



Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Unidad Xochimilco

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Licenciatura en Sociología

**UNA SOCIOLOGÍA DE LA VERDAD ESTÉTICA.
USOS Y ABUSOS DEL CUERPO EN LA SOCIEDAD
DE CONSUMO**

Trabajo de investigación terminal

que para obtener el grado de

Licenciada en Sociología

presenta:

KARLA ESMERALDA CABRERA JUÁREZ

Asesor: Dr. Jorge Eduardo Brenna Becerril

Primavera del 2022

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
Capítulo 1. De la construcción social a la imposición de la verdad estética.	
1.1. Contexto teórico sobre el problema.....	5
<i>La verdad como producto sociocultural.....</i>	<i>8</i>
1.2. El cuerpo como verdad estética.....	14
<i>La idealización del cuerpo como verdad.....</i>	<i>15</i>
Capítulo 2. La construcción de la verdad corporal	
2.1. La fuerza del poder en el cuerpo.....	17
2.2. La verdad estética y el cuerpo.....	21
2.3. Ciclos históricos de la verdad corporal.....	24
2.4. Heroin chic: Una tendencia al cuerpo delgado.....	39
<i>La sociedad de consumo: compro, luego existo como sujeto.....</i>	<i>43</i>
Capítulo 3. Los usos sociales del cuerpo: cuerpo, consumo y belleza en México.	
3.1. Metodología.....	45
3.2. Prácticas de reproducción del estereotipo.....	47
3.3. Prácticas de consumo en el marco de una verdad estética.....	55
3.4. Las redes sociales: un engaño viralizado de la belleza irreal.....	61
3.5. Las cirugías estéticas como práctica de exclusión.....	67
CONCLUSIÓN.....	73
BIBLIOGRAFÍA.....	76
ANEXO.....	82

Introducción

En la presente investigación, se pretende dar cuenta del cómo los individuos a través de su corporeidad¹, constituyen mecanismos de conductas normalizadoras, transmitidas por el régimen de los discursos, los cuales se basan en las creencias, los conocimientos, y las prácticas que construyen y forman parte de la realidad proporcionando el entendimiento del mundo por los individuos, tal es el caso del uso del lenguaje en los distintos contextos sociales o las imágenes. “(...) el discurso en varias definiciones existentes (desde las ópticas lingüísticas, teoría cultural y sociológica) sintetiza a los discursos como un *sistema de lenguajes, dominios de comunicación, y/o dominios de ciertos enunciados*, generalmente textos que tienen algún efecto en el mundo real” (Mills citado en E. Urra, A. Muñoz y J. Peña, 2013: s/p). En este sentido, la verdad estética está sujeta a los estándares de poder que la producen, en este caso los medios de comunicación masiva como lo es la publicidad y propaganda de los grandes diseñadores, “las imágenes refuerzan un estilo de vida donde el cuidado del cuerpo (no sólo ejercicio físico sino la cosmética, el vestido, etc.) tiene un lugar central.

El “prestigio” que goza el cuerpo bello hace que frecuentemente se adhieran a estas prácticas personas que buscan en el camino para mejorar su posición en la estructura social” (Foucault citado en Sossa, 2011:11). Venerando ciertos estereotipos o también llamados verdades estéticas que marcan una tendencia al espectador, el cómo debe presentarse ante los demás sujetos sociales, coadyuvando a un consumo desmedido de productos: ropa, maquillaje, centros deportivos para esculpir la figura, entre otras, esto de acuerdo a lo que el régimen capitalista imponga a los individuos para sentirse pertenecientes a un determinado grupo social, y formando parte de la construcción social², donde el cuerpo en si es transmisor de significados y símbolos, acorde con lo social y cultural de cada sociedad. Especialmente desde una perspectiva sociológica, presentando ideas de sus principales obras de Berger,

¹ “A través de su “corporeidad”, el hombre hace que el mundo sea la medida de su experiencia. Lo transforma en un tejido familiar y coherente, disponible para su acción y permeable a su comprensión. Como emisor o como receptor, el cuerpo produce sentido continuamente y de este modo el hombre se inserta activamente en un espacio social y cultural dado” (Le Breton, 2002: 9).

² la construcción social es una realidad tal y como está determinada por la realidad tal y como es para nosotros, pasando a ser, en cierta medida, el resultado o e producto, de nuestra propia actividad deconstrucción subjetiva de la misma (Ibáñez citado en Tineo, 2009:459).

Luckman, Le Breton y Foucault, que ya han planteado anteriormente su análisis sobre la importancia del cuerpo en el campo social. Esto con el fin, de comprender cómo el poder de producción de la verdad estética impacta en los cuerpos de los individuos, a través del consumo.

Es necesario recalcar que, con el paso del tiempo los estudios sobre el cuerpo, se han abordado desde diferentes aristas como, la médica, artística, religiosa, biológica, y social; las cuales se han encargado de explicar no solo su funcionamiento, sino la importancia del papel que tiene el cuerpo en la historia del ser humano. Podría pensarse, que este fenómeno solo es materia para la medicina y la biología, pero para las ciencias sociales, significa las representaciones del individuo en la sociedad.

Ahora bien, es menester mencionar que la existencia de los estereotipos tanto masculinos y femeninos son generadores de múltiples afectaciones en la vida de los individuos al no sentirse identificados con sus propios cuerpos, estas afectaciones a su vez son una de las causas de que en su mayoría mujeres se sometan algunos procedimientos quirúrgicos invasivos, para modificar algunas partes de sus cuerpos. Es por ello, que el trabajo tiene como propósito identificar las causas que llevan a los sujetos a realizarse dichos procedimientos, o inclusive a sufrir alguna enfermedad no transmitible como lo son los trastornos alimenticios, con el objetivo consciente o inconsciente de cumplir con ese estereotipo dictado por la sociedad.

Hoy en día, a través de las redes sociales y la publicidad las personas se encuentran en constante comparación unas con las otras, y el cuerpo visto como principal carta de presentación ante los demás, ya que se ha incrementado en los individuos la preocupación sobre el aspecto físico; una de las principales problemáticas, es que existen estereotipos de belleza sobre los cuerpos y que las instituciones, por medio de la sociedad, los están imponiendo en los individuos, creando en estos la no aceptación y la búsqueda constante de alcanzar algo no real. El querer cumplir con los estereotipos se piensa de una forma muy subjetiva³, quedando como un problema del individuo, quitándole responsabilidad a la sociedad, a las instituciones y al sistema político-económico.

³ “La subjetividad pasa por un proceso de normalización, y los cuerpos no solo son a materias prima donde se inscribe o asienta el orden social, al disciplinarlos, sino uno de los recursos que lo puntualizan, expresan y reproducen (...) el sujeto se forma a partir de una serie de procesos y sistemas que no responden a una naturaleza

Sin embargo, el cuerpo está sometido a relaciones de poder y se le ha otorgado un sentido de relacionamiento social, ya que antes el cuerpo era visto como la primera herramienta del hombre a la hora de nacer, una herramienta de trabajo y de reproducción, pero con el paso del tiempo se le fue añadiendo otro tipo de significados, uno de ellos se le da al cuerpo un valor central, es decir, es un signo de status y un símbolo de éxito o fracaso y un objeto mediático que se utiliza para vender productos (Buñuel, 1995), otorgándole al cuerpo un nuevo valor, *la importancia de la apariencia física de las personas*, y juzgando los cuerpos que son diferentes a los estereotipos o verdades estéticas ya establecidas.

Actualmente las sociedades modernas tienen cánones de belleza fuertemente marcados afectando de forma positiva o negativa en la vida cotidiana de los individuos, especialmente la de las mujeres; tal consecuencia de que exista dicha presión sobre el cuerpo femenino, va desde problemas económicos y sociales hasta de problemas de salud, que en ocasiones podrían causar la muerte de las personas, bulimia, anorexia, cirugías en lugares clandestinos que no cuentan con los estándares establecidos para realizar cirugías estéticas, entre muchos otros.

Evidentemente el cuerpo femenino ha sido visto como un objeto, que se puede vender, exponer y comprar, la mujer siempre ha tenido mayor presión con respecto al deber ser de su cuerpo y ha sido persuadida directa e indirectamente a cambiar la forma en la que se ve con el fin de agradar a los demás, cumpliendo de esta manera con las verdades estéticas impuestas por la sociedad a la que pertenece, esto se puede evidenciar en los concursos de belleza, campañas publicitarias, películas, revistas, catálogos de ropa ya sea interior o exterior, entre otros. Es preocupante el hecho de que el cuerpo femenino esté a disposición del mercado, tomando en cuenta que el mercado solo busca vender y no se preocupa por el individuo, quien es el principal afectado por la existencia de los estereotipos.

originaria de la subjetividad, sino que obedecen a condiciones históricas, políticas y sociales” (Foucault citado en Sossa, 2011 :5).

Capítulo 1

DE LA CONSTRUCCION SOCIAL A LA IMPOSICION DE LA VERDAD ESTETICA.

1.3. Contexto teórico sobre el problema.

La construcción de la identidad en los sujetos, vista desde la teoría sociológica de Berger y Luckmann (1968), en su obra “*La construcción Social de la Realidad*”; nos permite dar cuenta de las relaciones sociales, a partir del cómo nos desarrollamos en la vida cotidiana; por ello precisan esta noción respecto a la realidad que creamos a nuestra merced.

Tenemos conciencia de que el mundo consiste en realidades múltiples. Cuando paso de una realidad a otra, se experimenta un impacto que es por el desplazamiento de la atención de la vida cotidiana (...) la realidad de la vida cotidiana se organiza alrededor del “aquí” de mi cuerpo y el “ahora” de mi presente. Este “aquí y ahora” es el foco de la atención que presto a la realidad de la vida cotidiana. Lo que “aquí y ahora” se me presenta en la vida cotidiana es lo *realissimum* de mi conciencia (36-37).

En este sentido, los sujetos crean la sociedad y ésta se convierte en una realidad subjetiva, que a su vez crea a los sujetos, “la sociedad es un producto humano. La sociedad es una realidad objetiva, el hombre es un producto social” (Berger y Luckman, 1968: 40). Es importante colocar a la subjetividad comprendida desde el análisis de esta teoría, ya que se entiende como un fenómeno, construido colectivamente por medio de la interacción entre individuos que comparten un espacio determinado.

Es así que, para entender la relación que se genera entre los actores sociales, hay dos procesos de socialización en relación a la intersubjetividad coadyuvando a una conciencia interior⁴, teniendo una perspectiva del vivir humano, acorde a un espacio social e histórico; el primero “*primario*” y el segundo “*secundario*”:

⁴ La conciencia interior, da forma y sentido a la moral, a nuestra forma de actuar y de percibir todo lo que se encuentra a nuestro alrededor.

Esta voz interna, conduce en la mayoría de los casos anteponerse como juez, amenazando a toda acción que atente a las malas costumbres o malas decisiones, forjando una moral en cada persona. Desde tiempo atrás, la conciencia moral refleja la adaptación a las normas que se rigen en el mundo. La sociedad debe aprender a vivir cediendo algunos de sus deseos naturales para no altercar contra la misma convivencia entre los individuos. Es aquí donde podemos decir que la conciencia forma parte del desarrollo de una persona, todo dependiendo de los valores que cada persona desarrolle.

El primario, tiene lugar durante los primeros años de vida, sirve de base para la comprensión del mundo como un todo compacto e invariable, así como (...) un sistema donde uno existe en relación con otros, es decir el individuo ocupa un espacio social concreto y una función del mismo, produciendo una identificación propia, una identidad. El secundario, el individuo internaliza submundos diferentes, teniendo acceso al conocimiento de una realidad compleja y segmentada, no accede a todo el conocimiento si no a solo una parte en función de su rol y posición social” (Berger y Luckmann,1968: 68-69).

En efecto, los sujetos se encuentran sometidos a interacciones que están fuertemente relacionadas en virtud de normas, haciendo de la realidad una credibilidad permanente e incesante en la vida cotidiana, la cual consiste en las experiencias originarias de las cosas y el mundo que los rodea, permitiendo una construcción social y cultural.

