

UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN PSICOLOGIA**

TESIS

**LA IMAGEN CORPORAL EN LA
AUTOESTIMA DE MUJERES JOVENES
DE TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

PRESENTAN

ITZAYANA BERENICE

ARELLANO HERNÁNDEZ

CINTHIA CIGARROA RAMOS

DIRECTORA DE TESIS:

DRA. SOLEDAD HERNÁNDEZ SOLÍS

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Septiembre de 2025.





UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

SECRETARIA GENERAL
DIRECCIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
10 de septiembre del 2025

C. Cinthia Cigarroa Ramos
Pasante del Programa Educativo de Psicología

Realizado el análisis y revisión correspondiente a su trabajo recepcional denominado: "La imagen corporal en la autoestima de mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas" en la modalidad de Tesis.

Nos permitimos hacer de su conocimiento que esta Comisión Revisora considera que dicho documento reúne los requisitos y méritos necesarios para que proceda a la impresión correspondiente, y de esta manera se encuentre en condiciones de proceder con el trámite que le permita sustentar su examen profesional.

ATENTAMENTE

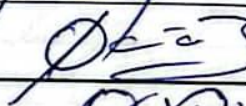
Revisores

Dr. Germán Alejandro García Lara

Dr. Jesús Ocaña Zúñiga

Dr. Oscar Cruz Pérez

Firmas


C.c.p. Expediente



DEDICATORIA

A NUESTRAS ABUELAS MATERNAS, BELLAS MUJERES QUE NOS
CUIDAN DESDE EL CIELO...

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por permitirme seguir con vida para culminar esta etapa tan importante, gracias por brindarme la paciencia, inteligencia y comprensión que necesitaba durante este proceso.

A mi mamá Rosy, mi abuela materna que fue una segunda mamá para mí, la persona de la que aprendí muchísimo, mi primer gran amor, gracias por iniciar este camino conmigo, motivándome y acompañándome hasta donde Dios lo permitió, hoy ya no estás a mi lado, pero celebro hasta el cielo este logro contigo. Te amaré eternamente.

A mi mamá; Laura Cigarroa, quien es mi mayor inspiración, gracias por ser mamá y papá para mí y mi hermano, eres mi gran ejemplo a seguir, te admiro y te amo, mil gracias por apoyarme en cada una de mis metas, por ayudarme a enfrentar el miedo de vivir en una ciudad completamente diferente al lugar en donde crecí, sin ti, no sería la persona que hoy soy, eres la mujer más fuerte y valiente que conozco, la mejor mamá.

A mi abuelo, José Luis Cigarroa, quien, sin tener la obligación, cumplió con un papel fundamental, ser mi figura paterna, gracias por cuidar de mí, por cada uno de los regaños y consejos, y por apoyar mis sueños. Sin duda es un pilar fundamental para seguir de pie esforzándome.

A mi hermano, Rafael, mi compañero de aventuras, gracias inmensas por tu cariño, tu edad no define lo valiente que eres, admiro tu esfuerzo y tu independencia. A pesar de la distancia, sé que tenemos el apoyo mutuo.

A mi tía, Janet Cigarroa, quien me brindó un hogar en Tuxtla durante mis últimos semestres y hasta la actualidad, mil gracias por estar al pendiente de lo que necesitaba, por hacerme sentir como en casa. Ser foránea es un gran reto que me tocó enfrentar, pero ahora comprendo que tener el apoyo de un familiar tan querido lo hace sentir más ameno.

A la persona que elegí como compañero de vida, Gabriel, gracias por llegar a mi vida, por transmitirme paz, amor y confianza, estoy inmensamente agradecida por tu apoyo

incondicional, por tus palabras de ánimo cada que lo necesito, por confiar en mí y escuchar cada uno de mis sueños, gracias infinitas por estar a mi lado en las buenas y en las malas. Te amo.

A mi compañera de tesis, Itzayana, esto no hubiera sido posible sin ti, gracias por tu gran apoyo hasta el final, por no dejarme sola, por motivarnos día con día que podíamos lograrlo. Te admiro enormemente, eres muy inteligente, dedicada y amorosa, no dudé ni un segundo en compartir esta experiencia contigo, ambas sabemos el empeño, amor y dedicación que le brindamos a este trabajo, hoy estamos aquí redactando el final que tanto anhelábamos, estoy tan orgullosa de ti y me siento eternamente agradecida por tenerte como amiga y colega.

Gracias a nuestra directora de tesis, la Dra. Soledad Hernández Solís, por cada una de las asesorías brindadas, por compartir un poco del gran conocimiento y experiencia que tiene, gracias por su tiempo y dedicación a este trabajo en conjunto.

A nuestros revisores, gracias por tomarse el tiempo de leer nuestro trabajo y compartir su retroalimentación que fue de mucha ayuda para la mejora del mismo.

Finalmente, gracias inmensas para mí, valoro y celebro el esfuerzo, dedicación y amor que le brindé a esta investigación, admiro mi valentía y confianza en lograr lo que me propongo, realizar una tesis es un sueño que hoy ya cumplí...

Con Amor...

CINTHIA CIGARROA RAMOS.

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada, quiero agradecer a mis padres; Elena Anza y Francisco Chávez por apoyarme en todo momento en cada etapa de mi vida académica, por los sacrificios que han hecho para formarme en la mujer y profesionalista que soy, les estaré eternamente agradecida, espero devolverles todo el apoyo y amor que me han dado.

A mis hermanos, Yuriani, Carlos y Sofía, por demostrarme lo que la unión y el cariño representa, les amo demasiado, espero ser un ejemplo a seguir para ustedes, para mí son mi motivación más grande al concluir mi carrera universitaria, soy la hermana mayor más orgullosa.

A mis tías maternas, Carmelita y Rosi, por estar presentes en cada logro, en cada paso que doy, al demostrarme el maravilloso vínculo entre una tía y una sobrina, son mujeres fuertes y poderosas, les admiro demasiado, les quiero.

A mi abuelo materno Rubén, por siempre estar al pendiente de mí y ser una fuente de apoyo incondicional, a mi abuela materna Josefa, que desde el cielo puede ver que cumplí con todos aquellos sueños, quizá no pudiste verme en esta vida titulada, pero espero verte en la siguiente y en mis sueños, les admiro y aprecio eternamente.

A nuestra directora de tesis, la Doctora Soledad Hernández, por su guía, apoyo, paciencia y labor al acompañarnos en todo este proceso de investigación, por cada ajuste, aportación y el defender nuestro tema en todo momento, por motivarnos a nunca desistir y enseñarnos con humildad desde la escucha y la perspectiva de género.

A cada uno de nuestros revisores, por su labor, paciencia y enriquecedor conocimiento hacia nuestro trabajo de una forma maravillosa.

A mi mejor amigo Diego Flores, quien es mi amistad más larga desde secundaria, me has visto crecer en cada etapa de mi vida, si la vida me diera elegir conocerte de nuevo lo haría mil veces, te quiero demasiado, espero que sepas lo importante que eres para mí, gracias por todo este tiempo juntos, espero que sea toda la vida como mínimo.

A mi amiga más cercana de la universidad, Frida Coutiño, por siempre estar para mí, escuchar y defender cada aspecto de mi existencia, te amo demasiado, aunque seamos amigas desde hace

poco tiempo relativamente tienes mi amistad incondicional, te admiro por tu seguridad y tu valentía.

A mi angelita Jacqueline, aunque no estés en este mundo terrenal fuiste parte importante de mi vida y estancia en mi servicio social, gracias por cada palabra de aliento, por cada cumplido, te querré siempre, espero que podamos tomar nuestro café pendiente en la siguiente vida.

A cada persona que creyó en mí, en amigos queridos de la universidad y vida, por mencionar algunos, Valeria Ramos, Valeria Rojas, Adiel Zavala, Adoniz Aguilar, Yazmín Alvarado, Lina González, gracias por tanto chicos, les quiero.

A mi perrito Bruno, quien se ha convertido en un miembro de vital importancia en la dinámica familiar, gracias por hacerme saber que el amor canino no conoce raza ni lenguaje, te amamos.

Al amor de mi vida, Miguel Hernández, con quien llevo casi 7 años de relación, por estar incondicionalmente en cada etapa de la realización de esta tesis y de mi adultez temprana, sin tu amor y comprensión no lo habría logrado, te amo demasiado, no hay anhelo más grande para mí que compartir cada día de mi existencia contigo, no sé de qué estén hechas las almas, pero la suya y la mía son una sola.

A nuestras participantes de estudio, por su contribución a nuestra investigación, su testimonio de vida nos inspira, gracias por cada comentario, les abrazo.

A quien este tema le pareció interesante y le hizo reflexionar sobre la gran presión que significa ser mujer y la autoestima en su vida.

A mi compañera de investigación y amiga querida Cinthia Cigarroa, por hablarme ese día de preuniversitario y demostrarme que la verdadera amistad no se finge ni se inmuta, gracias por preguntarme si quería hacer pareja para nuestro protocolo de investigación y por permitirme concluir la tesis a tu lado, me has demostrado lo valioso que es el vínculo entre mujeres, tu amistad representa para mi vida una luz de esperanza, soy la más feliz de concluir este proceso junto a ti, te quiero y aprecio como no imaginas, me siento orgullosa de nuestro crecimiento personal y profesional, verte defender este trabajo que nos costó bastante tiempo y desgaste personal me llena de orgullo, espero ser la tía postiza de tus futuros hijos, te admiro como profesional, mujer y amiga. Gracias por no desistir nunca y por tus palabras de aliento, sin duda se convirtieron en una red de apoyo, te abrazo.

Finalmente quiero agradecerme a mí misma por concluir una meta que en algún momento significo la oportunidad de titularme, aunque la vida tenía otros planes maravillosos para mí, no imaginan cuan importancia tiene esta tesis en mi vida, el tema de investigación resuena en mí en todas aquellas inseguridades que con el tiempo van desapareciendo, lo logramos Itza de preuniversitario, y como dice mi amiga íntima Taylor Swift “Nadie aquí logró las cosas sin ayuda. Todos somos un collage de quienes nos han amado, quienes han creído en nuestros futuros, quienes nos mostraron empatía y amabilidad o nos dijeron la verdad, aun cuando no era fácil de escuchar. De quienes nos dijeron que podíamos lograrlo, aunque no había absolutamente ninguna prueba de que eso fuera verdad” *Doctorado honoris causa en Bellas Artes por la Universidad de Nueva York, 2022.*

Con mucho cariño y aprecio ***Itzayana Arellano.***

ÍNDICE

	Págs
Dedicatoria	
Agradecimientos	
Introducción.....	11
Planteamiento Del Problema	13
Justificación	17
Objetivos.....	21
General:.....	21
Específicos:	21
Capítulo I. Metodología	22
1.1 Enfoque Y Método.....	22
1.2 Técnicas E Instrumentos	23
1.3 Procedimiento.	24
1.4 Sujetos De Estudio.	24
1.5 Análisis De La Información	24
Capítulo II. Estándares De Belleza Una Imagen Impuesta.....	26
2.1. Influencia De Los Estándares De Belleza.....	27
2.2 El Cuerpo Delgado: Estándar De Belleza.....	29
2.3. Importancia Del Color De Piel En Los Estándares De Belleza.....	32
Capítulo III. La Imagen Corporal: Lo Bonito Duele.....	36
3.1 La Imagen Corporal.....	36
3.2 Evolución De La Imagen Corporal.....	38
3.3 El Cuerpo De La Mujer Como Imagen O El Cuerpo Y El Ser Mujer	39
3.4 La Autopercepción En La Imagen Corporal	44
Capítulo IV. Autoestima Una Verdad O Una Mentira	46
5.1 Autoestima.....	46
5.2 Autoestima Y Sus Secuelas	47
5.4 Teorías De La Autoestima	51
5.5 El Papel De La Autoestima En La Imagen Corporal	52

Capítulo V. Belleza Digital: Efecto De Los Estereotipos En El Cuerpo.	56
4.1 Efecto De Los Estereotipos Sociales	56
4.2 Estereotipos En La Moda, Una Imposición Social.....	58
Capítulo VI. Resultados	61
6.1 Estándares De Belleza Y Su Repercusión En La Imagen	61
6.2 La Imagen Corporal Y La Presión Que Supone No Ser Lo Suficiente Atractiva.....	66
6.3 El Papel De La Autoestima En La Vida De La Mujer	69
6.4 Redes Sociales: Un Arma De Doble Filo.....	72
Una Bella Conclusión.....	75
Referencias	77

INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual, la imagen corporal ha adquirido un papel central en la construcción de la identidad, especialmente entre las mujeres jóvenes. En un entorno social donde los estándares de belleza son altamente idealizados y frecuentemente irreales, muchas mujeres enfrentan una constante presión para ajustarse a modelos corporales que no siempre son alcanzables. Esta presión puede generar diferencias entre la apariencia real y la imagen corporal idealizada, lo cual incide directamente en la autoestima. Cuando una mujer joven experimenta una baja satisfacción con su imagen corporal, es común que su autoestima también se vea afectada, desencadenando sentimientos de inseguridad y comparación constante con otras personas.

Cuando la percepción de la imagen corporal no se ajusta a los estándares de la sociedad heteronormada esta tiene efectos que determinan las maneras del deber ser en cada una de las personas. Factores como el uso intensivo de redes sociales, la exposición a modelos de belleza estereotipados y la validación externa por medio de la apariencia son elementos que pueden distorsionar la percepción del cuerpo propio, esta percepción no solo afecta su bienestar físico y emocional, sino también su autoestima, lo que puede derivar en insatisfacción corporal que impacta negativamente en la autovaloración y confianza personal.

De tal manera, la imagen corporal influye en la autoestima de mujeres jóvenes, considerando entre ellos los factores socioculturales, sociales y personales que intervienen en esta relación. La forma en que una mujer percibe su cuerpo puede condicionar su forma de relacionarse con los demás, su participación en espacios públicos y su bienestar general. En este orden de ideas, frecuentemente muchas mujeres se encuentran presionadas socialmente, de tal manera que puedan ajustarse a modelos corporales hegemónicos inalcanzables; debido a que la sociedad describe un canon de belleza no acorde a las características físicas de las mujeres de nuestra cultura. Por lo que estas presiones sociales generan una diferencia entre lo real y lo ideal, en ese sentido, se puede observar cómo este impacta en la autoestima.

Es así que, a partir de ello, el presente trabajo tiene como *objetivo* principal analizar las formas en que influye la imagen corporal en la autoestima y describir el impacto que esto genera específicamente en las mujeres jóvenes, debido a que se puntualiza como una población vulnerable, ya que atraviesa una etapa de construcción de identidad y afirmación personal donde la apariencia física tiende a ocupar un lugar central. El trabajo describe la estructura

social en la constitución de la imagen corporal en relación a la autoestima de las mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

La estructura de este documento consta de cinco capítulos. En el primero se expone *el enfoque y diseño metodológico de la investigación*, que se compone por el enfoque y método, las técnicas e instrumentos aplicados, los participantes, el contexto, el procedimiento y el análisis de la información obtenida. El segundo capítulo se le denomina *Estándares de belleza, una imagen impuesta*, en este se analizan los diferentes estándares de belleza en las mujeres, así también, se expone acerca de un estereotipo impuesto socialmente en donde se expresan las características físicas que con el paso de los años la sociedad ha creado como estándar.

El tercer capítulo lleva por título: *La imagen corporal: lo bonito duele*, el cual se enfoca en describir los conceptos de imagen corporal y el impacto que tiene en la vida de las mujeres, basándose en la importancia de la percepción personal sobre la apariencia física de ellas; por consiguiente, el cuarto capítulo: *Autoestima una verdad o una mentira*, hace énfasis en la autoestima, desarrollando conceptos y teorías, así como la influencia que tiene en la imagen corporal de las mujeres.

El penúltimo capítulo denominado: *Belleza digital: impacto de los estereotipos en el cuerpo*, abarca las formas en que se construyen los estereotipos de belleza e imagen corporal en los medios de comunicación, describiendo aspectos como moda y rasgos físicos.

Finalmente, en el último capítulo se presentan los *Resultados*, en donde se analizan los testimonios de las participantes haciendo relación con las categorías antes mencionadas, así también una argumentación sobre la información recopilada de cada una de ellas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Abordar el ideal de belleza de la mujer en la cultura mexicana posibilita la comprensión de cómo se socializa respecto a elementos que guardan relación con su corporeidad y con el sentido de lo estético, propio de sociedades eurocentradas. Los estándares de belleza generalmente se imponen de generación en generación, creando prácticas y discursos en torno a los ideales de belleza femeninos. Actualmente desde la perspectiva de género se exaltan las diferencias entre hombres y mujeres, diferencias generadas a partir de los estereotipos establecidos por una sociedad patriarcal.

En ese sentido, la imagen corporal es la representación consciente que cada individuo construye y percibe de su cuerpo, presente desde el nacimiento, pues socialmente se mandata sobre el sujeto apegarse a ciertos estándares; es así que, en los primeros años de vida se conoce el mundo y es en la adolescencia cuando inicia el autodescubrimiento de la identidad y desarrollo de la personalidad, ya que comienzan los cambios físicos, emocionales y sociales, lo que conlleva a principios de auto independencia y surgen preocupaciones sobre la apariencia física que pueden ser tanto positivos como negativos. Así, a través del cuerpo expresamos los sentires, existencias, resistencias y posicionamientos en el mundo, pero no solo materializamos lo propio, sino también la mirada hegemónica inscribe en ellos un orden social, mediante las normas culturales y sociales.

De acuerdo con Rodríguez y Alvis (2015):

Las experiencias del individuo con el entorno —desde las primeras etapas de la vida y a medida que éste crece y se desarrolla— se hacen más relevantes en relación a los efectos heredados de las interacciones anteriores con el medio ambiente, además de los cambios físicos, mentales, hormonales y sociales. (p. 281).

La imagen corporal es la manera en cómo las personas se identifican y autodefinen sobre las distintas características de su cuerpo, aspecto en que socialmente se imponen ciertos estándares de belleza, que para la mayoría llegan a ser difíciles de alcanzar, es por esto que si la autopercepción es de índole negativa interviene en las emociones y actuación del sujeto, provocando conflictos de identidad y en las relaciones interpersonales.

Como expresa Medina (2018):

La imagen corporal (IC)¹ puede entenderse como la percepción que se tiene del cuerpo y de cada una de las partes que lo componen, encontrándose distintas connotaciones a lo largo de los últimos tiempos. Así pues, la idea de IC puede comprender percepciones, actitudes, creencias, sentimientos y comportamientos en relación con la apariencia física. (p. 252).

La forma en la que se percibe cada individuo a sí mismo es diferente a como los demás lo describen, porque los comentarios que surgen de una persona a otra sobre la imagen corporal pueden llegar a generar conflictos respecto de sí, que a lo largo del tiempo tienen un efecto desfavorable en su formación que incide en diferentes ámbitos de su psiquismo. En el caso de las mujeres quienes en su mayoría son las que se preocupan más por verse y sentirse bien, debido a que le dan mayor importancia a estar atractivas y por consiguiente aceptadas en los diferentes grupos sociales, esto ocurre a partir de la imposición de ideales de belleza que les cosifican y les muestran como objetos sexuales para los hombres en un orden social patriarcal. Como menciona Padrón, Hernández, Nieto, Aradillas, Cossío y Palos (2015): “La relación entre ambos (autoestima e imagen corporal) ha sido establecida con anterioridad en diferentes grupos sociales, y es evidente el impacto que tiene la imagen corporal sobre la autoestima, y viceversa”. (p. 77).

La relación que se crea entre la imagen corporal y la estructura psíquica en mujeres es profunda y compleja, lo que se conforma a partir de factores personales, sociales y culturales, por lo que, pueden llegar a comentarios negativos sobre el cuerpo, experiencias de violencia en la familia y lo social, derivadas de dicha corporeidad, con lo que construyen una cierta percepción corporal de sí mismas. Por otro lado, cuando se enfatiza la diversidad corporal y la aceptación, a partir de la reflexión de su lugar como objetos sexuales o su cosificación por parte de los hombres, es más probable que las mujeres desarrollen una imagen corporal más positiva.

Como lo hace notar Oliva (2021):

Se ha demostrado la influencia de la IC en la concepción del atractivo físico y la apariencia física, los cuales también que se relacionan con la interacción social, así como con la aceptación social como factor predictivo de conductas de riesgo en ambos géneros; procesos sociales y personales que,

¹ Se usará esta sigla para referirnos a la Imagen corporal.

además, pueden tener un efecto en la autoestima y la autopercepción de la IC, y en general con la salud mental. (p. 161).

