos trabajadores que habían perdido el empleo y tenían una edad avanzada (entre los 52 y los 60 años) que hacía difícil su recolocación en el mercado laboral. De este modo, estos trabajadores pudieron mantener sus ingresos hasta la llegada de la jubilación.

La progresiva retirada de estos trabajadores del mercado laboral queda reflejada en la evolución de las tasas de actividad de las edades mayores. En el Gráfico 9 y en la Tabla 43 (ya presentados en el epígrafe 4.3), se puede observar cómo la tasa de actividad de los trabajadores que tienen entre 55 y 64 años disminuye desde mediados de los años setenta hasta mediados de los noventa. Se trata, de hecho, del grupo de edad que muestra una tasa de actividad más baja.

- *La tendencia a adelantar la edad de salida del mercado laboral comienza a invertirse desde mediados de la década de los noventa.*

El crecimiento de las edades mayores provoca un incremento de la población que deja de contribuir a la producción y pasa a ser destinataria de los recursos sociales orientados a la reproducción (por ejemplo, los servicios asistenciales dedicados al cuidado de las personas mayores). Cada vez menos trabajadores «sostienen» con sus rentas a más población inactiva. Esta nueva situación amenaza el mantenimiento del Sistema de la Seguridad Social. Consecuentemente, se abandona progresivamente la estrategia de las prejubilaciones al servicio de la reconversión industrial y se plantea la necesidad de retrasar la edad de jubilación para contrarrestar la presión que las pensiones ejercen sobre los recursos públicos.

En la segunda mitad de los años noventa, empiezan a sentarse las bases legales para facilitar la prolongación de la vida activa de los trabajadores. Proceso que ya está en marcha y que se puede documentar con datos al menos desde el año 2001: en la primera década del siglo XXI, la edad media de salida del mercado laboral en España se ha retrasado dos años (Tabla 6).

**Tabla 6. Evolución de la edad media de salida del mercado laboral en España (2001-2009)**

| AÑO  | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| EDAD | 60,3 | 61,5 | 61,5 | 62,2 | 62,4 | 62,0 | 62,1 | 62,6 | 62,3 |

Fuente: Eurostat – *Population and social conditions*

Complementariamente, el «retorno» de las edades mayores al mercado laboral queda de nuevo reflejado en la evolución de sus tasas de actividad: desde mediados de los años noventa, aumenta ininterrumpidamente la tasa de actividad de los trabajadores que tienen entre 55 y 64 años, hasta llegar a los niveles de los años setenta (*vid.* Gráfico 9 y Tabla 43, ya presentados en el epígrafe 4.3).

**CAPÍTULO 5. LOS CAMBIOS EN LA VALORACIÓN  
SOCIAL DE LOS CUERPOS DE LOS SUJETOS**

---



## 5.1. Introducción

Este capítulo analiza los datos referidos al nivel del modelo de análisis que se corresponde con *los sujetos individuales*.

Al acotar el objeto de estudio (*vid.* Capítulo 1), se ha indicado que las determinaciones macrosociales relacionadas con la edad se reflejan en el nuevo paradigma corporal que corresponde a las sociedades globalizadas.

Dicho paradigma se articula en base -entre otros criterios- a los años que aparente el cuerpo, en coherencia con la importancia que adquiere la edad a la hora de establecer la valoración social de una persona. Quien posea un cuerpo con apariencia de «caduco» tendrá más posibilidades de verse excluido socialmente.

La conformación de este nuevo paradigma corporal se relaciona con el progresivo predominio de los usos reproductivos del cuerpo sobre los productivos que tiene lugar en las economías capitalistas y que se consolida con la transformación de las sociedades industriales en globalizadas:

*1) La transformación de las economías industriales en economías de servicios consume el declive de la capacidad física como criterio de valor de la fuerza de trabajo (usos productivos).*

*2) La progresiva mercantilización de los usos del cuerpo como modo de manifestar status (usos reproductivos) refuerza el vínculo entre el aspecto corporal y la integración/exclusión social de una persona.*

En el Capítulo 3 (apartado 3.3), estas ideas se han sistematizado y enunciado como hipótesis. Ahora se someten a validación a través del análisis de diferentes indicadores.

## **5.2. La transformación de las economías industriales en economías de servicios consume el declive de la capacidad física como criterio de valor de la fuerza de trabajo (usos productivos)**

El desarrollo histórico del capitalismo puede ser estudiado como un proceso de progresivo desplazamiento de las capacidades físicas a las intelectuales como principal criterio de valoración de la fuerza de trabajo<sup>17</sup>.

En las fases iniciales de las sociedades capitalistas, la fuerza de trabajo se utilizaba, mayoritariamente, en actividades extractivas. El trabajador se ayudaba de diversos instrumentos (el martillo, el hacha, el arado) y recurría a algunos animales (el buey, el caballo) para llegar allí donde su sola capacidad física no alcanzaba. Pero todavía se requería del cuerpo

---

<sup>17</sup> Un análisis del cuerpo en relación con el modo de producción capitalista puede encontrarse en Deleule y Guéry ([1973] 1975).

humano que aportase energía productiva. Los trabajos propios de estas sociedades (la minería, la agricultura, la silvicultura) exigían una gran fuerza muscular bruta, por lo que el valor de la fuerza de trabajo seguía dependiendo, en buena medida, de la capacidad física del trabajador.

El desplazamiento de la fuerza física va a entrar en su fase definitiva con la llegada de la revolución industrial. Como es bien sabido, en la segunda mitad del siglo XVIII, se inicia en Inglaterra una profunda transformación de las estructuras económicas que acaba convirtiendo a las sociedades agrícolas en industriales. Esta transformación, que a lo largo de las décadas siguientes se extiende al resto de Europa, Estados Unidos y Japón, se basa en la introducción de las máquinas en los procesos productivos.

En consecuencia, la energía sustituye “a la fuerza muscular bruta y proporciona la fuerza necesaria para la productividad -el arte de hacer más con menos-, y es la responsable de la producción masiva de bienes que caracteriza a la sociedad industrial” (Bell, [1973] 2006: 151). La economía agraria y artesanal, basada en el trabajo manual, es reemplazada por otra industrial y manufacturera. El trabajo se traslada desde los talleres artesanales con un reducido número de operarios a fábricas generalmente masificadas donde el principal cometido de los obreros pasa a ser el manejo de máquinas.

El valor del cuerpo asociado a la fuerza física queda así muy reducido. Su declive se consuma con la llegada del capitalismo monopólico-globalizado,

al convertir las economías industriales en *economía de servicios*, donde “lo que cuenta no es la fuerza bruta, o la energía, sino la información” (Bell, [1973] 2006: 152).

En efecto, a partir de los años sesenta, se inicia en las sociedades más desarrolladas un crecimiento sin precedentes del sector terciario. Las empresas de servicios, cuyo producto final no es un bien material (comercio, transportes, comunicaciones, finanzas, sanidad, educación, turismo, etc.), se expanden en detrimento del sector secundario (industria, construcción) y, sobre todo, del primario (agricultura, ganadería, pesca, etc.). Este proceso, todavía en marcha, convierte al sector servicios en el principal sector económico de estas sociedades y da lugar a la denominada «terciarización» de la economía<sup>18</sup>.

Una de las manifestaciones más visibles de esta transformación económica es el incremento de los denominados trabajadores «de cuello blanco», expresión utilizada para referirse, de modo genérico, a quienes desempeñan su labor en oficinas, en contraste con los trabajadores «de cuello azul», que realizan tareas manuales en fábricas y talleres. Poco a poco, los trabajadores industriales van dejando paso a profesionales y técnicos altamente cualificados que se convierten en el grupo más numeroso entre los asalariados.

---

<sup>18</sup> Para un análisis detallado, apoyado en datos empíricos, del proceso de terciarización de las economías industriales, *vid.* Bell ([1973] 2006: 147-196).

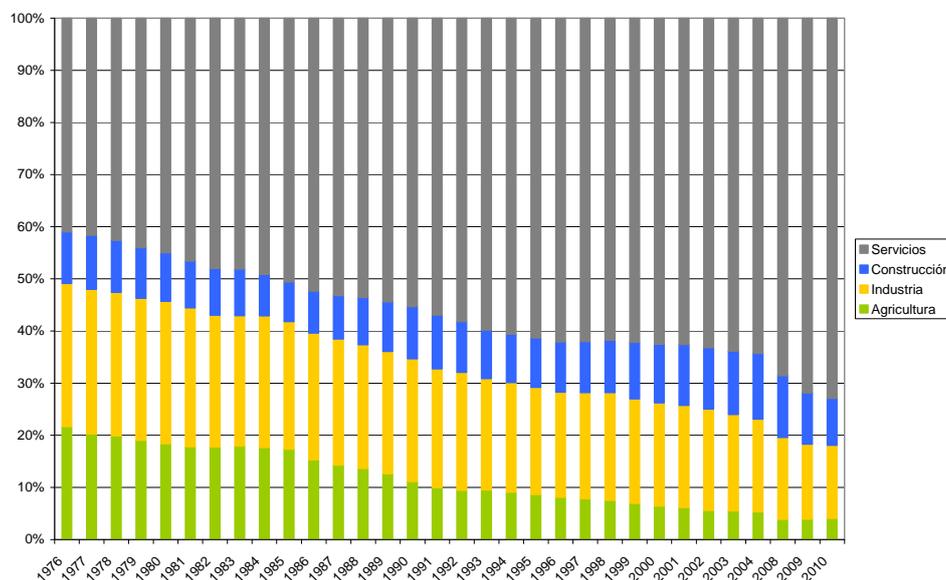
En España, el proceso de terciarización de la economía ha sido muy rápido. Como ya se ha señalado, la secuencia agricultura-industria-servicios seguida por la mayoría de los países europeos se produce en el caso español en poco más de dos décadas. Esta transformación de la estructura económica queda reflejada en dos indicadores:

- *La distribución del empleo por sectores de actividad.*

- *La estructura sectorial del PIB (Producto Interior Bruto).*

- La evolución de la distribución del empleo por sectores de actividad muestra que, a mediados de los años setenta, el sector servicios ocupaba en España a la misma proporción de trabajadores que la industria y la construcción, en torno al 40% en ambos casos. El otro 20% realizaba tareas agrícolas. Actualmente, el porcentaje de trabajadores que desempeñan su labor en el sector servicios supera el 70%. En contrapartida, la industria y la construcción han descendido, en conjunto, al 23%. Y la agricultura se ha desplomado, pasando de emplear al 21% de los ocupados a sólo el 4% (Gráfico 14 y Tabla 46).

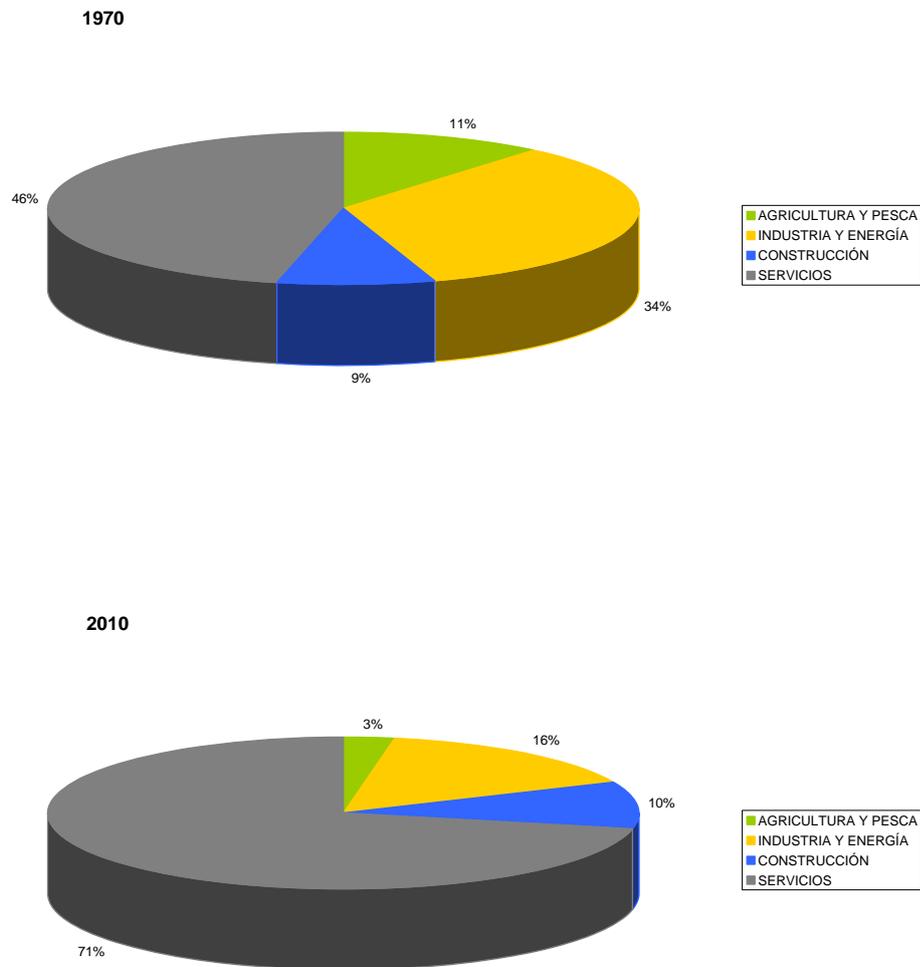
**Gráfico 14. Evolución de la distribución del empleo por sectores de actividad en España (1976-2010)**



Fuente: Elaboración propia a partir de INE - *Encuesta de Población Activa*

- El crecimiento de los servicios muestra una pauta similar si se pone en relación con la evolución de la estructura sectorial del PIB (Gráfico 15). En el transcurso de cuatro décadas, el sector terciario ha pasado a representar casi las tres cuartas partes del Producto Interior Bruto en España: del 46,3% en 1970 al 71,6% en 2010. Correlativamente, el sector secundario ha descendido del 43% al 26% y la agricultura del 11% al 3%.

**Gráfico 15. Evolución de la estructura sectorial del PIB en España (1970-2010)**



Fuente: INE – *Contabilidad Nacional*

### **5.3. La progresiva mercantilización de los usos del cuerpo como modo de manifestar estatus (usos reproductivos) refuerza el vínculo entre el aspecto corporal y la integración/exclusión social**

En las sociedades capitalistas avanzadas, el declive de los usos productivos del cuerpo ha estado acompañado de un aumento de sus usos reproductivos, vinculados a su valor como medio para manifestar estatus.

El uso de la apariencia corporal para mostrar la posición que las personas ocupan o desean ocupar en el sistema de estratificación social no es exclusivo de las formaciones sociales capitalistas. En todas las épocas y en todas las sociedades, a través del aspecto físico se manifiestan diferencias relacionadas con la condición social, la posición familiar o la adscripción religiosa. Por ejemplo, Lévi-Strauss explica que las pinturas faciales funcionaban como un sistema de diferenciación social en los indios caduveo, asentados en la frontera de Brasil con Paraguay: “las castas nobles no se pintaban más que la frente y sólo el vulgo se adornaba toda la cara” (Lévi-Strauss: [1955] 1992: 193).

#### **5.3.1. Lo específico en las sociedades capitalistas es que el modo de manifestar estatus a través del cuerpo y de sus aderezos va siendo progresivamente mercantilizado**

Como se sabe, es un rasgo intrínseco al modo de producción capitalista la paulatina reducción de toda posible relación social a las relaciones económicas. El cuerpo humano no escapa a esta dinámica.

A lo largo del siglo XX -sobre todo, durante su segunda mitad-, las sociedades capitalistas van a ir conformando un mercado de consumo específicamente consagrado a la apariencia corporal y estructurado en torno a cuatro ámbitos: la cosmética, la cirugía estética, la dietética y el deporte.

Inicialmente, este mercado está dirigido a los sectores sociales con mayor capacidad adquisitiva y, prioritariamente, a las mujeres. Ya Veblen ([1899] 2002) había explicado a finales del siglo XIX cómo los capitalistas estadounidenses mostraban su poder a través del consumo ostentoso vinculado a los cuerpos de sus esposas. Cuerpos delicados y decorados con todo tipo de objetos lujosos (vestidos, sombreros, joyas) con el objetivo de poner de manifiesto la ociosidad de la que derivaba el prestigio social y que a sus maridos les estaba vedada por la ética calvinista que Weber ([1904-1905] 2004) identificó en los primeros capitalistas.

Como ha sucedido con otros sectores, el mercado de productos para el cuerpo se va abriendo poco a poco al conjunto de la sociedad. Cada vez más hombres y mujeres de toda edad y condición se incorporan al consumo de bienes y servicios vinculados al cuidado de su apariencia física. Y cada vez invierten una parte más importante de su tiempo y de su dinero en tratar de adaptar su imagen a los arquetipos corporales vigentes:

“Parecería que la mayor conciencia del cuerpo y el interés que se le presta fueran correlativos a una especie de inversión de sus funciones económicas. A medida que disminuye la proporción relativa de la fuerza corporal en el conjunto de factores de producción, el cuerpo se transforma en la ocasión o el pretexto de un creciente número de consumos” (Boltanski, [1971] 1982b: 29).

En el Capítulo 6, se aportan datos específicos sobre el consumo de productos y servicios destinados al cuidado del cuerpo en España. Ahora se ofrecen algunos indicadores que muestran, de manera general, su importancia creciente:

*- La inversión publicitaria de las marcas de productos de belleza e higiene.*

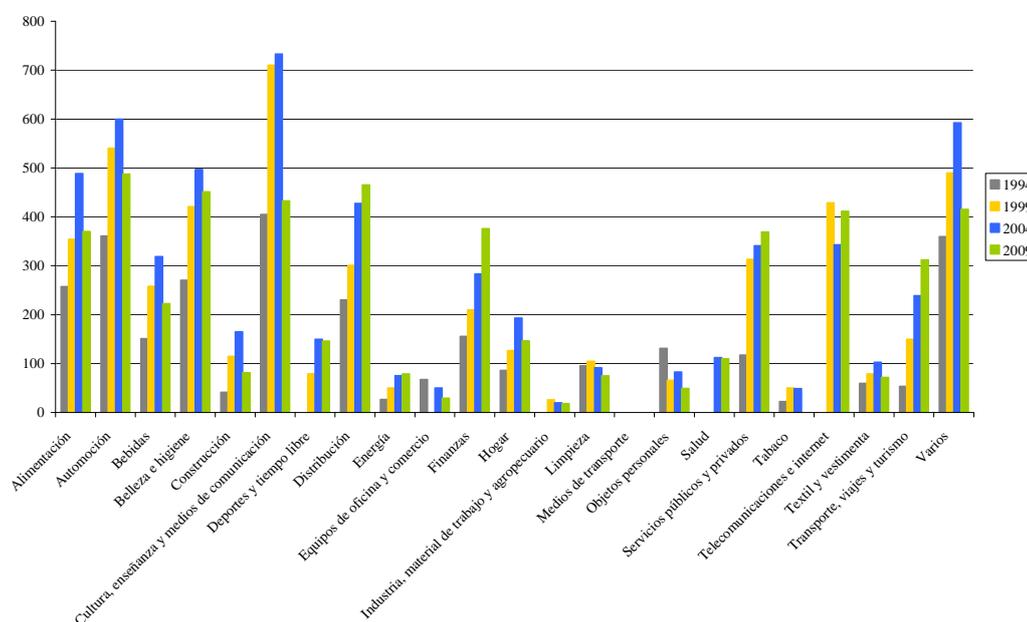
*- La presencia de bienes y servicios relacionados con el cuidado del cuerpo en el Índice de Precios al Consumo (IPC).*

*- La presencia de bienes y servicios relacionados con el cuidado del cuerpo en la Encuesta de Presupuestos Familiares.*

- Los datos sobre la inversión publicitaria en España sitúan a las marcas de productos de «belleza e higiene» entre los principales anunciantes. En términos globales, desde mediados de los años noventa, se aprecia un incremento muy importante en la inversión publicitaria de este sector. En 1994, las marcas de belleza e higiene destinaron a publicidad 270

millones de euros, cifra que les situó como el sexto sector en inversión. En 2009, de los más de 5.000 millones de euros invertidos en publicidad en España, 451 procedían del sector «Belleza e higiene», sólo superado por «Automoción» y «Distribución» (Gráfico 16 y Tabla 48).

**Gráfico 16. Evolución de la inversión publicitaria en España, según sector (1994-2009)**

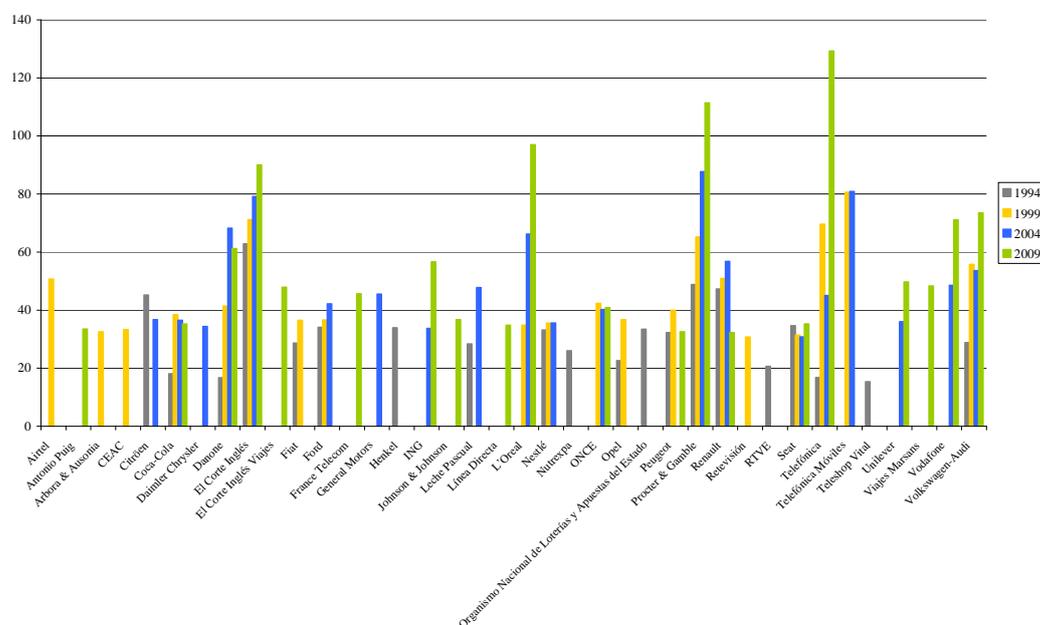


Fuente: Elaboración propia a partir de Infoadex (1995: 40; 2000: 40; 2005: 36; 2010: 39)

La importancia de la inversión publicitaria del sector en su conjunto se pone de manifiesto en el lugar destacado que ocupan algunas marcas de productos de belleza en el ranking de los principales anunciantes en España. Procter & Gamble, una de las multinacionales más importante del sector, figura desde los años noventa en los puestos mas altos de este ranking, superada por El Corte Inglés y Telefónica, pero habitualmente por delante de las empresas del automóvil y del resto de marcas de

telefonía. También L’Oreal ocupa un lugar destacado. Unilever y Antonio Puig son otras marcas relacionadas con la producción y comercialización de productos destinados al cuidado corporal que se encuentran habitualmente entre los veinte principales anunciantes en España (Gráfico 17, Tabla 49, Tabla 50, Tabla 51 y Tabla 52).

**Gráfico 17. Evolución de los principales anunciantes en España (1994-2009)**  
(inversión en millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de Infoadex (1995: 48; 2000: 49; 2005: 45; 2010: 44)

- Otro indicador de la importancia creciente de los productos relacionados con el moldeamiento del aspecto físico es su inclusión en el IPC dentro del subgrupo «Bienes y servicios para el cuidado personal». Entra aquí un repertorio muy amplio de gastos relacionados con la imagen corporal, desde tratamientos capilares hasta limpiezas de cutis,

pasando por depilaciones, tintes para el pelo, uñas postizas o lentillas de colores.

Como se sabe, el IPC hace la selección de los productos que componen la cesta de la compra en función de la importancia del gasto que se hace en cada uno de ellos, con el objetivo de representar de la forma más precisa posible las pautas de consumo de los hogares. Para adaptarse a los cambios que se producen en el mercado, cualquier modificación significativa en dichas pautas es tomada en cuenta mediante la revisión anual de la cesta de la compra. Así, en lo que respecta a esta investigación, cabe mencionar que, desde 2007, se computan en el IPC las operaciones de cirugía estética y los productos dietéticos, mientras que en 2012 se han incorporado la fotodepilación y la depilación láser.

- En coherencia con su presencia en el IPC, los bienes y servicios relacionados con los cuidados personales también aparecen recogidos en la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (realizada por el INE entre 1985 y 2005) y en su continuación, la Encuesta de Presupuestos Familiares (2006-actualidad). Ambas encuestas son la fuente principal utilizada por el IPC para actualizar su estructura de ponderaciones y revisar la composición de la cesta de la compra con el objetivo de adecuarla a los cambios en las pautas de consumo de los hogares. Desde 2006, se dispone también de datos específicos sobre «productos dietéticos». Los datos específicos sobre los resultados de ambas encuestas se ofrecen en el Capítulo 6.

### 5.3.2. En las sociedades globalizadas crece la importancia que se concede al aspecto corporal como criterio de integración/exclusión social

El mercado de bienes y servicios destinados específicamente al cuidado del cuerpo se va desarrollando entrelazado con el aumento de la importancia que adquiere la apariencia corporal como criterio de integración/exclusión social en las sociedades globalizadas. La adecuación de la imagen del cuerpo al paradigma corporal que corresponde a estas sociedades es un requisito fundamental para no verse desplazado socialmente.

Esta vinculación entre el aspecto físico y la aceptación/exclusión social no es fácil de demostrar con datos. Por ejemplo, una simple búsqueda en las principales bolsas de empleo *on line* bajo el criterio «buena presencia» arroja sistemáticamente como resultado miles de ofertas de trabajo en las que, además de las habilidades y destrezas que se requieren para el puesto a ocupar, se exige *explícitamente* a los candidatos que ofrezcan un aspecto físico cuidado. Pero no se han encontrado investigaciones que analicen de qué modo interviene en España la «buena presencia» a la hora de decantar la elección del empleador hacia uno u otro candidato<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> En el ámbito anglosajón, sí existen algunas investigaciones en esta línea, a partir de los trabajos pioneros de Hamermesh en Estados Unidos, primero tratando de medir la influencia de la belleza en el ámbito laboral ([1994] 2000, en coautoría con Biddle) y luego ampliando el análisis al ámbito familiar y a los amigos (2011). Harper (2000) y Luxen y Van de Vijver (2006) son otros autores que han tratado de apoyar con datos empíricos la influencia del atractivo físico en el éxito/fracaso de las relaciones sociales.

Sí existen, en cambio, algunos estudios de opinión que incorporan el «aspecto físico» como una de las cuestiones que preocupan a la gente o como un posible factor de discriminación social.

Los resultados de estos estudios indican que, *entre buena parte de la población española, está extendida la preocupación por el aspecto físico y por su cuidado, así como la creencia de que el aspecto físico otorga ventajas o desventajas, según el caso, a la hora de conseguir un trabajo, tener éxito en las relaciones pareja o desenvolverse en el grupo de amigos.* Se ofrecen seguidamente algunos datos que permiten sostener esta idea:

- En torno al 75% de los jóvenes españoles afirmaba en 1998 que el atractivo físico cuenta mucho para abrirse camino en la vida en el caso de las mujeres. El porcentaje se reducía en torno al 50% para los hombres (Tabla 7).

**Tabla 7. Proporción de jóvenes para los que el atractivo físico cuenta “bastante” o “mucho” para abrirse camino en la vida en España (1988)**

|         |                 | Atractivo físico en las mujeres | Atractivo físico en los hombres |
|---------|-----------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Varones | De 16 a 20 años | 72%                             | 45%                             |
|         | De 21 a 29 años | 76%                             | 54%                             |
| Mujeres | De 16 a 20 años | 73%                             | 45%                             |
|         | De 21 a 29 años | 74%                             | 48%                             |
| Total   | De 16 a 20 años | 74%                             | 49%                             |
|         | De 21 a 29 años | 73%                             | 46%                             |

Fuente: Vallés (2000: 281)

## La transferencia de los desajustes sociales a los sujetos individuales

---

- Cerca del 40% de los españoles consideraba en 2008 que es «bastante» o «muy frecuente» que se produzca en España algún tipo de discriminación o trato desfavorable relacionado con el aspecto físico (Tabla 8).

**Tabla 8. Opinión sobre la frecuencia de algún tipo de discriminación o trata desfavorable en España (2008)**

|  | <b>Muy frecuente</b> | <b>Bastante frecuente</b> | <b>Poco frecuente</b> | <b>Nada frecuente</b> | <b>NS/NC</b> | <b>(N)</b> |
|--|----------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|------------|
| <b>Por origen étnico o racial</b>          | 11.8                 | 42.5                      | 33.6                  | 7.2                   | 4.9          | (2487)     |
| <b>Por orientación sexual</b>              | 6.4                  | 31.1                      | 41.9                  | 12.0                  | 8.6          | (2487)     |
| <b>Por edad</b>                            | 3.1                  | 23.1                      | 43.2                  | 25.7                  | 4.9          | (2487)     |
| <b>Por religión o creencias</b>            | 4.0                  | 27.2                      | 40.9                  | 21.5                  | 6.4          | (2487)     |
| <b>Por aspecto físico</b>                  | 7.1                  | 31.4                      | 38.8                  | 17.9                  | 4.9          | (2487)     |
| <b>Por sexo</b>                            | 4.1                  | 26.0                      | 43.9                  | 20.9                  | 5.0          | (2487)     |
| <b>Por tener pocos recursos económicos</b> | 9.5                  | 38.7                      | 33.7                  | 12.8                  | 5.2          | (2487)     |
| <b>Por otro motivo</b>                     | 1.2                  | 2.4                       | 1.1                   | 2.3                   | 92,9         | (2487)     |

Fuente: CIS – *Estudio 2.781. Barómetro diciembre 2008*

- El aspecto físico es el principal motivo por el que los jóvenes españoles reconocen en el año 2010 haberse sentido discriminados alguna vez. Así lo manifiesta el 11,3% de los encuestados, si bien es verdad que la gran mayoría afirma no haberse sentido discriminado nunca (Tabla 9).

**Tabla 9. Causas por las que los jóvenes españoles se han sentido discriminados en algún momento de su vida (2010)**

|  |       |
|--|-------|
| <b>Por tu sexo</b>                             | 2,6%  |
| <b>Por tu etnia o país de origen</b>           | 6,7%  |
| <b>Por tu nivel de estudios o clase social</b> | 5,3%  |
| <b>Por tu opción u orientación sexual</b>      | 1,5%  |
| <b>Por padecer alguna discapacidad</b>         | 0,8%  |
| <b>Por tu aspecto físico</b>                   | 11,3% |
| <b>Por otra causa</b>                          | 2,6%  |
| <b>Por ninguna</b>                             | 75,4% |
| <b>NC</b>                                      | 0,4%  |

Fuente: Injuve – Estudio EJ149 “Jóvenes y diversidad sexual”

- En torno al 45% de españoles opinaba en el año 2008 que «el aspecto, la forma de vestir o de presentarse» y «la apariencia física general» se encuentran entre los aspectos que más inciden a la hora de conseguir un puesto de trabajo. Junto con la edad, el color de la piel o el origen étnico, y la discapacidad, las cuestiones relaciones con la imagen son percibidas como los factores que más ponen en desventaja a un candidato ante otro candidato con las mismas habilidades y cualificación (Tabla 10).