Pero, **¿Qué es credibilidad y verdad?**, la *credibilidad* como valor, se entiende como la capacidad de creer, esta no tiene una vinculación a la veracidad del mensaje, sino más bien a los factores objetivos y subjetivos, haciendo que los sujetos creen o no en dichos contenidos que presentan las verdades estéticas. Evidentemente tener credibilidad, en la información de los discursos del poder, deben generar confianza en los demás. Por ejemplo, que una persona diga la verdad y nadie le crea; o que los discursos de los medios de comunicación mientan, pero sus interlocutores confíen y lo normalicen como real. Salvat y Ewen (2011) exponen que,

“la transformación del sistema de producción y acumulación capitalista, ha generado un tipo de discurso y de sociedad, en la que el consumo es uno de los principales mecanismos de integración social, estas relaciones de fuerzas, o de poder, son estratégicas, difusas, determinan singularidades y subjetividades” (Salvat y Ewen citados en Sossa, 2011:5).

Justamente, esta diferencia se encuentra relacionada a la credibilidad de los individuos y un cierto poderío de convencimiento para persuadir a una población entera. Por ende, las empresas juegan con esta manipulación de la verdad a su conveniencia, sobre todo en tiempos difíciles, donde no han tenido grandes ganancias y, ¿cómo, es que logran las empresas dicha reacción? La respuesta es muy sencilla: intentan compensar a sus consumidores cada vez que atraviesan una buena temporada, poniendo ofertas, que hacen pensar a los mismos en una verdadera oportunidad para obtener dicho producto; si bien es cierto, conforme pasa el tiempo, el público se ha vuelto cada vez más exigente con lo que

quiere en sus manos y su apariencia tanto física como corporal, queriendo más de lo que recibe.

Es por ello, que ante este fenómeno las industrias que promueven los estereotipos de belleza, se ven forzados a mentir constantemente, para innovar productos que cubran las necesidades del consumidor, no en vano, año con año nos ofrecen tintes de diferentes colores que hagan vibrar la apariencia del cabello, ropa de marca que te hará sentir sofisticada y en tendencia, maquillaje que resalte las facciones del rostro, sin necesidad de someterte a una cirugía plástica, o inclusive una verdad corporal⁵ influenciada por las imágenes publicitarias, que te plasman el cuerpo aceptado socialmente.

Ahora bien, teniendo en claro que es la credibilidad, es importante exponer que se entiende por *verdad*.

La “verdad” está centrada en la forma del discurso científico y en las instituciones que lo producen; está sometida a una constante incitación económica y es objeto bajo formas diversas de una inmensa difusión y consumo; es producida y transmitida bajo el control no exclusivo, pero sí dominante de algunos aparatos políticos y económicos. La verdad está ligada a los sistemas de poder que la producen y la sostienen, y a efectos de poder que ella induce y reproduce; todo esto constituye el régimen de la verdad (Foucault citado en Sossa, 2011: 3).

Ante esta noción, la verdad también es la conformación de las cosas que nos rodea en la vida cotidiana, llevándolo a un nivel de un concepto normalizador; la verdad se puede moldear a merced del capitalismo; en este sentido, se habla de lo que se conoce como *verdad estética* y *verdad corporal*, colocando el poder que generan los discursos, haciendo uso del lenguaje corporal, como una expresión sometida a una verdad de la existencia de cánones de belleza, ligados a la misma. Sin embargo, ¿Qué efectos tiene la validación de una verdad sobre la sociedad?

⁵ La verdad corporal se podría entender como la materia el cuerpo que se tiene y el cuerpo que se es, y en este sentido el cuerpo es interpretado como parte de una idea de corporeidad general compartida con otros modos de ser, es decir, se trata de algo que esta- ahí, de algo presente, que precisamente podría ser tenido. Ante esta noción se le da un significado a la verdad corporal que nos promueve una estructura en nutro propio cuerpo para moldearlo de acuerdo a nuestro aparato social en el cual nos desarrollamos continuamente (Xolocotzi, 2020).

La verdad como producto sociocultural

Dentro del ámbito social, la verdad se le considera como un producto cultural, pero entenderlo como concepto resulta de una labor un tanto compleja, ya que su comprensión, se puede analizar desde diferentes corrientes filosóficas, psicológicas y sociológicas, partiendo de un carácter dinámico que se conjuga con procesos individuales y colectivos en relación al individuo dentro de la sociedad. Ejemplo de ello, sería que *la tez blanca es sinónimo de status*, dicha analogía permite hacer un análisis, dentro de este discurso sobre la verdad, sus argumentos pueden parecer la constatación de hechos como manifestaciones de un conjunto de elementos y factores, que entran en función con el sujeto- objeto; es decir una dimensión social del problema.

Así pues, la intervención de las circunstancias en las cuales vivimos los individuos y grupos involucrados en procesos sociales, son materia clave para comprender y avanzar hacia la verdad; con ello quiero decir, que la sociedad, sus actores políticos y su funcionamiento económico, son incesantes en la disputa por el poder, que como bien se sabe, condicionan a los sujetos con normas y leyes, que no pueden sobrepasar. Por ello, llegar a la verdad es un juego sin salida, que nos llevaría algo de tiempo esclarecer, ya que estamos en un ambiente real imaginario. Se puede pensar, que la verdad es una construcción humana, ya que no hay verdad absoluta; la realidad del mundo, y la propia existencia humana se encuentran en constante cambio. Pero el mundo de la vida cotidiana, es tan real para los otros como lo es para mí, la actitud natural, para este mundo corresponde a la actitud natural de otros, que también ellos aceptan las objetivaciones por las cuales este mundo se ordena (Berger y Luckmann,1968). En este sentido la verdad la llevamos a un escenario colectivo, creando individuos imitativos, en pensamientos, comportamientos, creencias, entre otros; coadyuvando con mentiras, a la construcción de nuestra propia verdad.

Dentro del contexto de la realidad social, la verdad ha permitido fomentar la conciencia sobre los problemas que limitan el fortalecimiento de todas las expresiones humanas, tanto las colectivas como las individuales; estos procesos personales y colectivos, guían hacia un desarrollo individual y social. Al ejercer la verdad, implica ser confrontado por individuos y por los grupos que compartan ciertos intereses, donde se inclinan a favor de dicho ejercicio, otros cuantos lo obstaculizan; por ello, la verdad se alimenta por la capacidad

humana, individual y colectiva; tampoco se debe pasar por alto, ejemplos de inconciencia colectiva, que siguen dando pie a la presencia de regímenes totalitarios dentro del rubro económico y político.

Trascender socialmente a esta manipulación de comportamientos y formas de actuar, se observa difícil al reconocer la institucionalización del condicionamiento desde lo global hasta lo local; es decir los medios de comunicación, que conducen a percibir una realidad que se construye a partir de la interacción con dichos medios, ocurre como consecuencia una cierta conexión para la vida, aun cuando, es imperativo reconocer el engaño y manipulación en el que se encuentran los individuos sumergidos en el emprendimiento de acciones colectivas e individuales de cambio. Es preciso mencionar que, ante este análisis, también los sistemas educativos, tienen su nivel de significancia, ya que son reguladores ante la redefinición social de la verdad y su transcendencia. Sin embargo, pueden tener argumentos un tanto filosóficos, que pueden distorsionar e influir en la sociedad y los actores de la misma, sobre el problema de la verdad. Un ejemplo, para sintetizar lo expuesto hasta ahorita, serían los discursos sobre la educación de los valores, los cuales recae la verdad en la honradez que es la esencia de decir la verdad, aunque evidentemente, tenemos conciencia de ello, en realidad se transforma el contenido de significancia de la verdad; esto de acuerdo a los discursos del poder para tener mayores resultados sobre todo, en la política, en el consumo de cualquier índole de productos, y en nuestra propia conciencia del actuar cotidiano.

He aquí algo relevante, en la medida que los sujetos se individualizan, el poder se des individualiza, corre por todos los canales de circulación posible colocando mayor énfasis sólo en aquellos que desobedecen o se alejan de la norma, por ende, la observación y la vigilancia, provienen de más allá de propio sistema de consumo (Foucault citado en Sossa, 2011: 9).

Por tal razón, reflexionando en torno a la verdad absoluta y relativa, conllevan a un entendimiento nada alejado una de la otra. Ya que por un lado la verdad absoluta, es “el conocimiento exhaustivo, fiel, del mundo en su totalidad, conocimiento que se construye en un ideal al que la humanidad tiende” (Guevara, 2010: s/p), digamos que se construye de verdades relativas conformadas por elementos finitos, ¿a qué me refiero con esto?, imaginemos, que anteriormente se hicieron estudios de ADN, determinando que un bebé recién nacido tendrá los rasgos genéticamente parecidos al papá, de acuerdo a los cromosomas sustraídos en la sangre del individuo, este caso sería una verdad absoluta; o

como si la velocidad de la luz es de 300.000 kilómetros por segundo, esto también sería una verdad absoluta, que no necesariamente debe someterse a procedimientos violentos, para saber la veracidad de las cosas, es decir, es la única realidad que da pie a la existencia y es permanente.

Mientras tanto, la verdad relativa, es “la representación correcta, pero incompleta, de la realidad, que se profundiza y puntualiza con cada avance parcial de la ciencia” (Guevara, 2010: s/p), es decir, está sujeta a la interpretación de una verdad que cuenta con relaciones específicas envolviéndola de verdad y que únicamente se cumplen o congenian, esto significa que puede modificarse o manipularse en el entorno como, las creencias, la economía, la política, entre otros. Esta verdad está más enfocada en la dualidad⁶, permitiendo que exista de forma relativa. Sin embargo, los individuos están a la expectativa de encontrar la verdad absoluta de las cosas que los rodean. Un ejemplo de verdad relativa es, cuando se juzga a una persona por su apariencia física o corporal, asumiendo que no cumple con los estándares de belleza. Lo que no ven los individuos, es que mantienen una postura definida de una verdad relativa más no absoluta, ya que su argumento es: *a la mayoría de las personas, les gusta apreciar el físico de los modelos en los medios publicitarios, y más si estos entran a la escena pública, como algo deslumbrante y aceptado para la sociedad*; claramente, esto depende de la forma en que estamos percibiendo las cosas, aunque también, debe quedar claro, que no todos ven las cosas de la misma manera, porque algunas personas se dejan manipular a la merced de los discursos que trasgrede el poder.

Por consiguiente, la verdad absoluta como la verdad relativa no pueden darse una sin la otra; la verdad relativa lleva de la mano la verdad absoluta, ya que negar el aspecto absoluto de la verdad, es negar la existencia de la verdad relativa, así como negar el carácter objetivo de la verdad que nos conduce a lo subjetivo.

Evidentemente, la continuidad del escenario moderno, hace que pueda parecer obvia la aproximación de cada una de estas hacia la verdad, principalmente sustentadas en el modelo económico que se rige actualmente denominado neoliberalismo, el cual representa una catástrofe bajo un sometimiento para millones de personas. Lo anterior no es solo un

⁶ La dualidad se entiende como la existencia de dos fenómenos o caracteres, que generalmente pueden presentarse en los individuos, algo así como el bien y el mal, que es un claro ejemplo de dualidad (Vidal, 2013).

manifiesto del neoliberalismo, sino también de los estados modernos que conducen a un régimen, de relaciones sociales inequitativas, desarrollo tecnológico distorsionado por las grandes industrias que promueven el consume a través de la construcción de una verdad estética y corporal.

Al respecto, Foucault indica lo siguiente:

Existe una economía política de la verdad, la “verdad” está centrada en la forma del discurso científico y en las instituciones que lo producen; está sometida a una constante incitación económica y es objeto bajo formas diversas de una inmensa difusión y consumo; es producida y transmitida bajo el control no exclusivo, pero si dominante de algunos aparatos políticos o económicos. (...) La verdad estética ligada a los sistemas de poder que la producen y la sostienen, y a efectos de poder que ella induce y reproduce; todo esto constituye el régimen de verdad. (Citado en Sossa, 2011:3)

Es lo mismo que ocurre por, ejemplo: en México, las instituciones políticas y la aproximación a la verdad, nos presentan a los ciudadanos, los postulados que nos promueven en las campañas electorales basándose en aspectos mercadotécnicos y manejo psicosocial, encubriéndose por falsedades que generan cierto nivel de incertidumbre y desconfianza para los votantes, con ello se podría entender como un juego para impulsar la reflexión colectiva y el trabajo a favor de la verdad. El sistema político, basa sus discursos a través de falacias que permiten avanzar mediante este sistema, impactando sobre la visión de la verdad en los espacios que construye el conjunto social de gobierno y ciudadanía, los cuales no logran avanzar hacia los factores culturales, económicos y políticos, dirigidos a la verdad.