La sociedad actual, regida en un sistema capitalista, que cosifica a los cuerpos y los mercantiliza, impone estándares de belleza que se colocan como el mandato a seguir. Con el tiempo la población joven ha incorporado estos modelos estéticos, de tal manera que se vuelve importante responder a esas imágenes estandarizadas en la conformación de la imagen personal. Si la adolescente manifiesta baja autoestima desarrolla respuestas no aceptables para la sociedad en la que se encuentra, pues no está cumpliendo con las normas de lo establecido por la sociedad. El presentar características que no responde a la sociedad hegemónica desencadena respuestas negativas en las diferentes áreas de la vida cotidiana en las mujeres. Blanco (2017) refiere que: “En los últimos años las sociedades modernas le han dado un valor excesivo a la imagen corporal, muchas de las cuales han creado subculturas basadas en la percepción y la importancia de la imagen ideal” (p. 72).

La sociedad ha creado estándares de belleza que las mujeres buscan cumplir, situación que se ha visto profundamente exacerbada a partir de las redes sociales, siendo uno de los medios de comunicación donde comúnmente los adolescentes comparten gran parte de su tiempo, ello supone un intento de encajar con los estándares establecidos en la actualidad y es ahí donde la moda juega un papel importante, ya que a través de ella tratan de encontrar un sentido de pertenencia; es decir, se trata de seguir con lo establecido mediante estereotipos de belleza.

La presencia de las modas en las redes sociales es un evento cotidiano en la vida de muchas mujeres, sobre todo de quienes a lo largo de la vida crearon inseguridades sobre cómo se describen físicamente, por lo que tener que cumplir con un estándar de belleza implica un mandato que parte de una sociedad que determina el deber ser como mujer, por ejemplo, ser delgada, estar aseada, maquillada y usar vestimenta acorde a las modas cambiantes, son aspectos establecidos por una sociedad. En este sentido, el manejo de los dispositivos y medios de comunicación digital comparten una diversidad de información que tiene como objetivo expresar aspectos de la vida diaria. Esto finalmente, ejerce una presión personal y social, en ese sentido las modas tratan de generar un consumo a partir de un ideal corporal mercantilmente construido sobre los atributos físicos.

Peris, Maganto y Garaigordobil (2016), refieren que:

Actualmente, Internet es el espacio de exposición de la imagen corporal, confirmándose que a mayor uso de redes sociales e Internet (RSI) mayor internalización del modelo de delgadez y mayor insatisfacción corporal, al exponer una corporalidad virtual de mayor atractivo físico y erótico. (p.52).

El entorno social juega un papel importante pues tiene un impacto en el desarrollo de la personalidad en el sujeto y esta puede que cumpla o no con las imposiciones sociales, además que es necesario considerar el contexto que rodea al sujeto. La familia, es la primera institución quien tiene la responsabilidad de desarrollar la formación de los sujetos, lo que realiza mediante prácticas que reproducen la vida social más amplia, entre ellas la conformación de, la imagen corporal, por lo que en el papel de la familia es fundamental en este proceso. Posteriormente son los amigos e incluso la misma pareja quienes también contribuyen a través de comentarios a reafirmar estas percepciones de sí mismas las cuales pueden afectar la autopercepción de la mujer e impactar en sus interacciones sociales.

Es así que la sociedad como estructura posee una influencia en la conformación de la imagen corporal a lo largo de la vida, teniendo un impacto en lo social, personal, familiar, laboral y escolar. De tal manera, cuando la percepción de la imagen corporal no se ajusta a los estándares de la sociedad heteronormada esta tiene efectos que determinan las maneras del deber ser en cada una de las personas. Por lo anterior descrito, se planteó el siguiente cuestionamiento: ¿De qué manera se relaciona la estructura social en la constitución de la imagen corporal, así como en la autoestima en las mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas?

JUSTIFICACIÓN

Hablar del ideal de belleza en las adolescentes en nuestra cultura permite identificar la forma de interactuar de las mujeres. Los estándares de belleza se transfieren de forma intergeneracional. Desde el momento que se nace y se le asigna un sexo, la sociedad determina el deber ser de ese sujeto, lo cual implica constituir una identidad a la que se es inscrito desde el nacimiento, imponiendo las diferencias entre hombres y mujeres, es decir, los roles diversos que orientan el mandato de género. En ese sentido, podríamos decir que tener una imagen corporal adaptada implica responder a los estándares que las determinan socialmente lo que hace que respondan acorde a lo que se espera de ellas, así pues, deberían sentirse satisfechas de cómo son, aceptar su aspecto físico, así como el de valorar su cuerpo y aceptar las formas que poseen.

En la actualidad es complicado que las mujeres estén satisfechas con su apariencia física y sobre el concepto de belleza que la sociedad ha determinado para ellas, poniendo como bases ideales que están lejos de alcanzar lo cual conlleva a colocarlas en la vulnerabilidad al no responder a estándares imposibles de cumplir.

Esta problemática ha sido estudiada en diferentes contextos culturales, los cuales han visibilizado el alto impacto que ha tenido, con los resultados presentados. Por otro lado, Guadarrama, Hernández y Vetya (2018) señalan que “En México existe una importante preocupación por el aspecto corporal. Tener una figura esbelta se valora de forma positiva y ejerce mayor presión en las mujeres en comparación con los hombres” (p 38).

En este sentido, cada cultura tiene sus estándares de belleza, lo que hace que la IC no sea un aspecto inamovible y cambie a lo largo de los años. Es así que en un estudio realizado en hospitales de Chiapas por Hernández (2020), “refiere que existe una alta insatisfacción de la imagen corporal en las adolescentes que presentan un grado de sobrepeso”.

Los estándares impuestos por la sociedad han hecho valer el siguiente dicho “Como te ven, te tratan”, realmente es una situación que sutilmente violenta a las mujeres el tener que darle más valor a la corporeidad y no al sujeto mismo. Es importante mencionar que la sociedad en su imposición determina la relación que va a existir entre la imagen corporal y la autoestima debido a que coexisten entre sí e influyen estrechamente con los mandatos sociales dados en la sociedad, los cuales determinan el deber ser en las adolescentes, es así que surgen los sentimientos y emociones contradictorias al colocar a las mujeres en una condición que no

pueden cumplir y como resultado no son aceptadas socialmente en ese sentido, la imagen corporal que presentan no alcanza para satisfacer a esa sociedad hegemónica, cuando en el imaginario se sabe que el cuerpo es la carta de presentación que se tiene con el mundo por lo que es necesario manifestar una autoestima estable que proyecte aquello que se demanda de ellas.⁷ Podemos decir hoy que para la búsqueda de un empleo es considerado importante la imagen corporal para conseguir un puesto laboral, los cuales dentro de los requisitos establecen criterios de belleza y no importan las aptitudes y capacidades. Asimismo, dentro de las relaciones vinculares al querer pertenecer a un grupo, ellos se basan bajo ciertos requisitos estéticos para lograr formar parte de él.

Por todo lo anterior, es importante el desarrollo de este trabajo ya que a través de este se puede determinar cómo los estándares impuestos por una sociedad patriarcal influyen en la adolescencia y cómo ello impacta de manera personal y en sus vínculos con los demás.

Uno de los principales estándares de belleza que más influye es el de la estética, pues ello te obliga a tener un cuerpo delgado y curvilíneo, por lo que las mujeres son las más preocupadas por cumplir con este criterio social.

Desde la postura de Cornejo (2016):

La imagen personal además es una de las herramientas que usamos -consciente o inconscientemente- para poder relacionarnos con el entorno y llevar adelante nuestra vida en este mundo. En el mejor de los casos, gerenciamos nuestra imagen a fin de producir los resultados más convenientes para nuestros fines cualesquiera sean: conseguir un trabajo, un ascenso, suscitar el interés en otra persona, mantener un círculo de amigos contenedor, etc. (p.158-159).

En consecuencia, si las adolescentes no encajan con los estándares establecidos y ello se representa a través de una percepción negativa sobre su imagen corporal esta se ve impactada en sus relaciones interpersonales y, por consiguiente, a su autoestima, al no cumplir con los estándares estéticos esperados socialmente para las mujeres. La forma en que los demás responden y perciben nuestra imagen corporal representa un impacto significativo ya que ello determina las relaciones sociales, familiares, escolares y laborales que influye de manera negativa en la proyección con los demás. Socialmente, los comentarios o críticas sobre nuestro cuerpo influyen en la concepción de nosotros mismos, por consiguiente, si las estructuras sociales no fueran impuestas de manera determinante, podríamos decir que existiría

una mejor aceptación de nosotros mismos pues estaríamos en la libertad de ser lo que se quiera hacer de sí mismo y con ello fortalecer y asegurar una adaptación social y personal.

Desarrollar una autoestima aceptable en una sociedad patriarcal en donde la mujer es cosificada y sexualizada para el consumo del capitalismo hace difícil que las mujeres se conduzcan de una manera inadecuada colocándose en la segregación pues no responde a los estándares esperados. Es así necesario identificar los sentires de estas mujeres adolescentes a través de este estudio en el sentido de generar conciencia de cómo la sociedad influye en la conformación de los cuerpos y saber cómo afrontar y ser capaces de; lograr con ello una adaptación adecuada que responde a sus propios estándares y no lo impuesto por la sociedad hegemónica. En ese sentido, cuando las y los adolescente no responden a los estándares pueden provocar rechazo social y manifestar una autoestima inadecuada, por el contrario, otra parte podría ser encontrar sujetos que le darán mayor importancia a todo aquello que la sociedad determine como lo socialmente normado; los juicios de los demás que refieran sobre ellas en torno a los aspectos físicos y estético las llevará a presentar conductas que serían las socialmente adaptadas, pero al final pueden llegar a sentirse insuficientes y con la búsqueda constante por tener la aprobación de los demás.

En palabras de Medina (2018):

El sincretismo genérico es una autoestima marcada tanto por la infravaloración, la inseguridad, el temor, y la dependencia respecto a otras/os, como por la exaltación y valoración del ajustarse a mandatos patriarcales, y al mismo tiempo la valoración de la independencia y las cualidades personales. (p.117).

La aceptación de la imagen corporal no se da en un determinado momento debido a que es un proceso personal y que los contextos en los que se mueven los determina en las diferentes etapas del ciclo de vida. El lograr la aceptación es el primer paso para sentirse bien consigo misma, entendiendo que no es una obligación tener que cumplir con los inalcanzables estándares de belleza impuestos por la sociedad ya que, si no se logra construir elementos que les permita afrontar a esa sociedad patriarcal vivirán dependiendo de la aprobación de terceras personas dejando a un lado su autonomía y la importancia de su sentir. Así también, es necesario la reflexión de tal manera que deba existir una libertad de expresarse corporalmente sin seguir necesariamente con normas impuestas que son lejanas a la realidad y que persiguen objetivos capitalistas, en ese sentido la corporalidad femenina se encuentra sexualidad y

cosificada al pretender que todas las mujeres encajen en un estereotipo particular, las cuales no todas cumplimos con ello.

Cornejo menciona que (2016):

Es necesario promover la reflexión y el cuestionamiento de los ideales imperantes a fin de construir una imagen personal a partir de valores como la libertad, la igualdad y el respeto y aceptación de las diferencias. Estimular conductas que no afecten la salud ni el desarrollo integral de las personas, ayudándolas a sentirse mejor consigo mismas *con y no a pesar de* sus particularidades. (p.176).

Es importante hacer énfasis en la importancia de generar estudios sobre el tema y se compartan a la comunidad, asimismo, generar espacios de apoyo y que a través de ella se construyan redes de apoyo que les permita acuerparse en defensa de una sociedad capitalista que únicamente considera al cuerpo de la mujer como un objeto con el fin de mercantilizar los productos, es por ello lo relevante de la problemática expuesta siendo necesario eliminar y dejar de seguir estándares sociales que pretenden imponerse en nuestros contextos.

Los contextos permiten o no construir una autoestima lo que puede lograrse con la capacidad de autorreflexión y alcanzar una auto aceptación, analizando que existe una diversidad en los juicios de las demás personas y no que existe una uniformidad en las formas de conducirse en lo social, asimismo, existe una parte de la población que están dispuestas y convencidas que seguir las normas sociales es lo correcto para ellos. Por lo que lo principal es en darle un verdadero valor a la imagen corporal entendiendo que no hace falta lucir un cuerpo perfecto para ser integradas y felices en los diferentes ámbitos de su vida ya que, al darle una importancia a los malos comentarios, más allá de crear una baja autoestima.

Es importante realizar esta investigación para promover una reflexión referente a la autopercepción de la imagen corporal, de los estándares de belleza impuestos por la sociedad, así como también promover una crítica social a la comunidad y sociedad acerca de la prioridad que se le otorga al físico de las mujeres y la presión que supone a tener una buena imagen corporal la cual impacta significativamente en la autoestima de las mujeres, además de que este trabajo se centra en las experiencias de mujeres jóvenes en relación su aspecto físico y cómo este influye en el valor que se le da a los estándares de belleza. Visibilizar esta problemática podría informar y contribuir a que mujeres reflexionen sobre la influencia de la imagen corporal y la relación que existe con la autoestima.

OBJETIVOS

GENERAL:

- Analizar las formas en que se relaciona la imagen corporal en la autoestima y describir lo que representa en las mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

ESPECÍFICOS:

- Describir el impacto que tiene la estructura social en la imagen corporal de mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Analizar cómo afecta la estructura social en la imagen corporal, así como en la autoestima en mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Identificar qué factores influyen en el desarrollo de la imagen corporal y la autoestima en mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

CAPITULO I. METODOLOGÍA

1.1 ENFOQUE Y MÉTODO

Para esta investigación es importante analizar la influencia que existe entre la imagen corporal y la autoestima en mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, es por eso que se utilizó el enfoque cualitativo, es así que la investigación cualitativa.

De acuerdo a Guerrero (2016):

La Investigación Cualitativa o metodología Cualitativa es un método de investigación que se utiliza principalmente en las Ciencias Sociales. Se desarrolla a través de metodologías basadas en principios teóricos como la fenomenología que según la Filosofía Contemporánea es la práctica que aspira al conocimiento estricto de los fenómenos, que son simplemente las cosas tal y como se muestran y ofrecen a la consciencia. (p.1).

Este enfoque es adecuado para el estudio de temas complejos, donde las percepciones, emociones y dinámicas sociales son fundamentales para la comprensión del fenómeno, la relación que existe entre la imagen corporal y la autoestima analizando las distintas experiencias y puntos de vista de las participantes con el fin de descubrir el impacto que llega a tener la imagen corporal en la autoestima de cada una de ellas.

Dicho con palabras de Salazar (2020):

La característica fundamental de la investigación cualitativa es ver los acontecimientos, acciones, normas, valores, etc., desde la perspectiva de la gente que está siendo estudiada. Sustentada en las tendencias subjetivistas, las que pretenden una comprensión del fenómeno social, concediendo a lo subjetivo la principal fuente de los datos; antes que generar leyes universales, buscan la descripción y comprensión de escenario particulares. (p.107-108).

Se utilizó el método interpretativo o hermenéutico, el cual busca una amplia interpretación de fenómenos sociales para así comprender de manera subjetiva y profunda a partir de las experiencias de las personas, en este caso entender la influencia de la imagen corporal en la autoestima de mujeres jóvenes.

Empleando las palabras de Beltrán y Ortiz (2020):

Este paradigma encuentra su razón de ser en las dimensiones, en el sentido de que toma en cuenta las experiencias para el entendimiento del mundo y reconoce en la

configuración de las subjetividades la influencia de aspectos históricos, culturales y sociales. Así, el conocimiento puede asumirse como el resultado de un ejercicio de construcción humana que no concluye al acercarse a las respuestas y soluciones frente a los problemas, sino que se transforma y abre a otras posibilidades epistemológicas. (p.9).

1.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para el abordaje de esta investigación la técnica empleada es la entrevista semiestructurada, ya que dentro de esta incluye preguntas abiertas donde se busca una amplia respuesta de las participantes y partir de ahí hacia una contextualización.

A juicio de Raworth, Narayan, Sweetman, Rowlands y Hopkins (2019):

Son una técnica muy utilizada en las investigaciones sobre desarrollo. A diferencia de las entrevistas formales, que siguen un formato rígido con una serie de preguntas establecidas, las entrevistas semi-estructuradas se centran en temas específicos, pero los abordan como si fuera una conversación. (p.1).

La ventaja de este tipo de entrevistas tanto para el sujeto como para el examinador es que se obtienen datos extensos sobre dicho tema de una manera no preestablecida y su principal factor comunicativo es abordar los puntos de vista e ideas que el sujeto presenta.

Como menciona Tejero-González (2021):

La entrevista semiestructurada se usa cuando el investigador sabe algo acerca del área de interés, por ejemplo, desde una revisión de la literatura, entrevistas estructuradas, semiestructuradas y libres. Análisis de contenido suficiente como para responder las preguntas que se ha formulado. Aunque las preguntas están ordenadas, los participantes pueden responder libremente en contraste con una encuesta de preguntas cerradas en la que se debe elegir entre unas respuestas predeterminadas. (p.68-69).

1.3 PROCEDIMIENTO.

El proceso que se siguió para el trabajo de investigación se describe a continuación; en primer lugar, hubo un acercamiento con las chicas y se les proporcionó de manera general la información necesaria acerca de la investigación, de igual forma se les dejó claro que la información recabada se utilizaría exclusivamente con fines académicos e investigativos. Se contactaron a las participantes de forma directa, debido a que los entrevistados son personas cercanas a nosotros.

Posteriormente, se les explicó los objetivos de la investigación y la importancia de su participación. Las sujetas de estudio accedieron a la entrevista y luego se fijaron las fechas para los encuentros. Se trabajaron sesiones de una hora.

1.4 SUJETOS DE ESTUDIO.

Para desarrollar el trabajo de investigación se contempla la participación de cinco mujeres jóvenes de 18 a 25 años originarias del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Elizabeth, es una joven de 21 años actualmente, estudiante del tercer cuatrimestre de la licenciatura en Administración de empresas, no profesa una religión en específica, originaria de Tuxtla Gutiérrez.

Daniela, tiene de 21 años actualmente, estudiante del tercer cuatrimestre de la licenciatura en Administración de empresas, no profesa una religión en específica, originaria de Tuxtla Gutiérrez.

María, de 23 años actualmente, estudiante de noveno semestre de la licenciatura en Psicología, es creyente de dios, pero no de una religión en particular, originaria del municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Leydi, es una joven de 23 años, originaria de Tuxtla Gutiérrez, actualmente cursa el noveno semestre de la Licenciatura en Psicología. Es de religión Pentecostés.

Brenda, tiene 23 años, de religión cristiana, es estudiante de la licenciatura en Psicología y originaria del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

1.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para la presente investigación se empleó la técnica de análisis de contenido. Al respecto Álvarez-Gayou (2003) manifiesta que “es uno de los procedimientos que más se acercan a los postulados cualitativos desde sus propósitos; busca analizar mensajes, rasgos de personalidad, preocupaciones y otros aspectos subjetivos” (p. 161). Esto se logrará teniendo una apertura a

recibir toda la información expresada por los entrevistados y analizando dichas entrevistas para plasmar sus vivencias.

Para el análisis de la investigación Krueger (citado por Álvarez-Gayou 2003) menciona los siguientes pasos:

1. Contar con una secuencia ordenada de preguntas, de las menos complejas a las más complicadas, que permita que las personas vayan profundizando en su introspección.
2. La captura, la organización y el manejo de la información.
3. La codificación de la información. La cual se refiere a una etiqueta que se pone a los textos con comentarios, opiniones, sentimientos y que pueden repetirse.
4. Verificación participante. consiste en brindar la oportunidad a los participantes de verificar lo que el investigador ha encontrado en cuanto a la información referida por el entrevistador.
5. el investigador se reúne con el colaborador para ver si se observaron y escucharon las mismas cosas y, en general, para verificar las coincidencias.
6. se plantea la conveniencia de que los resultados se compartan con los participantes y otros investigadores.