**Tabla 10. Característica que, a la hora de optar por un puesto de trabajo, resulta una desventaja ante otro candidato con las mismas habilidades y cualificación (2007-2008)**

|  | <b>2007</b> | <b>2008</b> |
|--|-------------|-------------|
| <b>El nombre</b>   | 3%          | 3%          |
| <b>La dirección</b>  | 3%          | 6%          |
| <b>La forma de hablar, el acento</b>                           | 19%         | 20%         |
| <b>El color de la piel o el origen étnico</b>                  | 43%         | 34%         |
| <b>El género</b>   | 17%         | 19%         |
| <b>La orientación sexual</b>                                   | 15%         | 15%         |
| <b>La edad</b>   | 35%         | 30%         |
| <b>Una discapacidad</b>  | 40%         | 30%         |
| <b>La expresión de una creencia religiosa</b>                  | 5%          | 15%         |
| <b>El hecho de que fume o no fume</b>                          | 10%         | 6%          |
| <b>El aspecto, la forma de vestir o de presentarse</b>         | 35%         | 43%         |
| <b>La apariencia física general (altura, peso, cara, etc.)</b> | 37%         | 46%         |
| <b>Ninguno de estos</b>  | 5%          | 7%          |

Fuente: Elaboración propia a partir de Comisión Europea - *Eurobarómetro especial sobre discriminación en la UE*

- Junto al bienestar socio-económico, el aspecto físico va ganando peso desde los años sesenta entre las cualidades que más valoran los jóvenes a la hora de elegir pareja. A mediados de los ochenta, la belleza era más importante que compartir la visión del mundo y se había aproximado a las cuestiones afectivas (Tabla 11).

**Tabla 11. Evolución de las cualidades de la pareja más valoradas por las personas jóvenes en España (1960-1988)**

|      |        | EL AFECTO | EL BIENESTAR SOCIO-ECONÓMICO | LA VISIÓN DEL MUNDO | LA BELLEZA FÍSICA | N       |
|------|--------|-----------|------------------------------|---------------------|-------------------|---------|
| 1960 | Homb.  | 37        | 12                           | 24                  | 23                | (1,316) |
|      | Mjres. | 26        | 16                           | 41                  | 13                | (415)   |
| 1968 | (VM)   | (40)      | (29)                         | (16)                | (13)              | (1931)  |
|      | Homb.  | 40        | 21                           | 17                  | 19                | (978)   |
|      | Mjres. | 35        | 36                           | 18                  | 9                 | (953)   |
| 1974 | (VM)   | 47        | (26)                         | (15)                | (13)              | (1,299) |
|      | Homb.  | 50        | 21                           | 14                  | 16                | (619)   |
|      | Mjres. | 46        | 28                           | 16                  | 10                | (680)   |
| 1977 | (VM)   | (28)      | (43)                         | (11)                | (17)              | (3,268) |
|      | Homb.  | 28        | 37                           | 9                   | 20                | (1,670) |
|      | Mjres. | 27        | 45                           | 10                  | 11                | (1,598) |
| 1988 | (VM)   | (26)      | (41)                         | (12)                | (20)              | (4,548) |
|      | Homb.  | 25        | 37                           | 10                  | 22                | (2,306) |
|      | Mjres. | 26        | 42                           | 11                  | 17                | (2,242) |

Fuente: Velarde Hermida (1994: 119)

- Entre 2001 y 2007, se registra un incremento en el porcentaje de jóvenes para los que el aspecto físico en general (sin referirse al trabajo o las relaciones de pareja) es bastante o muy importante: del 57,7% en 2001 se pasa al 72,8% en 2007. Así mismo, el porcentaje de quienes consideran que se trata de una cuestión que carece de importancia desciende del 7,6% en 2001 al 2,6% en 2007.

**Tabla 12. Evolución de la importancia del aspecto físico para los jóvenes españoles (2001-2007)**

|             | <b>Muy importante</b> | <b>Bastante importante</b> | <b>Poco importante</b> | <b>Nada importante</b> | <b>NS / NC</b> |
|-------------|-----------------------|----------------------------|------------------------|------------------------|----------------|
| <b>2001</b> | 13,3                  | 44,4                       | 34,3                   | 7,6                    | 0,4%           |
| <b>2003</b> | 21,3%                 | 47,1%                      | 27,0%                  | 4,2%                   | 0,4%           |
| <b>2005</b> | 17,9%                 | 52,2%                      | 26,0%                  | 3,3%                   | 0,5%           |
| <b>2006</b> | 21,6%                 | 50,6%                      | 23,8%                  | 3,3%                   | 0,8%           |
| <b>2007</b> | 23,2%                 | 49,6%                      | 23,8%                  | 2,6%                   | 0,8%           |

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS – *Estudio 2440/2001* e Injuve – *Estudios EJ090/2003, EJ103/2005, EJ113/2006, EJ123/2007*

- A la vez que aumenta la importancia que se concede al aspecto físico, aproximadamente la mitad de la población reconoce entre 2004 y 2007 estar muy o bastante preocupada por el cuidado y realce de su propio cuerpo. Es una cuestión que no importa en absoluto sólo al 6-7% de la población (Tabla 13).

**Tabla 13. Evolución del grado de importancia que se otorga en España al cuidado y realce del aspecto físico propio (2004-2007)**

|             | <b>MUCHO</b> | <b>BASTANTE</b> | <b>REGULAR</b> | <b>POCO</b> | <b>NADA</b> |
|-------------|--------------|-----------------|----------------|-------------|-------------|
| <b>2004</b> | 19%          | 34%             | 28%            | 12%         | 7%          |
| <b>2005</b> | 17%          | 30%             | 37%            | 10%         | 6%          |
| <b>2007</b> | 18%          | 33%             | 31%            | 12%         | 6%          |

Fuente: Elaboración propia a partir del Barómetro de Consumo de Fundación Eroski 2004, 2005 y 2007.

La manera en que este cuidado del cuerpo se concreta y se orienta hacia soluciones destinadas a hacer desaparecer, atenuar o retrasar las arrugas, las manchas en la piel y otros signos de decrepitud corporal como la calvicie o las canas es objeto de análisis en el siguiente capítulo.



**CAPÍTULO 6. LOS PROCESOS DE AJUSTE ENTRE  
LAS TRANSFORMACIONES MACROSOCIALES QUE  
SON ESPECÍFICAS DE LA EDAD Y LOS CAMBIOS  
EN LA VALORACIÓN SOCIAL DE LOS CUERPOS DE  
LOS SUJETOS**

---



## 6.1. Introducción

Este capítulo analiza los datos referidos al nivel del modelo de análisis que se corresponde con *las mediaciones sociales*.

Al acotar el objeto de estudio (*vid.* Capítulo 1), se ha indicado que la transferencia de la obsolescencia laboral a la apariencia corporal no se produce por sí sola. Las sociedades globalizadas ponen en marcha una serie de mediaciones sociales que contribuyen a que dicha transferencia sea posible.

Como ya se ha señalado, de acuerdo con el paradigma mediacional, en esta tesis doctoral se han dividido estas mediaciones en tres ámbitos: el de las representaciones, el de las organizaciones y el de la acción social de los sujetos. Se desarrolla a continuación el análisis cada uno de ellos, a partir de las hipótesis enunciadas en el Capítulo 3 (apartado 3.3).

## 6.2. Las transformaciones de las REPRESENTACIONES SOCIALES sobre las edades y su explicitación en los cuerpos

Los cambios que, a lo largo del tiempo, se producen en la composición de cada edad vienen acompañados de transformaciones en los discursos sociales sobre las generaciones. Unos cambios suelen ser congruentes con los otros, lo que no quiere decir que se produzcan de manera simultánea ni que no existan desajustes e incoherencias.

En este apartado, se analiza cómo se ha ido transformando la imagen social de las edades con el paso del capitalismo industrial al globalizado en España y cómo esas transformaciones se explicitan en los discursos sociales sobre los cuerpos. Se ha recurrido, para ello, a fuentes secundarias disponibles sobre el tema.

La idea de partida es que el actual imaginario social sobre las edades se relaciona precisamente con el nuevo reparto de los recursos sociales disponibles entre las generaciones que se deriva de la transición del capitalismo industrial al globalizado. Esta redistribución “afecta a la asignación de los bienes materiales y culturales y, además, a la participación en el mercado de trabajo y en las rentas que el trabajo produce” (Martín Serrano, 1999b: 72). Como ya se ha explicado, este tránsito deja a jóvenes y mayores en una situación desfavorable respecto a los adultos.

Como es bien sabido, las representaciones sociales se configuran por la confluencia de la acción de diversas instituciones (familia, escuela, iglesia, medios de comunicación, etc.). Desde que existen los medios de masas, los paradigmas corporales son cada vez más producto de la comunicación pública. En lo que respecta a esta investigación, interesan los relatos comunicativos que ofrecen como deseables y convenientes modelos de cuerpo en los que se eliminan u ocultan aquellos rasgos que indican su deterioro por el paso del tiempo. Y, a la vez, proponen como indeseables e inconvenientes los cuerpos caducos y obsoletos.

*A través de la comunicación pública, «lo juvenil» se consolida como uno de los rasgos distintivos del paradigma corporal propio de las sociedades globalizadas.*

### **6.2.1. La juventud se constituye como uno de los objetos privilegiados de la comunicación pública**

Desde los años sesenta, la juventud ha ido ganando peso en los relatos de la comunicación pública. Los jóvenes han pasado de ser una categoría subrepresentada a estar sobrerrepresentados, por encima de su presencia demográfica real (Baca, 1998). La juventud “es el objeto privilegiado, el tema más frecuente” (Avello Flórez y Muñoz Carrión, 1989: 39). El resultado es un claro predominio cuantitativo de las edades jóvenes frente a las mayores.

Las personas mayores, por su parte, apenas aparecen representadas en los contenidos de los medios de comunicación. Es cierto que han pasado de ser un colectivo prácticamente inexistente para los medios (Martín Serrano, 1986: 266-267) a recibir cierta atención mediática (Cáceres Zapatero, Fernández-Cid Enríquez y Martín Caño, 2008: 153). Pero se constata reiteradamente que su presencia es muy escasa en comparación con los otros grupos de edad, sobre todo, con los jóvenes.

### 6.2.2. La juventud suele ser representada en la comunicación pública como sinónimo de éxito y prestigio social

A partir de los años ochenta, la benévola imagen mediática de la juventud de los años sesenta y setenta, acorde con una edad de tránsito, va dejando paso a una representación de los jóvenes como personas acomodaticias, dependientes y abusivas, a medida que la etapa juvenil dura cada vez más años. Existe abundante material empírico que muestra que los estereotipos y los prejuicios predominantemente negativos se reiteran en los discursos sociales sobre la juventud (por ejemplo, Alcoceba y Mathieu, 2010; Espín Martín, 1986, 1989, 2002; Pinto Arboleda, 2009). Generalmente, los contenidos de los medios hacen hincapié en los hechos conflictivos o socialmente controvertidos en los que se ven envueltos los actores juveniles: consumo de drogas y otras adicciones, violencia y desórdenes públicos, problemas en los estudios, falta de voluntad para incorporarse al mercado de trabajo... Es frecuente, además, que se responsabilice a los jóvenes de las situaciones adversas que les ocurren.

Sin embargo, esta representación de los aspectos más negativos que afectan a los jóvenes coexiste con una permanente exaltación de lo juvenil. Los jóvenes aparecen como los portadores de los conocimientos más avanzados. La juventud se identifica con el éxito y el prestigio social. En los medios, “todo es bello y bueno si es «joven»” (Avello Flórez y Muñoz Carrión, 1989: 39).

Las fuentes secundarias consultadas ofrecen la siguiente explicación a esta aparente incongruencia:

1º) Cuando se exalta lo joven, no se está designando una condición existencial, sino un atributo del cuerpo (Martín Serrano: 20003b).

2º) La representación social de la apariencia juvenil se dirige, prioritariamente, a las personas adultas (Avello y Muñoz Carrión, 1989, 2002; Baca Lagos, 1998; Espín Martín, 1989, 2002; Martín Serrano: 2003b).

### **6.2.3. Cuando se exalta lo joven, no se está designando una condición existencial, sino un atributo del cuerpo**

El prestigio social que se atribuye a lo joven tiene que ver, sobre todo, con los cuerpos jóvenes:

“La juventud se ha identificado con un atributo del cuerpo cualesquiera que sean los estados del alma. La presentación que se hace de «la juventud» generalmente no designa ni una condición existencial ni siquiera un modo de ser propios de personas jóvenes. En realidad se refiere a un fetiche corporal que denominaré «lo juvenil»” (Martín Serrano, 2003b).

Los cuerpos juveniles de la comunicación pública son tersos, delgados, esbeltos, atléticos, pulcros, sanos, y facilitan el éxito en las relaciones

sociales y laborales: “cuanto más se aproxima [el cuerpo] a las imágenes idealizadas de juventud, salud, aptitud y belleza, más alto es su valor de cambio” (Featherstone, [1982] 2001: 177).

La imagen de los cuerpos juveniles se opone a su contraimagen: los cuerpos envejecidos, flácidos, arrugados, deformados, enfermos, que llevan aparejada la exclusión social.

Según los relatos de la comunicación pública (y, particularmente, los de la publicidad), tal apariencia juvenil se consigue a través de los productos y servicios que ofrece el mercado de los cuidados corporales. Especialmente, aquellos que permiten combatir las señales que el paso del tiempo va dejando en el cuerpo: cremas antiarrugas, estiramientos faciales, dietas de adelgazamiento para mantener «la línea», planes de entrenamiento físico para moldear la figura.

#### **6.2.4. La representación social de la apariencia juvenil se dirige, prioritariamente, a las personas adultas**

La consecución de la apariencia juvenil a través del mercado produce otra aparente contradicción: se propone a los jóvenes conseguir cuerpos jóvenes que ya tienen; y, en caso de que no los tuviesen, tampoco disponen de un poder adquisitivo que les permita «adquirirlos».

La mayor parte de los estudios revisados coincide en que tal contradicción sólo es aparente porque “no son los jóvenes los principales destinatarios de ciertos contenidos, que utilizan a la juventud como motivo permanente, sino el mundo de los llamados adultos” (Espín Martín, 1989: 65). Es decir, aquellas personas con la suficiente capacidad económica para «adquirir» en el mercado los rasgos de los cuerpos juveniles, aunque sus propios cuerpos ya no sean jóvenes:

“Las generaciones jóvenes han tenido que ceder la identidad joven en beneficio de los adultos rejuvenecibles. Y como para ser verdaderamente joven hay que esperar a ser mayor y productivo, los jóvenes de nacimiento se han quedado sin unas señas por las que reconocerse y ser reconocidos. Esta expropiación parece que se atiene a las doctrinas económicas imperantes, porque elimina un monopolio y penaliza capitales sin explotar. Si bien se mira el cuerpo del que se goza en la edad joven está económicamente desperdiciado. Para sacarle provecho al cuerpo «lo juvenil» no puede ser un bien que se posea sino que se adquiera. (...) Se comprende que haya tan pocos y pocas jóvenes «juveniles» porque no pueden pagárselo: y que SER joven tenga menos valor que PARECER joven” (Martín Serrano, 2003b).

El cuerpo juvenil representado en la comunicación pública se convierte así en objeto de consumo, en “un producto producido para producir capital” (Younis, 2008: 342):

“La cultura juvenil es el efecto de un sistema comunicativo en el que el joven no encuentra lugar sino como objeto y como mensaje, pero nunca

como sujeto. La juventud, como el dinero, se convierte en un medio de «intercambio» para la cultura institucional, es un valor simbólico que carece de realidad en cuanto tal, carece de valor real. Los adultos y las personas integradas «desean» ser jóvenes, adoptan actitudes pautadas socialmente como «jóvenes», se visten y compran guiados por connotaciones publicitarias «jóvenes», pero no «son jóvenes», su juventud carece de realidad: nadie disfruta ni es feliz por el hecho exclusivo de ser joven” (Avello Flórez y Muñoz Carrión, 1989: 40-41).

### **6.2.5. Los contextos donde aparecen representados los jóvenes tienen que ver habitualmente con el consumo de productos para el cuerpo**

La idea de que las necesidades que tienen que ver con la apariencia física deben ser satisfechas en el mercado se ve reforzada por los contextos en los que suele aparecer representada cada edad en los medios de comunicación.

Así como los adultos suelen ser los protagonistas del ámbito sociopolítico, los jóvenes aparecen en el contexto del ocio y del consumo de bienes personales. Cuando los relatos de la comunicación pública tratan sobre la moda, sobre la industria de la belleza o sobre la apariencia física, los personajes suelen ser personas jóvenes (Martín Serrano, 1986; Baca, 1998; Younis, 2008).

Los mayores, en cambio, suelen ser excluidos de los contextos que tienen que ver con el consumo. Los estudios más recientes (Cáceres Zapatero,

Fernández-Cid Enríquez y Martín Caño, 2008: 154) identifican un tímido aumento de la publicidad orientada al nuevo «mercado» que supone el segmento de población mayor. Pero lo más habitual es que los espacios de consumo estén «vetados» a los mayores en los contenidos de los medios:

Se trata de expulsar “a la vejez lo más lejos posible y conseguir así que «lo joven» (eterno) ocupe su lugar, pues se ha convertido en algo físicamente indigno y moralmente reprobable. (...) Lo bello y joven forman parte de la cultura de consumo, de tal manera, que las propias políticas de representación de los cuerpos en las páginas fotoperiodísticas expulsan «lo viejo» del espacio de consumo” (Younis, 2008: 343).

Por el contrario, la presencia de los mayores suele reducirse a contextos familiares y sanitarios:

- Los mayores, cuando aparecen en la comunicación pública, suelen ser representados como personas deterioradas física y psíquicamente (Cáceres Zapatero, Fernández-Cid Enríquez y Martín Caño, 2008: 68; Bódalo Lozano y Sánchez Vera, 1999a, 1999b, 2006; Hernández Rodríguez, 2007). En consecuencia, es frecuente que aparezcan en situaciones que tienen que ver con el cuidado de la salud.

- En el ámbito familiar, los mayores son presentados en algunas ocasiones como personas experimentadas que ofrecen opiniones «expertas» a personas más jóvenes. Se trata, sobre todo, de madres que enseñan a sus hijas determinadas tareas domésticas

relacionadas con la limpieza o la alimentación. También en el contexto de la familia, es cada vez más frecuente que los mayores aparezcan desempeñando un rol de colaboración y apoyo cuando sus hijos requieren su ayuda, por ejemplo, en el cuidado de los nietos durante el horario laboral de los padres. Esta representación se encuentra muy lejos, en todo caso, del rol de depositarias de la sabiduría y la experiencia que las personas mayores desempeñaban en las familias extensas (Cáceres Zapatero, Fernández-Cid Enríquez y Martín Caño, 2008: 158).

### **6.3. El surgimiento de ORGANIZACIONES especializadas en la comercialización de productos y servicios que permiten eliminar u ocultar aquellos rasgos del cuerpo que indican obsolescencia**

Junto a la labor de la comunicación pública en la transformación de la imagen social de las edades para ir configurando el paradigma corporal propio de las sociedades globalizadas, surgen instituciones dedicadas específicamente a ofrecer productos y servicios destinados al cuidado del cuerpo y, particularmente, a la consecución de la apariencia juvenil que proponen los medios. En esta tesis, estas instituciones se han dividido en cuatro ámbitos: la cirugía estética, la cosmética, la dietética y el ejercicio físico.

Los negocios cuya actividad gira en torno al aspecto físico proliferan, y la variedad de bienes y servicios destinados al cuidado corporal no para de crecer, constituyendo un área de relevancia económica creciente. A continuación, se ofrecen algunas cifras procedentes del propio sector que dan una idea de esta importancia. Generalmente, la información a la que se ha podido acceder es muy reciente y, salvo excepciones, apenas permite captar la evolución del fenómeno, pero aporta una «foto fija» actualizada con datos de interés para el análisis que aquí se está realizando.

### **6.3.1. El mercado de la cosmética**

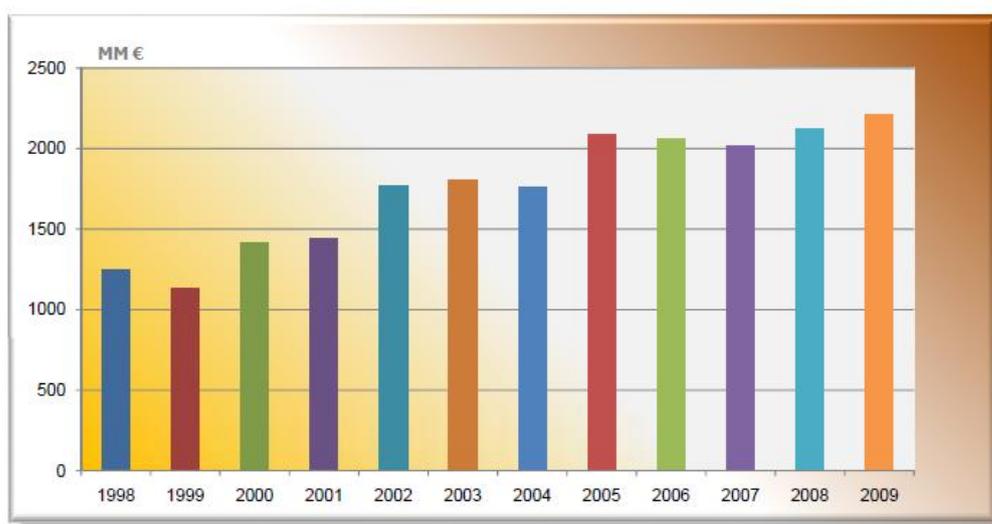
En España se calcula que operan unas 230 empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de productos cosméticos, entre ellas, la práctica totalidad de las primeras firmas mundiales, como Procter & Gamble, Unilever o L'Oréal, por citar sólo algunas de las más conocidas. El valor de mercado de este sector se sitúa en torno a los 4.500 millones de euros (*vid. DKB: Perfumería y cosmética. Mercado ibérico*).

La distribución minorista de perfumería y cosmética cuenta con unos 13.000 puntos de venta y genera un negocio superior a los 7.200 millones de euros al año (*vid. DKB: Distribución de perfumería y cosmética*).

Los datos disponibles desde finales de los años noventa muestran un crecimiento prácticamente ininterrumpido del volumen total de

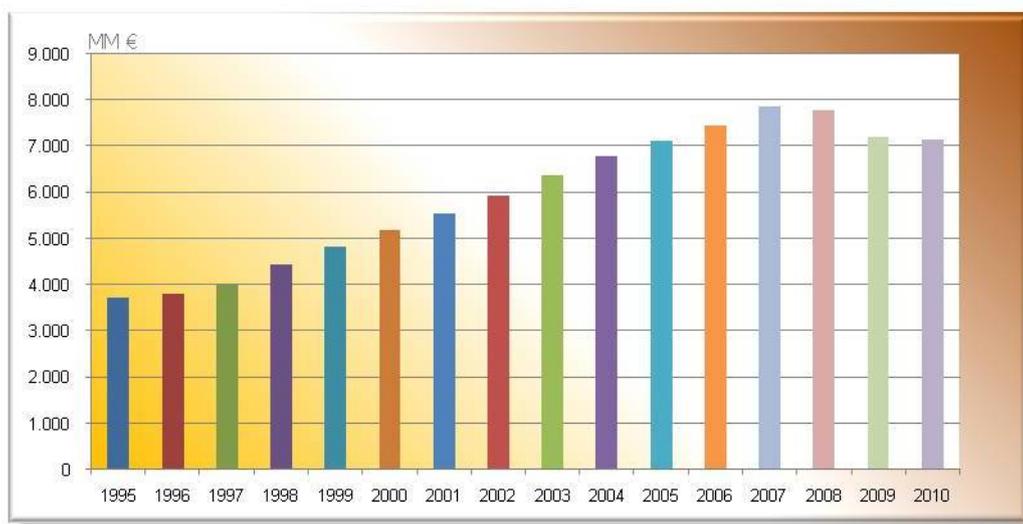
producción del sector cosmético hasta aproximarse a los 2.200 millones de euros en el año 2009 (Gráfico 18).

**Gráfico 18. Evolución del volumen total de producción del sector de la perfumería y la cosmética en España (1998-2009)**



Fuente: INE, tomado de Stanpa – *Información del mercado cosmético*

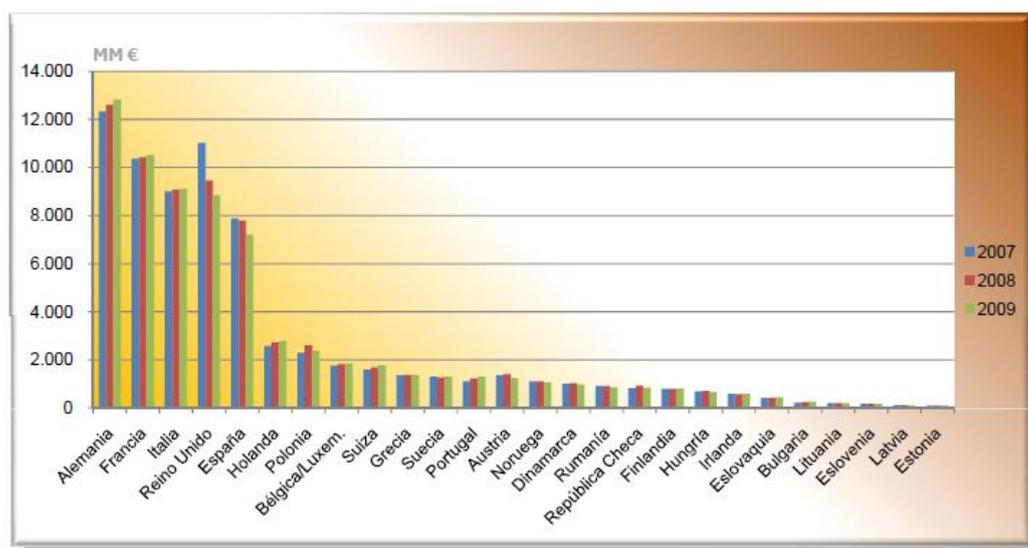
De igual modo, se observa también un crecimiento continuo del consumo de productos cosméticos hasta rozar los 8.000 millones de euros en el año 2007. Desde entonces, se registra un descenso hasta estabilizarse en torno a 7.100 millones de euros en 2010 (Gráfico 19).

**Gráfico 19. Evolución del volumen de consumo del sector de la cosmética en España (1995-2010)**

Fuente: Stanpa – *Información del mercado cosmético*

Esta cifra representa aproximadamente el 10% del mercado de la Unión Europea y convierte a España en el quinto mayor mercado comunitario, por detrás de Alemania, Francia, Inglaterra e Italia (Gráfico 20). El mercado europeo de cosmética es el más importante del mundo, con un consumo de unos 70.300 millones de euros al año. Le sigue Estados Unidos, con unos 40.000 millones. Y en tercer lugar se sitúa Japón, con casi 19.000 millones.

**Gráfico 20. Evolución del volumen de consumo en los mercados europeos de cosmética (2007-2009)**



Fuente: Stanpa – Información del mercado cosmético

### 6.3.2. El mercado de la cirugía estética

Si bien hay documentadas prácticas quirúrgicas orientadas al embellecimiento desde la Antigüedad (*vid.* SECPRE, 2010), no es hasta el siglo XIX cuando la cirugía plástica se desarrolla como una especialidad dentro de la cirugía, para ocuparse de las lesiones causadas por accidentes, quemaduras, amputaciones, enfermedades o anomalías congénitas. El espaldarazo definitivo para su consolidación va a llegar con las dos guerras mundiales del siglo XX, como consecuencia de las numerosas intervenciones realizadas para reconstruir las heridas provocadas en ambos conflictos.

Poco a poco, junto a esta cirugía plástica reparadora, se va consolidando también una rama estética, que ya no lucha contra las heridas traumáticas, sino contra las «imperfecciones» y contra las marcas que deja el paso del tiempo en los cuerpos de personas que no son consideradas «enfermas» desde el punto de vista médico. Por ejemplo: pechos demasiado pequeños o demasiado grandes, aparición de celulitis en los glúteos, acumulación de grasa en el abdomen o en otras zonas del cuerpo, aparición de «bolsas» debajo de los ojos o de arrugas en la expresión de la cara.

La cirugía estética se desarrolla y consolida, sobre todo, en la segunda mitad del siglo XX. Es entonces cuando surgen asociaciones nacionales e internacionales de cirujanos especializados en esta rama y se reconoce institucionalmente como una especialidad dentro de la Medicina. En el caso español, mediante el título de Médico Especialista en Cirugía Plástica, Estética y Reparadora.

La facturación del sector de la cirugía estética se sitúa actualmente en España en torno a los 205 millones de euros anuales. Se calcula que existen cerca 500 clínicas de cirugía estética privadas<sup>20</sup> (*vid. DBK: Estudio Sectores: “Centros médicos especializados”*) y el número total de cirujanos acreditados supera los 550 (Tabla 14).

---

<sup>20</sup> La cirugía plástica reparadora en España está contemplada dentro del ámbito de actuación del Sistema Nacional de Salud, aunque esto no excluya su práctica en el sector privado. La cirugía estética, en cambio, únicamente se realiza en el ámbito sanitario de carácter privado.

**Tabla 14. Número de cirujanos plásticos, por país (2010)**

| Countries by Number of Plastic Surgeons (Top 25) |                |                  |                                   |                             |               |
|--|----------------|------------------|-----------------------------------|-----------------------------|---------------|
| Rank   |                | Plastic Surgeons | Percent of Total Plastic Surgeons | Percent of Total Procedures | Rank in 2009* |
| 1  | U.S.           | 5,970            | 18.1%                             | 17.9%                       | 1             |
| 2  | Brazil         | 5,024            | 15.2%                             | 13.6%                       | 3             |
| 3  | China          | 2,000            | 6.1%                              | 6.8%                        | 2             |
| 4  | India          | 2,000            | 6.1%                              | 6.2%                        | 4             |
| 5  | Japan          | 1,831            | 5.5%                              | 6.4%                        | 6             |
| 6  | Mexico         | 1,518            | 4.6%                              | 4.9%                        | 5             |
| 7  | Italy          | 1,500            | 4.5%                              | 4.4%                        | 13            |
| 8  | Korea, South   | 1,250            | 3.8%                              | 4.2%                        | 7             |
| 9  | France         | 953              | 2.9%                              | 2.8%                        | 14            |
| 10   | Colombia       | 950              | 2.9%                              | 2.7%                        | 18            |
| 11   | Germany        | 863              | 2.6%                              | 2.4%                        | 8             |
| 12   | Turkey         | 700              | 2.1%                              | 2.3%                        | 9             |
| 13   | Spain          | 567              | 1.7%                              | 1.6%                        | 10            |
| 14   | Russia         | 515              | 1.6%                              | 1.5%                        | 12            |
| 15   | United Kingdom | 450              | 1.4%                              | 1.3%                        | 17            |
| 16   | Canada         | 425              | 1.3%                              | 1.4%                        | 15            |
| 17   | Venezuela      | 383              | 1.2%                              | 1.1%                        | 22            |
| 18   | Taiwan         | 350              | 1.1%                              | 1.2%                        | 16            |
| 19   | Argentina      | 347              | 1.1%                              | 1.0%                        | 11            |
| 20   | Greece         | 286              | 0.9%                              | 0.9%                        | 19            |
| 21   | Thailand       | 265              | 0.8%                              | 0.9%                        | 20            |
| 22   | Australia      | 228              | 0.7%                              | 0.8%                        | 21            |
| 23   | Saudi Arabia   | 225              | 0.7%                              | 0.8%                        | 23            |
| 24   | Netherlands    | 215              | 0.7%                              | 0.6%                        | 24            |
| 25   | Romania        | 200              | 0.6%                              | 0.6%                        | *             |

\*National Societies of the following countries materially restated their country's estimated number of plastic surgeons in 2010 compared to the figure used in 2009: Brazil; China; Colombia; France; Italy; and United Kingdom. This may affect ranking comparisons, since 2009 rankings were not recomputed.  
\* Did not place in the Top 25 in 2010. Portugal fell from the Top 25 list in 2010.