En este sentido, la verdad se nutre de la construcción individual y colectiva del conocimiento coadyuvando a una integración social y académica, es decir, articulándose en los diversos campos del conocimiento entre los sectores sociales. No se debe ser, necesariamente un filósofo, sociólogo, psicólogo, etcétera, para comprender y analizar los hechos humanos, a través de sus manifestaciones verificables para aplicar alternativas de cambio. Para esto es importante, impulsar el *análisis participativo* de situaciones concretas tales como las falacias promovidas por los partidos políticos, como anteriormente se expuso, la búsqueda de la veracidad de los slogans y el juego de palabras, que suele ser parte esencial para persuadir la mente de los individuos, generando un juego de verdades normalizadoras.

Lo anterior, bajo ningún termino descarta los aportes de los sociólogos, filósofos, psicólogos y demás científicos, más bien trata de dar realce a su participación en el impulso de la capacidad de las personas sin ninguna distinción, para involucrase en el análisis de la realidad y la verdad vista como parte de la experiencia de la relación humana.

Sin embargo, dentro de la educación superior el análisis de la verdad resulta un poco más difícil de distinguir, ya que dicho concepto requiere ser abordado de una forma más compleja para su comprensión, porque pareciera que todo es real en ella. Para los académicos, es importante fortalecer la parte teórica, la cual se basa en un discurso ligado a la verdad, sobre la formación humana, su relación con la sociedad y la academia. Es en este sentido, la actividad científica, se podría considerar social y política, las cuales se vinculan con las instituciones profesionales y académicas; dicho esto, es más común que ciertos factores intervengan en ellos, como la burocratización de la ciencia, para beneficiar a las élites.

Desde esta perspectiva, los individuos se enfrentan a un gran reto, donde la vida cotidiana esta bombardeada, por los medios de comunicación, por una verdad más amplia, pero a la vez, con ciertas conductas que nos son impuestas como códigos de lo que supuestamente es real y verdadero, recreando modelos de apariencias físicas inigualables, familias perfectas, parejas amorosas, y hasta otros aspectos con un sentido colectivo en el ámbito, político, social, entre otros., que se logran también captar en los programas de televisión de acuerdo al grupo que vaya dirigido.

Por consiguiente, tanto los medios de comunicación como: la publicidad, la moda, las revistas, las instituciones, los productos de belleza, etcétera, proyectan una imagen corporal presentada como un objeto que se puede moldear, modificar, obtener y vender; persistiendo en la mente de los sujetos una verdad estética impulsada por el poder de los discursos del mercado, “la verdad, desprovista de todo contenido ontológico-objetivo, no es otra cosa que un efecto, un producto, deberíamos decir, de las estrategias sociales, de las relaciones de poder” (Castro citado en Sossa, 2011: 3) generando la aceptación entre grupos sociales que cumplan con los estándares físicos de belleza.

Salazar (2018) expone al respecto, “se puede comprender que los estereotipos o verdades estéticas no son neutrales; más bien se completan emotivamente por la visión del otro que transmite la forma en la que cada gueto social se percibe y afirman una identidad

dentro de los demás grupos” (Salazar citado en Moreno y Rico, 2018: 172). Es preciso mencionar que los estereotipos o las verdades estéticas, tienen importancia en los diferentes grupos sociales, las cuales son presentados de acuerdo con el grupo social al cual va dirigido. Es decir, la imagen plasmada por la industria de la moda mediante fotografías visualiza una verdad estética, que subyace en la mente de los sujetos como real y persistente en la construcción de la corporeidad, mostrando modelos perfectamente contruidos tanto, físicamente como moralmente, representativos al grupo social que quieren llegar a persuadir.

Dicho lo anterior Moreno y Rico (2018) mencionan:

Usualmente, los grupos sociales son distinguidos en dos: los que pueden o tienen acceso económico y los que no. Cada una de estas categorías se subdivide en diferentes subcategorías, pero para el mercado de moda, estas son las principales. Así, la industria de la indumentaria utiliza modelos para los diferentes tipos de públicos; al mismo tiempo, esto permite que se subdivide nuevamente el público. La moda de alta costura siempre pasa a la clase baja siempre y cuando la élite ya no la desee. Así, pasa a ser producida industrialmente para homogeneizar; convierte a la clase social baja en una emulación del alta (172).

Aunado a lo anterior, los sujetos deben cumplir con ciertos rasgos físicos de acuerdo al grupo social en el que se desenvuelven, así como la manera de actuar y pensar, prácticamente generando un boceto de un “yo” individual ante los demás. Los nuevos estándares impuestos por los discursos del poder a través de las verdades estéticas, han promovido una suerte de discriminación entre clases sociales, como parte de una conducta negativa o parcial en virtud de pertenecer a una categoría o grupo (González,1999). Este “yo”, lo podemos ver reflejado en las formas presentativas de las verdades estéticas, que suelen estar sujetas a la fantasía del como vernos y entendernos a través de un espejo imaginario, impuesto por el mercado y esperando de los sujetos una expectativa de alcanzar algo no real de nosotros mismos: “pues nos muestra personas que resultan envidiables porque han sido transformadas y el *glamour* se construye a partir de la envidia” (Berger citado en Moreno y Rico, 2018: 173). Parte de esto, puede pensarse como una estrategia de un poder equiparable del capitalismo, que nos impulsa a construir e idealizarnos como esas imágenes que nos proyecta la publicidad, a través de estereotipos que ante nuestros ojos resultan bellos, y que al mismo tiempo nos generan cierta competencia con los demás por demostrar quien se acerca más a esas verdades estéticas, promovidas por las industrias de moda más renombradas en todo el mundo.

1.4. El cuerpo como verdad estética

Para contextualizar la importancia del cuerpo en la construcción social a través de la verdad estética, es oportuno analizarlo desde la sociología del cuerpo, por el cual se puede comprender la socialización entre individuos que conforman el entorno sociocultural, dotado de símbolos y significados a través de la corporeidad, por ello comenzaremos por preguntarnos: ¿Qué importancia tiene el cuerpo en el ámbito social?

De acuerdo con Le Breton (2002).

“El cuerpo, moldeado por el contexto social y cultural en el que se sumerge el actor, (...) es un medio que construye la evidencia de la relación con el mundo: la expresión de los sentimientos, interacciones gestuales-expresiones, y técnicas corporales con relación al sufrimiento” (7); por ende, para Foucault “resulta superlativa, desde lo más individual el cuerpo encarna un poder, un micropoder: este micropoder está en relación con otros micropoderes, y esta articulación se hace palpable en diversos campos, como por ejemplo: en el campo social, económico, político, cultural, entre otros” (Foucault citado en Sossa, 2011:4).

Es decir, el cuerpo se encuentra en constante construcción social, no solo por su movimiento natural, sino también por las emociones, sentimientos y pensamientos, creando un canal comunicativo y un lenguaje por el cual la corporeidad; es parte de nuestra existencia, ya que la percepción del mundo que nos rodea, la llevamos a la escena pública en función al cuerpo.

Ante esto, la corporeidad como concepto, “es considerada como la percepción individual del cuerpo, que permite al ser humano establecer vínculos emocionales mediante la corporeidad que es el origen de la comunicación y de la primera relación humana” (Pedraza, citado en González y González, 2010:176).

Por consiguiente, tanto las experiencias que se suelen vivir en el ámbito social, desarrollan la forma en la cual se adapta y percibe el cuerpo, forjando constantemente nuevas estructuras sobre la corporeidad.

El cuerpo como ideal de belleza o verdad estética en el ámbito social, ha marcado en las mujeres jóvenes y adolescentes, una tendencia a “verse bien” físicamente, orillándolas a practicar distintas técnicas o formas para adelgazar, modificando su estructura corporal para conseguir una mayor aceptación con los demás actores que comparten el mismo campo social. Los métodos más comunes sin estragos en la salud humana, no rebasan el hacer

ejercicio y las dietas saludables, sino que además existen factores que se desarrollan bajo las normas que rigen el consumo y la belleza, como valores inspiracionales en torno a una hegemonía estética y corporal donde los individuos normalizan los juegos del poder. Por consiguiente, me es preciso realizar la siguiente interrogante; ¿Quién transmite el ideal de belleza en la sociedad?

La idealización del cuerpo como verdad

Para responder a esta cuestión es necesario definir qué se entiende por *ideal*. Hillman (1994) menciona que

“La formación de ideales analizan principalmente los grupos de referencia a las personas con la que se produce contacto social en el proceso de socialización, cuyos valores o modelos de conducta pueden ser apreciados como ideales, de una manera consciente o inconsciente, por el individuo” (446).

Igualmente, la *belleza* se entiende como un conjunto de representaciones físicas como, la forma, el color, la línea, etcétera; son elementos atractivos de la naturaleza, es decir “la belleza es el aspecto constitutivo en la función social” (Fairchild,1944:24).

Ahora bien, tomando en cuenta ambos conceptos “ideal y belleza”, es pertinente responder a la anterior interrogante, en donde al querer alcanzar verdades estéticas o ideales de belleza, se piensa de una forma muy subjetiva, orientada a un comportamiento individual, ya que el cuerpo está sometido a relaciones de poder y se le ha otorgado un sentido al relacionamiento social. Evidentemente, los actores están bajo un control donde la belleza está íntimamente ligada al consumo, principalmente en sociedades desarrolladas desde el punto de vista del mercado.

De esta manera, la verdad se puede pensar que surge a partir de discursos donde los individuos aceptan como auténticos, ya que su principal objetivo de este discurso es producir políticas de la verdad; cada sociedad cuenta con su propio régimen de verdad, ejerciendo con ello el poder para controlar las conductas de los sujetos sin necesidad de recurrir a la violencia. Sin embargo, siguiendo esta lógica explicativa, el cuerpo está sometido discursiva y normativamente por el poder, dándole sentido al orden social, en términos políticos, culturales, económicos y sociales; y bajo estas condiciones surgen normas, leyes y estrategias, conduciendo a los cuerpos en una competencia de clasificaciones de normalidad

y anormalidad. Es así que, desde que nacemos, el cuerpo está sometido a un control ejercido por el poder, como parte de un sistema normalizador aplicado al cuerpo individual disciplinándolo, y a los sujetos regulándolos hacia una obediencia por hechos colectivos en función de la construcción social y cultural.

Ciertamente, el cuerpo forma parte de las relaciones de poder, sobre todo por el régimen biopolítico⁷, ya que el cuerpo es visto como una fuerza de producción que existe en función al sistema político, el cual facilita un espacio al sujeto, donde pueda trabajar, comportarse, adoptar ciertas conductas, etcétera (Moreno y Rico, 2018). Estas acciones pasan por el control de las fuerzas políticas, permitiéndole al cuerpo estar bajo normas impuestas por las instituciones dando como resultado un cuerpo sometido y dócil ante sus intereses.

Ahora bien, en el siguiente capítulo, se analizará la importancia del fenómeno a través del desenvolvimiento del cuerpo en la vida cotidiana, tomando como referencia el poder que se encarna en las sociedades modernas del aquí y el ahora, sobre la verdad corporal, que los sujetos han visualizado como normal, y el cómo se ha transformado el cuerpo en diferentes épocas de la historia, e inclusive manteniendo a un en la actualidad cierta significancia para acreditar que las personas cumplan con los estándares ideales de una belleza matemáticamente perfecta.

⁷ La biopolítica, conduce a un control de la propia conducta, esto se puede observar en (la escuela, fabricas, hospitales, entre otros), en estas instituciones el control-poder, de la conducta es incesante.