CAPÍTULO II. ESTÁNDARES DE BELLEZA UNA IMAGEN IMPUESTA

La belleza es un término con el que hemos estado familiarizados desde temprana edad, se le da mayor valor a alguien que luce socialmente “bello” a alguien con apariencia promedio, aunque las comunidades determinadas cuenten con un estándar de belleza de acuerdo a los rasgos que son considerados atractivos o que predominan en la región sigue existiendo una preferencia hacia personas que cumplen con el estándar europeo, con tez clara, delgadez y ojos claros, un estándar que difiere en muchos sentidos en la cultura latinoamericana. La belleza es un concepto subjetivo, hace referencia a algo que es agradable a la vista, hermoso, con cualidades armónicas, pero cada persona relaciona lo bello de acuerdo a las experiencias y preferencias que se tienen a lo largo de la vida y el sentido de la sociedad.

Usando las palabras de Guzmán y Salazar (2016):

Se vive en una sociedad donde se venera la belleza, los concursos de belleza y el modelaje son casi una religión. Se enseña desde niña el ensañamiento contra el propio cuerpo por no cumplir los estereotipos de belleza impuestos, los cuales son o llegan a ser muy ajenos a la realidad de miles de mujeres. (p.12).

A las mujeres se les impone una norma social en la que siempre tienen que estar presentables, arregladas y “bonitas”, limitando a la capacidad de ellas a simplemente a aspectos banales como lo son la ropa, el maquillaje y los productos de cuidado personal, se ha atribuido al termino feminidad, encasillando las formas de expresión de estas, así como también a la manera en la que deben comportarse y limitan la verdadera belleza de ellas, la diversidad con la cual pueden ser ellas mismas, teniendo la elección de lucir como quieran hacerlo sin necesidad de la presión social patriarcal.

En México predomina la gente con un tono de piel morena, es una característica dentro de la localidad correspondiente, existen excepciones de gente con uno o dos tonos más claros, las cuales son más veneradas por otras personas, en mujeres se destaca el deseo de tener una piel libre de imperfecciones aptos para el uso del maquillaje, la colorimetría en la industria del maquillaje ha destacado por la aparición de colores fríos y neutros que desentonan con la piel cálida de las mexicanas, haciendo campañas publicitarias argumentando la glorificación de la tez blanca demostrando un nivel elevado dentro de la jerarquía social, lo cual representa una

minoría contradictoriamente en relación al porcentaje de individuos morenos existentes en México.

El discurso colonial existente está ligado a una identidad de blanquitud, es decir, con la presentación de cuerpos blancos que no solo demuestren un color de su piel, sino una compostura y apariencia de acuerdo a los valores hegemónicos de la modernidad capitalista (Echeverría 2011, 26).

2.1. INFLUENCIA DE LOS ESTÁNDARES DE BELLEZA

A nivel general el ideal de belleza euro centrista ha tomado un papel importante al momento de definir lo que se es bello en las mujeres, deseando tener rasgos característicos de esa cultura, piel clara, cabello claro, proporciones voluptuosas pero acompañadas de una delgadez casi imposible de lograr, se anhela tanto el cumplir con un estándar tan alejado de la belleza actual que existe un total rechazo hacia los parámetros mexicanos, reflejando la propia discriminación entre nativos, promoviendo un erróneo mensaje al hacer de menos a los rasgos latinoamericanos.

De acuerdo con Pérez (2022):

Desde los parámetros europeos, claramente tenemos un ideal de belleza que se basa en proporciones que generalizan y condicionan la manera en la que debemos ver al mundo, donde los colores de piel y los cuerpos de proporciones diversas más voluptuosos o más delgados no son permitidos (p.143).

Es claro que la belleza permanece ligada a las tendencias actuales destacando la indecisión de las personas al pertenecer a un ideal de belleza exigido por la misma sociedad, olvidando las propias decisiones al momento de consumir, vestir, usar, resaltar una prenda de ropa, el maquillaje a elegir o simplemente el tipo de belleza al que se está destinado. Por lo que es importante una reflexión acerca de la forma de actuar de la sociedad respecto al valor sociocultural que se les da a las mujeres, la presencia de comportamientos y patrones generacionales machistas no hacen más que desatar una racha en donde se le da más valor a la belleza física de las mujeres que a su propia capacidad intelectual.

Los estándares de belleza han estado presentes a lo largo de los años, sin embargo, han cambiado considerablemente ya que en la actualidad la imagen corporal ha ganado mayor importancia en la sociedad. Es por esto que los estándares de belleza son normas socialmente construidas e impuestas, principalmente sobre cómo debe lucir una persona físicamente para

ser considerada atractiva. Como lo hacen notar García y Hernández (2022): “Los estándares de belleza refieren a la imagen convencional, idea preconcebida o concepto popular establecido por un grupo de personas que categoriza a la gente con base en su apariencia física, principalmente” (p.44).

Muchos de estos estándares están relacionados con las modelos de publicidad, con actrices y cantantes consideradas por mucha de la población como un nivel de “perfección” relacionados al peso, apariencia, color de cabello y ojos, desvalorizando a la mujer mexicana promedio, imponiendo un estándar que resulta imposible de cumplir y sobre todo de alcanzar, desarrollando conductas dañinas vinculadas al impacto que refleja en la imagen corporal de las mujeres, las cuales son susceptibles a las tendencias actuales priorizando la capacidad de autovalidación basada en la manera en la que lucen externamente.

La influencia de los estándares de belleza radica en el valor que las mujeres le dan, ya que son quienes le dan mayor relevancia a la apariencia física por lo que surgen preocupaciones sobre querer verse y sentirse bien derivado a poder cumplir con las características de belleza impuestas por el entorno social.

Empleando las palabras de Salinas (2015):

Hoy en día vivimos en una sociedad en la que la apariencia es muy importante y los estándares de belleza están muy bien marcados. Muchas mujeres no pueden evitar sentirse presionadas por cumplir estos patrones de perfeccionismo corporal y exponiendo a estas personas a enfermedades de trastornos de alimentación, como la anorexia. (p.36).

La perfección corporal ha logrado convertirse en el deseo de muchas personas, especialmente en las mujeres, por genética muchas no pueden lograrlo, por lo que optan por realizar otras alternativas como lo son el ejercicio exclusivamente para ganar masa muscular y no por salud, además de promover la idea de que si un cuerpo luce atractivo socialmente se cumplen metas consideradas personales, por lo que al cumplir con esa meta se carece de un sentido de pertenencia derivado de la insuficiencia personal que la mujer logra sentir a nivel interno, por fuera pueden lucir bien y aceptadas por los demás, pero en el fondo no encontraran la tan anhelada auto aceptación.

2.2 EL CUERPO DELGADO: ESTÁNDAR DE BELLEZA

Uno de los estándares de belleza mayor aceptados es la delgadez, aunque para la salud física es una condición importante ya que representa una apariencia “saludable” es muy corta la brecha entre estar sano a normalizar la delgadez como un requisito para ser socialmente bella, muchas mujeres tienden a sentirse mal emocionalmente al lucir “llenitas” o pasadas de peso, tienden a compararse con mujeres de su contexto las cuales representan para ellas una amenaza interna al no poder llegar a estar en su “peso ideal” todo esto sin supervisión médica causando problemas en cómo se ven a ellas mismas, es decir con su imagen corporal, poniendo en riesgo su valor como mujeres.

Dicho con palabras de Águila, Sicilia y Segovia (2020):

La presión hacia un ideal delgado se produce en torno a un discurso que defiende la búsqueda de la superación personal, la felicidad y el éxito individual.

Aunque esta apariencia es poco realista, el discurso social defiende que todos podrían lograrla mediante el esfuerzo personal y el consumo de servicios y productos especializados. (p.3)

En la actualidad esta normalizado el aspirar delgadez, las mujeres están bajo constante presión de bajar de peso para encajar con el ideal de belleza, esto ha provocado que muchas de ellas se sometan a rutinas de ejercicio demandantes, para poder desaparecer la grasa abdominal, se ven influenciadas por figuras públicas en redes sociales las cuales por genética o por ejercicio extremo han logrado un “un cuerpo ideal”, el cual no representa a la población femenina, es más, es perjudicial este deseo de estar delgadas, ya que se basa a la belleza de la mujer en que tan delgada esta o en el peso que debe perder, es algo cotidiano el juzgar los cuerpos ajenos, lanzando comentarios relacionados al aumento de peso, dejando de lado los valores que la persona tiene.

Suelen asociar delgadez con éxito, buscando la aprobación de su cuerpo con los demás antes de la propia, realizando conductas de riesgo como lo son las dietas y el ejercicio extremo, lo que lleva a desarrollar una mala relación consigo mismas al subir de peso, la delgadez también está asociada a la feminidad, debido a que las mujeres suelen ser más delgadas y pequeñas que muchos hombres, olvidando por completo la variedad de cuerpos que existen en la actualidad y todas aquellas características genéticas que hacen que exista gente delgada sin importar cuanta comida consume o el ejercicio que realice.

De acuerdo con Hernández, Macías y Kramer (2024):

Uno de los factores socioculturales que influyen en el ideal de delgadez es la existencia de valores estéticos, donde la delgadez juega uno de los primeros ideales a alcanzar por toda mujer que desee tener éxito social, mayor aceptación y aparentar mayor feminidad, este ideal se genera no solo porque la delgadez se considera como atractiva, sino también por el rechazo que se ha generado hacia cuerpos normales o con sobrepeso. (p.9168).

El tener sobrepeso o ser una persona gorda está asociada a los conceptos de fealdad y descuido, se aleja por completo de la feminidad, de las preferencias en hombres al elegir pareja, en insultos convertidos en discursos de odio, crucificando a los cuerpos gordos, marginando a la población femenina que es convertida en blancos de burlas y constante acoso, por lo que las mujeres prefieren someterse a ejercicio y dietas, disminuyendo la satisfacción que implica no pensar el tener que esperar a cuando se esté delgada para disfrutar de tener éxito, relaciones sociales y personales. La delgadez como estándar de belleza afirma la necesidad de cumplir con el prototipo de belleza impuesto por la sociedad, alegando la necesidad de estar delgados solo por cumplir con los requisitos y presión de una sociedad en la que se le da más valor a una persona por su imagen corporal que por sus valores y principios. Lo anterior desencadena una insatisfacción con el cuerpo en el que se habita desarrollando conductas y una percepción diferente respecto al valor social que la persona posee, además de la presión constante de estar delgadas lo que provoca frustración al no llegar a tener el cuerpo esbelto que se anhela, llegando a compararse con los diferentes tipos de cuerpos que encuentra en su entorno y sintiendo un rechazo total al cuerpo que posee.

El estereotipo de la muñeca Barbie en las mujeres ha sido un tema muy debatido a lo largo del tiempo y de las modificaciones a las nuevas tendencias. Por un lado, se le ha criticado por promover un estándar de belleza poco realista, basado en cuerpos delgados, proporciones inalcanzables y una imagen superficial de la feminidad. Durante mucho tiempo, en los medios de comunicación se representó una visión limitada de lo que significa ser mujer, enfocada en la apariencia física y en roles tradicionales, pero el problema no es Barbie en sí, sino cómo la sociedad ha usado su imagen para reforzar ciertos estereotipos de belleza, tomando en cuenta el ideal de cuerpo perfecto, en donde también se añade el tono de piel. Por otro lado, se considera que si se fomenta una visión equilibrada, donde la apariencia no sea el único valor importante, las muñecas pueden ser simplemente una forma más de juego e imaginación, sin

imponer estándares dañinos que con más frecuencia tiene impacto en la autoestima de las mujeres.

El ideal corporal en la actualidad difiere con el de épocas pasadas, se puede observar un aumento de la influencia en artistas y concursos de belleza en donde necesariamente se necesita ser delgado para triunfar en la industria, cuando en la sociedad en general existe una diversidad de cuerpos, los cuales son válidos y no es necesario tener que someterse a ningún método que logre bajar de peso, se debe aceptar el cuerpo que poseemos debido a que da vida, otorga movimiento a la estructura, permite experimentar y sentir lo que rodea a la mujer.

La sociedad hegemónica ha impuesto el valor que se le da al cuerpo de una mujer, normalizando los comentarios, miradas y prácticas de acoso en donde se violenta la integridad de la comunidad femenina, supone como objeto de deseo sexual al cuerpo de las mujeres, en donde se designa que el único papel que se tiene como persona femenina corresponde al de satisfacer deseos sexuales, denigrando la capacidad de ellas, suponiendo que son menos fuertes, menos útiles en el área laboral, reduciendo a la población femenina a un cuerpo bonito acompañado de una cara hermosa, es ahí donde radica el uso de los medios de comunicación para alentar un discurso misógino en el que se le ve a la mujer como un producto de desecho y meramente para cumplir con los mandatos de hombres influenciados por la industria pornográfica, olvidando que esto último es meramente ficción y que las mujeres reales sienten, son valiosas y no dependen de los hombres para vivir su sexualidad y su belleza plenamente.

Expresa Lamo (2021):

La hipersexualización supone que la identidad femenina se construya como «una identidad-objeto» y la consecuente cosificación de la sexualidad de las mujeres, que puede redundar en valorar a las mujeres tan solo por su atractivo, de forma que, si no eres deseable, no existes. (p.443).

El aspecto de la realidad a ser definida como objeto no es solamente humillante, sino que retorna a una regresión de la cosmovisión del individuo actual, por lo que el ser una mujer atractiva en los tiempos modernos es considerada un arma de doble filo, por un lado gozando de los “privilegios” que supone ser una mujer sensual y atractiva pero también se debe tomar en cuenta la desventaja de ser reducida a un cuerpo, esta idea vacía y hueca no solo es problemática, sino que rompe con el ideal del feminismo moderno, el cual venera las

expresiones de las mujeres referentes a su físico pero rechaza la total idea de ser un objeto de consumo de los hombres.

2.3. IMPORTANCIA DEL COLOR DE PIEL EN LOS ESTÁNDARES DE BELLEZA

El estatus que representa pertenecer al sector de blanquitud en la población ha generado revuelo dentro de la población mexicana, debido a que parece ser que las personas con tez blanca reciben un trato superior a los que no tienen ese color de piel, destacando la calidad en la búsqueda de empleo, las relaciones sociales, la preferencia de trato en establecimientos de recreación, los modelos y colorimetría en la industria de la belleza y cosmetología, por lo que se venera y anhela una blanquitud que no poseen, buscan aclarar la piel a toda costa para pertenecer al ideal de belleza que la sociedad influye a tener.

Otro de los estándares de belleza radica en el color de la piel, aunque se viva en una región en donde predomine el color de piel moreno es cierto que existe una preferencia a personas con un tono de piel más claro, determinando el trato que merece la persona o el privilegio que se le otorga por ser considerado superior, el sistema de clases sociales ha determinado el nivel económico de acuerdo al color de piel, relacionando a la clase baja y trabajadora al color oscuro dejando a los que cuentan con tez blanca en lo alto y exitoso.

Dicho con palabras de Campos y Medina (2018):

En Latinoamérica existe una creencia popular arraigada en la sociedad: tradicionalmente se considera que entre más clara es la piel de un individuo, mayor es su estatus socioeconómico. En consecuencia, una característica física como el color de piel puede detonar tratos diferenciados entre individuos, de otra manera, homólogos (p.55).

El color de la piel en Latinoamérica ha sido uno de los tópicos más comunes, el poseer un color de piel moreno representa a la clase baja del nivel socioeconómico, se suele ridiculizar y tomar como ofensa a los indígenas al comparar a las mujeres con ellas, haciendo caso omiso a la gran culturalidad que la población indígena representa para los países de América Latina, el nivel económico de las personas no radica en la tez de su piel, por lo que se debe evitar glorificar a la tez blanca y evitar propagarla como ideal de belleza en regiones en donde predomina la diversidad de pieles.

El deseo de aclarar el tono de piel solo se quiere para cumplir con el estándar occidental del que muchas son símbolo, ser altas, rubias y de piel clara, dejando de lado el legado en la colorimetría que las comunidades del mestizaje y los indígenas dejaron, debido a que se pierde la identidad de la cultura y se discrimina el color del cual somos parte, el de la clase media baja. En palabras de Tipa (2020): “En ese sentido, las antiguas categorías raciales coloniales permanecen, y “el paso” deseable hacia la “blancura” sigue siendo una meta para los habitantes, un área problemática en términos de identidad y una regla tácita de estratificación social”. (p.125).

El deseo de ser blancos sobrepone la realidad de las mujeres, resulta casi imposible aclarar el tono de la piel, para lograr esto se tendrían que usar una gran cantidad de productos de belleza, del famoso cuidado de la piel o también conocido como “Skincare”², usando bloqueadores solares que inhiben el daño causado por la radiación solar pero además cuentan con una función “aclaradora” por lo que el mercado del cuidado de la piel ha incrementado sus ganancias al incitar a las mujeres a optar por cuidar su piel y aclararla, generando un rechazo al color de piel que poseen.

El capitalismo ha logrado abrirse paso en el mundo de los cosméticos, valorizando la piel blanca representada en modelos con rasgos europeos y teniendo el ideal de belleza de la delgadez, se tiene mayor preferencia por comprar y consumir productos que tengan una mercadotécnica centrada en que la mujer logre ser femenina y perfecta, dejando de lado el privilegio que representa adquirir uno de estos productos y la disposición que genera comprarlos. Dicho con palabras de Ortiz, Ayala y Pérez (2018):

El privilegio blanco puede ser conceptualizado como una fuente de capital simbólico, puesto que se trata de un estatus o valor socialmente reconocido a un grupo por un juicio colectivo construido según las categorías fundamentales de la visión compartida del mundo. (p.219)

El estatus que representa pertenecer al sector de blanquitud en la población ha generado revuelo dentro de la población mexicana, debido a que parece ser que las personas con tez blanca reciben un trato superior a los que no tienen ese color de piel, destacando la calidad en la búsqueda de empleo, las relaciones sociales, la preferencia de trato en

² Cuidado de la piel, que consiste en una rutina de productos y técnicas para mantenerla saludable y con buena apariencia.

establecimientos de recreación, los modelos y colorimetría en la industria de la belleza y cosmetología, por lo que se venera y anhela un tono de piel que no poseen, buscan aclarar la piel a toda costa para pertenecer al ideal de belleza que la sociedad influye a tener.

El lujo de ser una mujer blanca en la actualidad representa un valor dado por las mismas mujeres, haciendo de menos a las personas que cuentan con un tono de piel más oscuro, históricamente las féminas afrodescendientes han resistido a la discriminación racial, a las muestras de odio de otras mujeres blancas, a ser destinadas a disposición y servicio del imperio europeo, a ser consideradas poco atractivas, al estigma de la poca salud, inteligencia y capacidad, por lo que es la raza de color oscura la más perjudicada a nivel general, negando el derecho a la educación, a las oportunidades laborales, a la libertad de expresión y a la poca tolerancia de la diversidad cultural y otras maneras de expresar a la belleza femenina.

Dicho con palabras de Warkins 2015):

El pensamiento y la práctica feminista experimentaron una decisiva alteración cuando las mujeres radicales de color y las mujeres blancas aliadas empezaron a desafiar con rigor la noción de que el «género» era el factor principal que determinaba el destino de una mujer. (p.17).

Por lo que el papel de la mujer en la sociedad no solo está definido por su tono de piel, por su tipo de cuerpo o por sus capacidades, sino que es el atractivo de ellas las que determinan su valor en la vida social, cargando con la presión de lucir siempre presentables, arregladas y guapas. Un estereotipo que radica en las mujeres consiste en que tan atractivas son ellas en la sociedad, el peso que se le da a que tan bella es una persona impacta gradualmente en la autopercepción de la mujer, generando un ideal basado en un estereotipo de género al considerar a una fémina que cumple con los rasgos considerados de “hermosura” generando que la sociedad heteronormada valide a una mujer en función a lo bonita que se ve, olvidando las capacidades y habilidades que ellas poseen, por lo que el estigma social aumenta en gran medida perjudicando a las demás por el simple hecho de no “poder sacarse partido”.

En palabras de Postigo y García (2018):

Las mujeres consideradas como más atractivas, tienen tendencia a ser percibidas como más inteligentes. Resulta pues obvio que las mujeres más atractivas, simplemente debido al estereotipo podrían verse favorecidas en muchas situaciones cotidianas con respecto a aquellas que resulten menos atractivas. (p.7).

Las mujeres son asociadas generalmente a los conceptos de sensualidad, belleza, fragilidad, por lo que no es de extrañarse que los hombres busquen parejas que cumplan con los atributos comentados anteriormente, muchas de las conquistas de los humanos se basan en la apariencia física, siendo este el primer contacto que determina si una relación puede funcionar o no, es ese privilegio, el de ser una mujer hermosa en toda la extensión de la palabra que determina un mayor poder sobre los hombres, por llamar su atención, por generar cualquier interacción con ellos que desencadene un lujo dentro de esta sociedad patriarcal, se meten dentro de su juego misógino desacreditando totalmente a las habilidades de las compañeras, reduciendo lo anterior al famoso dicho “El peor enemigo de una mujer es otra mujer” lo cual no solo es un discurso machista, si no que engloba un problema donde no lo hay, el fomentar odio entre féminas por comparecencia de hombres.