Fuente: ISAPS - *International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed 2010*

### 6.3.3. El mercado de los productos dietéticos

El sector dietético ofrece un abanico muy variado de productos. Los más conocidos son los que tienen como propósito fundamental el control de peso, pero también incluye algunos productos alimenticios con usos médicos especiales (principalmente, para trastornos metabólicos y nutrición enteral, es decir, aquella que se lleva a cabo a través de una sonda) y para las personas diabéticas. También se consideran productos

dietéticos los alimentos sin gluten y algunos productos dirigidos a los deportistas.

Se calcula que unas 225 empresas componen el sector de alimentos dietéticos en España, generando aproximadamente 4.000 puestos de trabajo. A pesar de este número relativamente elevado de operadores, los niveles de concentración son bastante acusados: entre los cinco primeros grupos del sector acaparan cerca del 60% de la cuota de mercado (*vid. DBK: Estudio Sectores: “Productos dietéticos”*). Buena parte de los operadores más grandes en el mercado son filiales de compañías multinacionales (Tabla 15).

**Tabla 15. Principales empresas del sector de dietéticos en España (2009)**

| EMPRESA                                | VENTAS MILL. EUROS |
|--|--------------------|
| NESTLÉ ESPAÑA, S.A. *                  | 1.200,00           |
| PULEVA FOOD, S.L. *                    | 443,97             |
| HERO ESPAÑA, S.A. *                    | 212,58             |
| LABORATORIOS ORDESA, S.L. *            | 87,01              |
| ALTER FARMACIA, S.A. *                 | 78,20              |
| CASA SANTIVERI, S.L.                   | 54,20              |
| HERBALIFE INTERNATIONAL ESPAÑA, S.A. * | 52,00              |
| NUMIL NUTRICIÓN, SRL *                 | 50,83              |
| NUTRITION & SANTE IBERIA, S.L.         | 44,50              |
| BIOCENTURY, S.L.U.                     | 41,00              |

\* Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores

Fuente: Alimarket – Informe anual 2010

Los establecimientos de herbodietética que se encuentran activos en España son unos 3.500 y hasta hace pocos años constituían el principal canal para la comercialización de los productos dietéticos. En la actualidad, esta situación ha cambiado, ya que los grandes canales comerciales han ido acaparando cuotas de ventas y son ya la vía de comercialización prioritaria, al menos, para los productos de control de peso y los alimentos sin gluten.

### 6.3.4. El mercado del ejercicio físico

España cuenta con una amplísima red de instalaciones deportivas repartidas por todo el territorio. Según el Censo Nacional de Instalaciones Deportivas de 2005, en esa fecha había más de 79.000 instalaciones, el 65,5% de las cuales eran de titularidad pública. La cifra de instalaciones censadas en 2005 supone un incremento del 16% respecto a los datos del Censo de 1997 y del 62 % respecto a los de 1985 (Tabla 16).

**Tabla 16. Evolución del número de instalaciones deportivas en España (1985-2005)**

|                                | <b>1985</b> | <b>1997</b> | <b>2005</b> |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Número de instalaciones</b> | 48.723      | 66.352      | 79.059      |
| <b>Crecimiento sobre 1985</b>  | --          | 61,62%      | 16,07%      |

Fuente: CSD – *Censo Nacional de Instalaciones Deportivas*

Otro indicador que da cuenta de la importancia del sector del ejercicio físico es el número de gimnasios privados. Se calcula que actualmente existen en España unas 4.600 instalaciones de este tipo. Su facturación anual se sitúa en torno a los 900 millones de euros (*vid.* DBK: *Estudio Sectores: "Gimnasios"*).

La relevancia económica del sector también se refleja en el aumento de las ventas de artículos deportivos, que se sitúan por encima de los 5.000 millones de euros al año. Como sucede con otros sectores para los que se dispone de datos desde los años noventa, se observa un crecimiento sostenido hasta el año 2007, a partir del cual se registra un ligero descenso motivado seguramente por la crisis económica (Gráfico 21).

**Gráfico 21. Evolución del volumen de ventas del sector de artículos deportivos en España (1997-2010)**



Fuente: AFYDAD – *Estudio sobre el mercado deportivo durante 2010*

#### **6.4. El incremento de las ACCIONES de cuidado y conservación a las que los sujetos someten a sus cuerpos para eliminar u ocultar aquellos rasgos que indican obsolescencia**

Las actividades mediadoras de la comunicación pública y de las instituciones que ofrecen productos y servicios para el cuidado de la apariencia corporal se complementan con las intervenciones que las personas realizan *efectivamente* sobre su propio cuerpo para adaptarlo a los paradigmas corporales vigentes.

El análisis de estas prácticas relacionadas con el cuidado del cuerpo se ha dividido en los mismos cuatro ámbitos tratados en el apartado precedente: la cirugía estética, la cosmética, la dietética y el ejercicio físico. Cabe señalar, en todo caso, que, aunque se analicen por separado, no sólo no son excluyentes entre sí, sino que a menudo aparecen combinadas. Por ejemplo, no es extraño que quien inicia un régimen adelgazante para «mantener la línea» lo acompañe de un plan de entrenamiento físico.

##### **6.4.1. El recurso a la cosmética**

La cosmética abarca un abanico muy amplio de prácticas de cuidado corporal, desde las más básicas que tienen que ver con el aseo personal (ducha, afeitado) hasta otras con un componente más claramente estético, como los cortes de pelo y otros cuidados capilares (teñidos, permanentes,

desrizados, mechas), las manicuras y pedicuras, las limpiezas de cutis, los rayos UVA, las depilaciones, los maquillajes, etc.

Estas y otras prácticas basadas en la utilización de productos cosméticos forman ya parte de los hábitos cotidianos de buena parte de los españoles. Existen datos que indican que en España se dedica al cuidado personal cerca de una hora al día como media, sin que haya diferencias relevantes en función de la edad (Tabla 17).

**Tabla 17. Tiempo diario dedicado al cuidado personal en España (2002-2010)**  
(minutos)

|                         | <b>2002-2003</b> | <b>2009-2010</b> |
|-------------------------|------------------|------------------|
| <b>Menos de 25 años</b> | 52               | 52               |
| <b>De 25 a 44 años</b>  | 48               | 48               |
| <b>De 45 a 64 años</b>  | 47               | 50               |
| <b>65 ó más años</b>    | 51               | 56               |
| <b>TOTAL</b>            | 49               | 51               |

Fuente: INE - *Encuesta de empleo del tiempo*

Según datos del INE, los bienes y servicios relacionados con el cuidado personal han pasado de representar el 1,5% del gasto total de los hogares españoles en 1998 a estabilizarse en torno al 2,5% en los últimos años. En términos absolutos, el gasto medio anual por hogar casi se ha triplicado, pasando de 250 a 726 euros. Algo similar ocurre con el gasto medio

anual por persona, que ha pasado de 77 euros en 1998 a 277 en 2010. Cada vez se dedica más dinero a esta partida (Tabla 18)<sup>21</sup>.

**Tabla 18. Evolución del gasto por hogar y por persona en bienes y servicios relacionados con los cuidados personales en España (1998-2010)**

Unidades: Gasto total: miles de euros. Gastos medios: euros

|             | <b>GASTO TOTAL</b> | <b>DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL</b> | <b>GASTO MEDIO POR HOGAR</b> | <b>GASTO MEDIO POR PERSONA</b> |
|-------------|--------------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| <b>1998</b> | 3074598,1          | 1,41                           | 250,71                       | 77,5                           |
| <b>1999</b> | 3425613,69         | 1,48                           | 270,34                       | 85,51                          |
| <b>2000</b> | 4654616,04         | 1,79                           | 355,69                       | 115,06                         |
| <b>2001</b> | 5569347,37         | 1,98                           | 413,52                       | 136,36                         |
| <b>2002</b> | 6080608,48         | 2,06                           | 439,26                       | 147,51                         |
| <b>2003</b> | 6329462,07         | 2,02                           | 446,13                       | 151,64                         |
| <b>2004</b> | 7085191,8          | 2,09                           | 487,68                       | 167,21                         |
| <b>2005</b> | 7685034,14         | 2,06                           | 516,96                       | 178,28                         |
| <b>2006</b> | 12096475,74        | 2,5                            | 762,92                       | 275,96                         |
| <b>2007</b> | 13114876,45        | 2,52                           | 805,56                       | 293,86                         |
| <b>2008</b> | 13466670,19        | 2,52                           | 804,39                       | 297,09                         |
| <b>2009</b> | 13033889,87        | 2,51                           | 763,64                       | 285,39                         |
| <b>2010</b> | 12482534,95        | 2,44                           | 726,95                       | 272,42                         |

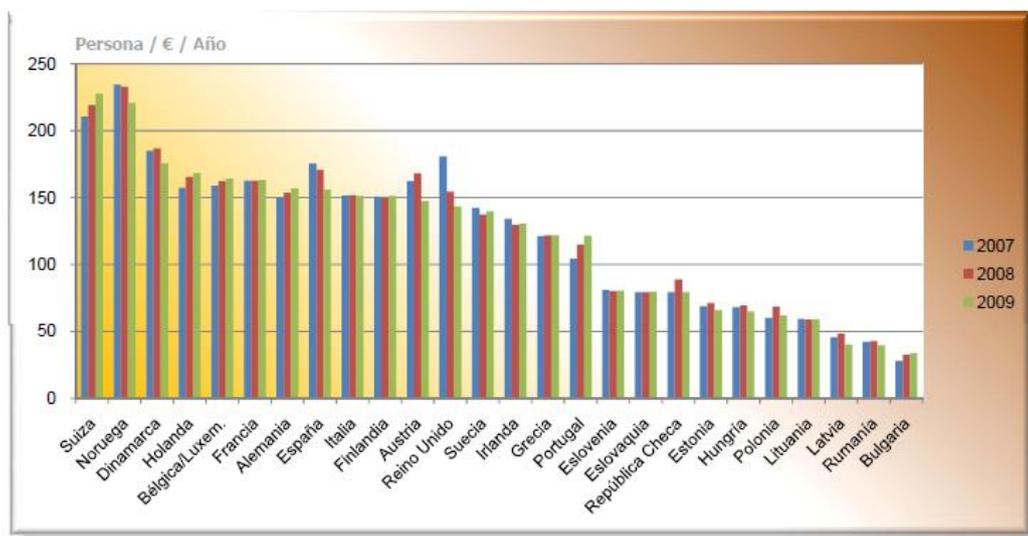
Fuente: Elaboración propia a partir de INE - *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares* e INE - *Encuesta de Presupuestos Familiares*

---

<sup>21</sup> *Vid.* en el Anexo III la relación concreta de bienes y servicios relacionados con el cuidado personal sobre la que trabaja el INE (Tabla 53).

Datos procedentes del propio sector indican un consumo per cápita en productos cosméticos algo por encima de los 150 euros al año en España (Gráfico 22).

**Gráfico 22. Consumo per cápita en productos cosméticos en Europa (2007-2009)**



Fuente: Stanpa – *Información del mercado cosmético*

Dentro del desarrollo generalizado del consumo de cosméticos, se constata también el crecimiento de una línea de productos que interesa particularmente a esta investigación: los denominados productos «anti-edad» o «anti-envejecimiento», es decir, aquellos destinados específicamente a combatir los signos corporales que ponen de manifiesto el paso del tiempo.

No se han encontrado datos específicos sobre este particular para España, pero sí existen cifras que muestran la expansión de estos productos en el mercado internacional, particularmente de las cremas hidratantes para la cara; los tintes para el pelo y las diferentes soluciones contra la caída del cabello; y los blanqueadores dentales (*vid.* ACNielsen, 2004).

Sí existen para España datos sobre la proporción de la población que reconoce consumir productos “anti-envejecimiento”, como reafirmantes, anticelulíticos o antiarrugas. Son mayoría quienes nunca consumen este tipo de productos, pero el porcentaje de quienes los usan crece, de acuerdo con la información disponible. Quienes dicen consumir «mucho» o «bastante» este tipo específico de productos cosméticos representan en torno al 15% del total (Tabla 19).

**Tabla 19. Personas que consumen productos cosméticos “anti-edad” en España (2004-2006)**

|             | <b>MUCHO</b> | <b>BASTANTE</b> | <b>REGULAR</b> | <b>POCO</b> | <b>NADA</b> |
|-------------|--------------|-----------------|----------------|-------------|-------------|
| <b>2004</b> | 3%           | 10%             | 11%            | 10%         | 66%         |
| <b>2005</b> | 2%           | 8%              | 16%            | 12%         | 62%         |
| <b>2006</b> | 4%           | 10%             | 15%            | 15%         | 56%         |

Fuente: Elaboración propia a partir de Fundación Eroski – *Barómetro de Consumo 2004, 2005 y 2007*

#### 6.4.2. El recurso a la cirugía estética

Es habitual leer o escuchar en los medios de comunicación informaciones sobre el imparable crecimiento del sector de la cirugía estética en España<sup>22</sup>. Se dice, por ejemplo, que desde los años noventa el número de operaciones de cirugía estética aumentan un 10% cada año; que los hombres representan ya el 20% de la demanda en un mercado inicialmente protagonizado por las mujeres; o que España es el tercer país del mundo en número de operaciones, sólo por detrás de Estados Unidos y Brasil. Estas y otras afirmaciones ofrecen, en conjunto, una imagen de España como uno de los países donde existe una mayor demanda de operaciones de cirugía estética.

Sin embargo, rara vez se aportan datos concretos que apoyen estas afirmaciones o, si se aportan, ni su origen ni, sobre todo, su fiabilidad quedan claros. La cirugía estética es un fenómeno sobre el que todavía existen muy poca información fiable que permita dimensionar el volumen de intervenciones realizadas y el perfil de quienes se someten a ellas. Los datos disponibles para España son escasos y muy recientes. La OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) realizó en el año 2009 una encuesta sobre cirugía estética a 5.000 habitantes europeos, 724 de ellos españoles. En 2010, la Sociedad Española de Cirugía Plástica, Estética y Reparadora (SECPRE) publicó el informe *La realidad de la cirugía estética en España*, precisamente con el objetivo de comenzar a paliar esta carencia de datos fiables. Y se dispone también de los datos referidos a

---

<sup>22</sup> Vid., por ejemplo, “A la cabeza de la cirugía estética”, *El País*, 10 de noviembre de 2007.

España en dos encuestas realizadas por la *International Society of Aesthetic Plastic Surgery* (ISAPS), una en 2009 y otra en 2010. La información que se ofrece a continuación procede de estas tres fuentes.

#### **6.4.2.1. El número de intervenciones estéticas**

Desde el punto vista médico, cabe dividir las intervenciones estéticas en dos tipos: las quirúrgicas y las no quirúrgicas. Estas últimas consisten en tratamientos estéticos denominados «no invasivos» por no requerir cirugía; persiguen resultados similares, aunque tienen menor durabilidad y, en consecuencia, requieren de un mantenimiento más continuado.

La Tabla 20 y la Tabla 21 recogen los principales tipos de intervenciones estéticas quirúrgicas y no quirúrgicas que se realizan en la actualidad.

**Tabla 20. Tipos de cirugía estética que se realizan en la actualidad**

| <b>CIRUGÍA FACIAL</b>   | <b>LIPOSUCCIÓN</b>  | <b>CIRUGÍA DE LA MAMA</b>   | <b>CIRUGÍA CORPORAL</b>  |
|---|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· Lifting temporal</li> <li>· Lifting facial</li> <li>· Lifting cervical</li> <li>· Lifting corto o minilifting</li> <li>· Cirugía de la calvicie</li> <li>· Cirugía de los párpados</li> <li>· Cirugía de la nariz</li> <li>· Cirugía de labio</li> <li>· Cirugía de mentón</li> <li>· Cirugía de las orejas</li> <li>· Cirugía de los lóbulos seniles</li> <li>· Relleno de grasa.</li> <li>Lipoestructura</li> <li>· Otros implantes / rellenos faciales</li> <li>· Láser (resurfacing)</li> <li>· Dermoabrasión</li> <li>· Peeling profundo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· Facial</li> <li>· Cervical</li> <li>· De brazos</li> <li>· Torácica</li> <li>· Abdominal</li> <li>· De flancos</li> <li>· Circunferencial</li> <li>· Espalda</li> <li>· Glúteos</li> <li>· Trocánteres</li> <li>· Muslos</li> <li>· Rodillas</li> <li>· Piernas</li> <li>· Tobillos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· Implante pectoral en varones</li> <li>· Aumento de mamas</li> <li>· Reducción de mama</li> <li>· Elevación de mama o mastopexia</li> <li>· Asimetría de mama</li> <li>· Reconstrucción de mama</li> <li>· Cirugía de pezón y areola</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· Abdominoplastia corta o mini</li> <li>· Abdominoplastia completa</li> <li>· Cirugía postbariátrica o postobesidad</li> <li>· Lifting de brazos</li> <li>· Lifting de glúteos</li> <li>· Lifting de muslos</li> <li>· Aumento de glúteo</li> <li>· Aumento de gemelos</li> </ul> |

Fuente: SECPRE (2010): 19

**Tabla 21. Tratamientos estéticos que se realizan en la actualidad**

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· Carboxiterapia</li> <li>· Crioterapia</li> <li>· Cavitación</li> <li>· Demoabrasión</li> <li>· Dietoterapia</li> <li>· Drenaje linfático</li> <li>· Electrodepilación</li> <li>· Electroexcisión</li> <li>· Electrolipólisis</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· Electroterapia</li> <li>· Esclerosis de varices</li> <li>· Fitoterapia</li> <li>· Flebectomía</li> <li>· Flebología</li> <li>· Fotodepilación</li> <li>· Hilos de sustentación</li> <li>· Infiltraciones</li> <li>· Infrarrojos y ultravioletas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· Láserterapia</li> <li>· Luz pulsada intensa</li> <li>· Masaje subdérmico</li> <li>· Materiales de relleno</li> <li>· Mesoterapia</li> <li>· Micropigmentación</li> <li>· Oxigenoterapia / Ozonoterapia</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· Peeling físico-químico</li> <li>· Presoterapia</li> <li>· Resurfacing</li> <li>· Rinomodelación no quirúrgica</li> <li>· Temoterapia</li> <li>· Tratamiento arrugas de expresión</li> <li>· Ultrasonidos</li> </ul> |
|--|---|--|--|

Fuente: SECPRE (2010): 21

El número total mundial de intervenciones estéticas quirúrgicas y no quirúrgicas realizadas anualmente por cirujanos plásticos certificados supera en la actualidad los 17 millones, con Estados Unidos y Brasil a la cabeza. Sólo estos dos países acogen el 35% de intervenciones realizadas en todo el mundo. España se sitúa en esta lista en el puesto 13, con más de 300.000 intervenciones estéticas al año (Tabla 22).

**Tabla 22. Número de operaciones plásticas quirúrgicas y no quirúrgicas por país (2010)**

| Countries by Total Number of Procedures (Top 25) |                |                           |                                |                              |                                   |                  |                       |               |
|--|----------------|---------------------------|--------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|------------------|-----------------------|---------------|
| Rank   |                | Total Surgical Procedures | % of total surgical procedures | Total Nonsurgical Procedures | % of total nonsurgical procedures | Total Procedures | % of total procedures | Rank in 2009* |
| 1  | U.S.           | 1,620,855                 | 17.1%                          | 1,693,437                    | 18.6%                             | 3,314,292        | 17.9%                 | 1             |
| 2  | Brazil         | 1,592,106                 | 16.8%                          | 925,672                      | 10.2%                             | 2,517,778        | 13.6%                 | 2             |
| 3  | China          | 588,880                   | 6.2%                           | 676,280                      | 7.4%                              | 1,265,160        | 6.8%                  | 3             |
| 4  | Japan          | 525,790                   | 5.6%                           | 657,530                      | 7.2%                              | 1,183,320        | 6.4%                  | 6             |
| 5  | India          | 553,420                   | 5.8%                           | 593,640                      | 6.5%                              | 1,147,060        | 6.2%                  | 4             |
| 6  | Mexico         | 437,351                   | 4.6%                           | 479,749                      | 5.3%                              | 917,100          | 4.9%                  | 5             |
| 7  | Italy          | 396,750                   | 4.2%                           | 418,995                      | 4.6%                              | 815,745          | 4.4%                  | 9             |
| 8  | Korea, South   | 361,988                   | 3.8%                           | 408,925                      | 4.5%                              | 770,913          | 4.2%                  | 7             |
| 9  | France         | 261,198                   | 2.8%                           | 249,943                      | 2.7%                              | 511,142          | 2.8%                  | 14            |
| 10   | Colombia       | 319,305                   | 3.4%                           | 173,822                      | 1.9%                              | 493,126          | 2.7%                  | 17            |
| 11   | Germany        | 229,273                   | 2.4%                           | 218,615                      | 2.4%                              | 447,888          | 2.4%                  | 8             |
| 12   | Turkey         | 205,114                   | 2.2%                           | 224,196                      | 2.5%                              | 429,310          | 2.3%                  | 11            |
| 13   | Spain          | 150,459                   | 1.6%                           | 154,190                      | 1.7%                              | 304,649          | 1.6%                  | 12            |
| 14   | Russia         | 138,854                   | 1.5%                           | 135,728                      | 1.5%                              | 274,583          | 1.5%                  | 10            |
| 15   | Canada         | 117,164                   | 1.2%                           | 138,559                      | 1.5%                              | 255,723          | 1.4%                  | 16            |
| 16   | United Kingdom | 118,467                   | 1.3%                           | 116,645                      | 1.3%                              | 235,112          | 1.3%                  | 18            |
| 17   | Taiwan         | 102,708                   | 1.1%                           | 118,409                      | 1.3%                              | 221,116          | 1.2%                  | 19            |
| 18   | Venezuela      | 130,595                   | 1.4%                           | 79,848                       | 0.9%                              | 210,443          | 1.1%                  | 20            |
| 19   | Argentina      | 117,140                   | 1.2%                           | 76,954                       | 0.8%                              | 194,094          | 1.0%                  | 13            |
| 20   | Thailand       | 77,417                    | 0.8%                           | 85,205                       | 0.9%                              | 162,623          | 0.9%                  | 21            |
| 21   | Greece         | 76,471                    | 0.8%                           | 82,531                       | 0.9%                              | 159,002          | 0.9%                  | *             |
| 22   | Saudi Arabia   | 66,310                    | 0.7%                           | 74,702                       | 0.8%                              | 141,012          | 0.8%                  | 25            |
| 23   | Australia      | 61,364                    | 0.6%                           | 78,662                       | 0.9%                              | 140,026          | 0.8%                  | 22            |
| 24   | Netherlands    | 57,358                    | 0.6%                           | 55,163                       | 0.6%                              | 112,520          | 0.6%                  | *             |
| 25   | Romania        | 52,854                    | 0.6%                           | 52,232                       | 0.6%                              | 105,086          | 0.6%                  | *             |

\*National Societies of the following countries materially restated their country's estimated number of plastic surgeons in 2010 compared to the figure used in 2009: Brazil; China; Colombia; France; Italy; and United Kingdom. This may affect ranking comparisons, since 2009 rankings were not recomputed.

\* Did not place in Top 25 in 2010. Hungary, Portugal, and Belgium fell from the Top 25 list in 2011.

Fuente: ISAPS - *International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed in 2010*

En 2009, un 15% de españoles reconocía haberse sometido a alguna operación o tratamiento estético: el 23% de las mujeres (el 14% en intervenciones quirúrgicas y el 9% en tratamientos estéticos) y el 5% de los hombres (el 3% en intervenciones quirúrgicas y el 2% en tratamientos estéticos) (*vid.* OCU, 2009).

#### **6.4.2.2. Las intervenciones quirúrgicas más demandadas**

Las intervenciones quirúrgicas más demandadas en España son el aumento, elevación o reducción de pecho; la blefaroplastia (elevación del párpado inferior o superior para eliminar las «bolsas» de los ojos); la liposucción (extracción de grasa); la rinoplastia (modificación de la forma de la nariz); la abdominoplastia (eliminación del exceso de piel y de grasa de la zona abdominal) y el *lifting* o estiramiento facial (Tabla 23).

**Tabla 23. Procedimientos plásticos quirúrgicos realizados en España, por tipo de intervención (2009-2010)**

|   | <b>2009</b>    | <b>2010</b>    |
|---|----------------|----------------|
| <b>Abdominoplastia</b>  | 7,484          | 8,754          |
| <b>Blefaroplastia</b>   | 12,740         | 25,073         |
| <b>Aumento de pecho</b>   | 23,548         | 28,787         |
| <b>Elevación de pecho</b>   | 7,785          | 10,178         |
| <b>Reducción de pecho (mujeres)</b>                                     | 4,270          | 10,257         |
| <b>Aumento de glúteos</b>   | 1,208          | 420            |
| <b>Elevación de glúteos</b>   | 153            | 516            |
| <b>Implante de pómulos</b>  | 3,929          | 663            |
| <b>Aumento de barbilla</b>  | 4,496          | 1,355          |
| <b>Lifting facial</b>   | 5,517          | 7,853          |
| <b>Lifting de la frente</b>   | 4,043          | 1,639          |
| <b>Ginecomastia (reducción de pecho en hombres)</b>                     | 3,515          | 4,292          |
| <b>Trasplante capilar</b>   | 74             | 635            |
| <b>Aumento de labios (distinto de los tratamientos con inyecciones)</b> | 4,536          | 3,827          |
| <b>Liposucción</b>  | 33,073         | 25,027         |
| <b>Elevación de la parte inferior del cuerpo</b>                        | 754            | 1,565          |
| <b>Operación de las orejas</b>  | 5,596          | 5,647          |
| <b>Operación de la nariz</b>  | 17,617         | 9,526          |
| <b>Elevación de muslos</b>  | 607            | 1,435          |
| <b>Elevación de la parte superior del brazo</b>                         | 641            | 1,627          |
| <b>Rejuvenecimiento vaginal</b>   | 754            | 1,383          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>142,340</b> | <b>150,459</b> |

Fuente: ISAPS - *International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed*

Las mujeres se muestran más proclives a operarse los pechos, el vientre, los muslos, la nariz y la cintura; mientras que los hombres se decantan principalmente por la nariz y el pelo (*vid.* OCU, 2009). Como se puede apreciar, la mayoría de estas intervenciones tiene que ver, de uno u otro modo, con el disimulo de la obsolescencia corporal.

#### **6.4.2.3. Los tratamientos «no invasivos» más demandados**

En lo que respecta a las intervenciones no quirúrgicas, las más demandadas son las inyecciones de toxina botulínica (popularmente conocido como bótox, es un tratamiento facial para combatir las patas de gallo, las arrugas del entrecejo o los surcos en la frente); las inyecciones de ácido hialurónico (se utiliza para prevenir arrugas mediante la hidratación de la epidermis); la depilación láser (para la eliminación definitiva del vello en diferentes partes del cuerpo); los implantes autólogos de grasa (transferencia de grasa de una a otra parte del paciente) y el tratamiento láser IPL (para depilaciones o para prevenir las arrugas mediante la activación del colágeno presente en la piel). Es reseñable también el conjunto de intervenciones «no invasivas» encaminadas al rejuvenecimiento facial (Tabla 24).

**Tabla 24. Procedimientos plásticos no quirúrgicos realizados en España, por tipo de intervención (2009-2010)**

|                                |  | <b>2009</b>    | <b>2010</b>    |
|--------------------------------|--|----------------|----------------|
| <b>INYECTABLES</b>             | <b>Implante autólogo de grasa</b>                          | 7,524          | 12,247         |
|                                | <b>Toxina botulínica (ya sea Botox o Dysport)</b>          | 85,430         | 50,395         |
|                                | <b>Hidroxiapatita de Calcio</b>                            | 7,331          | 3,260          |
|                                | <b>Colágeno</b>  | 187            |                |
|                                | <b>Ácido hialurónico</b>                                   | 34,627         | 51,915         |
|                                | <b>Ácido Poliláctico</b>                                   | 754            |                |
|                                | <b>Poli-metil-metacrilato</b>                              | 3,022          |                |
|                                | <b>Otros materiales de relleno</b>                         | 3,555          |                |
| <b>REJUVENECIMIENTO FACIAL</b> | <b>Peeling químico</b>                                     | 2,455          | 4,406          |
|                                | <b>Dermoabrasión</b>                                       | 1,361          | 1,905          |
|                                | <b>Láser Fraxel</b>  | 868            |                |
|                                | <b>Tratamiento con Láser de Luz Pulsada Intensa (IPL).</b> | 6,764          | 7,740          |
|                                | <b>Rejuvenecimiento facial con laser</b>                   | 4,689          | 2,863          |
|                                | <b>Microdermoabrasion</b>                                  | 907            | 3,016          |
|                                | <b>Estiramientos faciales no invasivos</b>                 | 3,703          | 3,566          |
| <b>OTROS</b>                   | <b>Lipólisis por inyección</b>                             | 5,029          |                |
|                                | <b>Lipoplastia con láser</b>                               |                | 567            |
|                                | <b>Láser para la depilación</b>                            | 9,225          | 8,239          |
|                                | <b>Láser para tratar las venas en las piernas</b>          | 6,991          |                |
|                                | <b>Alargamiento de pene</b>                                |                | 788            |
|                                | <b>Escleroterapia o tratamiento de varices</b>             | 40             | 3,283          |
| <b>TOTAL</b>                   |  | <b>184,462</b> | <b>154,190</b> |

Fuente: ISAPS - *International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed*

### 6.4.3. El recurso a la dietética

Numerosos estudios, en España y en otros países, muestran correspondencias entre la insatisfacción con el propio cuerpo y la modificación de la conducta alimentaria. Está muy extendida la idea de que, a través de la alimentación, se puede alcanzar una determinada imagen corporal<sup>23</sup>.

Aproximadamente, la mitad de la población reconoce en España cuidar «bastante» o «mucho» sus hábitos de alimentación para mantener una buena figura. Sólo un 8% afirma no prestar ninguna atención a esta cuestión (Tabla 25).