Tanto el biopoder como a biopolítica, son poderes que controlan la propia vida de los individuos, ejemplos: “prohibir el aborto”, “películas que nos muestran una vida perfecta pero un tanto ligada a lo imaginario”, y muy específico sería en el propio cuerpo la “sanidad” con el uso de gel y uso de cubrebocas, son solo algunos ejemplos que están relacionados con la biopolítica y el biopoder.

Capítulo 2.

LA CONSTRUCCION DE LA VERDAD CORPORAL

2.1. La fuerza del poder en el cuerpo.

El ideal de belleza como verdad estética en la construcción social, ha marcado una tendencia a perseguir un espejismo, que se nos ha vendido como verdad, a través de creaciones imaginarias que se han interiorizado en nuestra sociedad y mente de los sujetos, coadyuvando a la proyección de algo no real, que al mismo tiempo lo normalizamos y lo hacemos parte de nuestra realidad. El cuerpo, actualmente es un objeto moldeado, visto como una parte fundamental de nuestra identidad social, a través de una fuerte influencia por el poder biopolítico⁸ generado en torno a la corporeidad, el cual se entiende que es la forma de controlar y dominar a los seres humanos a través de discursos que se generan particularmente a través de los medios de comunicación.

Por ello, hace alusión Foucault sobre los discursos que el régimen acoge y hace funcionar como verdaderos: los mecanismos y las instancias que permiten distinguir los enunciados falsos, la manera de sancionarlos; las técnicas y los procedimientos que son valorizados para la obtención de la verdad; y el estatuto de aquellos encargados de decir que es lo que funciona como verdadero (Foucault citado en Sossa,2011:3).

Parte del contexto social, transmite modelos, que conllevan ciertas reglas sociales, donde se determina la integración a cierto grupo social, es así que el cuerpo toma importancia en las relaciones externas que recibe de las instituciones y de los agentes sociales dominantes. A su vez, el cuerpo se ve modificado, afectado o valorado de una forma muy concreta, mediante un proceso impuesto de socialización; es decir, ante los diversos acontecimientos que ocurren de manera constante en la sociedad, los medios de comunicación, las redes sociales, la moda, etcétera, trastocan en los sujetos una realidad que transmite su propia “verdad”, presentándola como parte de una “verdad” para todos. En otras palabras, “no hay verdad última de las cosas, sino funcionamiento de verdades ficticias” (Castro citado en Sossa,2011: 3).

⁸ La biopolítica es un concepto introducido por Foucault para describir las transformaciones de las formas de gobierno modernas, caracterizadas por el despliegue de todo un conjunto de tecnologías, prácticas, estrategias y racionalidades políticas que tienen como objetivo el gobierno de la vida (Foucault citado en Sossa, 2011).

En este sentido, la percepción que solemos tener de uno mismo respecto a nuestra imagen corporal, da lugar a algo ya “idealizado”, impulsando la búsqueda de una perfección que en realidad ningún individuo posee, pero los sujetos lo normalizan como real y buscan aproximarse a ello a través del consumo de accesorios, terapias físicas y sometimientos quirúrgicos, permitiendo modificar ciertas zonas del cuerpo, rostro, o prácticas como: dietas, ejercicios, trastornos alimenticios, etcétera, que proyectan en los individuos una idea ligada a la verdad corporal, que lo estético y lo bello son sinónimos de “lo aceptable” para el poder que se ejerce en distintas sociedades.

Se debe agregar, que los métodos más comunes sin estragos en la salud humana, no rebasan el hacer ejercicio y las dietas saludables. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), “llevar una dieta sana a lo largo de la vida ayuda a prevenir la mal nutrición en todas sus formas, así como diferentes enfermedades no transmisibles y trastornos alimenticios.” (Organización Mundial de la Salud, 2021: s/p). Precisamente, ante esta noción, la cultura del consumo está fuertemente contrapuesta a una verdadera cultura del ser humano; es decir, se podría entender cómo, un deterioro del estado de bienestar, y por supuesto un nuevo orden mundial cuyos efectos, son transferibles a la vida cotidiana con una inmadurez sin precedente, llevándonos a un estado sólido, donde la cultura como herencia social, le ha permitido a los sujetos el establecimiento de los valores bajo un comportamiento individual, aceptándolos como verdades indiscutibles sin protestar. Ya que constantemente nos bombardean desde el poder de los medios con los valores transmitidos en las escuelas y otros medios ideologizantes con discursos que generan un poder sobre el cómo deberíamos de actuar, caminar, comer, etcétera, para mantener un cuerpo y una apariencia envidiable para los demás. Una especie de carta de presentación a la que se adapte el cuerpo, persistiendo como una vigilancia incesante, por los medios tecnológicos en los cuales estamos expuestos todos los días, y a ser juzgados por la apariencia física o aceptados con un “me gusta”, es así que se determina, lo bien visto ante el ojo humano, que se concibe en observador y objeto observado, como juez de la apariencia física.

Consecuentemente, el poder se encuentra en el hombre mismo, no es algo externo que lo oprima o esclavice. En tal sentido, el razonamiento al poder, no consigue ser clasificado como algo bueno o malo, ya que el poder se esboza como una extensa red de relaciones. No existen explotados, porque el poder no es una propiedad, vale decir, no es algo de exclusividad de una persona o de un grupo determinado (Sossa,2011:4).

Por consiguiente, es pertinente exponer que en la actualidad tanto la reflexión crítica, como los valores se han ido desvaneciendo, ya que el impacto que ha generado el consumo como parte fundamental del capitalismo, se ha encargado de diluir entre lo que es real y lo que es imaginario, dando por bueno el rechazo de todo lo que no engrana en el aparato social. “El poder es una fuerza que en esencia es productiva, (...) en la conducta de los individuos. Es siempre ejercido en una relación y todas las personas poseen poder” (Sossa, 2011:4). Evidentemente, los valores que recrean los seres humanos, se le han adjudicado a una nueva cultura física, una nueva forma de actuar y de sentir.

Es en este sentido, que el cuerpo nos habla de nuestro propio éxito o fracaso ya que parte de esta lógica, el consumo se muestra ante nosotros como la vía perfecta, para una mejor autoestima y por consiguiente el éxito social. Ante ello, la importancia del cuidado estético resulta una competencia con los demás, a base de esfuerzos y privaciones, que conlleva al éxito rápidamente, además de un mundo más acomodado, al alcance de todos y vanguardista donde lo bello, lo sano, y aceptable, sea lo más *chic*.

Aunado a lo anterior, “La transformación del sistema de producción y acumulación capitalista, ha generado un tipo de discurso social, en el que el consumo es uno de los principales mecanismos de integración social, estas relaciones de fuerzas, o de poder, son estratégicas, difusas, determinan singularidades y subjetividades” (Sossa, 2011: 5). El discurso que coloca el poder en las sociedades, en cuanto a la verdad estética del cuerpo y la apariencia física, es el mantenerse *joven*, “ya sea con la asistencia de la cirugía o del ejercicio físico, aunado a todos los accesorios que son posibles de comprar, han proporcionado un mercado distinto; el de la belleza como la gran mercancía” (Sossa, 2011: 9), dicho aspecto se ha vuelto una lucha constante en nuestros días; parte del discurso capitalista, es: *mientras más consumes productos que garanticen alcanzar la tan apreciable verdad estética, tu juventud perdurará, y tu delgadez te permitirá mayores posibilidades de aceptación en el entorno social.*

Por ende, un ejemplo claro de la fuerza del poder es, la publicidad que nos muestra un paradigma⁹ de lo deseable, el mercado ofrece los recursos para dirigirse a una meta sin fin, porque dentro de la sociedad de consumo dichas verdades estéticas alimentan a los individuos para alcanzar un ideal de belleza, ya que siempre aparecerá una meta nueva que sostenga los mercados económicamente.

Tanto en la publicidad como en la vida, queremos poses brillantes, queremos exteriorizarnos; pero en la vida, buena parte de la película carece de interés, En todo caso, posamos para una fotografía, o cumplamos un verdadero acto ritual, nos entregamos a una misma representación ideal de carácter comercial que se supone describe la realidad de las cosas (Goffman,1991, 168).

Los medios de comunicación, entre otros, son creadores de ciclos donde la publicidad forma verdades estéticas de belleza y cuerpo, representando un discurso oculto del poder, que funciona como estrategia para los publicistas, los diseñadores, las grandes industrias del mercado de la moda, para vender sus productos; ya que, de antemano, la imagen de un modelo con una apariencia estética bien definida, tiene más posibilidades de que la campaña sea un éxito y por lo tanto mayores ganancias. Turner¹⁰ señala que “dentro de la cultura del consumidor el cuerpo es proclamado como un vehículo del placer: es deseable y deseoso, y cuanto más se aproxima el cuerpo real a las imágenes idealizadas de juventud, salud, belleza, más alto es su valor de cambio”. Por ello, no podemos olvidar que los medios de comunicación definen nuestra sociedad, ya que son parte mediadora, entre los actores sociales y la concepción de nuestro propio mundo. Si bien, la publicidad como parte del mercado, nos crea necesidades, nos impone modas, y también nos impone conductas como parte de nuestra vida normalizadora.

Finalmente, es necesario poder comprender que parte de nuestras vidas han sido devoradas y transformadas a través de verdades proclamadas por el capitalismo, haciendo de ello que el cuerpo sea catalogado como un producto, y a la vez remunerador de las grandes industrias de belleza, a niveles inimaginables, es por ello, que en algunos casos, cuando nos

⁹ Un paradigma constituye no un simple modelo, a modo de “copia”, “patrón” o “muestra “de algo que es real, sino, mucho más que eso: un paradigma es un modelo ejemplar, es decir, perfecto de tal modo que se ha de considerar digno de ser seguido e imitado (Platón citado en González, 2005:19).

¹⁰ Citado en Sossa (2011)

encontramos en la realidad cotidiana, podremos observar como este culto al cuerpo, no se le ha dado una perspectiva madura ante la construcción de la corporeidad, sino más bien se le ha dotado una forma única y convencional de belleza física.

2.2. La verdad estética y el cuerpo

Con el paso del tiempo la sistemática construcción de verdades estéticas, ha tenido un gran efecto en los cuerpos de los individuos, y distintas consecuencias en la vida de los mismos. Las diversas proyecciones respecto a las verdades corporales en la historia, se han visualizado mediante los artistas plásticos haciendo alusión al ideal de belleza, platónica o real, tanto de mujeres y hombres, mostrando una belleza inigualable y representativa de cada época. Aunque, ciertamente, hoy en día la belleza tiene otro contrapeso, designando al éxito profesional y social, en el cual, constantemente el cuerpo funge como parte esencial dentro de los mecanismos que ejerce el poder a través del consumo.

Como se ha expuesto anteriormente, la belleza no es una cualidad, sino más bien es trascendental, y se le reconoce como tal de acuerdo a la región, grupo social y época. “El cuerpo es una falsa evidencia: no es un dato evidente, sino el efecto de una colaboración social y cultural” (Le Breton, 2002:28), desde la percepción del pueblo, en un periodo determinado de tiempo, es por ello que el cuerpo estético es el resultado de la interacción de la cultura, la economía, la política, la religión, etcétera

Sin embargo, los medios de comunicación son los que han tenido mayor influencia década tras década en los individuos, creando cánones de belleza muy alejados de la realidad, con un peso y una talla que parecieran inalcanzables; como vemos en la televisión, las revistas, los espectaculares, hacen alusión a la belleza estética, bombardeando a los espectadores con imágenes de mujeres y hombres, que han alcanzado supuestamente la realización de una verdad estética ligada a la perfección, con proporciones corporales impresionantes según el paradigma difundido en el imaginario social; entes generadores de la construcción de estereotipos con una perspectiva distorsionada e imaginaria de la realidad.

El cuerpo como construcción cultural, en esta época hay que manipularlo para venderlo. Es un objeto palpable que posee influencia y por lo tanto se le comercializa. De esta forma se

explica el que para muchas mujeres hoy en día ser bellas se convierta en una fuente de ingresos. El físico en su puesta en escena actual, funciona según las leyes de la economía de los discursos; el individuo debe tomarse a sí mismo como objeto, (...) que puede instituirse como proyecto económico de rentabilidad (Sossa, 2011: 9).