Como mencionan Sanabria, Angulo, Corrales, Fernández, Flores y Hernández (2023):

La mujer sensual, que se sabe bella y utiliza su belleza para atraer a los hombres, es capaz de conseguir de ellos lo que desee. Los personajes masculinos, para recibir los beneficios de los atributos de la mujer seductora (sexualidad, gozo, placer), se convierten en seres pulsionales, capaces de abandonar todo para no perder la fuente de su placer. (p.15-16).

Es en este punto en donde se deben cuestionar acerca de las practicas arraigadas en cuanto a interacciones sociales y relacionales entre las personas, debido a la falta de auto reflexión que como sociedad parece ser casi imposible de cumplir, ya que muchos de los mandatos sociales hacen hincapié en una comunidad destinada a la limitación de las mujeres, a reducirlas a simples objetos, a simples tareas domésticas, olvidando por completo la gran labor que representan, las barreras que han vencido a lo largo de los años, a la manera en la que el día de hoy pueden decidir acerca de cómo quieren verse y que quieren hacer para su vida.

CAPÍTULO III. LA IMAGEN CORPORAL: LO BONITO DUELE

3.1 LA IMAGEN CORPORAL

La imagen corporal se refiere a la percepción que una persona tiene de su propio cuerpo. Esta percepción no solo abarca cómo cada persona describe su cuerpo físicamente, sino también cómo lo siente y cómo lo evalúa, tanto a nivel visual como emocional. Es una construcción psicológica y emocional compleja que está influenciada por una serie de factores internos y externos, como los pensamientos, los sentimientos, las experiencias previas, la cultura y las presiones sociales.

Como lo hacen notar Jiménez, Martínez, García, Hernández y Cordero (2022):

La imagen corporal es la representación mental del cuerpo, se conforma por diferentes elementos como: el perceptual, cognitivo, afectivo y el conductual, conforme a esto cada persona forma diferentes pensamientos y emociones a lo largo de su vida sobre su imagen y la forma de su cuerpo. (p.2).

La imagen corporal también puede verse como una valoración que una persona tiene sobre su propio cuerpo, incluyendo aspectos sobre cómo se ve, cómo se siente y cómo cree que los demás lo perciben. En el caso de las mujeres, esta percepción puede estar más influenciada por diversos factores culturales, sociales y personales. Algunos de estos factores principales son la percepción física personal, la cual se refiere a como una mujer ve su cuerpo en términos de forma, peso, color de piel, etc. Así también va de la mano la satisfacción corporal, que tan cómoda se siente con su imagen corporal.

De acuerdo a Santos (2022):

Socialmente, para el caso de la mujer, la imagen ideal es ser delgada y bella con un cuerpo alto, delgado y el estereotipo de la “muñeca Barbie”, el cuerpo femenino, además, debe ser tonificado y firme, conservar la feminidad y delicadeza. Este estereotipo comúnmente se asocia con el autocontrol, la elegancia, la socialización, el atractivo y la juventud. (p. 8).

El capitalismo, como sistema económico, se enfoca en crear dinámicas que influyen en la percepción de la imagen corporal de las mujeres, por ejemplo, a través de la industria de la moda, la belleza y el entretenimiento, es por esto que se ha utilizado ideas de belleza específicas

para generar consumo. Por lo que, a largo de la historia, los estereotipos de género han sido herramientas de control que han definido como “debe” comportarse una mujer en función de normas impuestas por la sociedad.

Dicho con palabras de Pineda y Salazar (2021):

En las sociedades capitalistas y a lo largo de su historia, las mujeres han establecido una relación particular con el trabajo. En las primeras etapas de este sistema, a las mujeres se le relegó a la esfera doméstica, excluyéndolas de la esfera pública y del trabajo remunerado. (p.48).

En la sociedad se espera que las mujeres sean cuidadoras y prioricen a la familia sobre sus propios intereses, se les etiqueta como emocionales, delicadas o débiles, lo que limita su autonomía y toma de decisiones impactando en su imagen corporal. Así también, en lo cultural se basa principalmente en la publicidad de los medios de comunicación donde las mujeres son representadas como objeto de deseo lo cual genera que se cree la idea de que el valor de la mujer depende en su totalidad de la apariencia física, esto cada vez más conlleva a que surjan los ideales de belleza inalcanzables que generan inseguridad y fomentan el consumo de productos estéticos.

De acuerdo a lo que mencionan los autores Alpízar y Trujillo (2018):

El bombardeo cotidiano hacia lo construido como natural hace que las transformaciones parezcan cada vez más una utopía, pues enfatiza a la mujer como ama casa, objeto sexual estereotipado y recalca la división socio-sexual del trabajo, además reduce su humanidad convirtiéndola en un producto más dentro del mercado. (p.9).

La mercantilización del cuerpo femenino es un fenómeno profundamente arraigado en la sociedad y alimentado por múltiples factores culturales, económicos y sociales. Desde los medios de comunicación que generan la industria de la moda y el entretenimiento, la imagen de la mujer ha sido moldeada de forma cambiante bajo características físicas que van surgiendo con el paso del tiempo, generando un impacto significativo en la percepción de la identidad femenina y en la construcción de la autoestima. Referente al cuerpo de las mujeres, González y Torrado (2018) afirman que: “Sus cuerpos sexualizados son mercantilizados o convertidos en un producto, utilizados por el sistema liberal y patriarcal como una mercancía, que se intercambia o manipula según los intereses de grupos y organizaciones androcéntricos”. (p.2).

3.2 EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL

Las mujeres no nacen con un sentido de lo que es "ser bella"; lo aprenden a través de una serie de mensajes sociales, culturales y familiares. Esta construcción se da desde la infancia y continúa a lo largo de la vida. Desde pequeñas se les enseña que su imagen corporal es fundamental, se les elogia por ser bonitas, limpias o delicadas, así también, comúnmente se les da muñecas con cuerpos idealizados, por lo que, a lo largo de la vida, las personas pueden experimentar diferentes percepciones de su cuerpo, que pueden ser positivas o negativas de acuerdo a la percepción del entorno social en donde se encuentre.

En la sociedad contemporánea, los ideales de belleza promovidos por los medios de comunicación y las redes sociales tienen un impacto significativo en la imagen corporal, especialmente en la adolescencia. Así también, la cultura occidental ha tenido un impacto enorme en evolución de la imagen corporal de las mujeres, estableciendo y transformando constantemente los estándares de belleza según las tendencias de cada época. A pesar de los avances que se han generado en intentar modificar los estándares de belleza, la presión sigue existiendo, y muchas mujeres todavía sienten la necesidad de encajar con las características dominantes de cómo deben ser. En ese sentido Bazán y Miño (2015) refieren que: “La preocupación por el peso que caracteriza a la mayoría de las mujeres actuales está relacionada con la difusión de un modelo estético corporal femenino delgado, que se aleja cada vez más del común denominador de las mujeres reales”. (p.25).

La evolución de la imagen corporal ha estado influenciada por múltiples factores a lo largo de la historia, desde las representaciones artísticas hasta las presiones de la sociedad contemporánea, pasando por el impacto de los medios de comunicación y la digitalización de las imágenes. En este contexto, se hace cada vez más relevante el estudio de la diversidad de cuerpos y la promoción de una imagen corporal positiva, que respete las diferencias físicas y contribuya al bienestar emocional, social y psicológico de las personas.

La imagen corporal en la actualidad tiene una gran importancia en la vida de muchas mujeres debido a diversos factores principalmente sociales y culturales que influyen en la percepción que tienen sobre sí mismas y su autoestima. Es un tema complejo que involucra cuestiones de salud, autoestima, influencias personales, si bien ha habido avances hacia una mayor inclusión y diversidad, aún persisten las presiones significativas para lograr cumplir con los estándares de belleza.

Dicho con palabras de Guadarrama, Hernández y Veytia (2018):

Los diferentes estándares de belleza que se han establecido con el paso del tiempo en las diferentes sociedades y épocas hacen que la imagen corporal (IC) se convierta en una forma de pertenencia y prioridad para los seres humanos, y han contribuido a una mayor preocupación hoy en día por el aspecto físico y conseguir el ideal sociocultural corporal vigente. (p. 37).

Es preocupante que la imagen corporal se haya convertido en un sentido de pertenencia y prioridad para muchas mujeres, ya que esto refleja la presión social constante por encajar en estándares de belleza impuestos. Desde temprana edad, las mujeres son bombardeadas con mensajes que asocian su valor con su apariencia, lo que puede generar inseguridad e impacto de forma negativa en su autoestima. El problema es que esta obsesión por la imagen muchas veces se relaciona con la validación social, en un mundo donde las redes sociales describen estos estándares, muchas mujeres sienten que necesitan cumplir con ciertos cánones físicos para ser aceptadas o valoradas.

3.3 EL CUERPO DE LA MUJER COMO IMAGEN O EL CUERPO Y EL SER MUJER

La sociedad patriarcal influye profundamente en el desarrollo de la identidad de la mujer, ya que impone roles, expectativas y normas de género que condicionan la manera en que las mujeres se perciben a sí mismas y como se describe su lugar en el mundo. Desde la infancia, se refuerzan modelos de feminidad asociados al cuidado, la sumisión y la complacencia, limitando las posibilidades de exploración personal y autodeterminación.

Algunas de las formas en la que la sociedad patriarcal impacta en la identidad de las mujeres es principalmente en la construcción de la autoestima, en donde se enfoca en valorar a las mujeres en relación a su imagen corporal, lo que genera inseguridad personal y una búsqueda constante de validación externa. Así también las expectativas de género en donde se imponen roles tradicionales que dictan cómo debe comportarse una "buena mujer" que se caracteriza por la obediencia, la entrega a los demás y la renuncia a sus propios deseos en favor de los roles de madre, esposa o cuidadora, muchas veces subordinada a los deseos y necesidades de los demás, en especial de los hombres. En la familia desde pequeñas, se les inculca la idea de que el cuerpo femenino es una tarea constante; algo que siempre se puede y debe mejorar. Así también, se les enseñan roles diferenciados, por lo que a las niñas se les anima a cuidar, verse bien, ser recatadas.

Por otro lado, muchas mujeres son educadas para asumir tareas domésticas y de cuidado, mientras que a los niños se les fomenta la independencia y la autoridad. Así también, en la educación se promueven ciertas carreras o disciplinas “más adecuadas” para mujeres, como las relacionadas con el cuidado y la docencia, mientras que las áreas científicas o tecnológicas han sido históricamente dominadas por hombres. Por lo que en la vida profesional o laboral ellas suelen enfrentar barreras de discriminación para poder ejercer puestos de liderazgo y muchas veces se espera que sean más conformistas o menos ambiciosas que los hombres.

De acuerdo a Gil (2019):

La subordinación de las mujeres es para toda la vida. Las mujeres han participado durante milenios en el proceso de su propia subordinación porque se les ha moldeado psicológicamente para que interioricen la idea de su propia inferioridad. La ignorancia de su misma historia de luchas y logros ha sido una de las principales formas de mantenerlas subordinadas. (p. 4).

Por otro lado, en la sexualidad y las relaciones, la sociedad ha diseñado un ideal de cómo debe comportarse una mujer “respetable”, limitando su libertad para expresar sus gustos y deseos personales por miedo a ser juzgada por su apariencia física. Sin embargo, el motor de esta imagen corporal es el cuerpo, el cual en las mujeres ha sido una parte fundamental de su identidad. No solo define su apariencia, sino también cómo se percibe a sí misma y cómo se relaciona con el mundo. Es por esto que la relación que una mujer tiene con su cuerpo puede influir en su autoestima, en su sensación de control sobre su vida y en su bienestar emocional. Sentirse cómoda y en paz con su cuerpo puede contribuir a una mayor confianza y satisfacción con la vida. Si bien puede ser un medio de poder y auto aceptación, también está influenciado por las expectativas sociales, la lucha por la autonomía y los derechos reproductivos, así como la resistencia a los estándares impuestos.

Sánchez (2023) plantea que:

En las sociedades occidentales, la imagen física de las mujeres constituye una parte importante de su valoración social, y es un componente importante de su identidad de género. Es por esto, que existe una mayor susceptibilidad por parte de las mujeres que de los hombres en relación con la imagen corporal o al aspecto físico y de su propia autovaloración. (p.66).

El cuerpo físico de las mujeres ha sido y sigue siendo sujeto a las expectativas sociales, que determinan qué se considera bello, atractivo o aceptable. Estas normas estéticas varían según la época, la cultura y las tendencias sociales. Las mujeres a menudo experimentan presión para cumplir con estos estándares de belleza, lo que puede generar sentimientos de inseguridad y frustración si sus cuerpos no se ajustan a esas expectativas. En este sentido, el cuerpo femenino se convierte en un campo de lucha contra los ideales impuestos por la sociedad.

Siguiendo con Pacheco (2020) menciona:

Las mujeres en las sociedades occidentales modernas continúan sujetas a representaciones culturales negativas que reproducen roles y comportamientos tradicionales, lo que condiciona la forma de vivir e imaginar la feminidad lejos del modelo hegemónico. Así la representación femenina se construye con relación a una diferencia corporal y con capacidades innatas, antes que históricas y obligatoria. (p. 16).

El modelo hegemónico basado en la imagen corporal de las mujeres es un mecanismo de control que ha limitado históricamente la autonomía femenina, imponiendo estándares de belleza casi inalcanzables y condicionando la autoestima y el valor de las mujeres a su apariencia. Este modelo no solo dicta cómo "debería" lucir una mujer, sino que también refuerza roles de género que la sociedad ha construido, la belleza hegemónica suele estar ligada a la adolescencia, la delgadez (o cuerpos estilizados según la época), la piel sin imperfecciones y rasgos eurocéntricos. Esto excluye a muchas mujeres y genera presión constante por modificar o "mejorar" su cuerpo.

Menciona Fasano (2018):

El canon hegemónico de belleza es una de las categorías socioculturales con las que convivimos. Ella implica un diálogo e incluso un vínculo que cala profundo en nuestra autopercepción de la imagen propia. Como un holograma, a veces como una sombra que delimita y talla modelos de angustia que nos atraviesan, este imperativo conforma una representación omnisciente de histórica recurrencia en el ámbito cinematográfico. (p. 1).

La mujer latinoamericana, como identidad latina, se describe por una construcción social e histórica que se relaciona con elementos como herencia indígena y europea. Su identidad no es homogénea, sino que varía según el país, la clase social, la etnia y la influencia

cultural, ya que todas estas características han influido en el desarrollo de la identidad en la mujer, por lo que existen algunos rasgos compartidos en su relación con el cuerpo y la feminidad, determinados por estructuras sociales. Su relación con el cuerpo se vuelve un término entre la tradición y la modernidad lo que genera tensiones que se han enfrentado a través de movimientos feministas y cultura, en donde las mujeres han representado su identidad, haciendo caso omiso a modelos impuestos por la sociedad y redefiniendo su cuerpo con libertad y expresión.

De acuerdo a Mata (2018):

Si consideramos que la igualdad de género es un indicador clave para saber cuán democrático es un país, la conclusión es evidente. Etnia, raza, clase social, origen geográfico, nivel de escolaridad, oportunidades laborales, son elementos que se cruzan en el complejo y diverso panorama de la situación de la mujer latinoamericana. (p. 154).

En muchas culturas latinoamericanas, el cuerpo femenino ha sido un espacio de disputa, ya sea por la imposición de estándares de belleza eurocéntricos o por la resistencia a estos. Por otro lado, las mujeres indígenas y afrodescendientes han sido históricamente marginadas, sufriendo discriminación racial y de género, todo esto debido a que ciertos cuerpos han sido idealizados según modelos blancos o europeos por lo que se busca cumplir a los estándares de belleza con estas características, generando tensiones en la construcción de la autoestima y la identidad. Así también, en las culturas latinoamericanas, el cuerpo femenino sigue ligado a la maternidad y a la idea de mujer “ama de casa”, por lo que las mujeres han desafiado estos roles tradicionales, promoviendo derechos reproductivos y la autonomía sobre su propio cuerpo.

Cada cuerpo es diferente y tiene sus propias características, lo que hace que la belleza y la identidad no sean uniformes ni definidas por un solo estándar. Sin embargo, con el paso de los años se han creado idealizaciones sobre lo que es tener un cuerpo deseado, aunque varía según la época, la cultura y los valores predominantes en cada contexto. Sin embargo, existen principalmente ciertos patrones que se han impuesto por la sociedad, en especial en los diferentes medios de entretenimiento, los cuales influyen en las expectativas de belleza y el ideal corporal. Estos ideales se basan en tener un cuerpo delgado, pero con curvas, por lo que el ideal femenino ha estado muy influenciado por la figura "curvy", con una cintura estrecha, caderas y senos destacados. Este ha sido un estándar que ha estado durante los últimos años,

sin embargo, no se descarta que de acuerdo a los cambios culturales en un futuro pueda ser modificado por nuevas características físicas sobre “el cuerpo deseado”.

Empleado con palabras de Flores (2021):

En la antigüedad se consideraba que una mujer robusta era sinónimo de fecundidad, contrario a la delgadez que se relacionaba con la esterilidad y el hambre. Sin embargo, en el siglo XIX, empieza a culturizarse la cintura de avispa y las curvas femeninas mediante el uso de vestimentas que exageran el busto y las caderas. A partir del siglo XX, el ideal de belleza cambia y ocurre una transición de una cintura pequeña a un cuerpo sin curvas alcanzable sólo mediante dietas y ejercicios excesivos. (p 4).

Los ideales corporales impuestos por la sociedad pueden generar efectos negativos, ya que muchas personas, especialmente mujeres jóvenes, pueden sentirse presionadas a ajustarse a estos estándares, por lo que surge una insatisfacción corporal lo cual se refiere a una percepción negativa que la persona tiene sobre su propio cuerpo, comparándolo con ideales estéticos o con lo que se considera un "cuerpo perfecto". Lo que conlleva a complacer a la sociedad, haciendo lo posible por cumplir con las características físicas impuestas, sin importar que puede llegar a tener un impacto negativo en las diferentes áreas de la vida.

Como lo expresa Santos (2022):

La insatisfacción corporal se define como el desagrado o descontento del tamaño y la forma del cuerpo, sumada a la actitud que las personas manifiestan sobre sus cuerpos (pensamientos, sentimientos y comportamientos) que se relacionan con evaluaciones negativas del cuerpo al que sienten imperfecto. (p. 9).

La insatisfacción corporal en las mujeres es un problema profundamente arraigado en la sociedad, desde temprana edad, las mujeres son criticadas con mensajes que les dicen cómo deberían lucir para ser consideradas atractivas, exitosas o incluso dignas de amor y respeto. Para combatir la insatisfacción corporal, es necesario seguir promoviendo una representación más diversa de los cuerpos en los medios de comunicación, educar sobre la importancia de la auto aceptación y enseñar a cuestionar los mensajes que refuerzan la idea de que el valor de una mujer depende de su imagen corporal.

El cuerpo femenino es objeto de control constante: normas de vestimenta, juicios morales, estándares de belleza. Hay una exigencia de “verse bien” pero sin pasarse de provocativa; ser sexy pero no vulgar.

3.4 LA AUTOPERCEPCIÓN EN LA IMAGEN CORPORAL

La autopercepción juega un papel fundamental en la imagen corporal de una persona, ya que es la forma en que un individuo se ve a sí mismo, no solo físicamente, sino también emocionalmente y psicológicamente. Influye en cómo se evalúa su cuerpo, su autoestima y su bienestar en general. La autopercepción está profundamente influenciada por factores sociales y culturales, como los estándares de belleza predominantes en una sociedad, los medios de comunicación, la familia y los amigos, etc. Como lo hace notar Fernández, González, Contreras y Cuevas (2015): “La imagen corporal formaría parte del auto concepto físico, estando directamente relacionado con el subdominio de atractivo físico, refiriéndose este último a las percepciones que tiene el individuo” (p. 26).