**Tabla 25. Personas que cuidan mucho sus hábitos de alimentación para mantener una buena figura en España (2004-2006)**

|             | <b>MUCHO</b> | <b>BASTANTE</b> | <b>REGULAR</b> | <b>POCO</b> | <b>NADA</b> |
|-------------|--------------|-----------------|----------------|-------------|-------------|
| <b>2004</b> | 18%          | 28%             | 29%            | 13%         | 12%         |
| <b>2005</b> | 18%          | 29%             | 33%            | 11%         | 8%          |
| <b>2006</b> | 18%          | 30%             | 32%            | 12%         | 8%          |

Fuente: Elaboración propia a partir de Fundación Eroski – *Barómetro de Consumo 2004, 2005 y 2007*

<sup>23</sup> Aunque queda fuera del ámbito de esta tesis doctoral, cabe mencionar que la obsesión por la imagen está provocando cada vez más trastornos en el comportamiento alimentario, con consecuencias dramáticas para quienes los padecen. Existen varios estudios sobre el tema en España. Un análisis del fenómeno puede encontrarse, por ejemplo, en Toro (1996).

La modelación del cuerpo mediante la alimentación consiste, básicamente, en el incremento del consumo de alimentos considerados beneficiosos para «mantener la línea» (verduras, hortalizas, frutas, pescado...), la eliminación o la reducción del consumo de alimentos percibidos como perjudiciales por ser excesivamente calóricos (dulces, embutidos, pan...) o su sustitución por productos similares en su versión *light*. También se actúa sobre las técnicas culinarias, dando prioridad a la cocción al vapor, los hervidos, los pescados y las carnes a la plancha o el consumo en crudo, en lugar de los fritos y de las salsas.

Ya se ha señalado que la importancia creciente de los productos dietéticos en España se refleja en su inclusión en el IPC, así como en la Encuesta de Presupuestos Familiares como una partida específica dentro de los “Alimentos y bebidas no alcohólicas”<sup>24</sup>. El peso de esta partida en el conjunto del gasto de los hogares es pequeño, en términos relativos y absolutos, pero no deja de crecer desde 2006 (Tabla 26).

---

<sup>24</sup> Según la clasificación internacional de consumo COICOP (*Classification Of Individual Consumption by Purpose*), utilizada por el INE, los productos dietéticos incluyen: productos dietéticos preparados a base de carne, de pescado, de fruta, de verduras o legumbres; leche de soja; aceites dietéticos; pan dietético, pan ácimo, pan sin gluten...

**Tabla 26. Evolución del gasto por hogar y por persona en productos dietéticos en España (2006-2010)**

Unidades: Gasto total: miles de euros. Gastos medios: euros

|             | <b>GASTO TOTAL</b> | <b>DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL</b> | <b>GASTO MEDIO POR HOGAR</b> | <b>GASTO MEDIO POR PERSONA</b> |
|-------------|--------------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| <b>2006</b> | 502465,96          | 0,1                            | 31,69                        | 11,46                          |
| <b>2007</b> | 591207,13          | 0,11                           | 36,31                        | 13,25                          |
| <b>2008</b> | 712544,72          | 0,13                           | 42,56                        | 15,72                          |
| <b>2009</b> | 702900,82          | 0,14                           | 41,18                        | 15,39                          |
| <b>2010</b> | 745288,37          | 0,15                           | 43,4                         | 16,27                          |

Fuente: INE - *Encuesta de Presupuestos Familiares*

En torno a un 10% de los españoles afirma adquirir habitualmente productos dietéticos. Entre los alimentos de este tipo más demandados, se encuentran las tortitas de arroz (suponen el 45% de todas las ventas en volumen y algo más del 52% en valor) y las galletas (con porcentajes del 21,5% y de casi el 19%, respectivamente). A bastante distancia, se encuentran las mermeladas, los chocolates, los sustitutivos del pan y los cereales. Con porcentajes todavía poco importantes, aparecen algunos productos de bollería, las pastas y los zumos. Cabe destacar también las bebidas *light* o sin azúcar, que suponen el 25% del total de bebidas refrescantes (*vid. DBK: Estudio Sectores: "Productos dietéticos"*).

#### 6.4.4. El recurso al ejercicio físico

El ejercicio físico es otra de los recursos que utilizan los sujetos para moldear su aspecto. Obviamente, no toda práctica deportiva está encaminada a este fin. Los motivos que llevan a las personas a practicar deporte son muy variados y dependen de diversos factores. A través del ejercicio físico, hay quienes buscan establecer relaciones sociales, quienes desean canalizar su espíritu competitivo, quienes quieren cuidar su salud o quienes aspiran a cuidar su imagen. Y también hay quienes buscan varias de estas cosas al mismo tiempo. La práctica deportiva responde a motivaciones muy variadas que no tienen por qué ser excluyentes entre sí. Pero parece claro que, en las actuales sociedades globalizadas, a través del ejercicio físico no sólo se pretende estar sano y en forma, sino también tener buena apariencia.

En este apartado, se ofrecen algunos datos que muestran cómo, en las últimas tres décadas, la práctica deportiva ha ido evolucionando en España desde un carácter elitista vinculado a la competición reglada hacia una dimensión lúdica abierta al conjunto de la población. Esta nueva concepción del deporte contribuye a la mejora de la forma física de sus practicantes, al tiempo que favorece su inserción e integración en la sociedad. Una de las dimensiones más relevantes (aunque no sea la única) de esa nueva forma de entender el ejercicio físico tiene que ver con el moldeamiento de la apariencia corporal.

Los datos que se ofrecen proceden en su mayor parte de la *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*, realizada con periodicidad quinquenal por el CSD (Consejo Superior de Deportes) desde 1980 y dirigida por el profesor Manuel García Ferrando.

#### 6.4.4.1. La práctica deportiva ocupa un lugar cada vez más relevante entre las actividades de ocio de los españoles

En los últimos treinta años, el deporte ha rebasado los círculos minoritarios y se ha convertido en un hábito cotidiano para millones de españoles. Siguen siendo mayoría quienes no hace ningún tipo de ejercicio físico, pero cada vez son más las personas que practican habitualmente algún deporte y cada vez es más el tiempo que cada persona dedica a la práctica deportiva. Entre 1975 y 2010, el número de personas mayores de 15 años que practican al menos un deporte casi se ha duplicado, pasando de un 22% a un 40% (Tabla 27).

**Tabla 27. Evolución de la práctica deportiva en España en mayores de 15 años (1975-2010)**

|                                       | 1975 | 1980 | 2010 |
|---------------------------------------|------|------|------|
| <b>PRACTICA UNO O VARIOS DEPORTES</b> | 22%  | 25%  | 40%  |
| <b>NO PRACTICA NINGÚN DEPORTE</b>     | 78%  | 75%  | 60%  |

Fuente: García Ferrando y Llopis Goig (2011: 42) a partir de CSD – *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*

Si el análisis se realiza por edades, se observa un progresivo crecimiento de la práctica deportiva en las edades mayores. En los años ochenta, hacer deporte era, sobre todo, cosa de jóvenes. Las personas mayores, como mucho, paseaban y hacían algo de gimnasia. Desde entonces, se está pasando, de manera todavía relativamente minoritaria pero imparable, a la normalización de la práctica deportiva en la población mayor de 65 años en términos parecidos a la que lleva a cabo la población de menor edad.

Como se puede observar en la Tabla 28, en el período analizado, los incrementos porcentuales más importantes se producen en las edades mayores: un 31% en la población de 35 a 44 años, un 26% de 45 a 54 años y de 44 a 64 años, un 19% en los mayores de 65 años, con la particularidad de que en este último caso se parte de una ausencia casi total de practicantes según los primeros datos disponibles, referidos a los años ochenta.

**Tabla 28. Evolución de del porcentaje de población que practica deporte en España, por edades (1980-2010)**

|                      | <b>1980</b> | <b>2010</b> |
|----------------------|-------------|-------------|
| <b>15-24 años</b>    | 52%         | 60%         |
| <b>25-34 años</b>    | 34%         | 54%         |
| <b>35-44 años</b>    | 13%         | 44%         |
| <b>45-54 años</b>    | 8%          | 34%         |
| <b>55-64 años</b>    | 4%          | 30%         |
| <b>65 y más años</b> | --          | 19%         |

Fuente: García Ferrando y Goig Llopis (2011: 53) a partir de CSD – *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*

Un indicador más preciso para saber hasta qué punto la práctica deportiva forma parte de los hábitos cotidianos de los españoles lo ofrece la frecuencia con la que se practica deporte, que también crece. Entre quienes practican algún deporte, más de la mitad (el 57%) lo hace un mínimo de tres veces por semana. Este porcentaje supone un incremento de ocho unidades porcentuales con respecto a 1990 (Tabla 29).

**Tabla 29. Evolución de la frecuencia de la práctica deportiva (1990-2010)**

|                                    | <b>1990</b> | <b>2000</b> | <b>2005</b> | <b>2010</b> |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Tres veces o más por semana</b> | 31%         | 49%         | 49%         | 57%         |
| <b>Una o dos veces por semana</b>  | 28%         | 38%         | 37%         | 37%         |
| <b>Con menos frecuencia</b>        | 41%         | 13%         | 14%         | 6%          |

Fuente: García Ferrando y Goig Llopis (2011: 66) a partir de CSD – *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*

Los grupos de edad que practican deporte con más regularidad son los más jóvenes (de 15 a 24 años) y los más mayores (de 55 a 64 años, 65 y más años) (Tabla 30).

**Tabla 30. Evolución del porcentaje de población que practica deporte tres veces o más por semana en España, por edades (2000-2010)**

|                      | 2000 | 2005 | 2010 |
|----------------------|------|------|------|
| <b>15-24 años</b>    | 67%  | 55%  | 62%  |
| <b>25-34 años</b>    | 49%  | 47%  | 53%  |
| <b>35-44 años</b>    | 45%  | 44%  | 49%  |
| <b>45-54 años</b>    | 44%  | 45%  | 53%  |
| <b>55-64 años</b>    | 35%  | 50%  | 58%  |
| <b>65 y más años</b> | 51%  | 56%  | 65%  |

Fuente: García Ferrando y Goig Llopis (2011: 68) a partir de CSD – *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*

Datos procedentes de la *Encuesta de Empleo del Tiempo* del INE revelan que los españoles dedican una media de 46 minutos al día a hacer deporte. Por edades, quienes tienen 65 o más años son los que más tiempo hacen deporte cada día (Tabla 31).

**Tabla 31. Tiempo diario dedicado al ejercicio físico en España (2002-2003)**  
(minutos)

|                         | 2002-2003 |
|-------------------------|-----------|
| <b>Menos de 25 años</b> | 45        |
| <b>De 25 a 44 años</b>  | 34        |
| <b>De 45 a 64 años</b>  | 48        |
| <b>65 ó más años</b>    | 69        |
| <b>TOTAL</b>            | 46        |

Fuente: INE - *Encuesta de Empleo del Tiempo*

**6.4.4.2. Aumentan las modalidades de práctica deportiva que cabe relacionar con el cuidado de la apariencia del cuerpo, aunque no sea ésta la única motivación que impulsa a quienes las practican**

Poco a poco, los deportes de índole federativo, orientado al entrenamiento disciplinado que prepara para la competición deportiva reglada (fútbol, baloncesto, balonmano, atletismo, tenis, entre otros), pierden peso entre el conjunto de practicantes en favor de nuevas formas de practicar el deporte de tipo recreativo y ocioso. La exaltación moral del esfuerzo, la disciplina y el juego limpio que acompañan al deporte de competición propio de las sociedades industriales van cediendo espacio en las últimas décadas a una creciente variedad de ofertas y comportamientos deportivos que prometen placer, diversión, evasión, relajación, aventura, salud o moldeamiento del cuerpo.

La evidencia empírica es clara: el 74% de quienes hacían deporte en 2010 lo realizaban «sin preocuparse de competir», frente al 63% en 1995 (Tabla 32).

**Tabla 32. Carácter competitivo o recreativo de la práctica deportiva en España (1995-2010)**  
(porcentajes sobre total practicantes deportivos)

|  | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 |
|--|------|------|------|------|
| <b>Participa en ligas o competiciones deportivas nacionales</b>  | 5    | 3    | 3    | 3    |
| <b>Participa en ligas o competiciones locales o provinciales</b> | 15   | 12   | 11   | 10   |
| <b>Compite con amigos por divertirse</b>                         | 16   | 15   | 12   | 12   |
| <b>Hace deporte sin preocuparse de competir</b>                  | 63   | 66   | 70   | 74   |

Fuente: García Ferrando y Llopis Goig (2011: 80) a partir de CSD – *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*

Coherentemente con estos datos, la mayoría de los deportes de índole federativa y competitiva ofrecen porcentajes de práctica cada vez más bajos, al tiempo que aumentan los practicantes de las modalidades deportivas recreativas, en especial de los distintos tipos de gimnasia<sup>25</sup>.

De hecho, si se considera globalmente la gran variedad de actividades de gimnasia que se ofertan tanto en instalaciones públicas como privadas, incluidas las actividades que pueden realizarse en casa, los datos muestran que la gimnasia es ya la modalidad físico-deportiva más practicada en España. El 34% del total de practicantes realiza algún tipo de gimnasia. Este porcentaje es superior a los correspondientes a la práctica del fútbol

---

<sup>25</sup> Se engloban aquí: actividad física con acompañamiento musical (*gym jazz*, danza del vientre, *hip hop*, capoeira); actividad física de inspiración oriental (yoga, *tai chi*, *aikido*); gimnasia, actividad físico deportiva en casa (de mantenimiento); gimnasia, actividad físico deportiva en piscina (*aqua aerobic*, *aqua gym*, *aqua fitness*); gimnasia, actividad físico deportiva intensa en centro deportivo (*aerobic*, *spinning*, *body power*); y gimnasia, actividad físico deportiva suave en centro deportivo (pilates, mantenimiento).

(24,6%) y de la natación (22,9%), que tradicionalmente han sido los dos deportes más practicados en España. Las diferentes modalidades de gimnasia se han convertido en pocos años en el tipo de oferta de práctica deportiva más popular. En la Tabla 33, en la que aparecen recogidos los diez deportes más practicados, se puede apreciar la evolución de esta tendencia entre 1980 y 2010.

**Tabla 33. Evolución de las 10 actividades físico-deportivas más practicadas en España (1980-2010)**  
(porcentajes sobre total practicantes deportivos)

|   | 1980 | 2005  | 2010  |
|---|------|-------|-------|
| <b>Gimnasia y actividad física guiada</b>                                       | 22%  | 26,3% | 34,6% |
| <b>Fútbol (en campo grande, fútbol sala, futrigo y fútbol 7)</b>                | 34%  | 26,6% | 24,6% |
| <b>Natación (recreativa y de competición)</b>                                   | 50%  | 32,6% | 22,9% |
| <b>Ciclismo (recreativo y de competición)</b>                                   | 12%  | 19,1% | 19,8% |
| <b>Carrera a pie (footing o running)</b>  | ---  | 11,1% | 12,9% |
| <b>Actividad en el medio natural (senderismo, montañismo, excursionismo...)</b> | ---  | 11,9% | 8,6%  |
| <b>Baloncesto (en cancha grande y minibasket)</b>                               | 12%  | 9,4%  | 7,7%  |
| <b>Tenis</b>  | 21%  | 8,9%  | 6,9%  |
| <b>Atletismo</b>  | 11%  | 7,2%  | 6%    |
| <b>Pádel</b>  | ---  | ---   | 5,9%  |
| <b>Musculación, culturismo y halterofilia</b>                                   | ---  | 6,8%  | ---   |

Fuente: García Ferrando (2006a: 79, 2006b: 28) y García Ferrando y Llopis Goig (2011: 87) a partir de CSD – *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*

Cabe relacionar este auge de las diferentes modalidades de gimnasia con el cuidado de la apariencia corporal, aunque los motivos que llevan a las personas a practicar gimnasia son muy variados. Uno de cada cuatro españoles afirma que practica deporte (sin especificar qué deporte practica) por «mantener la línea» (Tabla 34).

**Tabla 34. Evolución de los motivos por los que hace deporte la población practicante en España (1980-2010)**

|   | 1980 | 1990 | 2000 | 2005 | 2010 |
|---|------|------|------|------|------|
| <b>Por hacer ejercicio físico</b>           | 58%  | 58%  | 58%  | 60%  | 70%  |
| <b>Por diversión y pasar el tiempo</b>      | 51%  | 46%  | 44%  | 47%  | 50%  |
| <b>Por mantener y/o mejorar la salud</b>    | --   | --   | 27%  | 32%  | 48%  |
| <b>Porque le gusta el deporte</b>           | 47%  | 40%  | 34%  | 34%  | 41%  |
| <b>Por encontrarse con amigos/as</b>        | 25%  | 28%  | 24%  | 23%  | 28%  |
| <b>Por mantener la línea</b>                | 15%  | 15%  | 13%  | 16%  | 23%  |
| <b>Por evasión (escapar de lo habitual)</b> | 14%  | 8%   | 8%   | 10%  | 15%  |
| <b>Porque le gusta competir</b>             | --   | 4%   | 4%   | 3%   | 5%   |
| <b>Otros motivos</b>                        | 2%   | 4%   | 2%   | 3%   | 4%   |

Fuente: García Ferrando (1991: 79; 2006: 142) y García Ferrando y Llopis Goig (2011: 168) a partir de CSD – *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*

Si este motivo de la práctica deportiva se pone en relación con cada tipo de deporte practicado, los datos muestran que el objetivo «mantener la línea» está presente, sobre todo, entre los practicantes de gimnasia (Tabla 35).

**Tabla 35. Motivos por los que hace deporte la población practicante, por tipo de deporte practicado (2010)**

|   | Natación recreativa | Deportes de pelota <sup>26</sup> | Ciclismo recreativo | Gimnasia <sup>27</sup> | Deportes en la naturaleza <sup>28</sup> | Correr <sup>29</sup> | Deportes de raqueta <sup>30</sup> | Deportes en el agua <sup>31</sup> | Artes marciales <sup>32</sup> |
|---|---------------------|----------------------------------|---------------------|------------------------|---|----------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| <b>Por diversión y pasar el tiempo</b>      | 47%                 | 63%                              | 54%                 | 38%                    | 57%                                     | 45%                  | 58%                               | 54%                               | 52%                           |
| <b>Por encontrarse con amigos</b>           | 21%                 | 47%                              | 26%                 | 15%                    | 27%                                     | 23%                  | 30%                               | 18%                               | 25%                           |
| <b>Por hacer ejercicio físico</b>           | 74%                 | 65%                              | 72%                 | 75%                    | 66%                                     | 73%                  | 67%                               | 67%                               | 71%                           |
| <b>Porque le gusta el deporte</b>           | 40%                 | 54%                              | 51%                 | 38%                    | 43%                                     | 48%                  | 48%                               | 60%                               | 58%                           |
| <b>Por mantener la línea</b>                | 22%                 | 11%                              | 21%                 | 34%                    | 18%                                     | 28%                  | 20%                               | 13%                               | 13%                           |
| <b>Por evasión (escapar de lo habitual)</b> | 16%                 | 9%                               | 16%                 | 14%                    | 27%                                     | 16%                  | 13%                               | 14%                               | 15%                           |
| <b>Por mantener y/o mejorar la salud</b>    | 57%                 | 29%                              | 44%                 | 62%                    | 44%                                     | 46%                  | 40%                               | 40%                               | 45%                           |
| <b>Porque le gusta competir</b>             | 2%                  | 9%                               | 3%                  | 3%                     | 5%                                      | 4%                   | 10%                               | 14%                               | 9%                            |
| <b>Otra razón</b>                           | 4%                  | 3%                               | 2%                  | 4%                     | 4%                                      | 5%                   | 3%                                | 9%                                | 6%                            |

Fuente: García Ferrando y Llopis Goig (2011: 173) a partir de CSD – *Encuesta de hábitos deportivos de los españoles*

<sup>26</sup> Fútbol campo grande, fútbol sala, futbito, fútbol 7 y fútbol playa, baloncesto, minibasket, voleibol, voley playa y mini-voley, balonmano y balonmano playa, rugby y rugby 7, hockey hierba, hockey hielo y hockey sala.

<sup>27</sup> Actividad física con acompañamiento musical (*gym jazz*, danza del vientre, *hip hop*, capoeira); actividad física de inspiración oriental (yoga, *tai chi*, *aikido*); gimnasia, actividad físico deportiva en casa (de mantenimiento); gimnasia, actividad físico deportiva en piscina (*aqua aerobic*, *aqua gym*, *aqua fitness*); gimnasia, actividad físico deportiva intensa en centro deportivo (*aerobic*, *spinning*, *body power*); y gimnasia, actividad físico deportiva suave en centro deportivo (pilates, mantenimiento).

<sup>28</sup> Montañismo, senderismo, excursionismo, esquí y otros deportes de invierno, pesca, escalada / espeleología, piragüismo, remo y descensos.

<sup>29</sup> Carrera a pie, atletismo.

<sup>30</sup> Tenis, pádel, tenis de mesa, squash, bádminton.

<sup>31</sup> Actividades subacuáticas (buceo, pesca submarina), vela (navegación, *windsurf*), motonáutica, esquí náutico, actividades aeronáuticas (con o sin motor).

<sup>32</sup> Musculación, culturismo y halterofilia, artes marciales (judo, kárate...), lucha, defensa personal.



**TERCERA PARTE:**  
**CONCLUSIONES**



## 1. La edad como condición que sobre-determina las posibilidades de integración/exclusión laboral de una persona

El análisis diacrónico que se ha llevado a cabo de los principales indicadores laborales (actividad, paro, empleo) muestra que, desde los años setenta, la situación del conjunto de la población asalariada en España se ha deteriorando paulatina pero imparablemente. La estabilidad laboral y las altas tasas de ocupación han sido progresivamente sustituidas por la inestabilidad derivada de los altos niveles de paro y de temporalidad.

Esta vulnerabilidad laboral se introduce en todos los grupos de edad (jóvenes, adultos, mayores), pero no afecta a todos por igual. La edad se convierte en un factor de exclusión laboral sobre todo para los jóvenes (principalmente, para los menores de 24 años) y para los mayores (principalmente, para quienes tienen 65 años o más, pero también para el grupo de edad entre 55 y 64 años).

*• En el caso de las personas jóvenes, a medida que España se va transformando en una sociedad globalizada, se encuentran cada vez con más dificultades para completar el proceso que lleva de la dependencia propia de la niñez a la autonomía propia de los adultos.*

La mayoría de los jóvenes no logra emanciparse plenamente de su familia de origen hasta al menos los treinta años. Casi las tres cuartas parte de quienes tienen entre 15 y 29 años viven en casa de sus padres.

Los factores que inciden con más fuerza en esta situación tienen poco que ver con el deseo de las personas jóvenes de permanecer en el hogar familiar. De hecho, los jóvenes actuales se encuentran entre las generaciones juveniles que manifiestan más ganas de dejar sus hogares familiares para formar los suyos propios (el 73% en 1996, el 76% en el año 2000, el 82% en 2004).

Existen razones estructurales que presionan para que las personas jóvenes prolonguen su permanencia en el hogar paterno, *incluso contra su voluntad*. Estas razones están relacionadas, *principalmente*, con las crecientes dificultades que desde mediados de los años setenta tiene una parte importante de la juventud española para alcanzar la autonomía económica a través del mercado de trabajo. Las mayores tasas de desempleo, de eventualidad y de baja remuneración se dan entre los jóvenes:

- El desempleo se convierte en la situación laboral más habitual de los jóvenes. Sobre todo, en los menores de 25 años (superando a veces el 40% de parados), pero también en quienes tienen entre 25 y 34 años.
- Así mismo, desde mediados de los años ochenta, la temporalidad es la situación más habitual de los jóvenes que trabajan. En algunos momentos del período analizado, ha llegado a afectar a más del

70% de los asalariados de entre 15 y 24 años. Actualmente, se sitúa en torno al 60%.

- Finalmente, una mayoría de trabajadores jóvenes no gana suficiente dinero para independizarse, aunque se dediquen en exclusiva a trabajar, tengan jornadas laborales prolongadas o disfruten de trabajos estables. Sólo el 41% de quienes tienen un trabajo fijo indefinido afirma ingresar lo suficiente para emanciparse.

Esta situación sitúa a los jóvenes al margen del proceso de producción económica y provoca un bloqueo en su proceso de inserción en la edad adulta, dejándoles en una situación de semidependencia análoga a la de los mayores.

*• En el caso de los adultos, sus condiciones laborales también se deterioran a medida que avanza el capitalismo globalizado, pero son comparativamente mejores que las de jóvenes y mayores.*

Si el análisis se centra en la comparación con las otras edades, los datos muestran unas condiciones laborales más ventajosas para los adultos. Por un lado, son el grupo de edad con mayor presencia en el sistema de productivo (quienes tienen entre 35 y 54 años presentan tasas de actividad casi siempre por encima del 60% a lo largo del período analizado). Y, por otro lado, el paro y la eventualidad de las

contrataciones les afectan en menor proporción que a las otras edades (el desempleo en las personas que tienen entre 35 y 54 años no llega nunca al 20%, lejos de los niveles superiores al 40% que en algunos momentos se registran en las edades más jóvenes).

En cambio, si la comparación se establece entre los propios adultos, los datos muestran que las condiciones laborales de este grupo de edad han empeorado y que su vida laboral se ha acortado a lo largo del período analizado. También ellos se ven afectados por las crecientes dificultades que tiene el sistema laboral para emplear a toda la mano de obra disponible y padecen asimismo las altas tasas de temporalidad que caracterizan al mercado de trabajo español (entre los 25 y los 54 años, la eventualidad contractual se mantiene casi siempre por encima del 25% desde principios de los noventa).

A los contratos temporales e inestables se suma en los años ochenta la política de prejubilaciones que acompañó a los procesos de reconversión industrial. Esta política buscaba facilitar la transición a la jubilación definitiva a quienes habían perdido el empleo y tenían una edad avanzada (entre los 52 y los 60 años) que hacía difícil su recolocación en el mercado laboral. La progresiva retirada de estos trabajadores queda reflejada en la disminución de la tasa de actividad de quienes tienen entre 55 y 64 años desde mediados de los años setenta hasta mediados de los noventa, hasta situarse en niveles por debajo del 40%.

- *La trayectoria laboral de las edades mayores se transforman en relación con el envejecimiento de la población que caracteriza a las sociedades más desarrolladas.*

Las personas mayores se encuentran en una situación similar a la de los jóvenes. A partir de una edad determinada, son excluidos de las actividades productivas y ven cómo se acelera el desplazamiento que venían padeciendo desde el declive de las sociedades agrarias y la disminución de las familias extensas. En ello incide, además, el aumento del número de personas mayores y el tiempo que estas personas viven sin trabajar.

En efecto, en el período acotado, se produce en España una importante transformación de la estructura poblacional por edades, como resultado de la disminución de la tasa natalidad y el aumento de la esperanza de vida (en 1975 era de 73,7 años y en 2010 se situaba en los 81,5). En consecuencia, las edades mayores han ido ganando peso demográfico frente a los más jóvenes. Los menores de 15 años representan actualmente el 14,9% del total de la población; quienes tienen 65 o más años, el 16,8%. Por primera vez en la historia, los mayores se equiparan en cantidad a los niños.

El crecimiento de la parte de la población con más edad provoca que cada vez menos trabajadores «sostengan» con sus rentas a más población inactiva. Consecuentemente, se plantea la necesidad de retrasar la edad de jubilación para contrarrestar la presión que el gasto de las pensiones

ejerce sobre los recursos públicos. La tendencia a adelantar la edad de salida del mercado laboral a través de prejubilaciones que se produce en los años ochenta comienza a invertirse a mediados de los noventa. Los datos disponibles muestran que, desde el año 2001, la edad media de salida del mercado laboral en España se ha retrasado dos años (de 60,3 a 62,3). Al mismo tiempo, ha aumentado la tasa de actividad de los trabajadores que tienen entre 55 y 64 años, hasta llegar a los niveles de los años setenta, por encima del 50%.

## **2. El progresivo predominio de los usos reproductivos del cuerpo sobre los productivos refuerza la importancia de la apariencia corporal como criterio de integración/exclusión social en las sociedades globalizadas**

Al igual que ha sucedido en otros momentos de cambio sociohistórico, la transformación de las sociedades industriales en globalizadas provoca cambios en los paradigmas corporales, es decir, en los modelos de referencia que establecen qué rasgos deben tener los cuerpos deseables y cuáles los que se tienen por indeseables. Estos cambios se pueden poner en relación con el progresivo predominio de los usos reproductivos del cuerpo sobre los productivos que tiene lugar en las sociedades capitalistas:

- *La transformación de las economías industriales en economías de servicios consume el desplazamiento de las capacidades físicas a las intelectuales como principal criterio de valoración de la fuerza de trabajo (usos productivos del cuerpo).*

Este desplazamiento se había intensificado durante la época industrial, como consecuencia de la introducción de las máquinas en los procesos productivos, y se consolida con la llegada del capitalismo globalizado. A partir de los años sesenta, se inicia en las sociedades más desarrolladas un crecimiento sin precedentes del sector terciario. Las empresas de servicios se expanden en detrimento del sector secundario (industria, construcción) y, sobre todo, del primario (agricultura, ganadería, pesca, etc.), y se convierten en el principal sector económico.

En España, el proceso de «terciarización» de la economía se produce muy rápido. La secuencia agricultura-industria-servicios seguida por la mayoría de los países europeos se lleva a cabo en el caso español en poco más de dos décadas. A mediados de los años ochenta, España ya era una economía mayoritariamente de servicios: el sector terciario ocupaba a más de la mitad de los trabajadores y representaba la mayor parte del Producto Interior Bruto. Desde entonces, la «terciarización» de la economía no se ha detenido. Actualmente, más del 70% de los trabajadores desempeñan su labor en el sector servicios, que a su vez representa casi las tres cuartas partes del PIB.

• *El declive de los usos productivos del cuerpo viene acompañado de un aumento de sus usos reproductivos, vinculados a su valor como medio para manifestar estatus.*

El uso de la apariencia corporal para mostrar la posición que las personas ocupan o desean ocupar en el sistema de estratificación social no es exclusivo del capitalismo. Lo específico en este caso es que el modo de manifestar estatus a través del cuerpo va siendo progresivamente mercantilizado. La paulatina reducción de toda posible relación social a las relaciones económicas llevada a cabo por el modo de producción capitalista alcanza también al cuerpo humano. Así, a lo largo del siglo XX, se va conformando un mercado de consumo específicamente consagrado a la apariencia corporal, que ofrece una variedad cada vez más amplia de productos y servicios para el cuidado del cuerpo. Su importancia creciente en España se pone de manifiesto, por ejemplo:

- En los datos sobre la inversión publicitaria, que sitúan a las marcas de productos de «Belleza e higiene» entre los principales anunciantes, actualmente sólo superados por la «Automoción» y «Distribución». La importancia de esta inversión publicitaria se refleja en el lugar destacado que ocupan en el ranking de los principales anunciantes algunas marcas de productos de belleza, como Procter & Gamble, L’Oreal o Unilever.
- En la presencia de los bienes y servicios relacionados con el cuidado del cuerpo en la cesta de la compra. Así lo reflejan su

inclusión en el Índice de Precios al Consumo (IPC) y la progresiva incorporación a dicho Índice de nuevos productos que tiene que ver con la imagen corporal, como los productos dietéticos, las operaciones de cirugía estética, la fotodepilación o la depilación láser.

El mercado de bienes y servicios destinados específicamente al cuidado del cuerpo se va desarrollando entrelazado con el aumento de la importancia que adquiere la apariencia corporal como criterio de integración/exclusión social en las sociedades globalizadas.