Parte de esta lógica hace pensar a los individuos que hay que ajustarse y someterse a los modelos que acaparan las miradas como una imposición, muchas veces racional, o inconsciente, pero de alguna manera siempre se enfatiza el defecto y la desventaja de no cumplir con las verdades estéticas o los estereotipos. Cabe señalar, que “la exigencia patriarcal es que los cuerpos deben exponerse, están sexualizados¹¹, objetivados. El poder atraviesa los mandatos” (Pasquinelli citado en Iglesias, 2020, s/p). Pensemos, un poco en los movimientos de mujeres que se han popularizado hoy en día, han sido el blanco de la tiranía de los cuerpos desde hace tiempo atrás, con el negocio de productos embellecedores; que evidentemente deben seguir funcionando y vendiendo modelos a alcanzar, es un poco irónico el pensar que esta manera de persuadir a los individuos con el discurso y las imágenes no cambiaran, ya que las verdades estéticas seguirán reproduciéndose porque es una estrategia inherente del capitalismo (Iglesias, 2020).

Justo ante esta noción, el cuerpo ha sido recreado visualmente también como una forma de manifestación ante las sociedades en las que todavía persisten relaciones de poder en la sociedad patriarcal¹², que muestra un panorama de dominación/subordinación, ciertamente la dominación se ve contrapuesta en los roles que suelen desempeñar las mujeres tanto en la esfera pública como la privada, que se presenta casi en como una victimización, lo cual impide visualizar ciertos poderes que son limitados para plantear dichas relaciones. Aunque, un claro ejemplo de ello, podría ser la iglesia que representa un cierto control sobre los cuerpos en las mujeres como parte de la sociedad patriarcal donde, recordemos que la mujer es la “representación del pecado en la tierra” (Madoo y Niebrugge, 1997:369). Pero, **¿En qué se basa dicha analogía?**, primeramente, para contextualizar dicho análisis e

¹¹ Foucault ha identificado al cuerpo y la sexualidad como lugares propios del despliegue del poder en las emergentes sociedades (...). Uno de los mecanismos del poder fue la construcción del sexo como punto central de la identidad, que se volvió más demandante durante la liberación sexual (Coral, 2010: 388).

¹² Por patriarcado se entiende: A la organización jerárquica masculina de la sociedad y, aunque su base legal institucional aparecía de manera mucho más explícita en el pasado, las relaciones básicas de poder han permanecido intactas hasta nuestros días (Eisenstein citado en Villareal, 2001: 2).

incorporar lo anteriormente plasmado entre líneas; la iglesia nos ha vendido una verdad en la que Eva desobedece la ley de dios, al comerse la manzana del pecado, y de igual manera induciendo a Adán a morderla; parte de esta lógica narrativa, sucede con las verdades estéticas, la manzana es como si fuera la tentación de la proyección de los estereotipos, eso que se anhela alcanzar a través del consumo, estereotipando la estética y la corporeidad en los individuos.

Mientras tanto las leyes, las normas, las estrategias, etcétera, de Dios son los discursos del poder girando entorno al aspecto físico y corporal de los sujetos; por último, Adán y Eva, son la representación de la sociedad, que se encuentra observada, manipulada, controlada, ante el juego del poder ejercido por el capitalismo. Es por ello, que, al no estar en tendencia con las verdades corporales o estéticas, no formamos parte del entorno social que se le podría catalogar, como el “paraíso” de lo menester para el consumo.

Dicha analogía, se puede observar en la imagen siguiente la cual nos muestra que el mercado siempre está situado en una línea recta, donde le dará mayor difusión a una imagen femenina, para que la mujer tenga una necesidad de consumir constantemente; ya que se podría considerar más persuasible a las tentaciones de las verdades estéticas. Con ello, no quiero decir que los hombres no caigan ante los placeres del capitalismo por alcanzar un estereotipo de belleza, simplemente que para vender más productos como: ropa, comida, centros para esculpir el cuerpo, entre otros, deben promover una imagen que proyecte simpatía, luz, juventud, una melena larga-brillante, que desborde deseo, sensualidad y atracción; y ante eso la mujer, es un arma masiva que puede penetrar en la mente de los hombres, llevándolos a un inconsciente donde deben verse bien, también para ellas.



Imagen 1. Rol de la mujer en la publicidad argentina, (s/a).

No cabe duda, que la belleza está al alcance de quien la quiera consumir, y quien la posee, es porque ha logrado llegar al éxito a través de su cuerpo y físico. Cuantas veces los mismos individuos han sido verdugos de su propia apariencia por no encajar dentro de los estándares de belleza, que el mismo contexto social ha sido el ojo ocular de dichas conductas normalizadoras, que forman parte de nuestros días.

2.3. Ciclos históricos de la verdad corporal

A través de los años, los estereotipos de belleza fueron transformándose de acuerdo a la época y cultura de cada sociedad; hoy en la actualidad, podemos observar que las verdades corporales, han cobrado más interés entre hombres y mujeres, orillándolos a realizarse ciertas modificaciones en su aspecto físico, para mantenerse con una apariencia más joven, a un que no siempre el ideal de belleza es el mismo que conocemos en nuestros días. A continuación, se presenta la historia de las verdades estéticas, como un parámetro del fenómeno con respecto a la apariencia física y corporal que ha dejado cada época y cultura, así como también empezó a cobrar auge el consumo con la aparición de las cirugías plásticas, para la construcción de un ideal de belleza.

El concepto de belleza es ancestral y se ha ido desarrollando en las entrañas mismas del cerebro humano, así como también en las diferentes sociedades, Santo Tomás de Aquino “define lo bello como aquello que agrada a la vista, es decir, como aquello cuya contemplación agrada” (Felip, 2015: s/p). Históricamente, se sabe que el sentido de belleza es innato y ha existido desde la creación del hombre, al igual que las modas y las costumbres, los estereotipos de belleza femenina y masculina han tenido una marca de evolución a través de los siglos, hemos pasado a venerar cuerpos regordetes y con una piel de porcelana, hasta cuerpos escuálidos con la piel pegada al hueso, verdades estéticas impuesta por las grandes industrias de la moda, con publicidad que impacta en los individuos de forma significativa. Sin más preámbulos, empecemos con la contextualización de los ciclos de la verdad estética y corporal:

La Prehistoria (40.000-5000 a.C.)

En la época prehistórica y más concretamente en la edad de piedra, ya existía un estereotipo de belleza sobre las mujeres, puesto que en aquellos tiempos lo más importante para las personas era la supervivencia y el crecimiento de los asentamientos nómadas (Zabalegui, 2017), gracias a ciertas muestras escultóricas que han pervivido de aquellos tiempos, hoy podemos decir que posiblemente los hombres ya desde la prehistoria preferían a las mujeres de grandes senos y caderas anchas; puesto que esta condición se asociaba a la fertilidad, la abundancia y a la capacidad de parir y criar hijos sanos y fuertes. Esto se demuestra, gracias

Imagen 2.1. Venus de Willendorf, de 30.000 años.



Imagen 2.1.1. Relieve de la Venus del cuerno, s/a.



a los descubrimientos arqueológicos de las diferentes esculturas denominadas Venus de Willendorf o diosas de la fertilidad femenina que se han encontrado (Zabalegui, 2017). Claras muestras, donde se han logrado apreciar todos estos rasgos son la Venus de Willendorf o el Relieve de la Venus del cuerno.

Antiguo Egipto (2955-332 a.C.)

Para los antiguos egipcios, la belleza consistía en armonía, perfección y frontalidad; el cuerpo humano, debía estar armónicamente proporcionado, utilizando el puño como unidad de medida, de esta manera codificaban la estatura perfecta de las personas, en 18 puños, 2 para el rostro, 10 desde los hombros hasta las rodillas y los 6 restantes para las piernas y los pies (Eco, 2010:15). En consecuencia, una mujer o un hombre eran bellos si medían 18 veces su propio puño, estando debidamente proporcionados como lo establecía la verdad corporal. Por consiguiente, las mujeres debían ser delgadas, con pequeños miembros, pero de caderas anchas, pechos pequeños y torneados, enlazando su belleza mediante joyas y bisutería (Zabalegui, 2017). Su preocupación por mantener el cuerpo lo más perfecto posible, las llevó a conocer muy bien la naturaleza, para obtener de ella todos aquellos productos que les ayudarían a conseguirlo.

La higiene corporal era un sinónimo de belleza, por lo que dada la climatología del lugar se duchaban varias veces al día, lo que llevó consigo un ritual de belleza antes durante y después del baño, mediante la utilización de aceites y ungüentos (Eco, 2010). No solo trataban de conseguir la belleza física mediante los cuidados del cuerpo, sino que utilizaban diferentes métodos para decorarlo; es aquí donde se encuentran los primeros indicios del maquillaje, tanto las mujeres como los hombres utilizaban maquillajes rústicos sobre todo en los ojos, los cuales los llevaban perfilados de negro, no solo para mejorar su apariencia física, sino también para hacer alusión al dios Horus (Zabalegui, 2017).



Imagen 2.1.2. Maquillaje de Cleopatra carnaval, 2022.

Grecia (800 a.C. 200 a.C.)

El ideal estético del mundo clásico, se fraguó en la antigua Grecia sobre todo a partir de la escultura, la belleza se concebía como el resultado de cálculos matemáticos, medidas, proporciones y cuidado por la simetría. Umberto Eco en su libro “La historia de la belleza”, menciona que con “Pitágoras nace una visión estético matemática del universo” (Eco, 2010: 12), pues decía que las cosas se extienden por que están ordenadas y están ordenadas, porque en ella se cumplen las leyes matemáticas, que son a la vez condición de existencia y belleza (Eco, 2010).

En Grecia se entendía el cuerpo humano como ideal de belleza, en que todas las partes deben guardar una proporción armónica entre ellas, en el siglo V antes de cristo, Policleto establece que el cuerpo humano para ser perfecto, debe medir 7 veces la cabeza. Sin embargo, un siglo después esta medida aumenta a 8 (Eco,2010) estos cánones de belleza se demuestran sobre todo a través de la escultura la cual sufre diferentes evoluciones en los periodos artísticos griegos: el Arcaico, el clásico, y el Helenístico (Eco,2010).

Aunque, la belleza tanto en hombres como en mujeres se basa en la simetría, hay algunas diferencias en el ideal femenino y masculino; las esculturas femeninas resaltan a mujeres más robustas y con una sensualidad inigualable; al igual se pueden apreciar que sus ojos eran grandes, la nariz afilada, la boca y las orejas ni grandes ni pequeñas, las mejillas y el mentón ovalados. Esto daba un perfil triangular, el cabello por su parte, casi siempre era ondulado y detrás del cabeza llevado, los senos eran pequeños y torneados; estas características se encuentran presentes en obras como la Venus de Milo (Eco,2010). En cambio, el ideal masculino estaba basado directamente y exclusivamente en la estética de los atletas y gimnastas, puesto que a los atletas y dioses se les atribuía cualidades comunes: el equilibrio, voluntad, valor, control y la belleza; un claro ejemplo es la representación de Doríforo de Policleto, una construcción de verdad estética de la Grecia antigua.

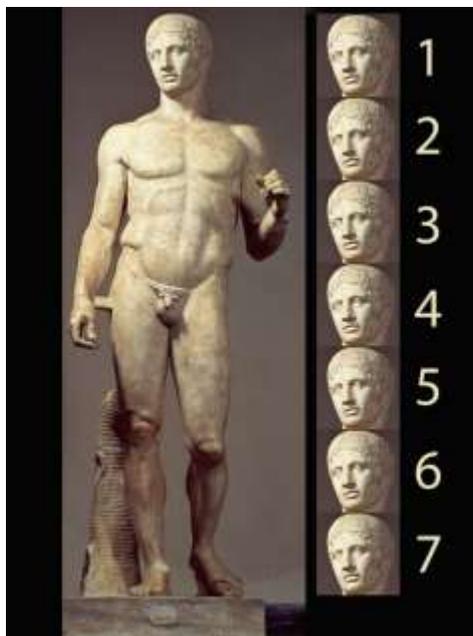


Imagen 2.1.3. Ochoa, B. (2015), Obra representativa por Doriforo de Policleto estereotipo de belleza en el hombre.