Las mujeres que están constantemente expuestas a imágenes de cuerpos "ideales" en los medios (por ejemplo, cuerpos muy delgados o muy musculosos) pueden desarrollar una autopercepción negativa si sienten que no cumplen con esos estándares de su apariencia física, de la seguridad y la satisfacción por la imagen propia. Aquellas personas con una autopercepción negativa pueden ver su cuerpo de manera distorsionada, incluso si no existe un problema real en su apariencia física. Esto puede llevar a una imagen corporal negativa, en la que la persona se siente insatisfecha, rechaza su cuerpo.

Guzmán y Salazar (2016), expresan:

Actualmente, la presión que ejerce la sociedad sobre sus miembros para alcanzar “la belleza corporal” es particularmente fuerte en las culturas occidentales, en las que ha aumentado el valor de “tener un cuerpo delgado”. Como consecuencia de esta presión social, ha surgido una preocupación extrema por todo lo relativo al peso anatómico y nos demuestra que la imagen corporal está influida por diferentes aspectos socioculturales, biológicos y ambientales. (p. 13).

Por otro lado, también existen casos en donde la percepción de la imagen corporal puede llegar a ser positiva, lo que representa la capacidad que tiene una mujer para aceptar, valorar y sentir satisfacción con su cuerpo tal como es, independientemente de los estándares de belleza. Esta percepción está asociada con una actitud saludable hacia la imagen corporal, el bienestar emocional y la autoestima. Promover una imagen corporal positiva implica reconocer que todos los cuerpos son únicos y bellos, y que no existe un solo tipo de cuerpo "ideal" como lo hace creer la sociedad. La sociedad juega un papel fundamental en los tipos de percepción que se tienen de la imagen corporal, ya sea la positiva o la negativa, ya que su influencia en la

vida de muchas mujeres tiene mucha importancia, debido a los malos o buenos comentarios que se hacen de las características físicas de cada persona, así también, el impacto que representan los estándares de belleza que con el paso de los años es cada vez más grande, en donde se describen características de un cuerpo deseado que difícilmente se puede conseguir, todas estas representaciones sociales tienen lugar en los diferentes medios de comunicación, así también, se puede presentar en los diferentes grupos sociales y hasta familiares.

CAPITULO IV. AUTOESTIMA UNA VERDAD O UNA MENTIRA

5.1 AUTOESTIMA

Desde una posición crítica se ha descrito a la autoestima como una determinante social que se ha normalizado lo cual involucra una responsabilidad personal de la construcción de la autoestima, como si ello implicara una elaboración propia de las personas ignorando que ella puede ser construida desde diversas dimensiones y en lo social.

Desde las teorías clásicas refieren que la autoestima es la percepción y valoración que una persona tiene de sí misma. En el cual puede incluir las creencias, evaluaciones y actitudes que alguien tiene respecto a su propio valor, capacidades y atributos. La autoestima puede influir significativamente en el bienestar emocional de una persona, afectando cómo se siente, cómo se comporta y cómo interactúa con los demás. Algunos de los factores que pueden influir en la autoestima, son las relaciones interpersonales, logros personales, críticas o elogios recibidos, y la comparación con otros. La autoestima puede ser alta, baja o fluctuar en diferentes momentos y circunstancias. Como refiere Guillén y Reidl (2021): “Se considera Autoestima al sentimiento valorativo de sí mismo manera de ser, de quiénes es, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran la personalidad” (pp24).

El papel de la autoestima en la vida de las mujeres representa la capacidad que tienen para sentirse valiosas a lo largo de su existencia, no trasciende simplemente el cómo lucen físicamente, incluye la autopercepción, el auto valor que se dan a sí mismas, en la capacidad que tienen de respetarse, de apreciarse, por lo que la opinión de los demás puede influir en la calidad de la autoestima, las creencias de que las mujeres deben ser femeninas, de estar en constante cambio físico, de cumplir con el rol que la sociedad ha desempeñado para ellas se transforma en un peso psicosocial detonando en conductas auto dañinas que ponen en riesgo la estabilidad de vida.

La autoestima se ha considerado como un factor fundamental para el bienestar integral de una persona en todos los aspectos de su vida. Trabajar en mejorar la autoestima de forma positiva puede llevar a una vida más equilibrada, satisfactoria y exitosa. Así también, la autoestima puede verse influenciada en la toma de decisiones asertivas, basadas en el propio criterio y valores, en lugar de ser afectada por la opinión de los demás.

De acuerdo a Pérez (2019):

La autoestima es una necesidad vital para el ser humano, es básica y efectúa una contribución esencial al proceso de la vida, desempeñando un papel clave en las elecciones y decisiones que le dan forma. La autoestima es indispensable para el desarrollo normal y sano, tiene valor de supervivencia, representa un logro individual, producto de una labor perseverante de conocimiento interno. (p. 24).

La manera en la que se toman decisiones representa la madurez con la que enfrentan la vida cotidiana las mujeres, esto se ve representado en las experiencias que han forjado su carácter, la autoestima se vincula a esta toma de decisiones debido a que afecta en la confianza depositada al momento de reconocer las habilidades que la mujer posee, así como el juicio moral que toman al elegir una elección, por lo que desarrollar este concepto de forma sana, en donde la población femenina tenga el control al momento de elegir las creencias y los comentarios de la gente de su alrededor.

Es muy común confundir el concepto de autoestima con el de auto concepto, debido a la similitud de estos, se ha hablado de la autoestima como la valoración que las personas se hacen a ellas mismas teniendo un valor que recae en lo emocional en donde los sentimientos salen a flote, el auto concepto hace referencia a la capacidad de percibir las habilidades, los valores y características propias.

Refiere Panesso y Arango (2017):

El auto concepto es el acumulado de los elementos que el sujeto utiliza al describirse, en cambio, la autoestima es la evaluación que se logra hacer de esa información y viene de los sentimientos que tiene la persona hacia sí misma. (p.7).

La principal diferencia en ambos radica que el auto concepto se enfoca en las características que describen al individuo, ya en la autoestima se utiliza la valoración al momento de que las críticas y los juicios de valor se ven presentados, estos se ven involucrados con las emociones y los sentimientos que las mujeres logran mostrar al momento de configurar la autoestima en su vida cotidiana.

5.2 AUTOESTIMA Y SUS SECUELAS

La baja autoestima puede afectar a todas las personas, pero las mujeres a menudo enfrentan desafíos específicos debido a factores sociales y culturales que pueden influir en su percepción de sí mismas. Las expectativas sobre cómo deben comportarse, verse y actuar para

las mujeres se vuelve una presión social. Por otro lado, un factor fundamental que se relaciona con la autoestima de las mujeres es la representación idealizada de la belleza y el éxito en los medios como lo son las redes sociales, lo que puede llevar a comparaciones desfavorables sobre la imagen corporal de ellas, lo cual se puede traducir en una violencia simbólica contra las mujeres que se dice en relación al cuerpo.

Muchas mujeres desean tener un grupo de apoyo entre mujeres, dado que los vínculos son necesarios en la vida de las personas, pero muchas de las actitudes que suelen tomar de las diferentes experiencias del existir, lo que deriva la poca autovaloración de las mujeres desencadenando problemas a la hora de formar las relaciones sociales existentes.

Dicho con palabras de Rojas y Pilcos (2023):

Los individuos son seres sociables por naturaleza y la interacción que mantienen con los miembros que están a su alrededor es relevante para poder evolucionar y lograr sus objetivos, sin embargo, cuando al individuo le es complicado poder relacionarse en diferentes situaciones que se presentan; su desarrollo social puede verse obstaculizado. (p.3826).

En los discursos de las mujeres se resalta el cuerpo como un componente de la autoestima y está se asocia a los estereotipos de belleza. Es necesario reconocer que la sociedad juega un rol importante en el desarrollo de la autoestima en las mujeres que la lleva a estructurar una autopercepción no adecuada que la lleva a la elección de vínculos sociales, parejas y el mantener contacto con familiares y conocidos que no aportan nada en la vida de las mujeres.

Como lo menciona Pérez (2019):

Las personas con autoestima baja buscan, a veces sin ser muy conscientes de ello, la aprobación y el reconocimiento de los demás y suelen tener dificultad para ser ellas mismas y poder expresar con libertad aquello que piensan, sienten y necesitan en sus relaciones interpersonales, así como para poder decir “no” al otro sin sentirse mal por ello. (p. 28).

Es por ello que con frecuencia se percibe que las personas dependen del reconocimiento de los demás, pero dicho reconocimiento no es todo, pues requiere además de una aceptación la cual está atravesada por las imposiciones hegemónicas sobre los cuerpos imponiendo con ello lo que es “bello”. En ese sentido las mujeres suelen ser complacientes

con los demás, sienten que es su deber esperar un mandato de alguien con mayor poder, en este caso los hombres, por lo que al tener una autoestima baja esto se intensifica, por lo que, se busca constantemente la aprobación de los demás, tomando elecciones que no quieren, usando ropa, maquillaje y en general cualquier accesorio simplemente para ser parte del estándar, olvidando la comodidad y la libertad que implica tomar una decisión bajo el criterio propio.

Encontramos que la sociedad crea corporalidades hegemónicas, eurocéntricas y estereotipadas, imágenes que están distantes del contexto cultural mexicano, todas esas representaciones se ven reflejadas a través de las redes sociales, silenciando las expresiones de otros cuerpos que no son aquellas que socialmente está valorado. Cuando una mujer navega en las redes sociales por lo general es bombardeada con mujeres con una representación “idealizada” promoviendo un cuerpo y cara perfecta, además de ser retocadas con filtros que no representan a estas mujeres, cambiando las facciones de la cara con el propósito de lucir más “femeninas” por lo que al verse al espejo y notar la diferencia tienden a frustrarse por no cumplir con ese estándar así como también a cuestionar lo suficiente bellas que pueden ser, afectando de esa manera a su autoestima, logrando sentirse inferiores y poco agraciadas. Como lo hace notar Maldonado, Zambrano y Mancilla (2024): “La exposición constante a imágenes retocadas y filtradas en las redes sociales puede generar comparaciones y una presión indicada para que las mujeres se ajusten a estándares de belleza inalcanzables y poco realistas”. (p.3).

La realidad es que la población femenina cuenta con cuerpos reales, con rollitos, con celulitis, estrías, además de que en la cara cuentan con signos aparentes de la edad, ojeras, arrugas, imperfecciones, por lo que exigir un cutis perfecto resulta imposible, debido al estilo de vida que muchas mexicanas presentan, además de la exposición constante a los cambios climáticos existentes en el país, los cuales generan estragos en el cuidado de la piel, el dejarse influenciar por los filtros en las redes sociales hace que muchas adolescentes crezcan con constantes comparaciones al momento de arreglarse, ya que la mayoría de los filtros suelen cambiar la estructura de la cara, tienden a aclarar el tono de la piel, a perfilar la nariz, a poner colorete en los cachetes, por lo que al momento de dejar de usar el filtro y ver la realidad que tienen frente al espejo suelen frustrarse por no lucir como ellas esperan, como la gente de su contexto espera que sea, limitando sus capacidades y habilidades simplemente por el hecho de lucir atractiva por sobre todas las cosas.

Lo anterior deja evidencia de las formas de discriminación en el que el sistema colonial oprime a todas aquellas mujeres morenas, indígenas, edades avanzadas y “llenitas” y son marginadas de dichos estándares. El tener una autoestima que no atiende a esos estándares hace que las mujeres enfrenten violencias en sus diversos contextos sociales, ya que esos cuerpos no se encuentran legitimados, además de tener dificultades para interactuar con su entorno social o ser marginadas por el no cumplimiento de los estereotipos de belleza, al no lucir atractiva sin importar la esencia de la persona, en ese sentido evitan escenarios sociales por temor al rechazo, afectando la toma de decisiones y la autonomía de la persona. Tal como lo hace notar Castillo (2024): “Una autoestima baja en una persona refleja sentimientos de inferioridad, de incapacidad personal, de aislamiento, depresión, dificultades para interactuar con las personas, inseguridad en sus ideas y en sus acciones, incapacidad personal y temor a vivir con plenitud”. (p.2091)

Los efectos que causa tener baja autoestima impactan de manera significativamente la calidad de vida de las mujeres, afectando no solamente su vida privada, sino también la manera en la que se relaciona con los demás, dañando la capacidad de socialización, problemas al tener vínculos afectivos y de amistad, además de la constante preocupación de no disfrutar al máximo de la efímera existencia.

La baja autoestima está vinculada a consecuencias como la no adaptación para las mujeres jóvenes, ello refleja la presión que ejercen los estándares de belleza, los cuales son ideales hegemónicos imposibles de cumplir, y el intentar complacer a la sociedad patriarcal interfiere con el potencial que las mujeres poseen, lo cual impacta en la falta de decisión para elegir la carrera que desean o para trabajar. Es así que el orden patriarcal produce inseguridad y miedos que mantienen la autoestima en estas mujeres más baja que la de los hombres.

La existencia de estereotipos impuestos por un orden patriarcal de dominación, invoca a tomar conciencia de la opresión que se ejerce hacia las mujeres, lo que podría visibilizar las formas de la autoestima en las mujeres. De ahí la importancia que las mujeres tomen conciencia de cómo la sociedad influye en el desarrollo de una autoestima baja, con esto podemos decir que la adolescencia representa un periodo vulnerable en donde se idealiza el cuerpo y le dan prioridad a esa belleza hegemónica, en esta imposición ellas olvidan el ser ellas mismas, para cumplir con esos estándares impuestos socialmente. En ese mismo orden

también se encuentran dificultades dentro de sus relaciones sociales e interpersonales ya que afectan significativamente en la interacción con su entorno.

Tal como dice León (2024):

Los adolescentes que tengan una muy baja autoestima están inmersos a presentar grandes dificultades para generar algún tipo de relaciones de tipo social saludable, lo que, con el tiempo va a afectar su bienestar emocional y su capacidad de desenvolvimiento para enfrentar y afrontar los desafíos de la vida. (p.199).

Es impredecible que desde la juventud temprana muchas adolescentes estén conscientes de la carga que representa cumplir con tener una buena autoestima, ya que se evitarían muchas compases de cuerpos, de cara, de potencial, recordando que cada una de ellas cuenta con una belleza que tiene más peso que el atractivo físico, la seguridad con la que logran sus metas y la confianza que cuentan al realizar sus actividades de la vida cotidiana.

5.4 TEORÍAS DE LA AUTOESTIMA

Existen diferentes teorías que abordan a la autoestima, la más popular es la del psicólogo Abraham Maslow, es la teoría de la motivación humana, en la que se desarrollan conceptos derivados de las necesidades de la persona, las cuales representan un nivel jerárquico diferente en la vida del individuo. La autoestima ha sido considerada como una necesidad vital en la realización de un individuo, diversos autores han determinado que la autoestima representa aceptar las habilidades de las personas, por lo cual es necesario contar con reconocimiento social; el sentirse reconocidos por los demás, así como también aceptar sus propios logros, acontecimientos que representan felicidad y los que sean considerados como fracasos o poco agradables, por lo que es prioritario reconocer la importancia que la autoestima representa para los seres humanos y que debe ser el primer paso para la aceptación de uno mismo. Como dice Morales, Mantilla, Muñoz y Navas (2023): “Los psicólogos humanistas como Abraham Maslow y Carl Rogers también reconocieron la importancia de la autoestima en la autorrealización del ser humano. Maslow incluyó la autoestima como una necesidad básica dentro de la denominada "Jerarquía de necesidades". (p.2358)

Las mujeres son seres que cuentan con necesidades, entendiendo por ese concepto a la falta de algo indispensable, en este punto se puede encontrar a la necesidad de seguridad, de ser apreciadas y amadas, de reconocimiento social, básicas para subsistir, el contexto en las cuales son presentadas estas necesidades pueden variar al conocer la historia de vida de cada una de

ellas, para algunas están cubiertas, pero hay otros casos en donde buscan esta necesidad en vínculos tóxicos con individuos masculinos que solo generan en ellas inseguridades acerca de su aspecto físico.

Los vínculos sociales son considerados valiosos y relevantes para la formación de la identidad de las mujeres, desde la infancia son los padres los que son los responsables de proveer emocionalmente a sus hijas, son los encargados de reconocer y validar el sentir de ellas, así como apreciar todos los logros que suceden en su día a día para formar mujeres con la capacidad de auto valorarse y poseer una autoestima alta.

Dicho con palabras de Panesso y Arango (2017):

Como la autoestima es una característica humana que se constituye a través de las relaciones afectivas que tenemos, y los cuidadores son los principales proveedores del afecto y reconocimiento, es importante que cada apreciación que ellos hagan sea positiva, pues esto favorecerá en la constitución de una autoestima alta. (p.8).

Los padres cumplen con la labor de criar hijas eficientes en todo sentido, en procurar que sean jóvenes con valores, que se den a respetar, pero también son encasilladas a atender a sus futuros esposos, a ser próximas cuidadoras de sus futuros hijos, pero de lo que se olvidan sus progenitores es a fomentar el auto valor, en criar a hijas con seguridad emocional, en proporciona herramientas necesarias para que ellas tengan una autoestima positiva, en brindar la confianza en ellas mismas para que ninguna creencia o prejuicio pueda poner en riesgo su integridad.

5.5 EL PAPEL DE LA AUTOESTIMA EN LA IMAGEN CORPORAL

Retomando el papel de la imagen corporal es eminente tomar en cuenta que este concepto está vinculado con la autoestima, ya que la imagen corporal es determinada de acuerdo al contexto social de las personas, pero entra la autoestima para darle un valor propio que puede formar una percepción positiva o negativa e impacta de sobremanera en las mujeres y en cada aspecto de su esfera social. Tal y como dice Duno y Acosta (2019): “La imagen corporal es construida a partir de la historia psicosocial de las personas, además depende del auto concepto y de la autoestima de cada individuo, por lo que es considerada móvil y variable durante la vida”. (p.545-546).

Este concepto es cambiante a lo largo del ciclo vital, la forma en la que las mujeres se auto perciben y como las ven las demás depende de las diferentes vivencias a nivel personal,

social y emocional, cuando se vive en un entorno donde se prioriza la apariencia física detona en comportamientos superficiales en la población femenina, olvidando ciertos valores como lo son la empatía, derrochando una conducta enfocada en un sentimiento de inferioridad por ser quizás más bonitas que las demás.

Es sumamente recomendable contar con una autoestima estable en la que las mujeres aprendan a vivir con su complexión, aceptándola desde la creencia de priorizar el bienestar de acuerdo a las capacidades y habilidades de estas, para que la mujer cuente con herramientas que aumenten su confianza en sí mismas y puedan relacionarse con las demás personas de su contexto de forma agradable y respetuosa, para que su panorama pueda cambiar y sean capaces de enfrentar las dificultades de la vida y sean merecedoras del valor que otorgan.

Plantea García y Gutiérrez (2023):

Cuando se tiene una autoestima saludable, se siente bien con uno mismo y se ve a sí mismo como merecedor del respeto de los demás, se apoya en el logro de nuevas metas y esto a su vez fortalece nuevos retos. La autoestima refleja la apreciación emocional en general de una persona de su propio valor. (p. 12).

El tener una autoestima alta atraerá a la vida de la persona aceptación, tanto a nivel personal como en el social, por lo que aumentara la confianza al momento de desempeñar las actividades de la vida cotidiana, logrando que las mujeres se sientan capaces de realizar todas aquellas metas que tienen a mediano plazo, podrán tener vínculos interpersonales recíprocos, se sentirán preparadas en el ámbito laboral y educativo al desarrollar el auto valor.

Muchas de las veces las mujeres no logran verse y percibirse de la forma en la que los demás lo hacen, por lo que suelen alterar su proceso psicológico desencadenando ideas erróneas sobre lo que piensan de su imagen corporal, aun así, la sociedad le indique o le haga saber que su imagen corporal está bien, la mujer no podrá verse bien, por lo que optara por rechazar su complexión física logrando así continuar con esos pensamientos intrusivos y negativos que alimentan su mala relación con su aspecto físico llegando a la frustración y la constante necesidad de verse bien sin sentirse bien.

En palabras de Seijo (2016):

La distorsión de la imagen corporal es la disociación que el individuo padece con respecto a su cuerpo, en el intento de evitar lo que representa y lo que viene de él (es decir, lo que el cuerpo transmite, siente o expresa). (p.7).

Es este punto en el que la mujer no logra ver ni percibir su cuerpo como es realmente, enfrenta prejuicios originados por los comentarios malintencionados de la sociedad, que resuenan en los pensamientos de las chicas, por lo que les imposibilita ver como son en realidad, que no son lo que pesan o como lucen, si no que valen mucho más por su identidad propia y el análisis que logran al cuestionar los discursos machistas de una sociedad patriarcal que glorifica a la belleza hegemónica.