Existen datos que indican que, entre buena parte de la población española, está cada vez más extendida la preocupación por el aspecto físico y por su cuidado, así como la creencia de que dicho aspecto otorga ventajas o desventajas, según el caso, a la hora de lograr un empleo, tener éxito en las relaciones pareja o desenvolverse en el grupo de amigos. Por ejemplo, en torno al 45% de españoles opinaba en el año 2008 que «el aspecto, la forma de vestir o de presentarse» y «la apariencia física general» se encuentran entre los factores que más inciden en los procesos de selección de personal para un puesto de trabajo, entre candidatos con las mismas capacidades.

### **3. Las mediaciones sociales que vinculan la inserción social con la apariencia corporal**

Las relaciones cada vez más estrechas que las sociedades globalizadas van estableciendo entre la inserción social y la apariencia física son posibles por la labor mediadora que combinadamente ejercen, entre otros, las representaciones sociales sobre los cuerpos, las instituciones que ofrecen bienes y servicios para el moldeamiento de la imagen corporal y las propias prácticas corporales de los sujetos:

*• «Lo juvenil» se consolida en la comunicación pública como uno de los rasgos distintivos del paradigma corporal propio de las sociedades globalizadas.*

Desde que existen los medios de masas, los paradigmas corporales se configuran, principalmente, a través de los relatos de la comunicación pública. En esta ocasión, ofreciendo como deseables y convenientes modelos corporales en los que se eliminan u ocultan aquellos rasgos que indican su deterioro por el paso del tiempo. Y, a la vez, proponiendo como indeseables e inconvenientes los cuerpos caducos y obsoletos.

Las fuentes secundarias sobre la imagen social de las edades en España muestran que, al menos desde los años ochenta, la juventud constituye uno de los objetos privilegiados de la comunicación pública. En general, es además representada como sinónimo de prestigio social. En

contraposición, los mayores apenas aparecen y, cuando lo hacen, suelen ser representados como personas anticuadas, desfasadas, pasadas de moda, física y psíquicamente deterioradas.

El prestigio social que se atribuye a lo joven tiene que ver, sobre todo, con los cuerpos jóvenes. En general, lo joven no designa ni una condición existencial ni un modo de ser propios de las personas jóvenes, sino un atributo del cuerpo. Los cuerpos juveniles de la comunicación pública son tersos, delgados, esbeltos, atléticos, pulcros, sanos, y facilitan el éxito en las relaciones sociales y laborales. Su imagen se opone a su contraimagen: los cuerpos envejecidos, flácidos, arrugados, deformados, enfermos, que llevan aparejada la exclusión social.

La apariencia juvenil se consigue a través de los productos y servicios que ofrece el mercado de los cuidados corporales, especialmente, aquellos que permiten combatir las señales que el paso del tiempo va dejando en el cuerpo: cremas antiarrugas, estiramientos faciales, dietas de adelgazamiento para mantener «la línea», planes de entrenamiento físico para moldear la figura.

En consecuencia, el principal destinatario de la imagen social de los jóvenes no son los propios jóvenes, sino los «adultos rejuvenecibles». Es decir, aquellas personas con la suficiente capacidad económica como para «adquirir» en el mercado los rasgos de los cuerpos juveniles, aunque sus propios cuerpos ya no sean jóvenes.

De hecho, los contextos donde aparecen representados los jóvenes tienen que ver a menudo con el consumo de productos para el cuerpo. Cuando los relatos de la comunicación pública tratan sobre la moda, sobre la industria de la belleza o sobre la apariencia física, los personajes suelen ser jóvenes. La presencia de los mayores suele estar reducida, por el contrario, a contextos familiares y sanitarios.

*• Junto a la labor de la comunicación pública en la progresiva configuración del paradigma corporal propio de las sociedades globalizadas, surgen instituciones dedicadas específicamente a ofrecer productos y servicios destinados al cuidado del cuerpo y, particularmente, a la consecución de la apariencia juvenil que proponen los medios.*

Las arrugas, las manchas en la piel, la calvicie, las canas y otros signos de decrepitud corporal son inevitables, pero se pueden hacer desaparecer, atenuar o retrasar con la ayuda de los productos que el mercado ofrece para el cuidado del cuerpo. Los datos disponibles muestran la existencia en España de un «mercado de la belleza» consolidado, articulado en torno a la cosmética, la cirugía estética, la dietética y el ejercicio físico. Forman parte de este mercado centenares de empresas, entre las que se encuentran las principales marcas mundiales de cada sector y a las que se suman miles de minoristas en los canales de comercialización. Entre todas ellas, mueven miles de millones de euros anualmente y generan miles de puestos de trabajo.

- *La presión social relacionada con el aspecto corporal y, en concreto, con la edad que aparenta el cuerpo provoca en los sujetos una reacción contra los signos visibles del envejecimiento.*

Las actividades mediadoras de la comunicación pública y de las instituciones que ofrecen productos y servicios para el cuidado de la apariencia corporal se complementan con las intervenciones que las personas realizan *efectivamente* sobre su propio cuerpo para adaptarlo a los paradigmas corporales vigentes. Concretamente, a través de:

- La cosmética: el aseo personal, el cuidado del cabello, el afeitado, la manicura o la depilación forman parte de los hábitos cotidianos de millones de españoles, que dedican al cuidado personal cerca de una hora al día como media. Los bienes y servicios relacionados con este sector representan el 2,5% del total del gasto de los hogares españoles. El gasto medio anual por persona se ha cuadruplicado entre 1998 y 2010, pasando de 77 a 277 euros. Cada vez se dedica más dinero a esta partida. Dentro del amplio repertorio de productos y servicios que abarca la cosmética, se constata un progresivo crecimiento en el consumo de los denominados productos «anti-envejecimiento»: cremas antiarrugas, tintes para el cabello, productos contra la caída del pelo, blanqueadores dentales.

- La cirugía estética: se calcula que en España se realizan actualmente unas 300.000 intervenciones estéticas al año, sumando las quirúrgicas y las no quirúrgicas. Una cifra que sitúa a nuestro país en el puesto 13 a nivel mundial. El 15% de españoles reconoce haberse sometido a alguna operación o tratamiento estético. Entre las intervenciones quirúrgicas más demandadas, se encuentran los aumentos de pecho, las blefaroplastias (elevación del párpado inferior o superior para eliminar las «bolsas» de los ojos) y las liposucciones para extraer la grasa acumulada en determinadas zonas del cuerpo. En lo que respecta a las intervenciones no quirúrgicas, destaca el conjunto de tratamientos «no invasivos» para el rejuvenecimiento facial, como las inyecciones de toxina botulínica y de ácido hialurónico, además de la depilación láser y los implantes autólogos de grasa.
- La dietética: en España está muy extendida la idea de que, a través de la modificación de la alimentación, se puede alcanzar una determinada imagen corporal. Aproximadamente la mitad de la población reconoce cuidar mucho sus hábitos alimenticios para conservar una buena figura. El control de la alimentación encaminado a modelar el cuerpo suele buscar, principalmente, evitar la gordura. Para ello, se incrementa el consumo de alimentos considerados más beneficiosos para «mantener la línea», como las verduras o las frutas, a la vez que se elimina o reduce el consumo de alimentos percibidos como perjudiciales por ser excesivamente calóricos, como lo dulces o los embutidos, o se sustituye por

productos similares en su versión *light*. El porcentaje de personas que consume algún producto dietético de manera habitual en España se sitúa en torno al 10%. El peso de esta partida en el conjunto del gasto de los hogares todavía es mínimo, pero no deja de crecer.

- El ejercicio físico: en las últimas cuatro décadas, la práctica deportiva ha ido evolucionando en España desde un carácter elitista vinculado a la competición reglada hacia una dimensión lúdica abierta al conjunto de la población. Una de las dimensiones más relevantes (aunque no sea la única) de esa nueva forma de entender el ejercicio físico tiene que ver con el moldeamiento de la apariencia corporal. Así lo refleja, por ejemplo, el auge de modalidades deportivas más orientadas a mantener una buena figura, como los distintos tipos de gimnasia de mantenimiento (aeróbic, yoga, pilates, *tai-chi*, etc.), que en conjunto son ya la actividad físico-deportiva más practicada en España.



**CUARTA PARTE: BIBLIOGRAFÍA  
Y ANEXOS**



## **BIBLIOGRAFÍA**

---



ALCOCEBA HERNANDO, J. A. (1999): *La producción comunicativa de la referencia: un análisis mediacional de las noticias del teletexto en España*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

ALCOCEBA, J. A. y MATHIEU, G. (2010): “El discurso mediático sobre los jóvenes en España”, *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, vol. 3, nº 1, pp. 227-260. Disponible en <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/695/650>. Recuperado el 11 de octubre de 2011.

ÁLVAREZ-URÍA, F. y VARELA, J. (1989): “Control social informal. Distinción corporal y nuevas formas de dominación”, en *Sujetos frágiles. Ensayos de sociología de la desviación*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, pp. 145-156.

ÁLVAREZ-URÍA, F. (2006): “Viaje al interior del yo. La psicologización del yo en la sociedad de los individuos”, en VV.AA.: *Pensar y resistir. La sociología crítica después de Foucault*. Madrid: Círculo de Bellas Artes, pp. 101-133.

AMAYA TRUJILLO, J. y VELAZCO DÍAZ, A. (2007): “Enfoques más recientes en la investigación cubana en comunicación. Aproximaciones a la obra de Manuel Martín Serrano”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 1, pp. 93-112. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/AmayaVelasco/asset>

s/093-112%20Amaya%20Trujillo%20y%20Velazco%20Diaz.pdf.

Recuperado el 4 de marzo de 2011.

ANTÓN PÉREZ, J. I., BRAÑA PINO, J. y DE BUSTILLO LLORENTE, R. M. (s.d.): “Edad efectiva de jubilación en España: un análisis a partir de la explotación de la Muestra Continua de Vidas Laborales de la Seguridad Social”. Disponible en [www.cotizalia.com/fotos/jornadasmcvi-fedeaantonbrañamuñozdeb.pdf](http://www.cotizalia.com/fotos/jornadasmcvi-fedeaantonbrañamuñozdeb.pdf). Recuperado el 12 de febrero de 2012.

AVELLO FLÓREZ, J. y MUÑOZ CARRIÓN, A. (1989): “Cultura juvenil: la comunicación desamparada”, en AA.VV.: *Comunicación y lenguaje juvenil*. Madrid: Fundamentos, pp. 23-54.

AVELLO FLÓREZ, J. y MUÑOZ CARRIÓN, A. (2002): “La comunicación desamparada. Una revisión de paradojas en la cultura juvenil”, en RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, F. (ed.): *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona: Ariel, pp. 27-65.

BACA LAGOS, V. (1994): *Las representaciones de los hombres y las mujeres en la televisión*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

BACA LAGO, V. (1998): *Imágenes de los jóvenes en los medios de comunicación de masas*. Madrid: INJUVE.

BAUDRILLARD, J. [1970] (2009): “El objeto de consumo más bello: el cuerpo”, en *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI, pp. 155-185.

BAUDRILLARD, J. [1972] (1974): “Réquiem por los media”, en *Crítica de la economía política del signo*. México D. F.: Siglo XXI, pp. 194-223.

BAUMAN, Z. [2000] (2004): *Modernidad líquida*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.

BAUMAN, Z. (2001): *La sociedad individualizada*. Madrid: Cátedra.

BAUMAN, Z. [2005] (2009): *Vida líquida*. Barcelona: Paidós.

BECK, U. [1986] (1998): *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.

BECK, U. y BECK-GERNSHEIM, E. (2003): *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós.

BELL, D. [1973] (2006): *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de prognosis social*. Madrid: Alianza.

BERNETE GARCÍA, F. (1990): *Los estereotipos de la Comunidad Iberoamericana. La representación de los personajes en los libros de*

*texto de Historia*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

BÓDALO LOZANO, E. y SÁNCHEZ VERA, P. (1999a): “La imagen del mayor en los spots publicitarios de televisión”, *Revista Multidisciplinar de Gerontología*, vol. 9, nº 4, pp. 233-242. Disponible en [http://www.nexusediciones.com/pdf/gero1999\\_4/g-9-4-006.pdf](http://www.nexusediciones.com/pdf/gero1999_4/g-9-4-006.pdf).

Recuperado el 21 de octubre de 2011.

BÓDALO LOZANO, E. y SÁNCHEZ VERA, P. (1999b): “Las mayores en la publicidad televisiva: Un análisis de contenido”, *Cuadernos de Realidades Sociales*, nº 53-54, pp. 177-203.

BÓDALO LOZANO, E. y SÁNCHEZ VERA, P. (2006): “Un análisis de contenido de los mayores a través de la publicidad televisiva”, *Revista Multidisciplinar de Gerontología*, vol. 16, nº 2, pp. 60-65.

BOLTANSKI, L. [1971] (1982a): “Los usos sociales del cuerpo (primera parte)”, *Márgenes*, nº 2, pp. 7-31.

BOLTANSKI, L. [1971] (1982b): “Los usos sociales del cuerpo (segunda parte)”, *Márgenes*, nº 3-4, pp. 5-32.

BOURDIEU, P. [1977] (1986): “Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo”, en ÁLVAREZ-URÍA, F. y VARELA, J. (eds.): *Materiales de sociología crítica*. Madrid: La Piqueta, pp. 183-194.

BOURDIEU, P. [1979] (1998): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

BOURDIEU, P. [1980] (2007): “La creencia y el cuerpo”, en *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 107-128.

BRENNER, R. [2006] (2009): *La economía de la turbulencia global. Las economías capitalistas avanzadas de la larga expansión al largo declive, 1945-2005*. Madrid: Akal.

CÁCERES ZAPATERO, M. D., FERNÁNDEZ-CID ENRÍQUEZ, M. y MARTÍN CAÑO, Á. (2008): *La imagen de las personas mayores en los medios de comunicación de masas y la opinión pública*. Madrid: Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España / Obra Social Caja Madrid.

CADILLA BAZ, M. (2010): *La documentación científica y técnica sobre juventud. Análisis mediacional del Injuve y sus fondos documentales*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

CARDOSO CASTRO, J. (2007): “Presupuestos epistemológicos y vigencias de la teoría de la mediación social”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 1, pp. 129-153. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/CardosoCastro/assets/129-153%20Cardoso%20Castro.pdf>. Recuperado el 4 de marzo de 2011.

CASTELLS, M. [1996] (2001): *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*. Madrid: Alianza.

CASTILLO CASTILLO, J. (1997): “El cuerpo recreado: la construcción social de los atributos corporales”, *Sociológica. Revista de Pensamiento Social*, nº 2, pp. 27-44.

COLINA, C. (2001): “El paradigma incompleto de las mediaciones”, *Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación*, nº 13, vol. 1, junio, pp. 37-75.

CRUZ CANTERO, P. y SANTIAGO GORDILLO, P. (1999): *Juventud y entorno familiar*. Madrid: Instituto de la Juventud.

DELEULE, D. y GUÉRY, F. [1973] (1975): *El cuerpo productivo. Teoría del cuerpo en el modo de producción capitalista*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

DIZ GARCÉS, E. y SALADRIGAS MEDINA, H. (2011): “La categoría mediaciones en los análisis de las lógicas de producción periodísticas en la web”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 9, pp. 35-72. DOI: [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_MESO.2011.n9.38010](http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2011.n9.38010). Recuperado el 28 de febrero de 2012.

DU BOIS-REYMOND, M. y LÓPEZ BLASCO, A. (2004): “Transiciones tipo yo-yo y trayectorias fallidas: hacia las políticas integradas de transición para los jóvenes europeos”, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 65, pp. 11-29.

DUNNING, E. y ELIAS, N. [1986] (1992): *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

ECO, U. [1965] (1984): *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.

ELIAS, M. [1977-1979] (2010): *El proceso de civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

ENZENSBERGER, H. M. [1971] (1974): *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama.

ESPÍN MARTÍN, M. (1986): “La falsa imagen de los jóvenes en los medios de comunicación social: un factor de marginación”, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 21, pp. 57-65.

ESPÍN MARTÍN, M. (1989): “La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación”, en AA.VV.: *Comunicación y lenguaje juvenil*. Madrid: Fundamentos, pp. 55-70.

ESPÍN MARTÍN, M. (2002): “La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación: de la noticia al espectáculo”, en RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, F. (ed.): *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona: Ariel, pp. 67-86.

FEATHERSTONE, M. [1982] (2001): “The body in consumer culture”, en FEATHERSTONE, M., HEPWORTH, M. and TURNER, B. S. (eds.): *The body. Social process and cultural theory*. London: Sage, pp. 170-196.

FLAQUER, L. (1997): “La emancipación familiar de los jóvenes”, *Revista Española de Estudios de Juventud*, nº 39, pp. 37-45.

FOUCAULT, M. [1975] (2004): “Los cuerpos dóciles”, en *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. México: Siglo XXI, pp. 139-174

FOUCAULT, M. (1977a): “Poder-cuerpo”, en *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta, pp. 111-118.

FOUCAULT, M. (1977b): “Las relaciones de poder penetran en los cuerpos”, en *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta, pp. 153-162.

FOURASTIÉ, J. (1980): *Les trente glorieuses ou la révolution invisible de 1946 à 1975*. Paris: Fayard.

FUENTES NAVARRO, R. (2005): “La documentación académica y la producción de conocimiento en ciencias de la comunicación”, *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, nº 2, pp. 64-74.

GAITÁN MOYA, J. A. (1990): *Historia, comunicación y reproducción social en la transición española. Las expresiones generales y universales de la*

*representación del acontecer, en un diario de referencia dominante, El País, 1976-1981*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

GALINDO CÁCERES, J. (2007): “La comunicología y la mediación social. Dos trayectorias en diálogo”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 1, pp. 175-194. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/GalindoCaceres/assets/175-194%20Galindo%20Caceres.pdf>. Recuperado el 4 de marzo de 2011.

GÁMEZ TORRES, N. (2007): “El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas”, *Mediaciones Sociales Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 1, pp. 195-213. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/GamezTorres/assets/195-213%20Gamez%20Torres.pdf>. Recuperado el 4 de marzo de 2011.

GARCÍA FERRANDO, M. (1991): *Los españoles y el deporte (1980-1990). Un análisis sociológico*. Madrid: Ministerio de Cultura / Consejo Superior de Deportes.

GARCÍA FERRANDO, M. (2006a): *Posmodernidad y deporte: entre la individualización y la masificación. Encuesta hábitos deportivos de los españoles 2005*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas / Siglo XXI.

GARCÍA FERRANDO, M. (2006b): “Veinticinco años de análisis del comportamiento deportivo de la población española (1980-2005)”, *Revista Internacional de Sociología*, vol. LXIV, nº 44, pp. 15-38.

GARCÍA FERRANDO, M. y LLOPIS GOIG, R. (2011): *Ideal democrático y bienestar personal. Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010*. Madrid: CIS / CSD.

GIL CALVO, E. (2005): “El envejecimiento de la juventud”, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 71, pp. 11-19.

GONZÁLEZ, J. J. y REQUENA, M. (eds.) (2005): *Tres décadas de cambio social en España*. Madrid: Alianza.

HAMERMESH, D. S. y BIDDLE, J. E. [1994] (2002): “La belleza y el mercado de trabajo”, *Economía y Desarrollo*, vol. 1, nº 2, pp. 43-72.

HAMERMESH, D. S. (2011): *Beauty pays. Why attractive people are more successful*. Princeton / Oxford: Princeton University.

HARPER, B. (2000): “Beauty, Stature and the Labour Market: A British Cohort Study”, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 62, nº 1, pp. 771-800.

HARVEY, D. [1990] (1998): *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.

HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, G. (2007): “Medios de comunicación de masas e imágenes asociadas a la población anciana”, en ÁLVAREZ POUSA, L. y EVANS PIM, J. (eds.): *Comunicación e persoas maiores. Actas do Foro Internacional*, pp. 57-76

IANNI, O. [1996] (2006): *Teorías de la globalización*. México, D. F.: Siglo XXI.

IMBERT, G. (1989): “El cuerpo como producción social”, *El Viejo Topo*, nº 13, pp. 13-22.

INFOADEX (1995): *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 1995*. Madrid: Infoadex.

INFOADEX (2000): *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2000*. Madrid: Infoadex.

INFOADEX (2005): *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2005*. Madrid: Infoadex.

INFOADEX (2010): *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2010*. Madrid: Infoadex.

INGLEHART, R. [1990] (1991): *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas / Siglo XXI.

LAUXEN STEFANELLO, G. A. (2007): *Análisis de los relatos de la prensa brasileña sobre la Amazonía en dictadura y democracia*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

LÉVI-STRAUSS, C. [1955] (1992): *Tristes trópicos*. Barcelona. Paidós.

LIPOVETSKY, G. [1987] (1996): *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.

LOZANO ASCENCIO, C. (1995): *La expresión-representación de catástrofes a través de su divulgación científica en los Medios de Comunicación Social (1986-1991)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2002.

LUXEN, M. F. y VAN DE VIJVER, F. J. R. (2006): “Facial attractiveness, sexual selection, and personnel selection: when evolved references matter”, *Journal of Organizational Behavior*, vol. 27, nº 2, pp. 241-255.

MALDONADO GÓMEZ DE LA TORRE, A. E. (2007): “Confluencias epistemológicas: teoría de la mediación social de Martín Serrano y pensamiento crítico transformador latinoamericano”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 1, pp. 215-

233. Disponible en:  
<http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/MaldonadoGamez/assets/215-233%20Maldonado%20Gamez%20de%20la%20Torre.pdf>.  
Recuperado el 4 de marzo de 2011.

MARCUSE, H. [1954] (2005): *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Ariel.

MARTÍN SERRANO, M. (1973): “Libertad y predicción en las ciencias sociales, analizadas desde una perspectiva cibernética”, *Revista de Estudios Sociales*, nº 7, pp. 153-169.

MARTIN SERRANO, M. [1974a] (1979): *L'Ordre du monde a travers la télévision. Structure du discours électronique*. These presentee devant L'Universite de Strasbourg I, Le 4 Juillet 1974. Lille: Universite de Lille III.

MARTÍN SERRANO, M. (1974b): “Nuevos métodos para estudiar la estructura y la dinámica de la enculturización”, *Revista Española de la Opinión Pública*, nº 37, pp. 23-83.

MARTÍN SERRANO, M. (1976a): “Mediación”, en CAMPO, S. del (dir.): *Diccionario de ciencias sociales*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, pp. 179-184.

MARTIN SERRANO, M. (1976b): “Le conflit entre innovation technologique et changement culturel”, *Internationale Zeitschrift für Kommunikationsforschung*, nº 1, pp. 25-39.

MARTÍN SERRANO, M. (1977): *La mediación social*. Madrid: Akal.

MARTÍN SERRANO, M. (1978): “Un método lógico para analizar los significados. Aplicación al estudio del lenguaje de la TV”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 2, pp. 21-51.

MARTÍN SERRANO, M., PIÑUEL RAIGADA, J. L., GRACIA SANZ, J. y ARIAS FERNÁNDEZ, M. A. (1981a): *Teoría de la comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Alberto Corazón.

MARTÍN SERRANO, M. (1981b): “Un modelo metodológico para investigar los efectos socioculturales de los media”, *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, nº 3, pp. 14-29.

MARTÍN SERRANO, M. (1981c): “La influencia social de la televisión: niveles de influencia (I)”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 16, pp. 39-55.

MARTÍN SERRANO, M. (1985): “La mediación de los medios de comunicación”, en MORAGAS, M. de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 141-162.

MARTÍN SERRANO, M. (1986): *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza (segunda edición revisada en 1993 y tercera edición revisada en 2004).

MARTÍN SERRANO, M. (1992): “Las relaciones macrosociológicas entre acción y comunicación”, en VV.AA.: *Escritos de Teoría Sociológica en Homenaje a Luis Rodríguez Zúñiga*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 671-682.

MARTÍN SERRANO, M. (dir.) (1994): *Historia de los cambios de mentalidades de los jóvenes entre 1960-1990*. Madrid: Instituto de la Juventud.

MARTÍN SERRANO, M., MARTÍN SERRANO, E. y BACA LAGOS, V. (1995): *Las mujeres y la publicidad. Nosotras y vosotros según nos ve la televisión*. Madrid: Instituto de la Mujer.

MARTÍN SERRANO, M. y VELARDE HERMIDA, O. (1997): *Informe Juventud en España 1996*. Madrid: Instituto de la Juventud.

MARTÍN SERRANO, M. (1998): “La gesta y la parábola en los relatos de la comunicación pública”, en CORTÉS BARGALLÓ, L., GARCÍA TORT, C. y MAPES, C. (coords.): *La lengua española y los medios de comunicación. Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, Vol. I*. España - México: Siglo XXI / Secretaria de Educación Pública / Instituto Cervantes, pp. 357-375.

MARTÍN SERRANO, M. y MARTÍN SERRANO, E. (1999a): *Las violencias cotidianas cuando las víctimas son las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer.

MARTÍN SERRANO, M. (1999b): “El discurso social sobre la juventud desde la transición política hasta hoy”, en VV.AA.: *La nueva condición juvenil y las políticas de juventud*. Barcelona: Diputació de Barcelona, pp. 71-80.

MARTÍN SERRANO, M. y VELARDE HERMIDA, O. (2001): *Informe Juventud en España 2000*. Madrid: Instituto de la Juventud.

MARTÍN SERRANO, M. (2003a): “La ansiedad de mantener un cuerpo joven”, *Matador*, nº 8-G.

MARTÍN SERRANO, M. (2003b): “Lo juvenil como producto”, *El País Semanal*, nº 1.407, 14 de septiembre de 2003, p. 53.

MARTÍN SERRANO, M. (2005): “Los cambios históricos y las transformaciones generacionales”, en TEZANOS, J. F. (ed.): *Tendencias en exclusión social y políticas de solidaridad. Octavo Foro sobre Tendencias Sociales*. Madrid: Sistema, pp. 439-453.

MARTÍN SERRANO, M. (2006): “Para reconstruir el sentido que tiene el intento de desconstruir las ciencias sociales”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 114, pp. 137-152.

MARTÍN SERRANO, M. (2007): *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill.

MARTÍN SERRANO, M. (2008): “Prólogo para *La mediación social* en la era de la globalización”, en *La mediación social. Edición conmemorativa del 30 aniversario*. Madrid: Akal, pp. 9-27.

MARTÍN SERRANO, M. y VELARDE HERMIDA, O. (2009a): *Conflictos de la vida cotidiana que generan violencias en los hogares. Estudios en las familias madrileñas para la prevención de las violencias*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.

MARTÍN SERRANO, M. y VELARDE HERMIDA, O. (2009b): *Convivir con hijos dependientes y sin pareja. Estudios para la equiparación de los nuevos modelos de familias madrileñas*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.

MARTÍN SERRANO, M. (2010): “La estructura de la narración icónica en la televisión. Disertación magistral de Doctorado de Estado en Ciencias y Letras”, *Razón y Palabra*, nº 72. Disponible en: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/MMS/MMS\\_castellano\\_corr\\_72.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/MMS/MMS_castellano_corr_72.pdf). Recuperado el 9 de diciembre de 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.

MARX, K. [1859] (2003): “Prólogo”, en *Contribución a la crítica de la economía política*. México D.F.: Siglo XXI, pp. 3-7.

MARX, K. [1867-1875] (2001): “Maquinaria y gran industria”, en *El capital. Libro primero. El proceso de producción del capital. Tomo I, Vol. 2*. México D. F.: Siglo XXI, pp. 451-613.

MARX, K. [s.d.] (2010): *Las crisis del capitalismo*. Barcelona: Diario Público.

MAUSS, M. [1936] (1979): “Técnicas y movimientos corporales”, en *Sociología y antropología*. Madrid: Tecnos, pp. 335-356.

MCLUHAN, M. [1964] (1996): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.

MIGUEL, J. M. DE (1998): *Estructura y cambio social en España*. Madrid: Alianza.

MOLES, A. [1973] (1978): *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.

MORAGAS I SPÁ, M. DE (2007): “La mediación social y los enfoques de la teoría de la comunicación”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 1, pp. 261-269. Disponible en:

<http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/MoragasMiquel/assets/261-269%20Moragas%20Spa.pdf>. Recuperado el 4 de marzo de 2011.

MORENO PESTAÑA, J. L. (2010): *Moral corporal, trastornos alimentarios y clase social*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

MORIN, E. [1962] (1965): *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Madrid: Taurus.

MOULIAN TESMER, R. (2008): *Mediaciones rituales y cambio social: desde ngillatun al culto pentecostal. Un estudio de casos múltiples y contrastes sobre la transformación de las prácticas rituales en comunidades williche de las comunas de Lago Ranco y Río Bueno (Chile)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

MUÑOZ CARRIÓN, A. (1984): *Las reglas de expresión carnavalesca en Laza. Aplicación del análisis estructural en antropología de la comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

PAIS, J. M. (2002): “Laberintos de vida: paro juvenil y rutas de salida (Jóvenes portugueses)”, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 56, pp. 87-101.

PÉREZ-DÍAZ, V. y RODRÍGUEZ, J. C. (2007): *La generación de la transición: entre el trabajo y la jubilación*. Barcelona: La Caixa.

PINEDA DE ALCÁZAR, M. (2007): “Aportaciones del concepto de mediación social a la investigación de la comunicación en Venezuela: la vigencia del pensamiento de Martín Serrano 30 años después”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 1, pp. 293-303. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/PinedadeAlcazar/assets/293-303%20Pineda%20de%20Alcazar.pdf>. Recuperado el 4 de marzo de 2011.

PINTO ARBOLEDA, M. C. (2009): “Análisis de la construcción mediática sobre la juventud en España. El tratamiento en las noticias de prensa, radio y televisión durante el 2006”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 4, pp. 247-275. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS4/Indice/PintoArboleda/assets/247-275%20Pinto%20Arboleda.pdf>. Recuperado el 18 de octubre de 2011.

PIÑUEL RAIGADA, J. L. (1983): *Producción, publicidad y consumo. Teoría y práctica de la comunicación en publicidad*. Madrid: Fundamentos.

REQUENA, M. (2002): “Juventud y dependencia familiar en España”, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 58, pp. 19-32.

SÁNCHEZ CARRIÓN, J. J. (1982): *La representación del mundo de las drogas en la prensa de Madrid: 1966-1980*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

SÁNCHEZ VERA, P. (2010): “Ese oscuro objeto del deseo: cuerpo y sexualidad en las sociedades post-industriales”, *Cuestiones de Género*, nº 5, pp. 19-50.

SECPRE (2010): *La realidad de la cirugía estética en España*. Madrid: Sociedad Española de Cirugía Plástica, Reparadora y Estética (SECPRE).

SERRANO, R. (2001): “La mediación social y Teléfonos de México (aplicación de los modelos de Martín Serrano)”, en VV.AA.: *La organización habitable*. México: Fecha Publicidad, pp. 177-200.

SOBRINO BLANCO, M. Á. (1991): *Repercusiones sociales y comunicativas de la innovación tecnológica. Condicionamientos estructurales de la mediación comunicativa a través de videotex y difusión social del medio en la década de los ochenta*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

SOBRINO BLANCO, M. Á. (1999): “Hacia una teoría social de la documentación”, *Revista General de Información y Documentación*, vol. 9, nº 2, pp. 61-66.

TORO, J. (1996): *El cuerpo como delito. Anorexia, bulimia, cultura y sociedad*. Barcelona: Ariel.