Cristianismo y Edad Media (s. x-s. xv)

La belleza dependía de la intervención de dios como consecuencia de la influencia del cristianismo, era una época controlada por la iglesia católica, escolástica, y la filosofía aristotélica, ya que se pensaba, que todo estaba en unidad a dios y que cualquier cosa brotaba de su divina providencia, así que la belleza también provenía de dios (Eco, 2010). La belleza física era una cualidad, pero también podría marchitarse con el tiempo, lo que en realidad permanecía, era la belleza espiritual, es decir la pureza del alma (2010), ante esto, nos encontramos con un ideal de belleza impuesto por las “invasiones bárbaras, las cuales mostraban la belleza nórdica de ninfas y caballeros” (Zabalegui, 2017: s/p).

Las mujeres, se presentaban rubias de tez extremadamente pálida y extremidades largas y delgadas, con caras ovaladas, pechos pequeños y caderas estrechas, ojos y nariz pequeños y con unos labios carnosos y rozados. Los hombres eran representados como caballeros guerreros del mismo estilo, que nos encontramos en las novelas románticas, pelo largo como indicador de fuerza, debilidad y libertad, que llevaban los pueblos del norte para desafiar a sus reyes, la descripción responde a la de, “un caballero con armadura alto y

delgado, fuerte y vigoroso, esbelto con pecho y hombros anchos, para aguantar la armadura, piernas largas y rectas como señal de elegancia y porte, manos grandes y generosas como símbolo de habilidad con la espada y masculinidad” (Zabalegui, 2017: s/p)

Se destaca, el completo desuso del maquillaje, ya que el hombre de la edad media, rechazaba cualquier tipo de manipulación a la naturaleza, pues este es un ámbito que depende por completo de dios, el hombre no tiene ningún derecho a modificarla, además la piel es específicamente significativa; recordemos que la tez blanca es uno de los símbolos de este canon estético, convirtiéndose una representación de pureza en la mujer.

Las vestimentas femeninas de la Edad Media, eran extremadamente recatadas, “el cuerpo solo y en exclusivo caso de la mujer se convierte en un instrumento de provocación y de pecado” (Zabalegui, 2017: s/p), gracias a esto tenían que vivir dominadas por unos extremos códigos de vestimenta.



Imagen 2.1.4. Belleza Nórdica y Moralidad Cristiana en la Edad Media, del siglo V-XV.

El Renacimiento (s. xv- s. xvi)

El renacimiento tiene un estereotipo de belleza semejante al del mundo clásico, que se basa sobre todo en la armonía y en la proporción. No podríamos hablar de la belleza renacentista sin mencionar a Leonardo Da Vinci, quien mostro las proporciones más armónicas de todas las partes del cuerpo con el nombre de “*Vitrubio*”, en el, el ombligo era el punto central

natural del cuerpo humano y el centro la circunferencia y del cuadrado que se inscribe el cuerpo del hombre extendido” (Eco,2010:83). Y en él, se representan las proporciones que tiene el cuerpo del hombre, estas reflejan la máxima belleza y perfección, es decir, la belleza divina.

Las características femeninas, quedan marcadas en el nacimiento de Venus de Sandro Botticelli y en cuanto a las masculinas, El David de Miguel Ángel (Eco,2010). Encontramos diferencias con épocas anteriores en cuanto a la vestimenta ya que es bastante ostentoso, a

pesar de eso a los renacentistas en su afán por mostrar perfección corporal, les gustaba mostrar la desnudes de los cuerpos en muchas de sus obras.



Imagen 2.1.5. El hombre de Vitrubio el dibujo más conocido.



Imagen 2.1.6. El nacimiento de Venus, (1485).

Barroco y Época Victoriana (s. xvii – s. xix)

La época del barroco estuvo caracterizada por ser *la edad de la apariencia y la coquetería*. Las cortes europeas enfatizaron su poder mediante la forma de la apariencia y la fastuosidad, lo que más destaca de esta época es el uso de perfumes, maquillaje, lunares postizos o pintados, peinados y vestidos muy pomposos, prendas de vestir como corsés muy ceñidos al cuerpo, encajes, zapatos de tacón y joyas (Zabalegui, 2017). Evidentemente, se puede clasificar a este periodo como la época de la coquetería y la pomposidad. No en vano, es aquí donde nace la palabra “maquillaje”, la cual se extendió en varias partes del mundo, en muchas ocasiones se le catalogó como sinónimo de truco y engaño, por lo que el ideal de belleza femenino, puede clasificarse como bastante artificial, en cuanto al aspecto físico se puede notar, bajo los ropajes, cuerpos más rellenitos a diferencia de épocas anteriores, pechos más prominentes por el uso de los corsés, caderas anchas y cinturas diminutas y brazos redondeados y carnosos, la piel blanca sigue siendo un referente de belleza. Por lo tanto, en los hombres se destaca mucho su cabellera, muchas veces con peluca, la piel muy blanca y las mejillas rosadas, por encima de todo, unos trajes untuosos e infinitas capas.



Imagen 2.1.7. Significado del lunar, castidad y soltería, formaba también parte de los cánones de belleza.

Siglo xx

En los comienzos del siglo xx, se formó el ideal de la *chica Gibson* un personaje de caricatura que representaba el ideal femenino por aquellos años, convirtiéndose en un estereotipo o verdad estética, a seguir por la mayoría de las jóvenes; estas debían ser de pecho erguido, caderas anchas y pompas sobre salientes, además de sumisas y obedientes (Zabalegui, 2017). En esta época el modelo masculino es más marcado, fuerte y seguro de sí mismo.



Imagen 2.1.8. "Chicas Gibsons" catalogadas como las mujeres más sofisticadas y sexys.

Los años 30s y 40s

Los hombres de esta década siguen manteniendo las características principales de la década anterior, con la llegada del cine sonoro, se agrega a los atributos masculinos un cierto tono de voz grave, sensual y deseable. La mujer poco a poco se va haciendo menos inocente y desinhibida incluso se hace un poco más mala, apostando por unos ojos oscuros y una mirada intensa, Dolores del Rio, fue una de las grandes estrellas de televisión que plasmo un ideal de belleza en ese entonces.



Imagen 2.1.9. Dolores del Rio, la primera latina que conquisto Hollywood.



Imagen 2.1.10. Estándares de belleza masculina.



Años 50s

La exuberancia femenina, se apodera de las pantallas, curvas arcadas, voluptuosidad, piernas infinitas, huesos bien forrados, cabellos rubios, pero a su vez cuerpos pequeños y delgados, empiezan a causar furor (Zabalegui, 2017). Un ejemplo de ello, son las niñas con cuerpo de mujer tipo *lolita*. En estos años los hombres rudos se empiezan a extinguir a favor de los hombres estéticamente más bellos, salvo a la excepción de galanes peligrosos y salvajes como James Dean, en *Rebeldes sin Causa*.

Imagen 2.1.11. La sexy década de los 50s.





Imagen 2.1.12. James Dean, estereotipo de belleza en las generaciones

Años 60s y 70s

Se pone de moda la minifalda y la delgadez extrema, imponiéndose en esta época la revolución sexual y el movimiento feminista, que recobro importancia la corporeidad como una dimensión importante, el cuerpo es colocado en escena por la contra cultura como lugar de transgresión de delirio y de trance, a través de experiencias con drogas y sexo. En esta década surgen dos modelos masculinos con evidentes diferencias, el primero un tanto feminizado y unisex, el segundo, se observa el *macho man*, una especie de *latín lover* con barbillas, bigotes, pelo en pecho y de más elementos que expelían testosterona (Zabalegui, 2017).

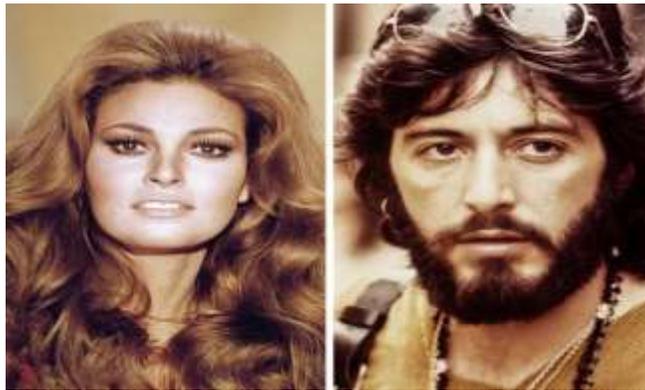


Imagen 2.1. 13. Estereotipos de mujer y hombre.

Años 80s y 90s

En los 80s, los cuerpos femeninos se van adelgazando, estilizando, y los pechos cada vez van cobrando más protagonismo en el cuerpo de las mujeres. La cirugía estética es cada vez más

popular y ayuda a moldear los cuerpos de las que se quedaron en el camino, destacan las melenas oxigenadas, las pieles morenas y las prendas que dejan muy poco a la imaginación. Surgen modelos masculinos de gran belleza física, incluso con rasgos femeninos. A finales de los 80s, empiezan las primeras apariciones de las *top models* como Naomi Campbell, las cuales mostraban un cuerpo delgado y con una altura de 1.70, que las hacían lucir un tanto alejadas de las mujeres reales.

Por consiguiente, en los años 90s, se empieza hablar de bulimia y anorexia, trastornos alimenticios, producto de la verdad corporal, mostrando una belleza imposible de alcanzar, y reinante en muchas mujeres que pretendían alcanzar la delgadez extrema, todo ello llegó de la mano con la modelo Kate Moss, mostrando un aspecto enfermizo y desarreglado, que para muchas chicas resultaba una imagen perfecta de belleza. Con el paso del tiempo aparece la figura de *los ángeles de Victoria Secret*, con un desfile que acaparaba la atención de muchos aficionados a la marca más influyente de moda en lencería, con modelos que impactaban por su belleza y sensualidad. Esta pasarela, impresionaba tanto a mujeres como hombres por igual en todo el mundo, ya que contaba con una transmisión en vivo con más de 3,000 millones de televidentes en tiempo real, deleitando sus pupilas con prendas que impactaban también a los presentes. Esta marca, se consideraba un evento muy importante dentro de la moda, por ello, un aspecto importante, es que las modelos, que aparecían en él, estaban muy cotizadas, haciendo de ellas un producto estético, ya que cada una tenía un precio diferente, y esto se definía, por las regalías que daban a ganar a la marca. Por consiguiente, se consideraba todo un referente a seguir, posicionándose una verdad estética o ideal de belleza, desde sus inicios, el 1o de agosto de 1995, hasta el 8 de noviembre de 2018.

De acuerdo con el diario *The New York Times* (2021), el último desfile fue uno de los más importantes e impresionantes, ya que alcanzó niveles inimaginables de *rating* en todo el mundo, generando aproximadamente 7000 millones de dólares en ventas anuales, comprando legitimidad al mundo de la moda y a los seguidores de la industria. Aunque este desfile, no ha desaparecido por completo, hoy en día ha optado por las plataformas digitales, y las redes sociales, haciendo de estas herramientas una fuente principal de capital y difusión para los consumidores, con diseños más versátiles e innovadores, perpetuando en la mente de los

individuos con imágenes manipuladas e incesantes de poder que traspasa la vida real. Pero no es la única marca o industria, que ha impulsado un ideal de belleza, han existido varias estrategias, donde los sujetos, estén sumergidos en un mundo imaginativo de las verdades estéticas; más bien nos encontramos en una época en la cual nos bombardean con imágenes estereotipadas, a través de todo tipo de acciones como el cine, la publicidad o las redes sociales.



Imagen 2.1.14. Canon de belleza predominante de la época de los 90s.

En la actualidad

Si creíamos que las mujeres ya no podían estar más delgadas y operadas estábamos equivocados (Zabalegui, 2017). Una nueva generación de modelos empujados por las grandes firmas y diseñadores de moda, han plantado un canon de belleza femenina demencial e insano, pareciera que a un no ha terminado de gobernar el estereotipo, de la mujer super delgada y con rasgos fuera de lo común. Esto también, se debe a que los mensajes de los medios siguen presionando principalmente a las mujeres para que transformen sus cuerpos. Las plataformas digitales que se utilizan para promover este consumo, a través de los *más* media, están cambiando a la sociedad y a los sujetos persuadiéndolos con un actuar intencional de lo que espera el sistema de ellos.