Las mujeres desean sentirse cómoda consigo mismas, a nivel personal, emocional y en aspectos físicos, tienen que ser capaces de aceptar los juicios de valor que realizan sobre su imagen corporal, se le debe dar relevancia a las experiencias positivas que se deben interponer a las negativas. Se hace hincapié en la necesidad de generar un espacio seguro para la mujer en donde pueda desarrollar su potencial basado en un ambiente donde la tolerancia y el respeto mutuo sea desarrollado, además de realizar un aumento significativo en la seguridad que las mujeres al convivir con personas de su entorno.

Como menciona Sánchez (2018):

Se puede definir la satisfacción corporal como el grado de aceptación que tiene una persona la hora de valorar su aspecto físico. Esta valoración suele ser categorizada como negativa, cuando disminuye su confianza ante los demás y despierta emociones negativas, y positiva, cuando le da un plus de confianza al afrontar las relaciones sociales. (p.2).

Al momento que la población femenina acepte en cuerpo que posee se podrá realizar la tan anhelada deconstrucción personal, en la que lograrán poner en la balanza lo que ellas esperan de sí mismas, además de la implacable decisión de enfrentar los estereotipos femeninos y los ideales de belleza basados desde una sociedad machista que espera que la mujer se someta a ella, sin cuestionar y obedeciendo como si tuvieran la verdad absoluta de las circunstancias diarias.

Si bien no se puede cambiar la manera en cómo se perciben las personas resulta interesante intervenir en mejorar la autoestima priorizando que sea de forma positiva, es decir, si alguien desea vestirse, maquillarse o bajar de peso que sea principalmente por sí mismo, para aumentar la seguridad, para incentivar el autocuidado, para generar un hábito sano que puede mejorar gradualmente la confianza de la mujer, pero siempre bajo sus expectativas y sin tener

la presión de cumplir con un estándar de belleza o sentir la frustración de no sentirse bien por la propia imagen corporal.

Tomando en cuenta a Cornejo (2016):

Trabajar la imagen externa es una manera operativa de lograr que la brecha entre quién soy y quién aparento ser y cómo me ven se angoste, logrando un mayor nivel de autenticidad y de satisfacción consigo mismo y el consecuente aumento o fortalecimiento de la autoestima. (p.166).

Relacionamos belleza con aspectos físicos, en donde se hable de una persona propiamente bella, que encaje en el concepto de perfección, en tanto a como luce su cuerpo, cara, el tipo de ropa que usa así como también los hábitos de higiene personal, se debe buscar ser la mejor versión de las mujeres, pero sin glorificar la belleza hegemónica que tanto revuelo ha causado a lo largo del tiempo, sin olvidar la belleza que representa la interculturalidad en un contexto tan variado como lo es México.

Se debe priorizar que las mujeres toman conciencia de su condición de oprimidas, sobre los ideales impuestos por una sociedad patriarcal, en donde la belleza pueda ser vista mucho más allá que hablar de lo físico. Es por ello que es preciso, deconstruirse a la mujer tanto en el interior como en el exterior, en otras palabras, la diversidad no solo es una característica de los individuos, sino que está vinculada a un contexto social, económico, cultural y político.

CAPITULO V. BELLEZA DIGITAL: EFECTO DE LOS ESTEREOTIPOS EN EL CUERPO.

4.1 EFECTO DE LOS ESTEREOTIPOS SOCIALES

Los estereotipos sociales sobre la imagen corporal son creencias, expectativas o ideas que la sociedad tiene sobre cómo debe ser el cuerpo de una persona, basadas en características físicas como el peso, la altura, la complexión, la edad o el género. Estos estereotipos se suelen construir a partir de normas sociales y culturales sobre la belleza que definen lo que se considera "atractivo", "saludable" o "ideal".

De acuerdo a Casallas, Hurtado y Melo (2023):

Esto es lo que podríamos llamar estereotipos corporales, implantados principalmente por la sociedad y el marketing; una de las poblaciones que más siente el impacto de esto son los jóvenes y su cuerpo, entendiendo que el cuerpo es el medio tangible por el cual nos movemos en el mundo, comunicamos y expresarnos, por ende, se interpreta que este tiene un valor social y cultural; traza las relaciones personales e interpersonales. (p. 9).

Los estereotipos sociales sobre la imagen corporal en redes sociales han reforzado y amplificado la presión estética sobre las personas, especialmente sobre las mujeres, si bien las redes pueden ser un espacio de expresión y diversidad, también han convertido la imagen corporal en un tema central de validación social. Un buen reto sería aprender a consumir contenido de manera crítica, entender que las imágenes en redes no siempre reflejan la realidad y fomentar una relación más sana con el propio cuerpo, más que cambiar un estándar por otro, lo ideal sería eliminar la idea de que hay un solo tipo de cuerpo "correcto".

Es en las redes sociales donde los estereotipos sobre la imagen corporal son cada vez más frecuentes debido a la constante exposición a imágenes idealizadas y editadas. Las plataformas como Instagram, TikTok, y Facebook fomentan la creación de contenido visual, lo que genera un entorno donde ciertos estándares de belleza y comportamiento se vuelven predominantes y, a menudo, inalcanzables. Como lo refiere Cardaba, Lafuente, Duran y Solano (2024): “Estas redes sociales constituyen un escenario relevante en el que adolescentes y preadolescentes comienzan a configurar su identidad, incluida su identidad de género”. (p. 83).

Uno de los principales estereotipos en las diferentes plataformas digitales como lo es Instagram; son las características de un cuerpo “perfecto” lo que se basa en un cuerpo delgado, tonificado y sin imperfecciones. Debido a esto muchas personas muestran imágenes de cuerpos extremadamente delgados, musculosos y sin marcas visibles (como estrías, celulitis o marcas de acné). Estas imágenes se editan o filtran, creando una idea irreal de lo que significa tener un cuerpo "saludable" o "atractivo". Esto refuerza la presión para alcanzar un físico que se considera ideal, aunque no sea saludable ni realista para muchas personas.

Dicho con palabras de Jiménez (2022):

Una de las problemáticas que existen en este tipo de plataformas son las imágenes que se publican, que promueven determinados estándares de belleza, pudiendo producir consecuencias negativas en los adolescentes como problemas de autoestima, insatisfacción corporal y distorsión de la imagen corporal. (p. 4).

En las redes sociales las imágenes de los cuerpos perfectos suelen estar cuidadosamente editadas, filtradas y seleccionadas para mostrar una versión idealizada de la realidad, lo que conlleva a que las redes sociales sean el medio donde muchas mujeres buscan identificarse físicamente, esto es un reflejo de cómo la sociedad ha condicionado la imagen corporal como un factor central de identidad y validación. Si bien estas plataformas pueden ser herramientas poderosas para la autoexpresión y la representación diversa, también han intensificado la presión por encajar en ciertos estándares de belleza.

La exposición a estereotipos en las redes sociales puede afectar negativamente la autoestima, especialmente entre las mujeres jóvenes. Al ver representaciones de cuerpos perfectos, y características físicas perfectas con los cuales deben cumplir según los ideales socialmente, ya que esto se ha visto reflejado en diferentes contextos, desde la familia, los grupos sociales, laborales, hasta las influencias de las plataformas digitales, el recibir comentarios negativos sobre la imagen corporal las personas pueden sentirse inadecuadas o insuficientes.

La exposición constante a imágenes idealizadas en las redes sociales puede llevar a la insatisfacción con la propia imagen corporal y a problemas de autoestima, especialmente entre las mujeres jóvenes. Esto se vuelve una presión social, en donde los usuarios pueden sentir la necesidad de conformarse a ciertos estereotipos para ser aceptados o populares en redes sociales, lo que puede llevar a comportamientos fuera de sus ideales o alcances, por ejemplo,

intentar modificar su cuerpo para cumplir las características expuestas en los medios, pensando en complacer a la sociedad y sin una importancia a su esencia personal.

Dicho con palabras de Guzmán y Salazar (2016):

Actualmente, la presión que ejerce la sociedad sobre sus miembros para alcanzar “la belleza corporal” es particularmente fuerte en las culturas occidentales, en las que ha aumentado el valor de “tener un cuerpo delgado”. Como consecuencia de esta presión social, ha surgido una preocupación extrema por todo lo relativo al peso anatómico y nos demuestra que la imagen corporal está influida por diferentes aspectos socioculturales, biológicos y ambientales. (p. 13).

El problema es que esta idea de belleza no es fija ni universal, sino que cambia según tendencias culturales, épocas y mercados, un cuerpo que hoy es considerado "ideal" puede dejar de serlo en unos años, lo que obliga a muchas personas a perseguir constantemente un estándar inalcanzable.

4.2 ESTEREOTIPOS EN LA MODA, UNA IMPOSICIÓN SOCIAL

Un factor fundamental que se expone en las redes sociales y que es muy cambiante; es la moda, lo cual es un fenómeno cultural que abarca las tendencias y estilos predominantes en el vestir, el calzado, los accesorios, el maquillaje, el peinado y, en general, todo aquello que está relacionado con la imagen corporal y la presentación personal. La moda no solo refleja gustos personales, sino también influencias sociales, económicas, y tecnológicas. Es una forma de expresión individual y colectiva que cambia constantemente, influenciada por diversos factores como la cultura, la historia, y los nuevos eventos en las redes sociales.

De acuerdo a Quevedo y Vidal (2023):

La industria de la moda es una de las más competitivas y dinámicas en cuanto a redes sociales se refiere, ya que las plataformas de social media son una herramienta esencial para promocionar y dar a conocer las últimas tendencias de moda, así como para interactuar con los consumidores y fomentar la fidelidad de la marca. (p. 395).

La moda y la imagen corporal están íntimamente relacionadas, ya que la ropa no solo cubre el cuerpo, sino que también influye en la percepción que cada persona tiene de sí mismos y en cómo los demás los visualizan. Es por esto que la industria de la moda históricamente ha promovido ciertos tipos de cuerpos como ideales (delgado, alto, tonificado, etc.), lo que puede afectar la autoestima de quienes no encajan en esos estándares de belleza,

por otro lado, las pasarelas, campañas publicitarias y tallas de ropa pueden reforzar estos modelos sobre la idea de que no a todos los cuerpos les favorecen las prendas en moda.

Las modas cambiantes tienen un impacto significativo en las redes sociales, influenciando tanto a los usuarios como a las plataformas mismas. Las modas determinan qué temas son populares en un momento dado, principalmente basándose en la vestimenta, es aquí donde logra un impacto en la imagen corporal de las mujeres, ya que no siempre se puede cumplir con los estilos deseados. Los usuarios tienden a interactuar más con contenido que esté alineado con las modas actuales, ya sea a través de likes, comentarios o compartiendo publicaciones. Como lo menciona De la garza (2017): “A pesar de que, en la actualidad, los regímenes de representación de la masculinidad y femineidad se han ensanchado en algunos ámbitos, estos son claramente genéricos y el vestido continúa operando como un lugar de normalización de los cuerpos”. (p.4).

La finalidad de estar a la “moda” como lo expresan en la actualidad, se basa en obtener la vestimenta expuesta en las redes sociales como una nueva tendencia, tomarse fotografías portando el “outfit” (atuendo) para posterior publicarlas en las diferentes plataformas, en donde el objetivo es dar a conocer la influencia que tiene la moda en la imagen corporal de cada persona, por lo que se puede recibir comentarios positivos pero también negativos, cuando no se obtiene la respuesta que se espera, es aquí cuando logra un impacto negativamente en la imagen corporal de las personas.

De acuerdo a Rourker (2019):

La moda es algo que ha estado profundamente arraigado en la sociedad a lo largo de la historia. Es un medio a través del cual podemos expresar nuestra individualidad y preferencia personal. La moda no es sólo una prenda de vestir, sino es el valor añadido a una prenda lo que la hace deseada para los clientes. (p.1).

La moda puede ser positiva si se enfoca desde la individualidad, la inclusión y el bienestar en lugar de perpetuar ideales inalcanzables, ya que llega a ser una forma en la que las personas pueden expresar su identidad y estilo único, dando prioridad a los gustos y a su comodidad, por lo que las tendencias pueden enfocarse en prendas cómodas y funcionales, priorizando el bienestar en lugar de la apariencia superficial.

Por otro lado, cuando surgen las nuevas modas, también se puede presentar que algunas personas no cumplan con las características descritas en las redes sociales, quizá

porque cierto tipo de ropa no favorece a los diferentes cuerpos, cuando sucede esto puede llevar a que la persona se sienta inferior a las demás personas de los círculos sociales, principalmente las mujeres que valoran la conformidad social y las modas emergentes. La presión para encajar puede ser intensa y generar sentimientos negativos. Como lo expresa Peña y Moreno (2019): “Es tal la presión, que algunas agencias de modelaje influyen para que las trabajadoras pierdan peso, aun sabiendo que las modelos de moda tienen cada vez más conocimiento acerca de los derechos que las protegen”. (p.3).

Las exigencias en el mundo del modelaje han sido históricamente muy rígidas y, en muchos casos, poco saludables. Durante décadas, la industria ha promovido estándares físicos inalcanzables que han generado problemas de autoestima y discriminación principalmente. Sin embargo, en los últimos años ha habido ciertos cambios hacia una mayor inclusión y diversidad, es aquí en donde la sociedad debe jugar un papel importante sobre el respeto y valoración hacia los diferentes tipos de cuerpos que existen.

CAPÍTULO VI. RESULTADOS

A partir del análisis realizado sobre la información empírica, los resultados se organizan en cuatro metas categorías de análisis. Dentro de la primera categoría de análisis se encuentra: *estándares de belleza una imagen impuesta*, donde se aborda cómo los estándares de belleza: ...; la segunda categoría se le denomina *imagen corporal: ser bonita tiene un costo*, ella da cuenta sobre la imagen corporal...; siguiendo en esta línea el análisis corresponde a la tercera categoría nombrada *autoestima una verdad o una mentira*, esta refiere de cómo... y finalmente, *redes sociales la trampa: una belleza inalcanzable*, en ella detalla el impacto de las redes sociales.

En ese sentido, las cuatro metas categorías analíticas dan cuenta de cómo los estándares de belleza se inscriben en mujeres jóvenes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México, evidenciando las distintas maneras que impactan los estándares de belleza en la imagen de las mujeres...

6.1 ESTÁNDARES DE BELLEZA Y SU REPERCUSIÓN EN LA IMAGEN

El análisis de los estándares de belleza dentro de la investigación cuenta con un significativo peso en la vida de las mujeres entrevistadas debido a que son considerados como los requisitos que deben cumplir para ser consideradas parte de la sociedad y el atractivo físico que cuentan al momento de desempeñarse en cualquier esfera de su vida, catalogando a la belleza como una norma social y no como una forma de expresión, estos estándares representan al conjunto de ideales sociales sobre las características físicas que se deberían cumplir en todas las mujeres, lo cual para la mayoría de ellas significa una norma difícil de lograr debido a las exigencias que estas representan, ya que culturalmente la imagen corporal describe rasgos ajenos a lo que se espera socialmente.

Como lo describen las siguientes participantes:

María (2024): Si vemos los estándares de belleza que como sociedad implementa siento que no, no lleno esos estándares.

Brenda (2024): Si tiene buen cuerpo, si es nalgona, si es voluptuosa, entonces pues creo yo que esos son los estándares de belleza.

Muchas mujeres no consideran llenar los diferentes estándares de belleza impuestos por la sociedad, ya que principalmente se habla de un prototipo de lo que sería un cuerpo perfecto, basado en ser delgada, pero con proporciones voluptuosas enfocadas en los pechos y

glúteos lo cual ha sido complicado de cumplir debido a que genéticamente en la mayoría de los casos no se posee un cuerpo esbelto con los atributos anteriormente mencionados, ya que esa idea de cuerpo perfecto es una ilusión que estará presente siempre y que pocas logran por naturaleza.

Las participantes lo manifiestan así:

María (2024): Pues debes de ser delgada pero tampoco debes ser flaca y debes estar bien o sea no puedes estar tampoco llenita, no puedes estar tampoco gordita ehh desgraciadamente hay mucho racismo aquí.

Brenda (2024): Me veo que soy una mujer con obesidad o con sobrepeso porque, es algo que escucho frecuentemente sobre mí, entonces hasta cierto punto, esa idea ya la hice mía, estoy gorda, algo que caracteriza a mi es mis pompas, mi trasero y todos están felices con ellas y todos me hacen comentario de que estas bien nalgon y woow, pero es lo único que me ven.

Elizabeth (2024): Creo que esperan una mujer umm de altura pues si o sea mayor al promedio es decir más de 1.60, delgada, o sea, pero no tan delgada porque si no estás demacrada y enferma, tienes que estar delgada, pero tienes que tener muy buen cuerpo.

Daniela (2024): Una mujer principalmente con un cuerpo delgado, pero también con proporciones, que tenga pompas, pechos grandes pero que sea delgada, la estatura debe de ser, el color de piel blanca.

Es por eso que este estándar del cuerpo perfecto se ha convertido en una de las principales preocupaciones en las mujeres. Como lo menciona Flores (2021): “El ideal de cuerpo en la población femenina tiende a ser el de una figura esbelta o delgada, en los últimos años se observa una mayor propensión a tener un ideal de cuerpo atlético y tonificado”. (p.2).

El principal factor del estándar de cuerpo perfecto se basa en el peso, en donde se logran identificar diferentes tipos de cuerpos, como lo son, una joven delgada, pero sin proporciones lo cual también se vuelve en una inseguridad en las mujeres, porque quizá no son gorditas, pero son muy delgadas que tampoco cumplen con las características establecidas socialmente. Por otro lado, está un cuerpo con sobrepeso en donde quizá si se tenga pechos y glúteos grandes, pero no un abdomen plano y una cintura pequeña, o casos en los que solo se

logran proporciones grandes en pechos y otras en glúteos, finalmente, se encuentra el cuerpo deseado, el cual se describe con atributos perfectos.

Como lo expresan las siguientes participantes:

Elizabeth (2024): Alabamos a alguien que está más delgado, o sea, les decimos “Felicidades bajaste de peso” pero que tal para ella no significa que este bien bajar de peso, por ejemplo, alguien que subió de peso y por ejemplo en mi caso de que me ven un poco más llenita, o sea quizá para mí me hizo sentir muy mal, pero ellos están felices de que ya estoy ganando peso porque antes estaba muy delgada.

Brenda (2024): Por el sobrepeso que tengo al final tengo celulitis, estrías, pechos caídos, eh, entonces me veo si como alguien que es muy bonita por su forma de ser, soy graciosa, te hago reír, estoy para ti, pero, si hablamos de lo físico, ijoles, ya es como que no, no entro dentro del estándar de belleza.

Leydi (2024): Una mujer no sea gorda, es algo que se pide mucho que no esté gorda, porque siempre se habla de que la gordura se significa que no está sana la persona.

Daniela (2024): Si hablamos por ejemplo de un cuerpo delgado yo considero que no lo cumpla este al 100%, o sea tampoco me considero como que no me guste mi cuerpo, pero a como el estándar este impuesto, siento que en ese aspecto no llego a cumplirlo.

El peso corporal siempre ha tenido un impacto en la imagen corporal de las mujeres, debido a que existen diferentes tipos de cuerpos, los cuales fueron algunos antes mencionados, por lo que día con día se lucha con estas normas sociales de poder cumplir los estándares para lograr encajar satisfactoriamente en la sociedad.

Como lo refiere Gómez (2020):

Al otorgarle al cuerpo un nuevo valor se trajo a colación la importancia de la apariencia física de las personas, además, se empezaron a juzgar los cuerpos que eran diferentes al estereotipo establecido. Actualmente las sociedades modernas tienen cánones de belleza fuertemente marcados que pueden afectar positiva o negativamente la vida cotidiana de las personas, especialmente la de las mujeres. (p. 6).

Así también otro de los principales aspectos en los que se basan los estándares de belleza en México es el tono de piel, conforme pasan los años cada vez se ha convertido en un

factor principal de la imagen corporal, ya que conlleva a temas de discriminación, en donde se le da un mejor valor a aquellas mujeres que son de piel con tonos claros, haciendo menos destacadas aquellas con piel morena, todo esto a partir de que se busca una comparación con otros países en donde culturalmente son de tonalidades claras, pero sin embargo, en México y principalmente en los estados del sur como lo es Chiapas, la cultura representa en su mayoría personas con tonalidades morenas. Por lo que al igual que el peso, el tono de piel es una norma que se puede convertir en una inseguridad personal de las mujeres.