TURNER, B. S. (1989): *El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social*. México: Fondo de Cultura Económica.

VALLES, M. S. (2000): “Valores”, en MIGUEL, A. DE (dir.) (2000): *Dos generaciones de jóvenes (1960-1998)*. Madrid: Instituto de la Juventud, pp. 231-318.

VARELA, J. (1991): “El cuerpo de la infancia. Elementos para una genealogía de la ortopedia pedagógica”, en VV.AA.: *Sociedad, cultura y educación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, pp. 229-247.

VEBLEN, T. [1899] (2002): *Teoría de la clase ociosa*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.

VELARDE HERMIDA, O. (1991): *La mediación de los MCM en la construcción de las representaciones infantiles*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis doctoral.

VELARDE HERMIDA, O. (1994): “Los valores en torno a la familia y a la sexualidad”, en MARTÍN SERRANO, M. (dir.) (1994): *Historia de los cambios de mentalidades de los jóvenes entre 1960-1990*. Madrid: Instituto de la Juventud, pp. 97-126.

VIGARELLO, G. [1978] (1992): “El adiestramiento del cuerpo desde la edad de la caballería hasta la urbanidad cortesana”, en FEHER, M., NADDAFF, R. y TAZI, N. (eds.): *Fragmentos para una Historia del cuerpo humano. Parte segunda*. Madrid: Taurus, pp. 148-199.

VIGARELLO, G. (2005): *Historia de la belleza: el cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Buenos Aires: Nueva Visión.

VV.AA. (2005): *Informe Juventud en España 2004*. Madrid: Instituto de la Juventud.

VV.AA. (2009): *Informe Juventud en España 2008* (5 tomos). Madrid: Instituto de la Juventud.

WEBER, M. [1904-1905] (2004): *La ética protestante y el «espíritu» del capitalismo*. Madrid: Alianza.

YOUNIS HERNÁNDEZ, J. A. (2008): “Fotoperiodismo y relaciones de poder entre jóvenes e instituciones”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 3, pp. 299-347. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS3/Indice/Younis/assets/299-347%20Younis%20Hernandez.pdf>. Recuperado el 18 de octubre de 2011.



## **ANEXO I. ABREVIATURAS**

---



## Abreviaturas

- AFYDAD: Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos.
- CIS: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- COICOP: Classification Of Individual Consumption by Purpose.
- CSD: Consejo Superior de Deportes.
- EPA: Encuesta de Población Activa.
- INE: Instituto Nacional de Estadística.
- INJUVE: Instituto de la Juventud.
- IPC: Índice de Precios de Consumo.
- ISAPS: International Society of Aesthetic Plastic Surgery.
- OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.
- OCU: Organización de Consumidores y Usuarios.
- PIB: Producto Interior Bruto.
- SECPRE: Sociedad Española de Cirugía plástica Reparadora y Estética.
- UE: Unión Europea.



**ANEXO II. ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y  
FIGURAS**

---



## Índice de tablas

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1. Evolución de la tasa de graduados universitarios en España (1995-2006) _____  | 120 |
| Tabla 2. Evolución de la proporción de jóvenes españoles que prefieren vivir en una casa diferente a la de sus padres (1984-2004)  | 124 |
| Tabla 3. Principal razón por la que los jóvenes viven en casa de sus padres más de lo que lo solían hacer (2007) _____   | 124 |
| Tabla 4. Jóvenes que ingresan de su trabajo el dinero suficiente para ser económicamente autosuficientes (2000) _____  | 132 |
| Tabla 5. Edad media de jubilación en España (1980-2004) _____  | 141 |
| Tabla 6. Evolución de la edad media de salida del mercado laboral en España (2001-2009) _____  | 144 |
| Tabla 7. Proporción de jóvenes para los que el atractivo físico cuenta “bastante” o “mucho” para abrirse camino en la vida en España (1988) _____                                  | 161 |
| Tabla 8. Opinión sobre la frecuencia de algún tipo de discriminación o trata desfavorable en España (2008) _____   | 162 |
| Tabla 9. Causas por las que los jóvenes españoles se han sentido discriminados en algún momento de su vida (2010) _____  | 163 |
| Tabla 10. Característica que, a la hora de optar por un puesto de trabajo, resulta una desventaja ante otro candidato con las mismas habilidades y cualificación (2007-2008) _____ | 164 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 11. Evolución de las cualidades de la pareja más valoradas por las personas jóvenes en España (1960-1988) _____                            | 165 |
| Tabla 12. Evolución de la importancia del aspecto físico para los jóvenes españoles (2001-2007) _____  | 166 |
| Tabla 13. Evolución del grado de importancia que se otorga en España al cuidado y realce del aspecto físico propio (2004-2007) _                 | 166 |
| Tabla 14. Número de cirujanos plásticos, por país (2010) _____   | 186 |
| Tabla 15. Principales empresas del sector de dietéticos en España (2009) _____   | 187 |
| Tabla 16. Evolución del número de instalaciones deportivas en España (1985-2005) _____   | 188 |
| Tabla 17. Tiempo diario dedicado al cuidado personal en España (2002-2010) _____   | 191 |
| Tabla 18. Evolución del gasto por hogar y por persona en bienes y servicios relacionados con los cuidados personales en España (1998-2010) _____ | 192 |
| Tabla 19. Personas que consumen productos cosméticos “anti-edad” en España (2004-2006) _____   | 194 |
| Tabla 20. Tipos de cirugía estética que se realizan en la actualidad   | 197 |
| Tabla 21. Tratamientos estéticos que se realizan en la actualidad _  | 197 |
| Tabla 22. Número de operaciones plásticas quirúrgicas y no quirúrgicas por país (2010) _____   | 198 |

---

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 23. Procedimientos plásticos quirúrgicos realizados en España, por tipo de intervención (2009-2010) _____                          | 200 |
| Tabla 24. Procedimientos plásticos no quirúrgicos realizados en España, por tipo de intervención (2009-2010) _____                       | 202 |
| Tabla 25. Personas que cuidan mucho sus hábitos de alimentación para mantener una buena figura en España (2004-2006) _____               | 203 |
| Tabla 26. Evolución del gasto por hogar y por persona en productos dietéticos en España (2006-2010) _____                                | 205 |
| Tabla 27. Evolución de la práctica deportiva en España en mayores de 15 años (1975-2010) _____   | 207 |
| Tabla 28. Evolución de del porcentaje de población que practica deporte en España, por edades (1980-2010) _____                          | 208 |
| Tabla 29. Evolución de la frecuencia de la práctica deportiva (1990-2010) _____  | 209 |
| Tabla 30. Evolución del porcentaje de población que practica deporte tres veces o más por semana en España, por edades (2000-2010) _____ | 210 |
| Tabla 31. Tiempo diario dedicado al ejercicio físico en España (2002-2003) _____   | 210 |
| Tabla 32. Carácter competitivo o recreativo de la práctica deportiva en España (1995-2010) _____   | 212 |
| Tabla 33. Evolución de las 10 actividades físico-deportivas más practicadas en España (1980-2010) _____                                  | 213 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 34. Evolución de los motivos por los que hace deporte la población practicante en España (1980-2010)                    | 214 |
| Tabla 35. Motivos por los que hace deporte la población practicante, por tipo de deporte practicado (2010)                    | 215 |
| Tabla 36. Evolución de la proporción de jóvenes españoles que viven en el domicilio familiar, según grupo de edad (1990-2008) | 283 |
| Tabla 37. Evolución de la edad del primer matrimonio en España (1976-2009)  | 284 |
| Tabla 38. Evolución de la edad media a la que se tiene el primer hijo en España (1975-2009)                                   | 285 |
| Tabla 39. Evolución de la tasa de paro en España, por grupos de edad (1972-2010)  | 286 |
| Tabla 40. Evolución de la población activa en España, por grupos de edad (1972-2010)  | 287 |
| Tabla 41. Evolución de la población desempleada en España, por grupos de edad (1972-2010)                                     | 288 |
| Tabla 42. Evolución de la tasa de temporalidad en España, por grupos de edad (1987-2010)                                      | 289 |
| Tabla 43. Evolución de la tasa de actividad en España, por grupos de edad (1972-2010)   | 290 |
| Tabla 44. Evolución de la tasa bruta de natalidad en España (1975-2009)   | 291 |

---

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 45. Evolución de la esperanza de vida al nacer en España (1975-2010) _____   | 292 |
| Tabla 46. Evolución de la distribución del empleo por sectores de actividad en España (1976-2010) _____  | 293 |
| Tabla 47. Evolución de la estructura sectorial del PIB en España (1970-2010) _____   | 294 |
| Tabla 48. Evolución de la inversión publicitaria controlada en España, según sector (1994-2009) _____  | 295 |
| Tabla 49. Ranking de los 20 primeros anunciantes en España, según inversión (1994) _____   | 296 |
| Tabla 50. Ranking de los 20 primeros anunciantes en España, según inversión (1999) _____   | 297 |
| Tabla 51. Ranking de los 20 primeros anunciantes en España, según inversión (2004) _____   | 298 |
| Tabla 52. Ranking de los 20 primeros anunciantes en España, según inversión (2009) _____   | 299 |
| Tabla 53. Bienes y servicios relacionados con los cuidados personales, según la clasificación internacional de consumo COICOP ( <i>Classification Of Individual Consumption by Purpose</i> ) _____ | 301 |



## Índice de gráficos

|  |     |
|--|-----|
| Gráfico 1. Evolución de la proporción de jóvenes españoles que viven en el domicilio familiar, según grupo de edad (1990-2008) | 117 |
| Gráfico 2. Evolución de la edad del primer matrimonio en España (1976-2009)  | 121 |
| Gráfico 3. Evolución de la edad media a la que se tiene el primer hijo en España (1975-2009)                                   | 121 |
| Gráfico 4. Evolución de la tasa de paro en España, por grupos de edad (1972-2010)  | 127 |
| Gráfico 5. Evolución de la población activa en España, por grupos de edad (1972-2010)  | 129 |
| Gráfico 6. Evolución de la población desempleada en España, por grupos de edad (1972-2010)                                     | 129 |
| Gráfico 7. Evolución de la tasa de temporalidad en España, por grupos de edad (1987-2010)                                      | 130 |
| Gráfico 8. Evolución de la temporalidad en España, por grupos de edad (1987-2010)  | 131 |
| Gráfico 9. Evolución de la tasa de actividad en España, por grupos de edad (1972-2010)   | 135 |
| Gráfico 10. Evolución de la tasa bruta de natalidad en España (1975-2009)  | 137 |

|  |     |
|--|-----|
| Gráfico 11. Evolución de la esperanza de vida al nacer en España (1975-2010)   | 137 |
| Gráfico 12. Evolución de las pirámides de población en España (1900-2001)  | 138 |
| Gráfico 13. Evolución de la población por grupos de edad en España (1960-2010)   | 139 |
| Gráfico 14. Evolución de la distribución del empleo por sectores de actividad en España (1976-2010)                    | 152 |
| Gráfico 15. Evolución de la estructura sectorial del PIB en España (1970-2010)   | 153 |
| Gráfico 16. Evolución de la inversión publicitaria en España, según sector (1994-2009)                                 | 157 |
| Gráfico 17. Evolución de los principales anunciantes en España (1994-2009)   | 158 |
| Gráfico 18. Evolución del volumen total de producción del sector de la perfumería y la cosmética en España (1998-2009) | 182 |
| Gráfico 19. Evolución del volumen de consumo del sector de la cosmética en España (1995-2010)                          | 183 |
| Gráfico 20. Evolución del volumen de consumo en los mercados europeos de cosmética (2007-2009)                         | 184 |
| Gráfico 21. Evolución del volumen de ventas del sector de artículos deportivos en España (1997-2010)                   | 189 |

Gráfico 22. Consumo per cápita en productos cosméticos en Europa  
(2007-2009) \_\_\_\_\_ 193



## Índice de figuras

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| Figura 1. Modelo de análisis _____ | 81  |
| Figura 2. Analytical Model _____   | 318 |



**ANEXO III. TABLAS Y GRÁFICOS QUE AMPLÍAN  
LA INFORMACIÓN OFRECIDA EN LOS ANÁLISIS**

---



## Capítulo 4

**Tabla 36. Evolución de la proporción de jóvenes españoles que viven en el domicilio familiar, según grupo de edad (1990-2008)**

|             | De 15 a 17 años | De 18 a 20 años | De 21 a 23 años | De 24 a 25 años | De 26 a 29 años | Total |
|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------|
| <b>1990</b> | 99%             | 94%             | 81%             | 59%             | 25%             | 75%   |
| <b>1996</b> | 97%             | 90%             | 80%             | 70%             | 46%             | 77%   |
| <b>2000</b> | 99%             | 90%             | 83%             | 70%             | 50%             | 77%   |
| <b>2004</b> | 98%             | 87%             | 78%             | 25%             | 75%             | 69%   |
| <b>2008</b> | 98%             | 86%             | --              | --              | 37%             | 63%   |

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Juventud en España 2000, 2004 y 2008 (Martín Serrano y Velarde Hermida, 2001; VV.AA.: 2005, 2009)

**Tabla 37. Evolución de la edad del primer matrimonio en España (1976-2009)**

| <b>AÑO</b> | <b>EDAD</b> |
|------------|-------------|
| 1976       | 25,4        |
| 1977       | 25,2        |
| 1978       | 25,2        |
| 1979       | 25,2        |
| 1980       | 25,1        |
| 1981       | 25,2        |
| 1982       | 25,6        |
| 1983       | 25,7        |
| 1984       | 25,8        |
| 1985       | 25,9        |
| 1986       | 26,0        |
| 1987       | 26,1        |
| 1988       | 26,3        |
| 1989       | 26,5        |
| 1990       | 26,7        |
| 1991       | 27,0        |
| 1992       | 27,3        |
| 1993       | 27,6        |
| 1994       | 27,9        |
| 1995       | 28,1        |
| 1996       | 28,4        |
| 1997       | 28,6        |
| 1998       | 28,8        |
| 1999       | 29,0        |
| 2000       | 29,1        |
| 2001       | 29,4        |
| 2002       | 29,6        |
| 2003       | 29,8        |
| 2004       | 30,2        |
| 2005       | 30,5        |
| 2006       | 30,9        |
| 2007       | 31,0        |
| 2008       | 31,3        |
| 2009       | 31,7        |

Fuente: INE – *Indicadores Demográficos Básicos*

**Tabla 38. Evolución de la edad media a la que se tiene el primer hijo en España (1975-2009)**

| <b>AÑO</b> | <b>EDAD</b> |
|------------|-------------|
| 1975       | 25,2        |
| 1976       | 24,9        |
| 1977       | 24,8        |
| 1978       | 24,8        |
| 1979       | 24,7        |
| 1980       | 25          |
| 1981       | 25,2        |
| 1982       | 25,4        |
| 1983       | 25,5        |
| 1984       | 25,6        |
| 1985       | 25,7        |
| 1986       | 25,8        |
| 1987       | 26,1        |
| 1988       | 26,2        |
| 1989       | 26,5        |
| 1990       | 26,8        |
| 1991       | 27,1        |
| 1992       | 27,4        |
| 1993       | 27,7        |
| 1994       | 28,1        |
| 1995       | 28,3        |
| 1996       | 28,4        |
| 1997       | 28,6        |
| 1998       | 28,8        |
| 1999       | 28,9        |
| 2000       | 29          |
| 2001       | 29,1        |
| 2002       | 29,1        |
| 2003       | 29,2        |
| 2004       | 29,2        |
| 2005       | 29,3        |
| 2006       | 29,3        |
| 2007       | 29,4        |
| 2008       | 29,3        |
| 2009       | 29,6        |

Fuente: INE – *Indicadores Demográficos Básicos*

**Tabla 39. Evolución de la tasa de paro en España, por grupos de edad (1972-2010)**

|      | De 15 a 24 años | De 25 a 34 años | De 35 a 44 años | De 45 a 54 años | De 55 a 64 años | 65 o más años | Total |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|-------|
| 1972 | 3,86            | 1,57            | 1,31            | 1,45            | 1,47            | 0,63          | 1,95  |
| 1973 | 4,84            | 1,73            | 1,42            | 1,23            | 1,25            | 0,24          | 2,14  |
| 1974 | 5,99            | 2,13            | 1,48            | 1,67            | 1,72            | 0,73          | 2,71  |
| 1975 | 9,04            | 3,55            | 2,67            | 2,90            | 3,10            | 0,62          | 4,35  |
| 1976 | 9,31            | 4,19            | 2,81            | 2,67            | 2,52            | 0,29          | 4,46  |
| 1977 | 11,07           | 4,63            | 3,06            | 2,59            | 2,81            | 0,51          | 5,06  |
| 1978 | 15,58           | 5,94            | 3,71            | 3,45            | 3,30            | 0,54          | 6,77  |
| 1979 | 19,19           | 7,63            | 4,70            | 4,16            | 4,05            | 0,45          | 8,43  |
| 1980 | 25,29           | 10,42           | 5,93            | 5,42            | 5,03            | 0,93          | 11,14 |
| 1981 | 30,86           | 12,97           | 7,27            | 6,44            | 6,15            | 1,33          | 13,70 |
| 1982 | 34,67           | 15,24           | 7,81            | 7,05            | 6,92            | 1,08          | 15,48 |
| 1983 | 37,56           | 16,69           | 8,92            | 7,96            | 7,26            | 0,93          | 16,92 |
| 1984 | 41,84           | 19,28           | 10,89           | 9,91            | 9,82            | 0,99          | 19,64 |
| 1985 | 43,77           | 21,62           | 11,78           | 11,03           | 10,40           | 1,85          | 21,04 |
| 1986 | 42,81           | 21,04           | 11,45           | 10,63           | 11,35           | 2,16          | 20,63 |
| 1987 | 40,12           | 20,65           | 11,31           | 10,32           | 9,91            | 1,90          | 19,89 |
| 1988 | 37,29           | 20,54           | 11,14           | 9,43            | 8,86            | 1,45          | 18,93 |
| 1989 | 32,16           | 19,11           | 10,54           | 8,46            | 8,74            | 1,15          | 16,97 |
| 1990 | 30,25           | 18,03           | 10,16           | 8,42            | 7,98            | 1,56          | 16,00 |
| 1991 | 29,01           | 18,52           | 10,95           | 8,82            | 8,40            | 1,71          | 16,09 |
| 1992 | 32,37           | 20,80           | 13,13           | 10,25           | 9,20            | 4,82          | 18,14 |
| 1993 | 41,01           | 25,53           | 15,79           | 13,44           | 11,37           | 1,91          | 22,43 |
| 1994 | 42,86           | 27,20           | 17,60           | 14,32           | 12,39           | 2,28          | 23,88 |
| 1995 | 40,45           | 26,18           | 16,89           | 13,70           | 12,28           | 1,82          | 22,68 |
| 1996 | 39,92           | 25,38           | 16,40           | 13,48           | 11,65           | 1,19          | 21,97 |
| 1997 | 37,20           | 23,76           | 15,90           | 12,42           | 11,37           | 1,97          | 20,57 |
| 1998 | 33,93           | 21,48           | 14,38           | 11,44           | 10,32           | 1,04          | 18,58 |
| 1999 | 28,25           | 17,77           | 12,46           | 9,65            | 9,74            | 1,11          | 15,64 |
| 2000 | 25,29           | 15,50           | 11,15           | 8,79            | 9,41            | 1,95          | 13,86 |
| 2001 | 20,76           | 11,66           | 8,17            | 6,86            | 6,28            | 1,21          | 10,47 |
| 2002 | 22,24           | 12,71           | 9,10            | 7,68            | 7,05            | 1,06          | 11,36 |
| 2003 | 22,75           | 12,73           | 9,22            | 7,45            | 6,88            | 1,51          | 11,30 |
| 2004 | 22,04           | 11,76           | 9,27            | 7,56            | 7,08            | 1,45          | 10,97 |
| 2005 | 19,66           | 9,63            | 7,40            | 6,29            | 6,12            | 2,39          | 9,16  |
| 2006 | 17,92           | 9,12            | 7,02            | 5,94            | 5,71            | 1,60          | 8,51  |
| 2007 | 18,19           | 8,31            | 6,82            | 6,28            | 5,87            | 1,41          | 8,26  |
| 2008 | 24,63           | 11,99           | 9,64            | 8,35            | 7,32            | 2,52          | 11,34 |
| 2009 | 37,85           | 19,64           | 15,88           | 13,32           | 12,07           | 2,82          | 18,01 |
| 2010 | 41,61           | 22,20           | 17,83           | 15,30           | 14,13           | 2,44          | 20,06 |

Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

Tabla 40. Evolución de la población activa en España, por grupos de edad (1972-2010)

|      | De 15 a 24 años | De 25 a 34 años | De 35 a 44 años | De 45 a 54 años | De 55 a 64 años | 65 o más años |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|
| 1972 | 2876,3          | 2206,5          | 2792,8          | 2525,2          | 1739,8          | 568           |
| 1973 | 3004,8          | 2328,9          | 2770,7          | 2633,6          | 1783,1          | 585,7         |
| 1974 | 3031,8          | 2452,8          | 2701,3          | 2736,6          | 1721,2          | 354,9         |
| 1975 | 3036,3          | 2470,1          | 2695,6          | 2709,5          | 1672,6          | 468,4         |
| 1976 | 3136            | 3022,4          | 2714,2          | 2669,3          | 1608,9          | 489,6         |
| 1977 | 3144,1          | 3061,4          | 2683,5          | 2682,5          | 1608,5          | 434,1         |
| 1978 | 3154,7          | 3125,6          | 2649,4          | 2693            | 1644,6          | 387,2         |
| 1979 | 3166,3          | 3182,9          | 2657,5          | 2709,2          | 1642,8          | 353,7         |
| 1980 | 3181,6          | 3245,2          | 2656,6          | 2704,3          | 1655,6          | 311,7         |
| 1981 | 3207            | 3301,8          | 2662,6          | 2690,9          | 1675,7          | 269,8         |
| 1982 | 3233,3          | 3410,4          | 2727,7          | 2669,1          | 1696,4          | 230,6         |
| 1983 | 3242,4          | 3545,8          | 2791,4          | 2630,7          | 1713,6          | 225,1         |
| 1984 | 3233,7          | 3661,2          | 2850            | 2570,7          | 1707,4          | 201,6         |
| 1985 | 3155,2          | 3786,4          | 2938,3          | 2507,2          | 1724,4          | 173,4         |
| 1986 | 3139,3          | 3925,1          | 2996,6          | 2485,7          | 1714,7          | 162,2         |
| 1987 | 3330,4          | 4140,7          | 3138,8          | 2503,8          | 1707,7          | 147,5         |
| 1988 | 3391,8          | 4318            | 3260            | 2525,2          | 1715,1          | 145           |
| 1989 | 3299,7          | 4451,8          | 3356,9          | 2518,7          | 1741,9          | 147,7         |
| 1990 | 3235,9          | 4574,4          | 3461            | 2546,4          | 1736,1          | 134,6         |
| 1991 | 3149,4          | 4687            | 3556,1          | 2585,9          | 1714,8          | 128,8         |
| 1992 | 3047,5          | 4735,2          | 3649,1          | 2633,1          | 1698,6          | 130,7         |
| 1993 | 2954,5          | 4858,9          | 3753,6          | 2711,7          | 1642,7          | 126           |
| 1994 | 2914,2          | 4954,1          | 3906,3          | 2801,4          | 1550,7          | 118,3         |
| 1995 | 2808,3          | 5026,2          | 4016,6          | 2906,3          | 1507            | 120,9         |
| 1996 | 2733,3          | 5132,3          | 4150,4          | 3009,7          | 1511,1          | 109,1         |
| 1997 | 2667            | 5222,6          | 4263,7          | 3097            | 1529,9          | 96,7          |
| 1998 | 2608,8          | 5304,7          | 4392,4          | 3148,6          | 1549            | 96            |
| 1999 | 2600,9          | 5409,6          | 4533,5          | 3222,1          | 1533,7          | 107,8         |
| 2000 | 2559            | 5566,1          | 4743,8          | 3341,7          | 1620,8          | 107,9         |
| 2001 | 2391,4          | 5526,4          | 4770,6          | 3378,2          | 1679,5          | 107,8         |
| 2002 | 2308,5          | 5681,5          | 4975,9          | 3523            | 1748,3          | 103,5         |
| 2003 | 2242,9          | 5813,2          | 5174,8          | 3653,7          | 1831,9          | 105,8         |
| 2004 | 2406,32         | 6203            | 5544,73         | 3969,44         | 1949,69         | 111,25        |
| 2005 | 2494,74         | 6317,58         | 5697,61         | 4153,59         | 2079,24         | 142,98        |
| 2006 | 2474,01         | 6479,87         | 5930,29         | 4373,06         | 2177,74         | 149,82        |
| 2007 | 2434,03         | 6593,54         | 6150,22         | 4605,75         | 2259,54         | 146,81        |
| 2008 | 2407,96         | 6678,1          | 6372,15         | 4835,69         | 2395,51         | 158,81        |
| 2009 | 2223,17         | 6568,83         | 6562,33         | 5042,22         | 2484,52         | 156,4         |
| 2010 | 2047,58         | 6403,31         | 6689,82         | 5240,86         | 2551,07         | 156,24        |

Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

**Tabla 41. Evolución de la población desempleada en España, por grupos de edad (1972-2010)**

|      | De 15 a 24 años | De 25 a 34 años | De 35 a 44 años | De 45 a 54 años | De 55 a 64 años | 65 o más años |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|
| 1972 | 111             | 34,7            | 36,7            | 36,5            | 25,5            | 3,6           |
| 1973 | 145,3           | 40,3            | 39,3            | 32,3            | 22,2            | 1,4           |
| 1974 | 181,7           | 52,3            | 40              | 45,6            | 29,6            | 2,6           |
| 1975 | 274,4           | 87,7            | 72              | 78,5            | 51,8            | 2,9           |
| 1976 | 292             | 126,7           | 76,4            | 71,4            | 40,5            | 1,4           |
| 1977 | 348,2           | 141,9           | 82,2            | 69,5            | 45,2            | 2,2           |
| 1978 | 491,4           | 185,6           | 98,3            | 93              | 54,3            | 2,1           |
| 1979 | 607,5           | 243             | 124,8           | 112,6           | 66,5            | 1,6           |
| 1980 | 804,7           | 338             | 157,6           | 146,5           | 83,2            | 2,9           |
| 1981 | 989,8           | 428,1           | 193,6           | 173,4           | 103,1           | 3,6           |
| 1982 | 1121            | 519,7           | 213,1           | 188,1           | 117,4           | 2,5           |
| 1983 | 1217,8          | 591,8           | 248,9           | 209,3           | 124,4           | 2,1           |
| 1984 | 1352,8          | 705,7           | 310,4           | 254,8           | 167,7           | 2             |
| 1985 | 1381,1          | 818,8           | 346,1           | 276,6           | 179,4           | 3,2           |
| 1986 | 1343,8          | 825,9           | 343,1           | 264,2           | 194,6           | 3,5           |
| 1987 | 1336,2          | 855             | 354,9           | 258,4           | 169,3           | 2,8           |
| 1988 | 1264,6          | 886,7           | 363,2           | 238             | 151,9           | 2,1           |
| 1989 | 1061,1          | 850,7           | 353,7           | 213,1           | 152,3           | 1,7           |
| 1990 | 978,8           | 824,5           | 351,8           | 214,4           | 138,5           | 2,1           |
| 1991 | 913,7           | 867,9           | 389,3           | 228,1           | 144,1           | 2,2           |
| 1992 | 986,6           | 985,1           | 479,2           | 270             | 156,2           | 6,3           |
| 1993 | 1211,6          | 1240,6          | 592,8           | 364,6           | 186,8           | 2,4           |
| 1994 | 1248,9          | 1347,6          | 687,3           | 401,2           | 192,1           | 2,7           |
| 1995 | 1135,9          | 1315,7          | 678,5           | 398,3           | 185             | 2,2           |
| 1996 | 1091,1          | 1302,4          | 680,6           | 405,6           | 176,1           | 1,3           |
| 1997 | 992,1           | 1240,9          | 678,1           | 384,6           | 173,9           | 1,9           |
| 1998 | 885,2           | 1139,2          | 631,8           | 360,1           | 159,9           | 1             |
| 1999 | 734,8           | 961,5           | 564,8           | 310,8           | 149,4           | 1,2           |
| 2000 | 647,3           | 862,6           | 528,9           | 293,6           | 152,5           | 2,1           |
| 2001 | 496,4           | 644,4           | 389,7           | 231,8           | 105,5           | 1,3           |
| 2002 | 513,4           | 722,1           | 452,7           | 270,5           | 123,3           | 1,1           |
| 2003 | 510,2           | 740,1           | 477,3           | 272,2           | 126             | 1,6           |
| 2004 | 530,26          | 729,44          | 514,09          | 300,16          | 138,06          | 1,61          |
| 2005 | 490,45          | 608,45          | 421,57          | 261,4           | 127,23          | 3,42          |
| 2006 | 443,34          | 590,81          | 416,47          | 259,78          | 124,32          | 2,39          |
| 2007 | 442,73          | 547,65          | 419,69          | 289,03          | 132,73          | 2,07          |
| 2008 | 592,97          | 800,56          | 613,96          | 403,85          | 175,26          | 4             |
| 2009 | 841,47          | 1289,92         | 1042,32         | 671,56          | 299,83          | 4,41          |
| 2010 | 852,03          | 1421,71         | 1192,69         | 801,81          | 360,34          | 3,81          |

Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

Tabla 42. Evolución de la tasa de temporalidad en España, por grupos de edad (1987-2010)

|             | De 15 a 24 años | De 25 a 54 años | De 55 a 64 años | 65 o más años | Total  |
|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|--------|
| <b>1987</b> | 36,12%          | 11,61%          | 7,39%           | 4,97%         | 15,56% |
| <b>1988</b> | 53,22%          | 16,50%          | 8,62%           | 8,41%         | 22,35% |
| <b>1989</b> | 60,15%          | 20,23%          | 9,39%           | 9,77%         | 26,52% |
| <b>1990</b> | 65,76%          | 23,05%          | 11,25%          | 8,38%         | 29,78% |
| <b>1991</b> | 70,19%          | 25,21%          | 11,95%          | 13,09%        | 32,17% |
| <b>1992</b> | 73,93%          | 26,54%          | 13,47%          | 11,66%        | 33,50% |
| <b>1993</b> | 73,87%          | 26,16%          | 12,64%          | 15,32%        | 32,14% |
| <b>1994</b> | 74,40%          | 28,41%          | 12,49%          | 12,30%        | 33,64% |
| <b>1995</b> | 76,36%          | 29,46%          | 13,50%          | 8,01%         | 34,99% |
| <b>1996</b> | 75,40%          | 28,46%          | 12,66%          | 10,23%        | 33,60% |
| <b>1997</b> | 75,03%          | 28,28%          | 13,14%          | 7,46%         | 33,60% |
| <b>1998</b> | 72,92%          | 27,74%          | 13,05%          | 12,34%        | 32,89% |
| <b>1999</b> | 70,12%          | 27,73%          | 13,54%          | 15,90%        | 32,72% |
| <b>2000</b> | 68,60%          | 27,45%          | 12,63%          | 11,43%        | 32,13% |
| <b>2001</b> | 66,52%          | 27,60%          | 12,74%          | 10,97%        | 31,56% |
| <b>2002</b> | 65,00%          | 28,37%          | 13,13%          | 10,43%        | 31,84% |
| <b>2003</b> | 64,46%          | 28,77%          | 12,71%          | 17,03%        | 31,78% |
| <b>2004</b> | 65,73%          | 29,68%          | 12,69%          | 12,60%        | 32,45% |
| <b>2005</b> | 66,52%          | 30,56%          | 14,04%          | 19,78%        | 33,34% |
| <b>2006</b> | 66,09%          | 31,55%          | 14,66%          | 18,47%        | 34,04% |
| <b>2007</b> | 62,79%          | 29,46%          | 13,44%          | 16,85%        | 31,66% |
| <b>2008</b> | 59,39%          | 27,52%          | 12,16%          | 14,76%        | 29,26% |
| <b>2009</b> | 55,89%          | 24,23%          | 10,44%          | 12,62%        | 25,40% |
| <b>2010</b> | 58,56%          | 23,85%          | 10,16%          | 14,85%        | 24,91% |

Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

**Tabla 43. Evolución de la tasa de actividad en España, por grupos de edad (1972-2010)**

|      | De 15 a 24 años | De 25 a 34 años | De 35 a 44 años | De 45 a 54 años | De 55 a 64 años | 65 o más años | Total |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|-------|
| 1972 | 62,50           | 60,29           | 59,69           | 59,86           | 50,93           | 15,25         | 61,77 |
| 1973 | 64,27           | 62,58           | 61,05           | 60,78           | 51,35           | 14,83         | 63,20 |
| 1974 | 64,08           | 63,47           | 62,07           | 61,23           | 50,00           | 8,72          | 62,31 |
| 1975 | 62,38           | 63,14           | 61,37           | 60,72           | 48,92           | 11,42         | 62,00 |
| 1976 | 63,30           | 64,04           | 62,45           | 60,91           | 49,53           | 12,72         | 63,00 |
| 1977 | 62,57           | 64,16           | 62,44           | 60,63           | 48,85           | 11,09         | 62,42 |
| 1978 | 61,56           | 64,72           | 62,25           | 60,19           | 48,90           | 9,70          | 61,93 |
| 1979 | 60,44           | 65,23           | 62,74           | 60,01           | 47,68           | 8,71          | 61,45 |
| 1980 | 59,28           | 65,78           | 62,69           | 59,44           | 46,80           | 7,56          | 60,80 |
| 1981 | 58,33           | 65,99           | 62,23           | 59,13           | 46,17           | 6,49          | 60,14 |
| 1982 | 57,87           | 67,37           | 62,89           | 59,02           | 45,42           | 5,44          | 60,09 |
| 1983 | 57,36           | 69,02           | 63,31           | 58,82           | 44,61           | 5,21          | 60,17 |
| 1984 | 56,70           | 69,98           | 63,45           | 58,27           | 43,28           | 4,56          | 59,81 |
| 1985 | 54,91           | 70,97           | 63,98           | 57,83           | 42,65           | 3,83          | 59,39 |
| 1986 | 54,38           | 72,21           | 64,07           | 58,42           | 41,60           | 3,49          | 59,45 |
| 1987 | 57,33           | 74,47           | 66,10           | 59,52           | 40,70           | 3,08          | 61,04 |
| 1988 | 57,91           | 75,75           | 67,68           | 60,35           | 40,23           | 2,93          | 61,86 |
| 1989 | 56,00           | 76,44           | 68,81           | 60,46           | 40,40           | 2,90          | 61,89 |
| 1990 | 54,89           | 77,40           | 70,43           | 61,37           | 40,13           | 2,58          | 62,27 |
| 1991 | 53,22           | 78,10           | 71,68           | 61,92           | 39,77           | 2,42          | 62,37 |
| 1992 | 51,45           | 77,75           | 72,76           | 62,20           | 39,71           | 2,40          | 62,23 |
| 1993 | 49,94           | 78,86           | 73,81           | 63,02           | 38,89           | 2,26          | 62,47 |
| 1994 | 49,44           | 79,55           | 75,47           | 63,89           | 37,27           | 2,07          | 62,86 |
| 1995 | 47,97           | 79,85           | 76,11           | 64,78           | 36,88           | 2,07          | 63,02 |
| 1996 | 47,18           | 80,60           | 77,05           | 65,69           | 37,58           | 1,81          | 63,66 |
| 1997 | 46,86           | 81,23           | 77,44           | 66,59           | 38,46           | 1,57          | 64,28 |
| 1998 | 46,89           | 81,66           | 77,91           | 66,82           | 39,16           | 1,52          | 64,86 |
| 1999 | 48,00           | 82,25           | 78,42           | 67,42           | 38,85           | 1,67          | 65,68 |
| 2000 | 48,55           | 83,12           | 79,71           | 68,86           | 40,89           | 1,64          | 67,10 |
| 2001 | 46,84           | 81,15           | 77,90           | 68,49           | 41,87           | 1,61          | 66,17 |
| 2002 | 47,01           | 82,63           | 79,35           | 70,20           | 42,72           | 1,52          | 67,51 |
| 2003 | 47,59           | 84,10           | 80,83           | 71,36           | 43,78           | 1,54          | 68,87 |
| 2004 | 49,22           | 84,99           | 81,85           | 73,02           | 44,43           | 1,58          | 70,12 |
| 2005 | 52,14           | 84,94           | 81,96           | 74,07           | 45,94           | 2,01          | 71,26 |
| 2006 | 52,70           | 85,89           | 83,18           | 75,57           | 46,76           | 2,08          | 72,40 |
| 2007 | 52,43           | 86,35           | 83,98           | 76,92           | 47,37           | 2,01          | 73,09 |
| 2008 | 52,46           | 87,30           | 84,97           | 78,16           | 49,21           | 2,14          | 74,20 |
| 2009 | 49,53           | 87,50           | 86,24           | 79,38           | 50,20           | 2,08          | 74,54 |
| 2010 | 46,89           | 88,12           | 87,12           | 80,69           | 50,80           | 2,04          | 74,90 |

Fuente: OCDE – *Online OECD Employment database*

Tabla 44. Evolución de la tasa bruta de natalidad en España (1975-2009)

| <b>Año</b> | <b>Nacimientos por mil habitantes</b> |
|------------|---------------------------------------|
| 1975       | 18,7                                  |
| 1976       | 18,7                                  |
| 1977       | 17,9                                  |
| 1978       | 17,2                                  |
| 1979       | 16,1                                  |
| 1980       | 15,2                                  |
| 1981       | 14,1                                  |
| 1982       | 13,6                                  |
| 1983       | 12,7                                  |
| 1984       | 12,4                                  |
| 1985       | 11,9                                  |
| 1986       | 11,4                                  |
| 1987       | 11,0                                  |
| 1988       | 10,8                                  |
| 1989       | 10,5                                  |
| 1990       | 10,3                                  |
| 1991       | 10,2                                  |
| 1992       | 10,2                                  |
| 1993       | 9,8                                   |
| 1994       | 9,4                                   |
| 1995       | 9,2                                   |
| 1996       | 9,2                                   |
| 1997       | 9,3                                   |
| 1998       | 9,2                                   |
| 1999       | 9,5                                   |
| 2000       | 9,9                                   |
| 2001       | 10,0                                  |
| 2002       | 10,1                                  |
| 2003       | 10,5                                  |
| 2004       | 10,6                                  |
| 2005       | 10,7                                  |
| 2006       | 10,9                                  |
| 2007       | 10,9                                  |
| 2008       | 11,4                                  |
| 2009       | 10,7                                  |

Fuente: INE – *Indicadores Demográficos Básicos*

**Tabla 45. Evolución de la esperanza de vida al nacer en España (1975-2010)**

| <b>Año</b> | <b>Edad</b> |
|------------|-------------|
| 1975       | 73,7        |
| 1976       | 74          |
| 1977       | 74,3        |
| 1978       | 74,6        |
| 1979       | 75          |
| 1980       | 75,3        |
| 1981       | 75,6        |
| 1982       | 76,2        |
| 1983       | 75,9        |
| 1984       | 76,2        |
| 1985       | 76,1        |
| 1986       | 76,4        |
| 1987       | 76,6        |
| 1988       | 76,5        |
| 1989       | 76,5        |
| 1990       | 76,5        |
| 1991       | 76,6        |
| 1992       | 77,1        |
| 1993       | 77,2        |
| 1994       | 77,5        |
| 1995       | 77,5        |
| 1996       | 77,6        |
| 1997       | 78,1        |
| 1998       | 78,2        |
| 1999       | 78,2        |
| 2000       | 78,7        |
| 2001       | 79          |
| 2002       | 79,1        |
| 2003       | 79          |
| 2004       | 79,7        |
| 2005       | 79,6        |
| 2006       | 80,4        |
| 2007       | 80,3        |
| 2008       | 80,7        |
| 2009       | 81,0        |
| 2010       | 81,5        |

Fuente: Eurostat – *Population and social conditions*

## Capítulo 5

**Tabla 46. Evolución de la distribución del empleo por sectores de actividad en España (1976-2010)**

|      | AGRICULTURA | INDUSTRIA | CONSTRUCCIÓN | SERVICIOS |
|------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| 1976 | 21,62%      | 27,44%    | 9,88%        | 40,93%    |
| 1977 | 20,24%      | 27,73%    | 10,36%       | 41,63%    |
| 1978 | 19,88%      | 27,52%    | 9,96%        | 42,57%    |
| 1979 | 19,01%      | 27,25%    | 9,68%        | 44,01%    |
| 1980 | 18,39%      | 27,25%    | 9,34%        | 44,95%    |
| 1981 | 17,77%      | 26,61%    | 8,96%        | 46,52%    |
| 1982 | 17,76%      | 25,22%    | 8,94%        | 47,96%    |
| 1983 | 17,89%      | 25,01%    | 8,89%        | 48,07%    |
| 1984 | 17,62%      | 25,19%    | 7,95%        | 49,02%    |
| 1985 | 17,31%      | 24,42%    | 7,58%        | 50,50%    |
| 1986 | 15,27%      | 24,23%    | 8,04%        | 52,26%    |
| 1987 | 14,30%      | 24,16%    | 8,34%        | 53,19%    |
| 1988 | 13,63%      | 23,73%    | 9,07%        | 53,56%    |
| 1989 | 12,61%      | 23,46%    | 9,53%        | 54,40%    |
| 1990 | 11,13%      | 23,56%    | 10,00%       | 55,31%    |
| 1991 | 9,96%       | 22,80%    | 10,32%       | 56,92%    |
| 1992 | 9,46%       | 22,60%    | 9,75%        | 58,20%    |
| 1993 | 9,50%       | 21,40%    | 9,27%        | 59,83%    |
| 1994 | 9,08%       | 21,03%    | 9,26%        | 60,64%    |
| 1995 | 8,64%       | 20,55%    | 9,50%        | 61,31%    |
| 1996 | 8,11%       | 20,16%    | 9,64%        | 62,08%    |
| 1997 | 7,84%       | 20,35%    | 9,79%        | 62,02%    |
| 1998 | 7,53%       | 20,66%    | 10,03%       | 61,78%    |
| 1999 | 6,92%       | 20,05%    | 10,84%       | 62,19%    |
| 2000 | 6,40%       | 19,84%    | 11,20%       | 62,56%    |
| 2001 | 6,14%       | 19,59%    | 11,65%       | 62,62%    |
| 2002 | 5,59%       | 19,41%    | 11,81%       | 63,18%    |
| 2003 | 5,51%       | 18,48%    | 12,15%       | 63,87%    |
| 2004 | 5,32%       | 17,78%    | 12,59%       | 64,31%    |
| 2008 | 3,87%       | 15,70%    | 11,86%       | 68,57%    |
| 2009 | 3,91%       | 14,41%    | 9,81%        | 71,88%    |
| 2010 | 4,07%       | 14,02%    | 8,99%        | 72,92%    |

Fuente: Elaboración propia a partir de INE - *Encuesta de Población Activa*

**Tabla 47. Evolución de la estructura sectorial del PIB en España (1970-2010)**

|             | <b>AGRICULTURA Y PESCA</b> | <b>INDUSTRIA Y ENERGÍA</b> | <b>CONSTRUCCIÓN</b> | <b>SERVICIOS</b> |
|-------------|----------------------------|----------------------------|---------------------|------------------|
| <b>1970</b> | 11,0%                      | 34,0%                      | 8,8%                | 46,3%            |
| <b>1980</b> | 7,0%                       | 28,6%                      | 7,9%                | 56,5%            |
| <b>1990</b> | 5,5%                       | 25,1%                      | 8,8%                | 60,6%            |
| <b>2000</b> | 4,4%                       | 20,9%                      | 8,3%                | 66,4%            |
| <b>2005</b> | 3,1%                       | 18,4%                      | 11,6%               | 66,8%            |
| <b>2009</b> | 2,5%                       | 15,1%                      | 10,7%               | 71,7%            |
| <b>2010</b> | 2,7%                       | 15,6%                      | 10,1%               | 71,6%            |

Fuente: INE – *Contabilidad Nacional*

Tabla 48. Evolución de la inversión publicitaria controlada en España, según sector (1994-2009)

|  | 1994                          |            | 1999                          |            | 2004                          |            | 2009                          |            |
|--|-------------------------------|------------|-------------------------------|------------|-------------------------------|------------|-------------------------------|------------|
|  | Inversión (millones de euros) | %          |
| <b>Alimentación</b>                                  | 257,4                         | 8,9        | 354,1                         | 7,27       | 488,4                         | 8,20       | 370,2                         | 7,23       |
| <b>Automoción</b>                                    | 361                           | 12,5       | 540,6                         | 11,09      | 599,7                         | 10,07      | 487,3                         | 9,52       |
| <b>Bebidas</b>                                       | 151,2                         | 5,2        | 258,1                         | 5,30       | 318,8                         | 5,35       | 222,5                         | 4,35       |
| <b>Belleza e higiene</b>                             | 270,7 <sup>33</sup>           | 9,3        | 420,9 <sup>34</sup>           | 8,64       | 496,9                         | 8,35       | 451,2                         | 8,81       |
| <b>Construcción</b>                                  | 41,2 <sup>35</sup>            | 1,4        | 115                           | 2,36       | 165,0                         | 2,77       | 81,3                          | 1,59       |
| <b>Cultura, enseñanza y medios de comunicación</b>   | 405,1                         | 14,0       | 709,9                         | 14,57      | 733,3                         | 12,32      | 432,8                         | 8,46       |
| <b>Deportes y tiempo libre</b>                       |                               |            | 79,3                          | 1,63       | 149,8                         | 2,52       | 146,0                         | 2,85       |
| <b>Distribución</b>                                  | 230,5                         | 8,0        | 300,7                         | 6,17       | 427,3                         | 7,18       | 465,4                         | 9,09       |
| <b>Energía</b>                                       | 26,5                          | 0,9        | 50                            | 1,03       | 75,3                          | 1,26       | 79,1                          | 1,55       |
| <b>Equipos de oficina y comercio</b>                 | 67,4                          | 2,3        |                               |            | 50,0                          | 0,84       | 29,1                          | 0,57       |
| <b>Finanzas</b>                                      | 155,7                         | 5,4        | 209,8                         | 4,31       | 283,4                         | 4,76       | 376,0                         | 7,35       |
| <b>Hogar</b>   | 86                            | 3,0        | 126,6                         | 2,60       | 192,9                         | 3,24       | 146,5                         | 2,86       |
| <b>Industria, material de trabajo y agropecuario</b> |                               |            | 26,1                          | 0,54       | 20                            | 0,34       | 18,2                          | 0,36       |
| <b>Limpieza</b>                                      | 95,7                          | 3,3        | 104,4                         | 2,14       | 91,7                          | 1,54       | 75,1                          | 1,47       |
| <b>Medios de transporte</b>                          |                               |            |                               |            |                               |            |                               |            |
| <b>Objetos personales</b>                            | 131,2 <sup>36</sup>           | 4,5        | 65,8                          | 1,35       | 82,7                          | 1,39       | 49,1                          | 0,96       |
| <b>Salud</b>   |                               |            |                               |            | 112,5                         | 1,89       | 109,7                         | 2,14       |
| <b>Servicios públicos y privados</b>                 | 117,2                         | 4,0        | 313,1                         | 6,43       | 341,1                         | 5,73       | 369,0                         | 7,21       |
| <b>Tabaco</b>  | 22,4                          | 0,8        | 50,3                          | 1,03       | 48,6                          | 0,82       | 0,0                           | 0,00       |
| <b>Telecomunicaciones e internet</b>                 |                               |            | 428,8 <sup>37</sup>           | 8,80       | 343,2                         | 5,76       | 411,4                         | 8,04       |
| <b>Textil y vestimenta</b>                           | 59,9                          | 2,1        | 79,1                          | 1,62       | 102,6                         | 1,72       | 71,9                          | 1,40       |
| <b>Transporte, viajes y turismo</b>                  | 53,3                          | 1,8        | 149,7                         | 3,07       | 239,0                         | 4,01       | 312,0                         | 6,10       |
| <b>Varios</b>  | 359,6                         | 12,4       | 490,1                         | 10,06      | 592,2                         | 9,95       | 415,2                         | 8,11       |
| <b>TOTAL</b>   | <b>2.892,8</b>                | <b>100</b> | <b>4.873,3</b>                | <b>100</b> | <b>5.954,5</b>                | <b>100</b> | <b>5.119,1</b>                | <b>100</b> |

Fuente: Elaboración propia a partir de Infoadex (1995: 40; 2000: 40; 2005: 36; 2010: 39)

<sup>33</sup> Incluye también Farmacia y salud.

<sup>34</sup> Incluye también Farmacia y salud.

<sup>35</sup> Incluye agricultura e industria.

<sup>36</sup> Incluye Tiempo libre.

<sup>37</sup> Incluye también equipos de oficina y comercio.

**Tabla 49. Ranking de los 20 primeros anunciantes en España, según inversión (1994)**

| <b>Puesto</b> | <b>Anunciante</b>                                    | <b>Inversión<br/>(millones de euros)</b> |
|---------------|--|--|
| 1º            | El Corte Inglés                                      | 62,9                                     |
| 2º            | Procter & Gamble                                     | 48,8                                     |
| 3º            | Fasa Renault   | 47,3                                     |
| 4º            | Citroen  | 45,2                                     |
| 5º            | Seat   | 34,6                                     |
| 6º            | Ford   | 34,1                                     |
| 7º            | Henkel   | 33,9                                     |
| 8º            | Organismo Nacional de Loterías y Apuestas del Estado | 33,4                                     |
| 9º            | Nestle   | 33,2                                     |
| 10º           | Peugeot Talbot                                       | 32,3                                     |
| 11º           | Volkswagen-Audi                                      | 28,8                                     |
| 12º           | Fiat   | 28,7                                     |
| 13º           | Leche Pascual  | 28,4                                     |
| 14º           | Nutrexpa   | 26                                       |
| 15º           | Opel   | 22,6                                     |
| 16º           | Ente Público RTVE                                    | 20,6                                     |
| 17º           | Coca-Cola  | 18,1                                     |
| 18º           | Teléfono   | 16,8                                     |
| 19º           | Danone   | 16,7                                     |
| 20º           | Teleshop Vital                                       | 15,3                                     |

Fuente: Infoadex (1995: 48)

Tabla 50. Ranking de los 20 primeros anunciantes en España, según inversión (1999)

| <b>Puesto</b> | <b>Anunciante</b>   | <b>Inversión<br/>(millones de<br/>euros)</b> |
|---------------|---|--|
| 1º            | Telefónica Servicios Móviles  | 80,6   |
| 2º            | El Corte Inglés   | 71,2   |
| 3º            | Telefónica Sociedad Operadora de<br>Servicios de Telecomunicaciones | 69,6   |
| 4º            | Procter & Gamble  | 65,2   |
| 5º            | Volkswagen-Audi   | 55,8   |
| 6º            | Fasa Renault  | 50,9   |
| 7º            | Airtel Móvil  | 50,7   |
| 8º            | ONCE  | 42,3   |
| 9º            | Danone  | 41,4   |
| 10º           | Peugeot Talbot  | 40   |
| 11º           | Coca-Cola   | 38,4   |
| 12º           | Opel  | 36,7   |
| 13º           | Ford  | 36,6   |
| 14º           | Fiat  | 36,5   |
| 15º           | Nestle  | 35,5   |
| 16º           | L'Oreal   | 34,8   |
| 17º           | CEAC  | 33,3   |
| 18º           | Arbora & Ausonia  | 32,6   |
| 19º           | Seat  | 31,4   |
| 20º           | Retevisión  | 30,7   |

Fuente: Infoadex (2000: 49)

**Tabla 51. Ranking de los 20 primeros anunciantes en España, según inversión (2004)**

| <b>Puesto</b> | <b>Anunciante</b>  | <b>Inversión<br/>(millones de euros)</b> |
|---------------|--------------------|--|
| 1º            | Procter & Gamble   | 87,7                                     |
| 2º            | Telefónica Móviles | 80,9                                     |
| 3º            | El Corte Inglés    | 79,1                                     |
| 4º            | Danone             | 68,2                                     |
| 5º            | L'Oreal            | 66,2                                     |
| 6º            | Renault            | 56,8                                     |
| 7º            | Volkswagen-Audi    | 53,6                                     |
| 8º            | Vodafone           | 48,6                                     |
| 9º            | Leche Pascual      | 47,8                                     |
| 10º           | General Motors     | 45,5                                     |
| 11º           | Telefónica         | 45,0                                     |
| 12º           | Ford               | 42,2                                     |
| 13º           | ONCE               | 40,2                                     |
| 14º           | Citroen            | 36,7                                     |
| 15º           | Coca-Cola          | 36,5                                     |
| 16º           | Unilever           | 36,0                                     |
| 17º           | Nestle             | 35,6                                     |
| 18º           | Daimler Chrysler   | 34,4                                     |
| 19º           | ING Bank           | 33,7                                     |
| 20º           | Seat               | 30,8                                     |

Fuente: Infoadex (2005: 45)

Tabla 52. Ranking de los 20 primeros anunciantes en España, según inversión (2009)

| <b>Puesto</b> | <b>Anunciante</b>      | <b>Inversión<br/>(millones de euros)</b> |
|---------------|------------------------|--|
| 1º            | Telefónica             | 129,3                                    |
| 2º            | Procter & Gamble       | 111,4                                    |
| 3º            | L'Oreal                | 97,0                                     |
| 4º            | El Corte Inglés        | 90,0                                     |
| 5º            | Volkswagen-Audi        | 73,5                                     |
| 6º            | Vodafone               | 71,1                                     |
| 7º            | Danone                 | 61,2                                     |
| 8º            | ING Direct             | 56,6                                     |
| 9º            | Unilever               | 49,7                                     |
| 10º           | Viajes Marsans         | 48,3                                     |
| 11º           | Viajes El Corte Inglés | 47,9                                     |
| 12º           | France Telecom         | 45,6                                     |
| 13º           | ONCE                   | 40,9                                     |
| 14º           | Johnson & Johnson      | 36,7                                     |
| 15º           | Seat                   | 35,2                                     |
| 16º           | Coca-Cola              | 35,2                                     |
| 17º           | Línea Directa          | 34,8                                     |
| 18º           | Antonio Puig           | 33,5                                     |
| 19º           | Peugeot                | 32,6                                     |
| 20º           | Renault                | 32,3                                     |

Fuente: Infoadex (2010: 44)



## Capítulo 6

**Tabla 53. Bienes y servicios relacionados con los cuidados personales, según la clasificación internacional de consumo COICOP (*Classification Of Individual Consumption by Purpose*)**

|  |   |
|--|---|
| <b>GRUPO 12. OTROS BIENES Y SERVICIOS.</b> |   |
| <b>12.1</b>                                | <b>CUIDADOS PERSONALES.</b>   |
| <b>12.1.1</b>                              | <b>Peluquería y estética personal.</b>  |
| <b>12.1.1.1</b><br>Mensual                 | <b>PELUQUERÍA Y ESTÉTICA PERSONAL.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corte de pelo, afeitado, lavado, teñido, permanente, desrizado, mechas, tratamientos capilares, limpieza de cutis, depilaciones, depilación láser, manicura, pedicura, saunas, masajes no terapéuticos, rayos UVA...</li> <li>• Peluquería y estética no desglosable.</li> </ul>  |
| <b>12.1.2</b>                              | <b>Aparatos, artículos y productos para los cuidados personales.</b>  |
| <b>12.1.2.1</b><br>Trimestral              | <b>APARATOS ELÉCTRICOS PARA LOS CUIDADOS PERSONALES Y SU REPARACIÓN.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Máquinas de afeitarse eléctricas, secadores de pelo, tenacillas eléctricas, cepillos eléctricos para dientes, lámparas de broncear, artículos eléctricos para masaje, depiladoras eléctricas. Incluye la reparación de estos artículos.</li> </ul>  |
| <b>12.1.2.2</b><br>Bisemanal               | <b>ARTÍCULOS NO ELÉCTRICOS PARA LOS CUIDADOS PERSONALES; PRODUCTOS DE ASEO.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinillas de afeitarse no eléctricas y hojas de afeitarse, brochas de afeitarse, espumas, cremas, lociones para el afeitado.</li> <li>• Jabones, gel de baño y sales de baño, incluyendo los medicinales.</li> <li>• Dentífrico, polvos dentífricos y elixires.</li> <li>• Colonias envasadas y a granel y perfumes.</li> <li>• Desodorantes líquidos, en barra y en spray.</li> <li>• Champúes y suavizantes para el pelo.</li> <li>• Productos de belleza, cremas, mascarillas para la cara, las manos y el cuerpo, tónicos, lacas de uñas, quitaesmalte, base o endurecedores de uñas, bronceadores, cremas protectoras y para después de tomar el sol; lacas, brillantinas, fijadores, tintes para el pelo, líquidos para moldeadores y permanentes; talco, depilatorios; barra de labios, sombras de ojos, lápices de labios, de cejas, crema para las pestañas...; maquillajes, polvos compactos y no compactos, coloretes.</li> <li>• Papel higiénico, pañuelos de papel, toallitas desmaquilladoras, algodón hidrófilo.</li> <li>• Pañales y toallitas para bebé.</li> <li>• Compresas, tampones higiénicos, toallitas íntimas, bragas de papel...</li> <li>• Esponjas, rulos, tubos calientes, bigudíes, redecillas; tijeras, limas de uñas, peines, cepillos de pelo, cepillos de uñas, cepillos de dientes, artículos de manicura, pelucas, peinetas, diademas y adornos para el pelo, uñas postizas, lentillas de colores sin graduar, báscula de bebés y personas.</li> </ul> |
| <b>12.1.3</b>                              | <b>Otros servicios para los cuidados personales no contemplados en otra parte.</b>  |

Fuente: INE - *Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006*



## **ANEXO IV. SUMMARY AND CONCLUSIONS**

---



## 1. OBJECT OF STUDY

This doctoral thesis wants to contribute, as a general objective, to the knowledge about *the role played by social mediations in the reproduction of globalised societies*. For this aim, it analyzes *how mediation takes part in the transfer of social inequalities to individual subjects*.

The criteria used in the research field about social mediations offer the theoretical and the methodological support for carrying out this thesis (epigraph 2).

In so far as this research is interested on processes of social change and reproduction:

- It has been selected a *socio-historical object of study*, that is, an object that changes over time.
- It has been selected a *macro-sociological perspective*, that is, a perspective that can link the object of study with the functioning of the society as a whole.

## 1.1. The transfer of social inequalities to individual subjects as a mechanism of social reproduction inherent to globalised capitalist societies

### 1.1.1. Crisis stabilisation as a permanent condition of globalised societies

From the 1970s on, in the capitalist countries that had achieved the highest level of industrial economic development, a shift towards a new stage of globalised monopoly began to be consolidated. This shift represented the beginning of a new phase in the history of capitalism.

Since the dawning of the era of global monopoly in which we live today, the inequalities generated by the development of capitalism are no longer resolved by periodic crises of overproduction. Such occasional «reorganisations» are insufficient to realign the macroeconomic imbalance. The crises have adopted a structural quality, as «they have broken the barriers that kept them limited to the market and have inundated everyday life» (Martín Serrano, 2008: 20).

Consequently, institutions and social norms are subjected to rapid and constant changes, and cannot be stabilised in order to shape the mentalities and guide the behaviours of individuals. Everything becomes transitory, unstable, volatile. We thus speak of a «liquid society» (Bauman, [2000] 2004), an «ephemeral society» (Lipovetsky, [1987] 1996) or a «risk

society» (Beck, [1986] 1998). Incongruous and discordant situations become rampant, and society enters a state of permanent imbalance.

It might be thought that this situation weakens the capacity of these social formations to reproduce themselves. However, the permanence and extension of the crises not only appear to leave their viability unaffected, at least in the short term, but to reinforce it, suggesting that the processes of social control are proving effective.

#### 1.1.2. The institutionalisation of social mediations as the characteristic adjustment mechanism of globalised capitalism

In the current monopolistic-globalised stage of capitalism, new processes of social control emerge «which make it possible for social actors to adapt to living in a state of permanent crisis, without questioning the global system» (Martín Serrano, 2008: 20). These new control mechanisms are the social mediations that are institutionalised as a vast adjustment system inseparable from social reproduction.

Their specific forms of control are characterised by their non-coercive nature. Instead of seeking forced obedience, social mediations seek to generate consensus through «comforting forms of pressure» (Martín Serrano, 1998). To this end, intervening in the consciousness of individuals through public communications, they offer coherent world views that encourage people to accept values and living conditions

necessary to maintain the established order, even when these run counter to their own interests.

The effectiveness for social control of these world views is based on the fact that, instead of denying the inequalities and conflicts, they present them in isolation, divorced from each other and from the functioning of society in general. In this way, attention is diverted from the source of the problems and the social order as a whole is made more difficult to question.

1.1.3. Action upon individuals as an alternative to radical transformation of social structures

A form of control like the one described above makes it very difficult to posit structural transformations that would give rise to a new social order. Instead, «the inequalities must be corrected by acting upon individuals. (...) *To deal with the crises it is expected that each individual will ‘change’ whenever necessary and as often as may be required*» (Martín Serrano, 2008: 21). Therefore, what is needed are flexible and malleable people, always prepared to change (their job, place of residence, partner, values, etc.), capable of adapting to the ever-changing conditions of a constantly mutating world.

In this way, external conflicts are transformed into internal conflicts and individuals are convinced to make the problems of societal origin and scope their own and to attempt to remedy them themselves. Inter-group

(collective) tensions tend to be isolated as interpersonal (private) tensions and handled as cases of individual failures to adapt. The objective social conflict, which could ultimately place the people in confrontation with the institutions, thus becomes a subjective personal conflict.

## **1.2. Relations in Spain from 1970 to 2010 between age-related macro-social changes and transformations in the bodies of individuals**

The aim of this doctoral thesis is to verify this mechanism of transfer of social inequalities to interpersonal relations as a specific phenomenon. It is this phenomenon that is the object of this research, and it has been delineated as follows:

*The mediations between  
macro-social changes related to age groups (youths, adults and  
seniors) and*

*the transformations in social representations of bodies and in  
the care that individuals take of them.*

*Specifically, the study refers to Spain and covers this mediating  
activity from its earliest manifestations around 1970 up to the  
year 2010, by which time it had been consolidated.*

1.2.1. The spatial-temporal parameters: Spain in the era of globalisation

The temporal parameters have been determined by the following criteria:

- It is as of the 1970s that the changes provoking the transformation from industrial to monopolistic-globalised societies began to be consolidated.
- These are socio-historical changes that are still in progress and continue up to the present.