En la redes sociales las personas pueden elegir qué tipo de contenidos, verdades estéticas y corporales seguir, a través de plataformas como Instagram o Facebook una esa información y alimentan con ella un ente que mediatiza el contenido que los usuarios ven.



Imagen 2.1.15. Verdad estética y corporal en la actualidad, promovida por las grandes marcas de diseñadores.

En la actualidad, hay una tendencia o estereotipo, el cual es una mezcla de delgadez y musculatura que se le denomina cuerpo *fitspiration* o inspiración, un cuerpo que se define esculpido por los aparatos del *gym* y una alimentación a base de suplementos, que conllevan a un aumento notable en algunas áreas del cuerpo. A través de fotografías y videos, son vistos que las mujeres tienen glúteos enormes acompañadas de una cintura pequeña, con un marcado abdomen y bien definido, pechos sumamente redondos y firmes; de este modo, parece que están promocionando el ejercicio sano, pero si se analizan las verdades estéticas mediante las imágenes, se puede observar que muchas veces incluyen mensajes que se centran en la imagen del cuerpo y en nada más.



Imagen 2.1.16. Cómo está cambiando el fitness el cuerpo de las mujeres.

Como hemos visto a lo largo de los ciclos de las verdades estéticas, las mujeres han estado en el ojo del huracán, ya que se les ha ido fomentando ciertas modificaciones en su aspecto físico y corporal. Es por ello que en los últimos años las mujeres han conseguido un gran avance en la sociedad; sin embargo, parece que los medios más les presentan imágenes de verdades estéticas crueles y nada flexibles. Por ende, los medios son generadores y alentadores, socialmente aceptados, de valores a través de imágenes que no están aisladas del contexto social y cultural. Los medios de comunicación difunden y crean estereotipos culturales, algunos de los cuales giran alrededor de una sobre estimación de la imagen corporal. Por consiguiente, la publicidad en absoluto es ajena al poder que cuentan los medios, ya que tiene una gran influencia a la hora de persuadir para que se consuma un producto, y a la vez es un medio que transmite estereotipos y valores que la sociedad imita para que los individuos trabajen en ellos y así conseguir el cuerpo perfecto, logrando sentir la felicidad que genera el alcanzar la verdad imaginativa corporal.

2.4. *Heroin Chic*: una tendencia al cuerpo delgado

El alcanzar una verdad estética a través de un cuerpo definido y estético, se ha vuelto una necesidad constante en nuestros días, sobre todo en personas adolescentes y jóvenes, como una forma de aceptación dentro de la sociedad. Este fenómeno empezó a cobrar más interés en la década de los 90s, cuando se hizo más visible el poder que generaban las manifestaciones corporales en cuanto a las emociones, la estética y el consumo, mediante técnicas y formas drásticas para modificar el aspecto corporal o transformar lo natural del rostro, generando cierta satisfacción e inclusión con los demás; el cuerpo es una construcción social dotado de información por medio de su estructura y conformación de mensajes no verbales, como un mecanismo visual que no necesariamente requiere de palabras, sino el cuerpo por esencia misma transmite significados.

Aunado a lo anterior, una tendencia que describe el auge de tener un cuerpo sumamente delgado, una apariencia demacrada, y un aspecto enfermizo, es la llamada corriente estética “*Heroin Chic*” en español heroína chic, que se popularizó entre las jóvenes en la década de los 90s, la cual recobro un imperativo estético como un aspecto de la moda a la música y al cine (Vanity Fair , 2017). Es importante dejar en claro que la moda como componente esencial del cuerpo, forma parte de la construcción social, con tendencias que influyen en la individualización y homogeneización del sujeto, por parte de la industria textil, los discursos de la belleza física, la publicidad, las redes sociales para la aprobación de la autoimagen corporal, etcétera, intervienen en función al régimen y consumo. Ante esto, surge la siguiente interrogante; ¿Qué función cumple la moda en la construcción social del sujeto?, en primera instancia se debe dejar en claro que la moda, vista desde la lógica reflexiva de Simmel (1934) “la moda es imitación de un modelo dado. y satisface así la necesidad de apoyarse en la sociedad; conduce al individuo por la vía que todos llevan, y crea un módulo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla” (144).

Parte de esta lógica, esta meticulosamente ligada con la imitación donde el individuo, imita la imagen corporal, presentada como verdad estética incitando una exigencia hacer originales, y una cierta clasificación entre sociedades originando un producto dentro del grupo (Simmel, 1908). “Las instituciones, por el hecho mismo de existir, también controlan el comportamiento humano” (Berger y Luckmann, 1968: 74). Por ello, los individuos están

obligados a seguir el régimen de los discursos en una constante vigilancia sobre el propio cuerpo, que vaya acorde con el consumo, con esto me refiero alcanzar el peso ideal, una apariencia ideal, en pocas palabras un ideal de belleza con un comportamiento ideal, es el eslogan que acapara el consumo, a una ruta de perfección y reconocimiento para los demás.

Lo dicho hasta aquí supone, que la “*Heroin Chic*” vista como una verdad estética fomenta una autoimagen desarticulada con una apariencia desenfadada de extrema delgadez, a través de fotografías de la entonces modelo Kate Moss, contando con 19 años de edad, para una campaña a blanco y negro por el famoso diseñador Calvin Klein, dicha campaña promocionó un perfume con el nombre de *Obsession*, ocasionando reacciones un tanto negativas, en la representación de una adolescente completamente desnuda y recostada en un sofá, resaltando su delgadez (Vanity Fair, 2017). Teniendo gran impacto, para las chicas que empezaron a recrear su propia corporeidad, por medio de técnicas inusuales como, por ejemplo: el dejar de comer, queriendo ser como la super modelo, que acaparaba la atención de las grandes industrias de la moda, haciendo de ella un objeto persuasible para los individuos.

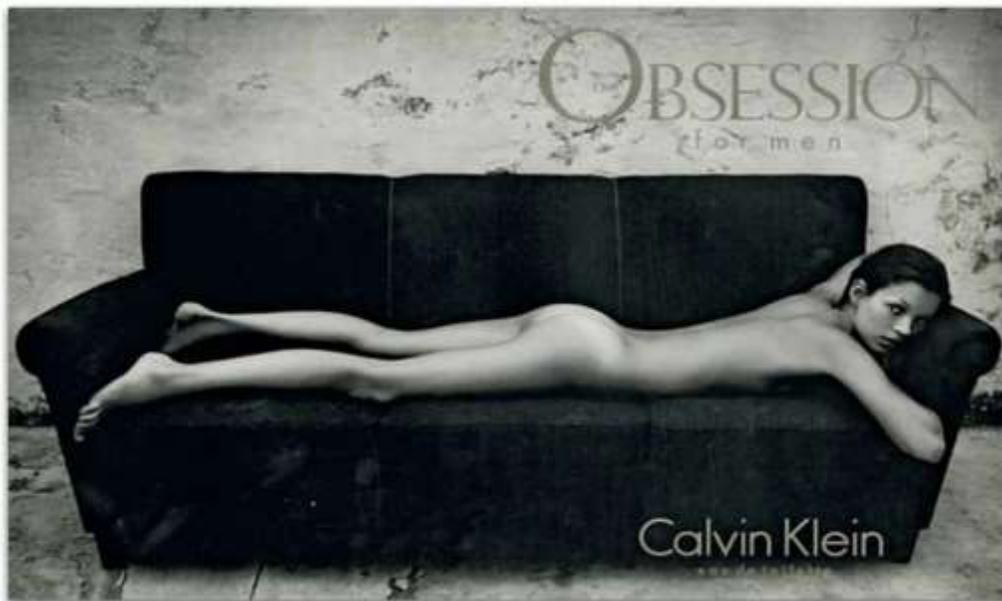


Imagen 2.4.1. Kate Moss para la campaña de Calvin Klein, 1997.

La “*Herion Chic*”, sería el comienzo de una nueva forma de proyectar el cuerpo delgado, y una cara lavada como sinónimo de belleza y status social, ya que Calvin Klein,

era una de las marcas más representativas en 1995, que ciertamente contraponía una idealización nada saludable, los cuerpos con la piel pegada al hueso demostraban una imagen normalizadora en la sociedad, como un verdad estética perfecta, situación que elevó las cifras de mujeres y hombres con padecimientos afectando su integridad individual (Vanity Fair, 2017).

Una década antes, en los años 80, el entorno era muy diferente. “La década de la moda del poder”, llamada así por el aumento en el número de diseñadores reconocidos, así como el de firmas de alta costura como Gianni Versace o Christian Lacroix, llenaron de color las pasarelas, al mismo tiempo que surgieron las modelos Cindy Crawford, Naomi Campbell y Claudia Schiffer mujeres que mostraban aspectos saludables y cuerpos atléticos (Vanity Fair, 2017). Pero el cambio de década trajo una nueva corriente estética dejando atrás a las súper modelos que representaban una figura esbelta y un aspecto saludable, compartiendo protagonismo con modelos de aspecto aniñado y enfermizo. “Los colores vivos y el exceso de adornos de los 80s, pasaron a diseños de ropa minimalista, colores pálidos y conceptuales. Con una nueva tendencia, las caras lavadas, las melenas lacias y desarregladas, mostrando un aspecto sucio y decadente ocuparon la nueva verdad estética de la moda” (Canino una web de información y crítica cultural, 2017, s/p). Esta época marco una tendencia fuertemente en las verdades estéticas y corporales, que hoy en día podemos observar en los medios publicitarios en las tiendas de ropa, revistas, e inclusive actrices del medio artístico, se plasman ciertos rasgos de esta tendencia estética, que pareciera no querer desvanecerse a un todavía.

Finalmente, como se ha analizado a lo largo del capítulo, me es menester expresar que los 90s, fue una época de gran importancia y auge de las verdades estéticas, porque, evidentemente generaron ciertas transformaciones en el cuerpo de las mujeres. Sin embargo, a pesar del cambio de época, aún se siguen observando los estragos que dejó la tendencia estética de esos años. Parte del mercado global, los slogans, se han caracterizado por transmitir mensajes cortos, pero con una gran significación para el consumidor. Esta es una estrategia de *Marketing* que tiene como objetivo facilitar el desplazamiento de los productos o servicios que deseamos comercializar, pero la pregunta es la siguiente ¿Cómo se puede lograr que efectivamente suceda?

Si bien existen millones de posibilidades para poder responder a ello, primeramente las empresas que se encuentran bien posicionadas dentro de la globalización del mercado en la industria de la moda, buscan plantear estrategias de *marketing* en las cuales entran en juego interrogantes como ¿Qué necesidades cubre mi producto?, ¿A que grupos debo de persuadir con mi producto?, ¿Qué buscan mis clientes potenciales?, entre otras, parecen preguntas muy simples, pero dentro del mercado son detonantes para que compitan entre ellas. Aunado a lo anterior, es importante señalar que no todas las estrategias utilizan los mismos medios o canales de comunicación, ya que todo depende del mercado-meta al que van dirigidos ciertos productos, una vez que se tiene bien estudiado al grupo al que va a dirigirse el slogan publicitario es más fácil tener éxito con el mismo, un claro ejemplo es el *Palacio de Hierro*, el cual es una empresa que tiene muy bien definido e identificado a su mercado, mientras su target cambia con el paso del tiempo, sus slogans se basan más en proyectar todo un estilo de vida, haciendo de esto una tienda departamental en un producto aspiracional, como se observa en las siguientes imágenes.





Imagen 2.4.2. Slogans de Palacio de Hierro.

La sociedad de consumo: Compro, luego existo como sujeto

Como se presentó en las anteriores imágenes, los individuos son manipulados de manera consciente o inconsciente, ya que la mayoría de las tiendas promueven la venta de productos embellecedores y estilo de cualquier índole, fomentando en los sujetos una apariencia física aspiracional que los lleve al consumismo desmedido, y al éxtasis de la felicidad que se genera al consumir o al menos es una idea formulada por el capitalismo que nos crea las necesidades para un estilo de vida que el mismo nos ha vendido a su merced de nuestra propia existencia y de nuestro propio cuerpo como producto generador de capital.