Las participantes expresaron lo siguiente:

Brenda (2024): Somos morenitos, es el color de piel de los chiapanecos es color moreno, moreno somos todos, entonces cuando vemos a alguien más güerito, uno o dos tonos más güeritos son los que dominan, y es gracioso porque ya nos conquistaron los españoles que eran güeros y te dejaste llevar por el güero, después de tantos años sigues pensando en que lo güero es bonito, o sea.

María (2024): En México entonces miran eh bella o más bella a una mujer que es de tez blanca que a una morena, por ejemplo, también si tiene los ojos de color”.
María.

Elizabeth (2024): Por ejemplo, nuestro tono de piel de que como somos del sur, somos morenas, esa es la realidad, hay gente morena aquí en Chiapas, pero muchos chicos no ven bien que una mujer sea morena, o muchas mujeres hasta entre ellas, entre nosotras nos estamos recomendando las famosas mascarillas aclarantes.

Es tan grande la influencia del color de piel, que se ha creado una idea de que todas aquellas personas con piel “güera” son más bellas y superiores a las demás, lo que les permite tener más oportunidades en las diferentes áreas de la vida cotidiana. De acuerdo a Campos y Rivas (2020): “Las personas con tono de piel blanco tienen mayor escolaridad e ingreso, y su persistencia en estratos socioeconómicos altos es, en promedio, mayor que la de aquellos con un tono de piel moreno oscuro”. (p. 86). Así también, analizando el comentario de la participante Elizabeth es tan cierto que cada vez entre los mismos grupos sociales se busca lograr ciertos cambios, ya sea utilizando y recomendando las mascarillas, cremas y jabones aclarantes, esto con el fin de lograr tener un tono de piel más claro y poder encajar a las preferencias de la sociedad. Es gracias a todo esto que se observa el gran impacto que el tono de piel ha generado en la imagen corporal.

La participante refiere que:

Elizabeth (2024): Te recomiendo esta rutina que me salió en Tiktok que te pones a pensar y dices “¿Por qué no acepto mi color de piel?”, es decir, así soy no me queme de sol, así soy, mi piel así vino entonces yo creo que esos estándares hacen que nos rechacemos o rechazemos el propio legado cultural de las mujeres indígenas del mestizaje que hubo, es decir es un rechazo y es muy triste porque no somos europeas para ser altas, blancas y de ojos azules, somos mexicanas chiapanecas.

Otra característica importante que forma parte de los estándares de belleza y que de igual manera ha sido mencionado por las participantes, es la altura, ya que se exige tener una altura igual o superior a lo promedio, pero se convierte en una controversia al igual que el tono de piel, debido a que culturalmente los mexicanos y especialmente los chiapanecos tienen en su mayoría una estatura de 1.60 m como promedio, lo que quizá para otros países está dentro de su rango bajo, es por esto que se busca imitar el ideal de belleza euro centrista que ha estado en tendencia en los últimos años. Y realmente la altura sí tiene gran influencia en la sociedad, ya que comúnmente en los concursos de belleza la estatura se ha convertido en una de las reglas para que las mujeres puedan participar, en donde se le da más prioridad a aquellas que son “altas”, sin embargo, para todas las mujeres que no cumplen con este estándar y que son llamadas “chaparras” se sienten desplazadas y logra tener un impacto en su autopercepción de la imagen corporal.

Para continuar ellas comentan lo siguiente:

Elizabeth (2024): Solemos ser de estatura de 1.50 o sea somos chaparritas, menos de esa altura a veces, entonces tu consideras que eso es normal pero no, viene quizá algún chico y te dice “No, es que estas demasiado pequeña” que no cumples con el estándar.

Leidy (2024): Soy tamaño petit, o sea muy chiquita entonces mucha gente, muchos hombres, la sociedad espera que seas de altura de 1.60 o 1.70, pero tampoco tan alta porque si no, no les gusta a ellos.

Lo antes mencionado por las participantes, hace referencia al ideal de belleza centrado en la estatura que la mujer debería tener, sin embargo, lo que predomina como habitual en México no es mayor al 1.50m, desafiando el estándar euro centrista debido a las condiciones culturales y genéticas, volviéndose en una batalla imposible de cumplir. Así también, la

sociedad ha moldeado la preferencia por una estatura mayor, basándose en diseñar prendas adecuadas a este sector específico, tomando en cuenta que a la mujer siempre se le ha exigido lucir acorde a las modas cambiantes.

De acuerdo a Vicente y Arroyo (2021):

Lo que se traduce en la industria de la belleza es una variedad de siluetas, tonos de piel, rasgos y edades, a través de la representación de distintas mujeres que “ya no cumplen con características estéticas como la delgadez, la altura y la juventud. (p. 288).

Los estándares de belleza representan a la sociedad actual, a la crueldad de la población al determinar el atractivo físico de una mujer al cosificar y denigrar su identidad al priorizar su belleza exterior que las habilidades que posee. Es vital hacer énfasis en lo importante que es deconstruir el pensamiento acerca de este tópico, por lo que la reflexión de estos requisitos normalizados puede desencadenar que más mujeres conozcan el tema y empiecen a cuestionar las decisiones de la sociedad hegemónica determina al calificar la belleza de la mujer, el ser bonita representa un privilegio que no debe trascender a la relación que como mujeres desarrollamos una con otras.

6.2 LA IMAGEN CORPORAL Y LA PRESIÓN QUE SUPONE NO SER LO SUFICIENTE ATRACTIVA

En esta segunda categoría se devela que la representación individual que cada mujer tiene sobre su aspecto físico, basándose en una percepción personal de su cuerpo, la cual puede ser de manera positiva o negativa, cuando se convierte en desfavorable es debido a la influencia de la sociedad, ya que las mujeres jóvenes que no cumplen con las características físicas impuestas, tienden a recibir comentarios mal intencionados acerca de su imagen corporal, lo que con el paso del tiempo impacta en su juicio personal y finalmente a consecuencia de esto se anhela realizar cambios físicos para pertenecer a los mandatos sociales.

De acuerdo a las experiencias mencionaron lo siguiente:

Brenda (2024): Tu imagen corporal que tienes, ok eres güera, eres delgada, gorda, alta, chaparra, te vistes más o menos así, eso es como la imagen corporal, lo que de primera instancia observas de una persona.

Elizabeth (2024): La imagen corporal es como te ven los demás físicamente pero también cómo te percibes a ti mismo o sea de que esta es mi imagen corporal y es el espejo que le estoy reflejando al otro, pero también es el cómo me veo a mí misma.

Daniela (2024): Es todo lo físico, como eres físicamente tu imagen podría ser también como te percibes, si eres alta, chaparrita, gordita, delgada, este el cabello, el tono de piel, también este dentro de tu imagen corporal.

María (2024): Yo creo que es la forma en que nos percibimos de acuerdo a la figura de nuestro cuerpo, pero creo que la imagen corporal va más allá de cómo nos percibimos nosotras, o sea de como pensamos que somos físicamente.

Un punto importante que fue mencionado por las participantes es sobre la diferencia que existe entre la autopercepción y la percepción que los demás tienen de cada persona, por ejemplo, una mujer puede considerarse poco atractiva por creer que su aspecto físico no encaja con lo establecido, sin embargo, otra persona puede considerarla muy bella sin hacer énfasis en los estándares de belleza, así también, pueden existir casos en los que se consideran atractivas y bellas pero llegan a recibir comentarios negativos de terceras personas, lo que con el tiempo se vuelve una realidad que afecta negativamente en su autopercepción.

Como plantea Nieto y Lara (2019):

Es preciso afirmar que, en la mayoría de los casos, al valorar sus dimensiones corporales, los juicios del sujeto no siempre coinciden con las dimensiones reales, incidiendo la opinión de los demás y los estándares de belleza impuestos socialmente que conllevan a una alteración en la percepción de la imagen corporal. (p. 114).

El peso es un factor fundamental en la percepción de la imagen personal, debido a que la sociedad le ha otorgado un valor a un cuerpo delgado con curvas. Logrando que las mujeres con mayor peso no se sientan conformes consigo mismas, sintiéndose poco atractivas y valiosas, lo que desencadena inseguridades personales.

Es así que refieren lo siguiente:

Brenda (2024): Porque luego es de que oye estas muy gordita, ay, pero ya subiste de peso entonces al final todos esos comentarios empiezo a creérmelos, entonces, basándonos en normas de belleza que hay, pues físicamente no entraría dentro de las normas.

Leydi (2024): Al final creo que la mujer, o sea la belleza física no siempre va de la mano como a lo que la sociedad te dice o a todos estos comentarios, creo que sí, a veces te arregles más o te arregles un poco menos.

Elizabeth (2024): Tu imagen corporal es diferente a lo que todos esperan empiezas a intentar tener cambios en tu cuerpo y eso puede llegar a afectar, por ejemplo, si eres gordita quieres bajar de peso para cumplir, de que surgen modas y a fuerzas quieres complacer y utilizar esas modas.

María (2024): Por ejemplo, yo me percibo que soy llenita, que estoy de tal altura, em que tengo los brazos anchitos, pero es como me percibo yo, quizá otra persona me describe de diferente forma.

A consecuencia de todos los comentarios negativos que las mujeres reciben por parte de la sociedad, se puede formar una inseguridad respecto a su complexión física, la cual altera su confianza en sí mismas, impidiéndoles desarrollar sus habilidades y gustos sociales. Cuando la insatisfacción corporal es una realidad para las mujeres, se vive frecuentemente con preocupaciones sobre lo que van a decir de ellas, por lo que muy pocas veces se sienten seguras de lo que usan, con el paso del tiempo, estas inseguridades llegan a impactar en su autoestima. Así también, se presentan casos en los que no se sienten cómodas con sus características físicas, por ejemplo, aquellas que tienen el cabello ondulado quieren tenerlo lacio y viceversa o quienes son chaparras desearían ser más altas, pero hay quienes son altas y quisieran ser más chaparritas, son diferentes aspectos que describen que no siempre se logra llegar a una aceptación sobre la imagen corporal.

En base a esto expresaron que:

Elizabeth (2024): Al final de cuentas eres insegura y al no cumplir con el criterio de los demás te sientes mucho más insegura debido a que pues no vas a encajar en ese estándar de belleza, desde ahí te catalogas como alguien fea.

Brenda (2024): Se tiene un estándar imposible de cumplir porque si eres ondulada quieres ser lacia, y si eres lacia te haces ondas entonces nada te va a satisfacer, ni a ti ni la sociedad creo que esos principalmente son las características del prototipo de mujer que esperan las redes sociales.

Leydi (2024): Al menos a mí en lo personal no me gusta mi cabello, es como ondulado, entonces, me gustaría lacio, pero no sé si eso ya cuente como gusto mío o como idealización de los estándares de belleza que actualmente están en la actualidad.

Leydi (2024): Muchas veces si establezco mi propio criterio sobre cómo quiero lucir para algún día o alguna reunión o alguna cita que tenga, entonces tengo una idea

de cómo quiero lucir para mí misma, es decir trato de ser fiel a mi estilo, pero muchas veces que las redes sociales me hacen sentir inferior a las demás chicas.

En ese sentido Ricart (2022) menciona que las diferencias de percepción en este proceso evolutivo totalmente natural, junto con la presión social y mediática que es ejercida sobre las mujeres desde el nacimiento, provoca que muchas mujeres se encuentren disconformes con su cuerpo o, dicho de otra forma, sientan insatisfacción corporal. (p. 8-9).

A consecuencia de la influencia que tiene la imagen corporal en las mujeres, muchas de ellas no priorizan sus gustos personales, debido a que se hace más énfasis en lograr encajar con lo que la sociedad presenta como tendencia, por ejemplo, en la vestimenta, es tan común que frecuentemente surjan nuevas modas, lo cual es algo general que no se enfoca en considerar si favorecerá a los diferentes tipos de cuerpos, es aquí en donde llega la insatisfacción corporal, ya que no todas las mujeres se sentirán cómodas con dichas tendencias, sin embargo, el impacto que la sociedad emerge en ellas es tan grande que dejan a un lado su comodidad y preferencia.

6.3 EL PAPEL DE LA AUTOESTIMA EN LA VIDA DE LA MUJER

En esta tercera categoría se devela que conforme crecen las inseguridades en las mujeres sobre su cuerpo, es mayor el impacto que se genera en su autoestima, porque es tan cierto que es satisfactorio recibir comentarios agradables sobre la apariencia, sin embargo, cuando se reciben comentarios prejuiciosos se ve afectado el estado de ánimo, lo que deriva a disminuir la energía en realizar las actividades diarias, ya sea escolares o laborales. Así mismo, se ve alterada la capacidad de autopercepción debido a que la influencia negativa que se crea repercute en los pensamientos y sentimientos de las mujeres.

Las participantes expresaron que:

Elizabeth (2024): Hace poco me dijeron que estoy cachetona y eso me hizo sentir mal, pero luego dije y “Um quizá esta persona me vio muchos meses después de ciertos problemas que tuve con la comida, quizá no me lo dijo en mal plan” pero pues sí me hizo sentir mal.

María (2024): Pues la verdad es que si desgraciadamente estoy muy influenciada por esos estándares y tengo tan baja autoestima que eh quiero como que agradarle a los demás sin importar si es lo que quizás quiera yo o no, o sea no me fijo realmente y no marco mis propios estándares yo quiero lucir así o esta es mi meta” sino

más bien siempre me he dejado influenciar por lo que me dicen los demás de cómo me vería bien.

Brenda (2024): Pues, creo que justo lo que venimos hablando del poder, creo que va mucho al poder, que muchas veces damos hacia otros, el que pueda opinar sobre mí, decir algo sobre mí o nosotros quedarnos con el poder de poder opinar sobre otros, em, creo que afecta a la autoestima hasta donde uno lo permita, pero también creo que va mucho de que tanto uno ha trabajado esa autoestima.

Daniela (2024): Pues si tiene mucho que ver y si impacta demasiado porque si no cumples con esos estándares, empiezas a sentirte menos, a sentirte que eres rechazada o de que no puedes lograr ese cuerpo tan bonito y perfecto como lo ponen en las redes entonces impacta en la autoestima.

Son tan influyentes los malos comentarios que hasta se pueden generar dentro de la misma familia, en donde los padres, hermanos e incluso la pareja se sienten con la autoridad de comentar sobre tu cuerpo sin importar el efecto que se llega a generar, así también, en los grupos de amigos es frecuente recibir críticas u opiniones sobre aquello que quizá para ellos no está acorde a lo establecido, lo que origina que las mujeres se sientan inferiores a las demás y que son rechazadas por su entorno. Finalmente se observa que el cuerpo de la mujer es objeto de burla y comparación y no se le da importancia a lo que ellas son capaces de realizar.

Dicho en palabras de Medina (2018):

Cada vez más mujeres fortalezcan su autoestima al margen de la subjetividad patriarcal supone visibilizar que diferentes formas de ser mujer son posibles. Serían referentes para otras mujeres y para la sociedad en su conjunto, y es también un paso fundamental para la movilización conjunta que favorezca los procesos de empoderamiento. (p. 115).

Es importante reflexionar en buscar mejoras para un cambio significativo sobre influencia que la sociedad ejerce en la imagen corporal de las mujeres, un factor principal sería priorizar el empoderamiento del sexo femenino, rompiendo y desafiando los ideales de belleza para comprender que existen diferentes tipos de cuerpos y que todos son bellos y válidos, así también, recordar que la belleza es un concepto subjetivo debido a que todas las personas cuentan con diferentes gustos y preferencias sobre la apariencia física.

De acuerdo a las participantes:

Elizabeth (2024): Somos un país muy cultural muy pluricultural, entonces hay diferentes tipos de belleza, diferentes tipos de modas, diferentes tipos de ropa, entonces no podemos catalogar a un solo estilo y sería muy aburrido tener el mismo tipo de cuerpo.

Daniela (2024): Siento que en los grupos sociales siempre va a ver, incluso en las compañeras algunos que aceptan estos estándares, pero también otros que quizá están en contra, pero de cierta manera también se busca eso de satisfacer las necesidades que van surgiendo a lo que vas escuchando o viendo.

Brenda (2024): Es incómodo recibir estos comentarios diariamente o muy frecuentemente pero también tú decides si cada que te lo digan que es diario o cada semana, cada mes, tú decides si te van a afectar o no, pero creo que eso va también del hecho de que tanto hayamos trabajado personalmente en nosotros.

Leydi (2024): Técnicamente si tú no te sientes en esos estándares pues obviamente afecta mucho tu autoestima te sientes fea, ehh no sentirte una mujer deseada, no sentirte una mujer en la que digas “ah me va a ver alguien y me va hacer sentir bonita” pues porque ellas no se sienten bonitas, entonces ahí es como que un bajón emocional y pues obviamente tu autoestima es una autoestima baja.

Es imprescindible reconocer el papel que la autoestima tiene en la vida de la mujer, en especial en aquellas que consideran a su atractivo físico como única opción al momento de destacar en cualquier esfera del existir, reducirlo en un concepto banal solo puede ser producto de la intensa influencia de la sociedad, la cual convence a las chicas de todas las edades en preocuparse por como lucen físicamente, en el cuidado de los cuerpos pero dentro de un contexto machista al referirse a las proporciones un símbolo de belleza, todo esto sería diferente si existiera una reflexión acerca de la importancia que representa el auto concepto en el cuidado personal, en el peso que plasma el poseer con una autoestima catalogada como no estable, el procurar conocer y permitir expresar toda aquella opinión que la mujer manifiesta siempre será gratificante en relación a validar el comentario que pueda generar aquel ruido que permita dejar de encasillar a las mujeres por como lucen, priorizar la fuerza interna que poseen, las habilidades, conocimientos, experiencias que nutran a la culturalidad feminista en la que se abogue por la verdadera autoestima estable.

6.4 REDES SOCIALES: UN ARMA DE DOBLE FILO

Finalmente, la última categoría se contempla la influencia en el uso de las redes sociales es algo imprescindible en la sociedad, es ahí el canal en donde las mujeres frecuentemente reciben los comentarios negativos sobre su cuerpo al compartir fotografías de su aspecto físico, así también, es el medio donde se describen las características físicas ideales del estándar de belleza impuesto provocando que las mujeres tiendan a compararse y posterior a esto sintiéndose inferiores a las demás.

Dicho con palabras de Jiménez (2022):

Una de las problemáticas que existen en este tipo de plataformas son las imágenes que se publican, que promueven determinados estándares de belleza, pudiendo producir consecuencias negativas en los adolescentes como problemas de autoestima, insatisfacción corporal y distorsión de la imagen corporal. (p.4).

A partir de estas imágenes publicadas se originan tendencias a nuevas modas centrándose en la vestimenta, en donde se prioriza un estilo para cuerpos ideales antes mencionados, por lo que aquellas mujeres que cuentan con insatisfacción referente a su cuerpo pueden verse afectadas por considerar que las modas no encajan con su imagen corporal lo que deriva en un impacto negativo en su autoestima.

Por su parte las participantes mencionan que:

Elizabeth (2024): Quizá si en aspectos de cómo me visto porque me gusta seguir algunas tendencias de moda y de maquillaje, pero no creo que los cumpla al cien por ciento, porque es mi versión o sea tomo estas recomendaciones de maquillaje y ese tipo de estilos de outfits³.

María (2024): No, eh no creo que corresponda a ese estándar de las redes sociales porque eh por ejemplo eh yo me siento llenita o sea un poco o bueno mucha subida de peso entonces yo no siento que yo no quepo en ese estándar de la red social” María.

Daniela (2024): Lo que ves en redes sociales a veces también te llama la atención y dices no pues que padre yo también quiero y como que empiezas a tener nuevos gustos a crear nuevas ideas a como querer tenerlas.

³ Es una palabra del inglés que significa vestimenta, ropa o conjunto. El término se ha vuelto popular gracias a las redes sociales.

Elizabeth (2024): No a todos nos quedan las mismas prendas de ropa, pero tampoco creo que debas ser grosero y decirle directamente a alguien que no le queda cierto tipo de ropa o no lo luces, porque te lastima, te daña, invertiste tiempo eligiendo que usar, ¿invertiste ehh dinero comprando esa ropa que quizá ya no vas a usar, invertiste estabilidad y también invertiste seguridad y tener esa valentía de usar una prenda no?