Insofar as the spatial parameters are concerned, Spain is one of the societies that shifted from an industrial to a globalised society in this period, although it did so in stages and at rates that were different from those of similar countries, due to its historical peculiarities.

1.2.2. The manifestation of social and technical divisions according to age levels of individuals

As societies developed increasingly secular living traditions and industrialized production processes (as was the case in Spain), social discrimination based on socio-biological differences (sex, race, age) progressively decreased. In globalised societies, however, a reappearance of these features as a criterion of social differentiation is observable.

This research focuses on the differences established in these societies based on the ages of their members. Since the dawn of monopolistic-global capitalism, age has become a mechanism of social differentiation/exclusion, overdetermining the possibilities for social integration in general and of integration in the labour market in particular.

Martín Serrano (2005) offers a macro-sociological criterion to explain why the refunctionalisation of ages reflects current mechanisms of social and technical division in globalised societies:

*The value that each generational group possesses in civil society is overdetermined by the system of production (which does not mean, obviously, that it is the only element that determines it).*

*This overdetermination means that age groups excluded from productive tasks will lose value, both in economic terms and in the social imaginary, and this will be almost immediately reflected in social stratification.*

Youths and seniors are progressively excluded from productive activities; youths, because they have increasing difficulties entering the labour market, and seniors, because they are definitively expelled from the system of production at a certain age.

1.2.3. The reflection of age-related macro-social determinations in the bodies of individuals

Age-related macro-social determinations are transferred to the private behaviour of individuals through the association of their success or failure to integrate socially with the adaptation of their bodies to the body paradigm of globalised societies. This paradigm is articulated on the basis of (among other criteria) the apparent age of the body, consistent with the importance that age acquires as a criterion for social differentiation/exclusion. Any individual whose body has a «worn out» or «obsolete» appearance will be more likely to be socially excluded.

1.2.4. The connection between macro-social transformations specific to each age group and the value ascribed to bodies and physical appearance

Social determinations rarely produce their effects directly or immediately. The connection between the value society ascribes to ages and to bodies is the result of the intervention of a range of *social mediations*.

The social pressure resulting from the relationship between physical decay and social exclusion leads individuals to try to make their bodies appear to have not yet fallen into disuse. A person's age cannot be changed; but the apparent age of the person can be. Ageing is inevitable, but the physical signs left by the passage of time (wrinkles, grey hair, thinning hair) can be

eliminated or at least concealed using anti-wrinkle cream, hair dye or hair grafts.

*The study of these mediations constitutes the central object of study of this doctoral thesis.*

## **2. THEORETICAL FRAMEWORK**

This research is located within the field of *communications* and its specific theoretical perspective is *mediational*. Specifically, it draws from the tradition of studies based on the *paradigm of social mediation* created by Professor Manuel Martín Serrano, whose landmark work continues to be *La mediación social* (Madrid: Akal), published in 1977.

This theoretical-methodological proposition appeared in the 1970s to add to the body of theoretical and methodological studies that sought to analyse, from different perspectives, the changes that were transforming industrial capitalist societies into monopolistic-globalised societies. And, specifically, this proposition took part in the discussion that were developing authors like Baudrillard ([1972] 1974), Eco ([1965] 1984), Enzensberger ([1971], 1974), McLuhan ([1964] 1996), Moles ([1973] 1978) or Morin ([1962] 1965) about the role being played by communications technologies in these changes.

Social mediation approaches contributed to the reorientation of the criteria that were customarily applied at that time to the study of institutionalised communications. Martín Serrano's theory positioned the study of communications in the right direction for it to be linked to the study of the functioning of society as a whole, by relating transformations in communications with social production and reproduction.

Since then, this paradigm has made significant theoretical and methodological contributions, and has served as a framework for numerous researchers (especially in Spain and Latin America) to approach the analysis of relations between social changes and transformations in communications from the same perspective. We can therefore speak of a tradition of studies of social mediations articulated around this paradigm. As mentioned above, it is this tradition within which this thesis is located.

## **2.1. Relevance of the mediation paradigm to the design of this research**

The mediation paradigm is appropriate for the design of this doctoral thesis for the following reasons:

### **2.1.1. It enables the analysis of phenomena in socio-historical terms**

Ages and bodies have a biological component that determines them, but at the same time they are *a socially produced condition*. This means that

they vary from one society to another and in accordance with each historical moment. This doctoral thesis studies the relations occurring between changes in the criteria for ascribing value to ages and changes in the criteria for ascribing value to the bodies of individuals, in the context of a wide-ranging social transformation that is turning industrial societies into globalised societies.

It therefore requires a theoretical approach that allows the analysis of the way in which social phenomena gradually transform over long periods of time. The mediation paradigm offers this possibility, as it proposes an explanation of the way in which the most developed capitalist societies are capable of reproducing themselves in spite of their increasing contradictions.

2.1.2. It enables the analysis of phenomena from a macro-sociological perspective

This doctoral thesis relates transformations occurring over the course of time in ages and bodies with the functioning of globalised societies in general.

It therefore requires a theoretical approach that allows the changes to a specific social phenomenon to be associated with the organisation and operation of the society in which that phenomenon occurs. The mediation paradigm offers this possibility, as it proposes a theory on

globalised societies that serves as a general interpretative framework within which to situate the analysis of specific objects of study.

2.1.3. It enables the analysis of phenomena in which macro-social determinations are manifested in everyday life

This doctoral thesis researches the way in which certain social constraints affecting ages are reflected in the bodies of individuals.

It therefore requires a theoretical approach capable of identifying these connections between macro- and micro-social levels. The mediation paradigm offers this possibility because, while it seeks to encompass all social structures, it attempts to understand how these structures are reproduced in everyday spaces where individuals live their lives.

2.1.4. It enables the analysis of the connections between macro- and micro-social levels in a non-mechanistic way

This doctoral thesis takes the view that the connections between ages and bodies do not respond to an explanatory «cause-effect» model.

It therefore requires a theoretical approach capable of identifying these links between macro- and micro-social levels in a non-mechanistic way. The mediation paradigm offers this possibility, as it maintains that the connections between macro- and micro-social levels occur through a diverse range of mediations that help to adjust the imbalances and

inconsistencies that occur between the two levels as a consequence of the transformations of society.

2.1.5. It enables the analysis of phenomena in which interdependencies occur between the State and organisations, social action and the information received via institutional channels

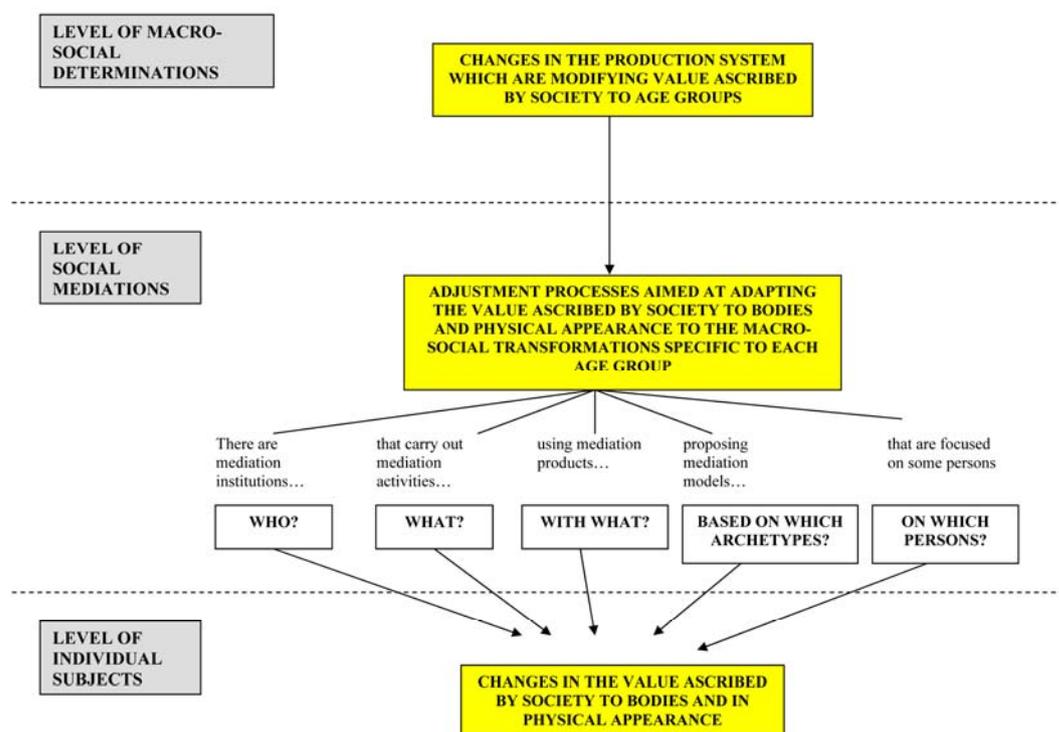
This doctoral thesis analyses an object of study that involves *organisations* that provide goods and services that enable the modification of physical appearance, the *actions* of the subjects who effectively change their body image through direct intervention, and the social *representations* that posit different body stereotypes according to age range. These are components that differ in nature, but they cannot be analysed separately.

A theoretical framework is therefore required that is capable of examining the relations between these three dimensions. The mediation paradigm allows this type of analysis, as it maintains that, in globalised societies, organisation, action and communication establish increasingly strong functional ties, and it offers a «macro» approach to studying these ties.

## 2.2. Application of the mediation paradigm to the design of this research: analytical model

Based on the parameters of the object of study and the theoretical framework proposed to study it, an analytical model has been elaborated that has served as a guide for the research (Figura 2):

Figura 2. Analytical Model



Source: own elaboration.

The model is divided into three levels of analysis. Each of these levels has been developed in a separate chapter of the thesis, in the section dedicated to the analysis of the data and the interpretation of the results. What follows here is merely a description of how the different elements considered in the research have been ordered, and the connections I have sought to identify between them, according to the mediation approach.

#### 2.2.1. Level of macro-social determinations

It refers to macro-social changes related to the system of production, which are changing the value ascribed by society to different age groups. The labour market in Spain is finding it increasingly difficult to employ all of the available workforce. There are some age groups (mainly youths and seniors) who are being gradually excluded from productive tasks and this results in their losing value, both in economic terms and in the social imaginary.

#### 2.2.2. Level of individual subjects

It examines the manifestation in the everyday lives of individual subjects of the macro-social determinations analysed at the macro-level. The new criteria for ascribing value to ages are somehow transferred to individual subjects and, specifically, to their bodies. Consequently, the value ascribed by society to a person will depend to a large extent on the apparent age of

that person's body. If the person's body appears obsolete, the chances of social exclusion will be greater.

### 2.2.3. Level of social mediations

This level of analysis is located in between the previous two, filtering the relations and connections occurring between them. It refers to the social mediations that make it possible for the changes in the value ascribed to bodies and physical appearance to be adapted to the transformations in the criteria for ascribing value to ages. As predicted by the mediation paradigm, this task of adaptation is carried out in three different but interrelated spheres:

- a) In the sphere of PUBLIC COMMUNICATIONS, new social representations of the body and bodily care are proposed, according to each age group.
  
- b) In the sphere of SOCIAL ORGANISATION, institutions emerge that specialise in marketing products and services aimed at care for the body and for its appearance and, in particular, at eliminating or at least concealing the physical signs of ageing.
  
- c) In the sphere of SOCIAL ACTION, individuals also participate in mediation through their behaviours, intervening directly in their own physical appearance through the consumption of the goods and

services offered by the mediating institutions to eliminate or conceal those physical features that indicate obsolescence.

### 3. METHODOLOGY

The theoretical approach described in section 3.2 has been made researchable by applying the methodology considered objective in academic research:

1. A list of *general and specific hypotheses* was formulated for each of the levels of the analytical model.
2. To make these hypotheses operative and verifiable, each hypothesis has been broken down into a list of *indicators and/or data series*.
3. Each indicator and/or series has been elaborated by selecting and systematising *empirical data originating from primary and secondary sources* on the different elements that make up the object of study of this research.
4. Once the hypotheses were checked against the available sources, a list of propositions or theories were specified for each hypothesis.

This section specifies the objectives and the hypotheses, and provides an explanation of the criteria used for the selection of data sources, as well as a summary table showing the methodological design for the research.

### 3.1. Research objectives

SPECIFIC OBJECTIVES, referring to the analysis of the phenomenon that has served as a test model:

- To identify and describe the principal changes occurring in Spain in the value ascribed by society to ages, in relation to the position occupied by each age group in the system of production and in the context of socio-historical transformation whereby industrial societies are turning into globalised societies.
- To identify and describe the principal changes occurring (in Spain, and within the same temporal parameters) in the value ascribed to the bodies of individuals and, consequently, in their physical appearance.
- To identify and describe the relations that can be established between the value ascribed to ages and to bodies.
- To identify the principal mediations intervening in the process of adaptation between the new criteria for ascribing value to ages and

the new criteria for ascribing value to bodies, and how these mediations operate. More specifically:

- To identify and describe the principal changes occurring in the societal image of each age group and the body archetypes associated with them.
- To identify and describe the activities of the social institutions specialising in the marketing of goods and services aimed at care for the body and, more specifically, at concealing its obsolescence.
- To identify and describe the main practices (surgical, cosmetic, dietetic and physical) that individuals undergo in order to conceal the ageing of their bodies.

This list of specific objectives may provide new evidence and verifications for other GENERAL OBJECTIVES suggested by the research, in socio-historical terms at the macro-sociological level, about social mediations. In this context, the doctoral thesis may:

- Broaden knowledge about the role played by social mediations in the reproduction of globalised societies, when they operate with generational differences.

- Verify the interpretation offered by the mediation paradigm of the transfer of social inequalities to individual subjects, in other mediating activity: specifically, in the transmutation of workforce obsolescence generated by the labour market into organic and existential obsolescence.

To conduct the research required to achieve these objectives, the following hypotheses are posited.

### **3.2. Research hypotheses**

For each level of the analytical model, a general hypothesis has been formulated, which in turn has been broken down into various specific hypotheses. The tables shown below (one for each level) present these sets of hypotheses.

**HYPOTHESES FOR THE LEVEL OF MACRO-SOCIAL  
DETERMINATIONS: CHANGES IN THE VALUE ASCRIBED BY  
SOCIETY TO AGE GROUPS**

- **General Hypothesis 1: Changes in the value ascribed by society to different age groups are related to transformations in the system of production.**

*- Specific Hypothesis 1.1: The value ascribed by society to youths decreases in relation to the loss of their value as a workforce, which is expressed in the increasing difficulties they face in stable integration into the labour market.*

*- Specific Hypothesis 1.2: In synchronic comparative terms, the value ascribed by society to adults increases in comparison with youths and seniors (they are the age group with the greatest presence in the labour market). In diachronic comparative terms, the value ascribed by society to adults decreases in comparison with adults of previous eras (their work careers are shorter).*

*- Specific Hypothesis 1.3: The value ascribed by society to seniors decreases in relation to the increase in cost of the unproductive population due to the increased time that these individuals live without working.*

**HYPOTHESES FOR THE LEVEL OF INDIVIDUAL SUBJECTS:**  
**CHANGES IN THE VALUE ASCRIBED BY SOCIETY TO BODIES AND**  
**IN PHYSICAL APPEARANCE**

• **General Hypothesis 2: Age-related macro-social determinations are manifested in the value ascribed by society to bodies and in physical appearance.**

- *Specific Hypothesis 2.1: The decline in the productive uses of the body is intensified, associated with its labour value.*

- *Specific Hypothesis 2.2: The penetration of economic logic into the reproductive uses of the body is consolidated, associated with its value as a means of expressing status.*

**HYPOTHESES FOR THE LEVEL OF SOCIAL MEDIATIONS:**  
**ADJUSTMENT PROCESSES AIMED AT ADAPTING THE VALUE**  
**ASCRIBED BY SOCIETY TO BODIES AND PHYSICAL APPEARANCE**  
**TO THE MACRO-SOCIAL TRANSFORMATIONS SPECIFIC TO EACH**  
**AGE GROUP**

- **General Hypothesis 3: Social mediations exist which contribute to the adaptation of the value ascribed to bodies and of physical appearance to the specific macro-social transformations of each age group.**

*- Specific Hypothesis 3.1: The SOCIAL REPRESENTATIONS of the body and bodily care according to each generational group are transformed to propose models whereby features that indicate obsolescence are eliminated or concealed.*

*- Specific Hypothesis 3.2: New SOCIAL ORGANISATIONS emerge that specialise in marketing products and services enabling the elimination or concealment of physical features that indicate obsolescence.*

*- Specific Hypothesis 3.3: Individuals subject their bodies to PRACTICES of care and preservation that enable the elimination or concealment of features that indicate obsolescence.*

### 3.3. Data source selection criteria

The data used to verify the hypotheses outlined in the previous section originate from primary and secondary sources. The sources that have been selected may serve - and in fact do serve - to illustrate and demonstrate many points. Obviously, most of the data available on the object of study delineated here were not originally collected to answer the questions posed in this thesis. However, it has been possible to reuse and analyse these data from the socio-historical and macro-sociological perspective defined for this research.

The criteria for the selection of sources and for the processing of the data have been established both by the *parameters* of the object of study and by the *theoretical perspective* specific to this research:

- The first of these criteria, referring to the *thematic, spatial and temporal parameters of the object of study*, is obvious. The data used:

- Must relate to the different "themes" considered in the research: ages, bodies and mediating activities that contribute to adapting the value ascribed by society to bodies and physical appearance to the value ascribed by society to ages.

- They must fall within the period delimited, i.e., between 1970 and 2010.

- And, finally, they must be limited to Spain.

There is an abundance of sources available that fit these criteria. For the space and time delimited, studies have been conducted on the different aspects that comprise the object of study. These studies have generated so much empirical evidence that it would be difficult to consider all of them. It was therefore necessary to establish a second, more specific selection criterion that would make the available data manageable and usable for this research.

- This criterion has been established by the *theoretical approach* of the doctoral thesis. The object of study delineated has generated a great deal of information but very little socio-historical and macro-sociological analysis. As explained earlier, this research is interested in the links between ages and bodies occurring in globalised societies, but these links must be analysed *over time* (i.e., in socio-historical terms) and *in relation to the functioning of those societies as a whole* (i.e., from a macro-sociological perspective). The data selected should serve, insofar as possible, to conduct an analysis of this type.

Consequently, wherever possible, I have referred to historical data series and have used data originating from studies conducted at

the national level. When the data sought has not been found but other alternative data with a more limited temporal or spatial scope were available, these have also been used, although they only serve to partially illustrate some of the assumptions posited.

In any event, the available sources have provided the information necessary to elaborate the indicators and the series in order to verify the hypotheses and offer data that illustrate the arguments and conclusions.

## 4. CONCLUSIONS

### 4.1. Age as a condition that overdetermines the possibilities of a person's labour integration/exclusion

The diachronic analysis carried out on the main labour indicators (activity, unemployment, employment) shows that, since the 1970s, the situation for Spain's wage-earning population as a whole has been gradually but steadily deteriorating. Labour stability and high job rates have been progressively replaced with instability arising from high levels of unemployment and temporary employment.

This employment vulnerability has become a factor for all age groups (youths, adults, seniors), but it does not affect all groups equally. Age has become a factor in labour market exclusion, especially for youths (mainly

for those under 24) and for seniors (especially for people 65 or over, but also for the 55-64 age group).

• *In the case of youths, as Spain transforms into a globalised society, it becomes increasingly difficult to complete the process of moving from the dependency typical of childhood to the autonomy typical of adulthood.*

Most young people do not succeed in becoming fully independent of their family until at least the age of thirty. 63% of young people between 15 and 29 live at home with their parents.

The factors most strongly influencing this situation have little to do with the desire of young people to stay in the family home. In fact, youth today express a greater desire to leave their family homes and establish their own homes than in the past (73% in 1996, 76% in 2000; 82% in 2004).

There are structural factors that pressure young people to stay in the parental home for longer, *even against their will*. These factors are *mainly* related to the increasing difficulties that a significant proportion of Spanish youth have faced since the mid-1970s in achieving financial independence through the job market. Youths are faced with higher rates of unemployment and temporary employment and lower wages:

- Unemployment has become the most common employment status of young people; especially among under 25s (who have at times

represented more than 40% of unemployed people), but also among the 25-34 age group.

- Since the mid-1980s, temporary work has become the most common type of employment of working youths. At some points during the period analysed, it reached levels above 70% of paid workers between the ages of 15 and 24. It is currently at around 60%.

- Most young workers do not earn enough money to become independent, even though they dedicate themselves exclusively to their jobs, work extended hours or enjoy stable employment. Only 41% of young people with stable long-term jobs say that they earn enough to be able to become independent.

This situation keeps young people out of the economic production process and effectively blocks their process of integration into the adult world, leaving them in a situation of semi-dependence analogous to that of seniors.

*• In the case of adults, their work conditions have also deteriorated with the development of globalised capitalism, but they are comparatively better off than youths and seniors.*

If we focus the analysis on a comparison with other age groups, the data show more advantageous work conditions for adults. On the one hand,

they are the age group with the largest presence in the system of production (the 35-54 age group has always had activity rates above 60% throughout the period analysed). And on the other hand, unemployment and temporary work affect them less than other age groups (unemployment among people between 35 and 54 has never reached 20%, a long way from the levels above 40% recorded for younger age groups).

However, if we compare adults diachronically with each other, the data show that work conditions for this age group have worsened and their work careers have become shorter. They have also been affected by the increasing difficulties that the labour system has had in employing all of the available workforce, and they suffer from the high rates of temporary work that characterize the Spanish labour market (for the 25-54 age group, temporary employment has almost always been above 25% since the beginning of the 1990s).

Added to this situation of temporary and unstable employment was the pre-retirement policy that accompanied the industrial restructuring processes of the 1980s. This policy was aimed at facilitating the transition to final retirement of people who had lost their jobs and were of an advanced age (52-60 years old), making their relocation in the labour market difficult. The progressive retirement of these workers is reflected in the reduction of the activity rate of the 55-64 age group from the mid-1970s to the mid-1990s, by which time it had dropped to levels below 40%.

• *The work careers of seniors have been transformed in relation with the ageing of the population that has characterised the most developed societies.*

Seniors are found to be in a similar situation to that of youths. After a certain age, they are excluded from productive activities, and the displacement they have been suffering since the decline of agrarian societies and of extended families has become more acute. Also influencing this shift is the increase in the senior population and the length of time that they live after retirement.

Indeed, over the period studied, Spain saw a significant age-related transformation of its population structure, as a result of a drop in the birth rate and an increase in life expectancy (in 1975 it was 73.7 years and in 2010 it was 81.5). Consequently, the oldest age groups have been gaining demographic weight in relation to the youngest. People under the age of 15 currently represent 14.9% of the total population, while people of 65 or over represent 16.8%. For the first time in history, seniors represent a proportion of the population comparable to children.

The growth of the older population means that a decreasing number of workers are «supporting» an increasing active population with their earnings. Consequently, a need has arisen to roll back the retirement age in order to counteract the pressure that pension expenditure places on public resources. The trend towards lowering the age of leaving the

labour market through the pre-retirement policy of the 1980s began to be reversed in by the mid-1990s. This reversal can be verified by data at least since 2001; since then, the average age of departure from the labour market in Spain has risen by two years (from 60.3 to 62.3). At the same time, the activity rate of workers between 55 and 64 has increased constantly, to reach 1970s levels of above 50%.

#### **4.2. The progressively increasing predominance of reproductive over productive uses of the body reinforces the importance of physical appearance as a criterion for social integration/exclusion in globalised societies**

Just as has occurred in other moments of socio-historical change, the transformation of industrial societies into globalised societies has prompted changes in body paradigms, i.e., in the reference models that establish the features that desirable bodies should have and the features that are deemed undesirable. These changes can be placed in relation to the progressively increasing predominance of reproductive uses of the body over productive uses occurring in capitalist economies:

- *The transformation of industrial economies into service economies has consolidated the shift from physical to intellectual capacities as the main criterion for determining the value of the work force (productive uses of the body).*

This shift has been intensified during the industrial era as a consequence of the introduction of machines into production processes, and it has been consolidated with the dawn of globalised capitalism. Since the 1970s, there began an unprecedented growth in the tertiary sector in the most developed societies. Service sector companies have expanded at the expense of the secondary sector (industry, construction) and, especially, the primary sector (agriculture, livestock, fishing, etc.), to become the largest economic sector.

In Spain, this process of «tertiarisation» of the economy has occurred very quickly. The agriculture-industry-services sequence of development followed by most European countries has taken place in Spain in just a little more than two decades. By the mid-1980s, Spain was already a predominantly service-based economy; the tertiary sector employed more than half the work force and represented the largest proportion of gross domestic product. Since then, the «tertiarisation» of the economy has not stopped.

• *The decline in the productive uses of the body has been accompanied by an increase in its reproductive uses, associated with its value as a means of expressing status.*

The use of physical appearance to display the position that individuals hold or wish to hold in the system of social stratification is not unique to capitalism. What is unique in this case is that the means of expressing status through the body is being progressively commercialised. The

gradual reduction of all possible social relations to economic relations brought about by the capitalist mode of production also includes the human body. Thus, over the course of the twentieth century, a consumer market dedicated specifically to physical appearance has taken shape.

The body care market is structured into four sectors: cosmetics, cosmetic surgery, dieting and physical exercise, which offer an increasing variety of products and services. Collectively, these four sectors turn over billions of euros and generate thousands of jobs in Spain.

Its increasing importance is evident, for example, in the presence of goods and services related to body care in the consumer shopping basket. This is reflected in its inclusion in the Consumer Price Index (CPI) and the progressive incorporation in the index of new products related to body image, such as diet products, cosmetic surgery operations, IPL and laser hair removal.

The market for goods and services aimed specifically at body care has developed together with the increase in importance that physical appearance has acquired as a criterion for social integration/exclusion in globalised societies.

Data exist that indicate that, among much of the Spanish population, the concern for physical appearance and body care has become increasingly widespread, as well as the belief that physical appearance will be an advantage or disadvantage, as applicable, in getting a job, succeeding in

romantic relationships or socialising with friends. For example, in 2008 around 45% of Spaniards believed that «appearance, the way you dress or present yourself» and «your general physical appearance» are among the most influential factors in getting a job.

#### **4.3. Social mediations that link social integration with physical appearance**

The increasingly close relationships that globalised societies have been establishing between social integration and physical appearance are made possible by the mediating activity performed by (among other things) social representations of bodies and the care that individuals take of them.

- *«Youth» is consolidated in public communications as one of the distinctive features of the body paradigm characteristic of globalised societies.*

Since mass media came into existence, body paradigms have chiefly been configured through the narratives established by public communications. In the current era, they present the desirable and appropriate body models as those in which any features indicating deterioration due to the passage of time are eliminated or concealed. And, at the same time, they define worn out and obsolete bodies as undesirable and inappropriate.

Secondary sources on the social image of ages in Spain reveal that, at least since the 1980s, youth has constituted one of the privileged themes of public communications. In general, it is also represented as synonymous with social prestige. In contrast, seniors rarely appear, and when they do, they tend to be represented as outdated, behind the times, old-fashioned and physically and psychologically worn out.

The social prestige attributed to youth is especially associated with young bodies. In general, youth does not designate either an existential condition or an attitude typical of young people, but a quality of the body. Young bodies in public communications are smooth, thin, slender, athletic, tidy and healthy, and facilitate success in social and work relations. This image is juxtaposed against its counter-image: aged, flaccid, wrinkled, misshapen and sick bodies that automatically entail social exclusion.

The appearance of youth is achieved through products and services offered by the body care market, especially those that enable consumers to fight the signs that the passage of time leaves on the body: anti-wrinkle cream, face lifts, slimming diets to «keep your figure», and physical training plans to mould the shape of the body.

Consequently, the main targets of the youthful social image are not young people themselves, but «rejuvenatable adults»; in other words, people with sufficient financial capacity to «acquire» the features of young bodies on the market, even though their bodies themselves are not young.

In fact, the contexts in which young people are represented are often related to the consumption of products for the body. When the narratives of public communications deal with fashion, the beauty industry or physical appearance, the protagonists tend to be young. The presence of older people, on the other hand, tends to be limited to family and medical contexts.

- *The social pressure associated with physical appearance and, specifically, with the apparent age of the body provokes in individuals a reaction against visible signs of ageing.*

The social pressure resulting from the relationship between physical decay and social exclusion leads individuals to try to make their bodies appear to have not yet fallen into disuse. A person's age cannot be changed; but the apparent age of the person can be. Wrinkles, marks on the skin, baldness, grey hair and other signs of physical decay are inevitable, but they can be erased, mitigated or delayed with the aid of the products that the market offers for body care.

Initially, this market was aimed at social sectors with greater purchasing power, and, first and foremost, at women. But it has gradually opened up to include society as a whole and, although it continues to be a minor market in overall terms, there is an increasing number of people of all ages and conditions taking part in the consumption of goods and services associated with the care of their physical appearance. Consumers invest

an increasing amount of their time and money in trying to adapt their image to the current body archetypes through cosmetics, cosmetic surgery, dieting and physical exercise:

- Cosmetics: of the sectors associated with care of physical appearance, the cosmetics sector is the most developed and the most well-established, in Spain and around the world. Personal hygiene, hair care, shaving and manicures have for some time formed part of the daily habits of millions of Spaniards. The available data show a progressive growth in anti-ageing products over the course of the last decade: anti-wrinkle creams, hair dye, hair loss treatment products and teeth whiteners.
- Cosmetic surgery: it is estimated that approximately 300,000 cosmetic surgery operations are carried in Spain every year, including both surgical and non-surgical operations. This figure places our country at number 13 worldwide. Among the most popular operations are breast enlargements, liposuctions to eliminate fat accumulated in specific parts of the body and the various treatments associated with facial rejuvenation, such as botulinum toxin and hyaluronic acid injections to fight wrinkles, or blepharoplasty (elevation of the lower or upper eyelid to eliminate “bags” under the eyes).
- Dieting: there is a widespread idea in Spain that a particular body image can be attained through modification of diet.

Approximately half the population acknowledges that they take considerable care of their eating habits to maintain a good figure. Control of diet aimed at shaping the body tends mainly to be aimed at avoiding fatness. To this end, the consumption of foods considered beneficial for «keeping your figure» (vegetables, salads, fruit, fish, etc.) is increased, while eliminating the consumption of foods considered harmful due to excessive calories (sweets, sausages, bread, etc.), or replacing them with a «light» version of the same product. It also has an effect on cooking techniques, with a preference for steam cooking, boiling, raw foods, and grilled fish and meat, and the avoidance of fried foods and sauces.

- Physical exercise: in the last four decades in Spain, playing sports has evolved from an elitist activity associated with regulated competition to take on a recreational dimension open to the population as a whole that contributes to the improvement of the physical condition of participants, while promoting their inclusion and integration into society. One of the most important dimensions (although not the only one) of this new way of viewing physical exercise is related to the moulding of bodily appearance. This is reflected, for example, in the popularity of sports aimed specifically at maintaining a good figure, such as the various types of fitness exercise (aerobics, yoga, pilates, tai-chi, etc.) which now collectively constitute the most widely practised physical/sports activity in Spain.