Brenda (2024): Si muchas cosas son respecto a lo que la sociedad me marca, por ejemplo, no se una mujer gorda no puede usar crop tops, entonces, aunque a mí me encantaría usar crop tops pues prefiero no usarlos, porque se me va ver la pancita, entonces, ya no lo hago.

Es determinante el papel que determina lo que se encuentra en tendencia en las redes sociales para definir el estándar que existe actualmente, desde cómo debe lucir hoy en día una mujer; delgada, con piel perfecta, sin el uso de mucho maquillaje, desde la manera en la que se viste; la tendencia de utilizar pantalones de corte “Mom jean”⁴ y satanizar el usar jeans de un corte más pegado, por lo que la moda es tan cambiante como lo es el ideal de belleza, cada cierto tiempo se hace más viral en redes sociales un tipo de belleza y es frecuente la cantidad de mujeres que cambian su estilo por sentirse parte de estar “a la moda”, por lo que la comodidad y la decisión de como lucir, ser y vestirse depende de lo que la sociedad consumista defina.

Tal y como mencionan Hernández, Macias y Kramer (2024).

La relación que existe entre la belleza y la moda se entiende desde elementos como, tener por objeto común la mujer; la moda la belleza es determinante, por lo que resulta prioridad resaltar ideales de perfeccionamiento de la figura corporal y la belleza exige armonía, cualidad a la que contribuye la moda. (p.9170).

Por lo tanto, el pertenecer a una cultura latinoamericana, brinda a muchas mujeres diversas opciones para representar su estilo, pero la falta de uso de estas prendas en las diversas celebridades en redes sociales, minimiza el trabajo de cientos de diseñadores mexicanos especialmente, además de que la discriminación hacia las comunidades indígenas por los rasgos que posee, o bien llevarlo al extremo de no valorizar la belleza mexicana, producto del mestizaje, el ideal de vestimenta actual en este país cuenta con influencias europeas y anglosajón. No está de más comentar la función de la moda, poder representar a través de la

⁴ Tipo de pantalón de cintura alta con un ajuste holgado en las piernas. Suelen tener un ruedo clásico y una bota recto.

vestimenta la personalidad y esencia de las personas, de las mujeres que buscan seguridad al momento de portar una prenda, de destacar su belleza de forma visual, lo cual es eclipsado por la aparición de las tendencias en las redes sociales referentes a que usar, como lucir y como es que debe ser definida la belleza actual, se pierde la oportunidad de que las chicas elijan lo que quieren usar, de preferir la comodidad por sobre la moda impuesta a imitar, se debe reflexionar y hacer hincapié en el poder que se le otorga como sociedad al uso de las redes sociales, sobre lo que se debe realizar en la vida cotidiana y que se debe analizar referente a la propia decisión de las mujeres en cada esfera de su existencia social y personal.

UNA BELLA CONCLUSIÓN

Al finalizar de la investigación se devela que la imagen corporal en las mujeres está influenciada dependiendo de cada contexto y de las expectativas sociales y culturales impuestas por la sociedad. Estos estándares de belleza, a menudo promovidos por los medios de comunicación, la publicidad y las redes sociales, juegan un papel fundamental en la construcción de la percepción que las mujeres tienen de sí mismas. En muchas culturas, se priorizan ciertos tipos de cuerpos y características físicas, como lo son la delgadez y el tono de piel, lo que puede llevar a muchas mujeres a experimentar inseguridad y baja autoestima cuando no se cumplen con estos ideales sociales, por lo que la imagen corporal ha generado un impacto significativo en la autoestima de las mujeres, ya que está estrechamente vinculada a la forma en que se perciben a sí mismas, por lo que cuando no se cumple con las características físicas de los estándares de belleza establecidos por la sociedad se pueden experimentar sentimientos de insuficiencia, inseguridad y autocrítica, lo que afecta negativamente en la autoestima. Es por esto, que la constante comparación con modelos de belleza inalcanzables promovidos por los medios de comunicación y las redes sociales pueden generar una percepción distorsionada del cuerpo.

Por otro lado, las redes sociales de igual manera tienen un impacto significativo en la autoestima de las mujeres, ya que influyen en gran medida en cómo se perciben a sí mismas y como comparan su apariencia con las de las demás personas, por medio de imágenes filtradas y retocadas que refuerzan a los estándares de belleza, haciendo que las mujeres se sientan presionadas y comprometidas a cumplir con una imagen “perfecta”.

A lo largo del tiempo, las presiones sociales para ajustarse a estos estándares han aumentado, con un énfasis creciente en la apariencia física. Sin embargo, también hay movimientos liderados por mujeres que promueven la aceptación de la diversidad corporal, alentando a las mujeres a aceptar sus cuerpos tal como son, independientemente de los ideales establecidos. En general, la influencia de la sociedad sobre la imagen corporal es compleja y ambigua, ya que, por un lado, puede ser complicada, pero, por otro, está surgiendo una mayor conciencia y un cambio hacia la aceptación y la propia estima.

Como investigadoras, mujeres y compañeras de vida hemos experimentado al igual que las participantes de este protocolo una constante presión sobre el cómo debe lucir una mujer para ser atractiva, debido a que estamos rodeadas de comentarios que atacan la manera en

como actuamos, nos vestimos, hablamos y tomamos decisiones, por lo que es normal sentir frustración al no cumplir con los estándares imposibles que la sociedad ha normalizado, esa necesidad constante de estar siempre presentables y atractivas no hace más que alimentar a una población heteronormada y misógina. Las participantes de esta investigación han dejado en claro el impacto que la imagen corporal en la construcción de su autoestima, en carne propia han experimentado los estragos a lo largo del tiempo y en cada una de las esferas de su vida.

La vida de las mujeres se encuentra en constante cambio, pero existe algo seguro, la presión que ejerce la sociedad al momento de determinar cómo deben lucir, el ideal de belleza que ejercen cumplir se vuelve imposible de recrear, generando sentimientos de insatisfacción y de presión al momento de verse al espejo y vivir en sociedad, por lo que es importante realizar una crítica a la sociedad heteronormada y machista, en la que sus integrantes puedan reconocer que estos comportamientos solo encasillan a la mujer como un objeto de deseo y de placer, olvidando la capacidad que poseen para desarrollar todo el potencial que las caracteriza, logrando un cambio que desafíe los roles de género tradicionales, en donde miles de mujeres viven presionadas, para que todas y cada una de ellas se sientan de manera satisfecha con el cuerpo que poseen y la belleza que la caracteriza. Cada mujer tiene el derecho de lucir como quiera hacerlo y el prejuicio de las demás personas no deben invalidar la forma en la que expresan su imagen corporal.

REFERENCIAS

- Águila, C, Sicilia, A y L. (2020). El ideal de cuerpo delgado y la formación del sujeto neoliberal: un estudio de caso. *Movimento Revista de educação física da UFRGS*, 26, 1-21.
<https://www.scielo.br/j/mov/a/5q8pCyx7tSY7PXbP6VHgvZL/?format=pdf&lang=es>
- Álvarez-Gayou, J. J.L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. Paidós.
- Alpízar, H.S y Trujillo, M.G. (2018). *Vivir como un maniquí: Una perspectiva crítica de la mercantilización del cuerpo de las modelos*. [Tesis de grado, Universidad de Costa Rica]
<https://ts.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/edd/2023/05/tfg-l-sr-2018-03.pdf>
- Bazán, C.I y Mino, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate*, 15 (1), 23–42. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5645337.pdf>
- Beltrán, S.M y Ortiz, B. J. A. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*. 11 (21), 1-18.
<https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Blanco, O. J.R, Álvarez, M. G, Rangel, L. Y, y Gastelum, C.G. (2017). Imagen corporal en universitarios: Comparaciones por género. *Revista de Educación y Desarrollo*. 41, 71-75.
https://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/41/41_Blanco.pdf
- Campos, V.R.M. y Medina, C.E.M. (2018). Identidad social y estereotipos por color de piel. Aspiraciones y desempeño en jóvenes mexicanos. *El trimestre económico*, 85 (337), 53-79.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v85n337/2448-718X-ete-85-337-53.pdf>
- Castillo, B. J.I (2024). Autoestima y empoderamiento en mujeres feministas y no feministas. *Ciencia latina revista científica multidisciplinar*, 8 (3), 2085-2106.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.11400
- Cornejo, S. (2016). Cuerpo, imagen e identidad. Una relación (im)perfecta. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 157-177. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n58/n58a17.pdf>
- De la garza, G.C. (2017). *Vestir el cuerpo, subvertir el género. Lo femenino en las prácticas artísticas contemporáneas de América Latina y el Caribe*. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma Metropolitana].
<https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/bitstream/123456789/1667/1/181147.pdf>

- Duno, M y Acosta. E. (2019). Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios. *Rev Chil Nu*, 46 (4), 545-553. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182019000500545>
- Echeverría, B. (2011). Crítica de la modernidad capitalista. *La Paz: Antología*.
- Fernández, B. J. G, González, M. I, Contreras. O y Cuevas. R. (2015). Relación entre imagen corporal y auto concepto físico en mujeres adolescentes. *Revista latinoamericana de Psicología* 47 (1), 25-33. <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-latinoamericana-psicologia-205-pdf-S0120053415300030>
- Flores, V. I. M. (2021). *El ideal de belleza internalizado y las presiones sociales en imágenes corporales en jóvenes de 18 a 25 años*. [Trabajo de integración final, Pontificia Universidad Católica Argentina]. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/15144>
- García, L. S. Z y Gutiérrez. R, A. (2023). Índice de masa corporal asociado a imagen corporal y autoestima en adultos jóvenes, UMF 62. *Revista Mexicana de Medicina Familiar*, 10:11-6,11-16. <http://dx.doi.org/10.24875/RMF.22000046>
- Gil, M.I, (2019). El origen del sistema patriarcal y la construcción de las relaciones de género. *Corporación para el desarrollo regional*. [Archivo PDF].<https://corporacionparaeldesarrolloregional.org/wp-content/uploads/2021/03/LECTURAS-.EL-ORIGEN-DEL-SISTEMA-PATRIARCAL-Y-QUE-ES-EL-PATRIARCADO.pdf>
- González, R.A.M y Torrado, M-P.E. (2019). Cosificación y mercantilización de las mujeres: las tecnologías como instrumento de violencia. *Sociología y tecnociencia*, 9 (1), 1-8. <https://doi.org/10.24197/st.1.2019.1-8>
- Guadarrama, G.R, Hernández, N. J.C y Vetya, L. M. (2018). “Cómo me percibo y cómo me gustaría ser”: un estudio sobre la imagen corporal de los adolescentes mexicanos. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 5 (1), 37-43. https://www.revistapcna.com/sites/default/files/5_2.pdf
- Guerrero, B. M. A. (2016). La Investigación Cualitativa. *Revista mensual de la UIDE extensión Guayaquí*. 2 (1),1-9. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5920538.pdf>
- Guillén, R. R.D.S y Reidl, M. L.M. (2021). Autoestima y su medición. *Psic-Obesidad Boletín electrónico de Obesidad desde una perspectiva cognitivo conductual*, 11 (43), 23-29. <https://revistas.unam.mx/index.php/psic/article/download/83658/73303/252090>

- Guzmán, A. J. y Salazar R. K. (2016). Presión sociocultural hacia la imagen corporal de la mujer y cómo afecta en el desempeño académico. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 26 (2), 11-41. <https://www.redalyc.org/pdf/654/65456042002.pdf>
- Hernández, A, J, Macías. M.A.I y Kramer, B.G. (2024). Influencia de los modelos estéticos en la insatisfacción corporal de mujeres universitarias. *Ciencia latina humanas y sociales. Ciencia latina revista científica multidisciplinar*, 8 (1),9165-9178. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10238
- Hernández, S. (2020) *Insatisfacción de la imagen corporal de acuerdo al índice de masa corporal en adultos de la Unidad Médica Familiar No.13, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas*. [Trabajo para obtener grado de especialidad, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla] <https://repositorioinstitucional.buap.mx/items/2a639a35-e8d6-4eb5-b6a0-a0990672caf1>
- Jiménez, A.N, Martínez, A.D.E, García, V.A.E, Hernández, D.N y Cordero, G.M.A (2022). Percepción de la imagen corporal en relación con el índice de masa corporal en escolares de Chiapas. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 28 (4), 1-9. https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC-D-22-0034_manuscrito_final.pdf
- Jiménez, G. M. (2022). *La Influencia de las Redes Sociales en la Imagen Corporal de los Adolescentes*. [Máster Universitario, Comillas Universidad Pontificia.] <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/66286/TFM-jimenezgarciamarta.pdf?sequence=1>
- Lamo, V. I. (2021). La persistencia del patriarcado. análisis sociolegal sobre la desinstitucionalización de la familia nuclear patriarcal y la evolución de la opresión de las mujeres en el siglo XXI. *Igualdades*, 5, 427-459. <https://www.cepc.gob.es/sites/default/files/2021-12/39612igdes505lamo-velado.pdf>
- León, G. D. C. (2024). La autoestima en los adolescentes de centros educativos: revisión teórica. *Revista aula virtual*, 5 (12), 198-211. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11169222>
- Maldonado, C. J. M, Zambrano, B. N.A y Mancilla, P. K.L (2024). Estereotipos de belleza en redes sociales: impacto en la autoestima femenina. *Religación, revista*. 9 (40),2-18. <http://doi.org/10.46652/rgn.v9i40.1183>

- Martínez, G. A. L. (2018). *¿Para qué sí importa el color de piel en México?* *Letras libres*. [Archivo PDF] <https://www.vanderbilt.edu/lapop/news/031418.mexico-letraslibres.pdf>
- Mata, R. F. (2018). *Ser mujer en Latinoamérica*. Universidad Autónoma Metropolitana. https://casadelibrosabiertos.uam.mx/contenido/contenido/Libroelectronico/ser_mujer.pdf
- Medina, C. J. A. (2018). Imagen corporal: realidad, percepción y deseo, y su relación con su evaluación multidimensional y la motivación muscular. *Psychology, Society, & Education*, 10 (3), 251-263. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6767111.pdf>
- Medina, S. C. S. (2018). La autoestima de las mujeres en un mundo patriarcal y mecanismos de fortalecimiento: estado de la cuestión. *Raudem, Revista de Estudios de las Mujeres*, 5, 111-128. <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/RAUDEM/article/download/1988/2753>
- Morales, F. F.C, Mantilla, P.M.G, Muñoz, V.M.C y Navas, B. C. R (2023). Autoestima en estudiantes universitario en la ciudad de Quito en el año 2023. *Polo del conocimiento*, 8 (8), 2354-2368. <https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5973/15044>
- Nieto, M. I. (2019). Percepción de la imagen corporal en mujeres de 25 años del municipio de Ponedera (Atlántico). *Biociencias*. 14 (2). 113-127. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/biociencias/article/view/6025/5548>
- Oliva, P. Y. (2021). Insatisfacción de la imagen corporal y autoestima en estudiantes de secundaria hablantes y no hablantes de lengua indígena. *Revista española de nutrición comunitaria*, 27 (3), 160-165. https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2021_3_art_2.pdf
- Ortiz, H. L, Ayala, G. C. I y Pérez, S. D. (2018). Posición socioeconómica, discriminación y color de piel en México. *Perfiles Latinoamericanos*, 26(51), 215-239. <https://www.scielo.org.mx/pdf/perlat/v26n51/0188-7653-perlat-26-51-215.pdf>
- Padrón, S.A, Hernández, G. J. F, Nieto, C.A, Aradillas, G.C, Cossío, T.P.E y Palos, L.A.G. (2015). Asociación entre autoestima y percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios. *Acta universitaria*. 25(1), 76-78. <https://www.redalyc.org/pdf/416/41641037012.pdf>
- Pacheco, C. P. J. (2020). *El cuerpo de la mujer como objeto de representación*. [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8024/1/T3459-MEC-Pacheco-El%20cuerpo.pdf>

- Panesso, G. K y Arango, H. M. J. (2017). La autoestima proceso humano. *Revista electrónica Psiconex, psicología, psicoanálisis y conexiones*, 9 (14),1-9.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328507/20785325>
- Peña, R. D. y Moreno. A. O. (2019). La amenaza detrás de la belleza: Un análisis psicológico en modelos de moda mexicanos. *Psicología Iberoamericana*, 27 (1), 1-15.
<https://www.redalyc.org/journal/1339/133960951008/133960951008.pdf>
- Pérez, S. (2022). Los cánones de belleza. *Ciencia y cultura*, (49), 143-151.
<https://cienciaycultura.ucb.edu.bo/a/article/view/425/1247>
- Pérez, V. H (2018). Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal. *Alternativas psicológica*. (41), 22-32.<https://alternativas.me/wp-content/uploads/2019/03/2.-Autoestima-teorias-y-su-relacion-con-el-exito-personal.pdf>
- Peris, M, Maganto. C y Garaigordobil. M. (2016). Escala de Autoestima Corporal: Datos psicométricos de fiabilidad y validez. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*. 3 (2), 51-58. https://www.revistapcna.com/sites/default/files/16-18_0.pdf
- Pineda, S. S.I y F, S. I.A. (2021). El trabajo de las mujeres en las sociedades capitalistas: Una cuestión de enajenación y sobreexplotación. *Journal of Feminist, Gender and Women Studies*, (11), 47-54. <https://revistas.uam.es/revIUEM>
- Postigo, G. A y García. C. E. (2018). Influencia del atractivo físico en la percepción de la inteligencia y de la extraversión. *Revista de la Universidad de Oviedo*. 23 (1). Pp. 1-11.
Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6296433.pdf>
- Quevedo, E. A. M. y Vidal, F.P. (2023). Estrategias De Social Media para la Industria de la Moda Enfocados en la Generación Z. *Digital Publisher*, 8 (3) 392-404.
https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1872/1604
- Ricart, R.A. (2022). *Insatisfacción corporal y belleza en la mujer mayor Un programa de intervención psicosocial para aumentar el bienestar y la autoestima de las mujeres*. [Trabajo Final de Máster, Universitat de Barcelona]
https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/191727/1/TFM_anna_ricart_rull.pdf

- Rodríguez, C.D. F y Alvis, G. K.M. (2015). Generalidades de la imagen corporal y sus implicaciones en el deporte. *Revista de la Facultad de Medicina*, 63 (2), 279-287.
<https://www.redalyc.org/pdf/5763/576363524013.pdf>
- Rojas, C. V. A y Pilco, G. A. (2023). Autoestima y Habilidades Sociales en Adolescentes. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1),3823–3833.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9585704>
- Sanabria, L. J, Angulo, M. K. Corrales, V. N, Fernández, H. C. Flores, G. Marietta y Hernández, U. K. (2023) La construcción patriarcal del cautiverio femenino de la belleza ilustrado en narraciones costarricenses del siglo XX. (2023). *Revista Humanidades*, 13 (2),1-32. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9079686.pdf>
- Sánchez, A. P (2024). Construcción psicosocial del cuerpo femenino desde una perspectiva de género. *Ajayu*, 22 (1), 62- 81. <https://doi.org/10.35319/ajayu.221242>
- Sánchez, C. R. (2018). Mejora de la satisfacción corporal en la madurez a través de un programa específico de imagen corporal. *Universitas Psychologica Colombia*, 19. Pp. 1-15.
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/22821/24297>
- Santos, M. J. (2022). *Psicopatología de la imagen corporal. Definiciones, alteraciones, teorías y evaluación*. Editorial CID - Centro de Investigación y Desarrollo.
<https://biblioteca.ciencialatina.org/wp-content/uploads/2023/05/Psicopatologia-de-la-imagen-corporal.pdf>
- Seijo, N. (2016). El yo rechazado: cómo trabajar con la distorsión de la imagen corporal en los trastornos alimentarios. *ESTD Newsletter*, 5 (4), 6-14.
<https://nataliaseijo.com/Articulos/yorechazado.pdf>
- Tejero-G, C. J.M. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
http://doi.org/10.18239/estudios_2021.171.00
- Típa, J. (2020). Las prácticas corporales y el racismo colorista en el contexto mediático en México. *Inter disciplina*, 8 (22), 113-135.
<https://doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2020.22.76421>
- Vicente, F. P. y Arroyo, A. I. (2021). La diversidad entre las celebrities en la publicidad de belleza femenina: análisis evolutivo a través de Telva (1990-2019). *Doxa comunicación*, (33), 285-310. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n33a900>

Walkins, G. (2015). *Teoría feminista de los márgenes al centro*. 3ª edición. Nueva York y Londres, Routledge. Creative commons.

https://traficantes.net/sites/default/files/TDS_map61_Hooks_web_baja.pdf