Hagamos una reflexión final entorno a la siguiente interrogante: **¿por qué el consumo es tan importante en la sociedad de consumo?**

De acuerdo con Bauman, “ser el promotor del producto y el producto mismo que se promueve se ha convertido en la esencia de la nueva sociedad de consumidores que, a diferencia de la anterior sociedad de productores, recicla a sus miembros bajo la forma de bienes de cambio capaces de atraer clientes y generar demanda” (Bauman citado en Lara y Colín, 2007:211). A partir de este argumento es preciso exponer que el los seres humanos son seres sociales por naturaleza y que es adaptable a vivir y a relacionarse unos con los otros, de esta manera van surgiendo necesidades de crear un sistema que regule esas relaciones colectivas y sin duda la económica es una de ellas, es así que se establecen bases

que rijan las relaciones mercantilistas, en las que los individuos intercambian y obtienen beneficios en función a sus necesidades e intereses.

Hoy en día hemos llegado al punto en el que muy lejos de utilizar el mercado como un elemento favorecedor del progreso y de la igualdad social, de una lucha por erradicar la pobreza, los beneficios, el capital, la riqueza, entre otras, solo se ha conseguido acentuar más esas diferencias, transformando los valores como la igualdad por otros en los que se realce la ambición por poseer, por consumir, por ver quien tiene más cosas materiales haciendo con ello una diferenciación con los demás.

Es por ello que el consumo, y las diferencias en el acceso a él, ha dividido notablemente la sociedad en grupos sociales y sectores radicalmente opuestos en cuanto a riqueza y poder adquisitivo. También al acceso por ejemplo de bienes y servicios, los cuales son denominados como calidad de vida.

El control del mercado y de nuestra parte ha permitido, que el capitalismo llegue a influir en nosotros mismos, en nuestra propia naturaleza y nuestra cultura, dañando y desgastando la primera y convirtiendo en la segunda en un actor más de la función de títeres, el consumismo ha tomado evidentemente el mando de las propias relaciones humanas y todo lo que conlleva, nos guste o no, vivimos en una sociedad dominante en su totalidad por el consumo. Sin embargo, esto no quiere decir que no haya una posible solución ante tal problema, ya que los individuos tienen inteligencia y cultura que nos diferencia de los animales, ya que es un tanto irónico el pensar que somos nosotros los que nos vemos dominados por algo que nosotros mismos hemos creado y permitido. Por lo tanto, es importante recobrar el análisis y los valores que fomenten la vida en sociedad.

Capítulo 3

LOS USOS SOCIALES DEL CUERPO: CUERPO, CONSUMO Y BELLEZA EN MÉXICO.

3.1 Metodología

El presente apartado se solidificará, en función a las prácticas que se utilizan en México para embellecer el cuerpo sobre todo por la proyección de imágenes publicitarias donde se plasman los estereotipos de belleza provocando un impacto tanto negativo como positivo en los sujetos. Por ello, la presente investigación corresponde a un estudio cualitativo por lo que permite analizar y reflexionar, datos descriptivos de acuerdo a las propias palabras de los entrevistados, en las cuales se tomó en cuenta a 15 personas en total, de estas 5 hombres, 2 jóvenes que sufren de trastornos alimenticios, y 8 mujeres de 15 a 25 años, brindando información precisa sobre el problema que se generan en torno a las verdades estéticas como un mecanismo de consumo para alcanzar un ideal de belleza.

Se trata de intentar operativizar un enfoque desde el poder en los discursos de las verdades estéticas, partiendo del análisis que desde Foucault hemos retomado del texto de Sossa (2011); para esto, se deberá retomar información documental y recolección de experiencias, estudiando la situación, actual e histórica, de las diferentes transformaciones que se han observado en lo corporal, con el paso de los años.

Se buscó describir, comprender e interpretar el fenómeno, a través de las perspectivas de los participantes; luego de esto, se llevó a cabo un análisis categorial de los datos recogidos en las entrevistas. Además, dicho estudio se enfoca en comprender y analizar, desde la perspectiva subjetiva de los participantes en un ambiente natural y en relación cercana a su propio *auto moldeo* físico ya que, en su mayoría, son personas que asisten al gimnasio llamado *Sportlife* con el slogan “transforma tu vida”, o practican alguna disciplina deportiva y solo 2 de ellas están bajo supervisión médica para controlar los efectos generados por la anorexia y la bulimia.

Así mismo, en este trabajo de investigación se comprende, la forma en la que los sujetos interpretan la realidad, ubicándose siempre desde una perspectiva objetiva.

Es preciso, analizar el interés que surge en torno al tema de los estereotipos o también conocidos como verdades estéticas, en las jóvenes para dar cuenta sobre las representaciones sociales que para ella(o)s influyen en su propia corporeidad, ante esto, las imágenes publicitarias son una estrategia del mercado capitalista, logrando un enfoque en las experiencias individuales y subjetivas de los sujetos sociales. Es decir, conocer cómo las personas, viven y experimentan o han sentido esta realidad de alcanzar los ideales de belleza, impactando día con día su cotidianeidad y su propia autoimagen.

Es así que la entrevista fue el instrumento más adecuado para realizar esta investigación, en la medida que las personas pudieron expresarse libremente, dando sus puntos de vista y profundizando sus respuestas, optando por una entrevista semiestructurada, donde se llevó a cabo en orden temático, y en la cual se les dio la oportunidad para que comunicaran lo que desearan sin sentirse intimidados; de esta manera se pudo dialogar de una manera más fluida y recabar más información de lo que se estaba investigando. Es por ello, que se partió de una guía de preguntas, de forma abierta y flexible (Ver anexo 1: Entrevista).

Para dicho rastreo, de información y desarrollo de la entrevista, se tuvieron en cuenta las siguientes dimensiones metodológicas:

- 1) Transformación del cuerpo,
- 2) Técnicas embellecedoras y Estrategias de consumo.

Con sus respectivos indicadores: 1) Salud, 2) Belleza y 3) Moda (Ver cuadro 1.1)., los cuales permitieron esclarecer aún más la estructura de la entrevista, ya que son puntos clave para analizar el objeto de estudio; dicho esto a continuación se presentarán los resultados recabados de los entrevistados en los siguientes apartados.

Titulo: Una Sociología de la verdad estética. Usos y abusos del cuerpo en la sociedad de consumo.		
Variable dependiente: Usos y abusos del cuerpo.		
Dimensión metodológica: 1 Transformación del cuerpo	Dimensión metodológica: 2 Técnicas embellecedoras	Dimensión metodológica: 3 Estrategias de consumo.
Indicador 1.1 Salud	Indicador 2.1 Belleza	Indicador 3.1 Moda
Índice empírico 1.1.1 alimentación.	Índice empírico 2.1.1 Gimnasios	Índice empírico 3.1.1 Vestimenta
Índice empírico 1.1.2 Practicas corporales	Índice empírico 2.2.1 Cirugías plásticas	Índice empírico 3.3.1 Tiendas departamentales.
Índice empírico 1.1.3 Terapias para el control de peso.	Índice empírico 2.2.3 Masajes reductivos	Índice empírico 3.3.2 Ofertas de productos.
Índice empírico 1.1.4 Consumo de medicamentos.	Índice empírico 2.2.4 Tratamientos rejuvenecedores.	Índice empírico 3.3.3 Accesorios.
Índice empírico 1.1.5 Prevención de enfermedades.	Índice empírico 2.2.5 Uso de maquillaje	Índice empírico 3.3.4 Slogans de empresas.
	Índice empírico 2.2.6 Rituales naturales	Índice empírico 3.3.5 Monedero electrónico.
	Índice empírico 2.2.7 Fajas modeladoras	
Variable independiente: La verdad estética en la sociedad de consumo.	Tiempos de la investigación: MH: 1990/ DT: 2021 TR: Cuarto trimestre del 2022	Índice empírico 1: El poder de los medios comunicativos como generadores de las verdades estéticas en la sociedad de consumo.
UA: La "sociología del cuerpo" de Le Breton, la reflexión desde Foucault "referente al cuerpo, la belleza física y el consumo" en Sossa, la moda vista desde su obra de Simmel "cultura femenina", Berger y Lucimann con la teoría sociológica, "la construcción social de la realidad", Hillman y Fairchild en el "diccionario de sociología", para comprender los factores que conllevan a los individuos alcanzar la verdad estética.	UO: Mujeres de 15 a 25 años, las cuales son más vulnerables ha manifestar ciertos usos y abusos para alcanzar una verdad estética.	Índice empírico 2: Prácticas y estrategias para alcanzar la verdad estética.

Cuadro 1.1 Representación de la matriz metodológica.

3.2 Prácticas de reproducción del estereotipo

En relación al análisis de los ciclos de las verdades estéticas vistos en el capítulo 2, se tomó en cuenta la época de los 90s con la llegada de la *Heroin chic*, como una representación estética, marcando una tendencia de un cuerpo delgado y bien definido, que comúnmente solemos observar hoy en día, solo que más marcado y con un alto impacto en la sociedad de consumo. Ante esta noción, las verdades estéticas en la industria fílmica de Hollywood (E.U.A), han traspasado la ficción en una realidad donde las mujeres quieren alcanzar un prototipo ideal de belleza, y que, al mismo tiempo, buscan tener a su lado un chico que de igual forma cumpla con las características presentadas en las películas hollywoodenses, por ejemplo: hombres con un cuerpo atlético y facciones un tanto afeminadas pero enmarcando un rostro masculino, dando una apariencia casi perfecta, esculpida por los mismísimos dioses.

Ante esto, se les pregunto a las entrevistadas, si **¿han tenido un estereotipo de modelos imitables en el cual basen su apariencia física?**, y **¿qué modelo consideran que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?**

De acuerdo, con una de nuestras entrevistadas comento que sus estereotipos o verdades estéticas más persuasivos de los medios de comunicación y seguidos por las redes sociales, son aquellos, que tienen una imagen más atlética, con cuerpos marcados tanto en lo femenino como en lo masculino, haciendo hincapié como una representación del concepto de belleza, en base a su perspectiva:

Mi apariencia física, está más inclinada hacia la apariencia deportiva, cuando veo a una persona que está muy marcada, o que disimula otra cosa de los músculos, las personas que de repente sigo en redes sociales representan esa imagen *fitness*.

(...), yo tengo un actor que me gusta y justo cumple lo que, mencioné con anterioridad, se llama Tom Welling; es un actor de Hollywood y justo cumple esto, que es un hombre alto, y es musculoso, mi lado estético se inclina más a cuanto la forma, en que se vea un cuerpo trabajado y en equilibrio (Entrevistada Diana, 2022).

Igualmente, el entrevistado Isaac, que es instructor de Zumba en el área disciplinaria del gimnasio SPORTLIFE, y profesor de educación física, da cuenta que sus estereotipos de belleza se inclinan en ambos casos de mujer y hombre que tengan un cuerpo marcado, comentando al respecto:

(...), mi estereotipo imitable es, una persona marcada, teniendo una apariencia deportiva como un ejemplo a seguir que ha influido en mi apariencia.

Mi modelo imitable, deportivamente hablando podría decirte Cristiano Ronaldo, él es deportista y modelo que entró fuertemente en el mundo publicitario, reflejando una parte estética y bien definida del cuerpo masculino (5 de mayo de 2022).

En general, se observa una tendencia a pensar la belleza, como algo físico que es lo que en la mayoría de los entrevistados se logró captar; sin embargo, muchas de las entrevistadas no dejan de lado lo interior, e incluso para algunas la belleza se basa en algo más interno que externo, donde se enaltece la personalidad en general. Ahora bien, cuando se les preguntó sobre, **¿cuál era su ideal de belleza impuesta por la sociedad de consumo?**, mencionaron que son todos los cuerpos perfectos, pelo perfecto, piel perfecta, dejando de lado lo interno. Es así que se apegan más, a la mujer “fitness” y todo lo que conlleva su estilo de vida, aludiendo que la belleza se relaciona en algo más superficial. Al respecto se mencionó lo siguiente:

(..) siento, que si hablamos de belleza se basa más en lo estético, y para mí una mujer bella, bajo los estereotipos siempre se ha proyectado una mujer delgada de rasgos muy finos, y cuidando su aspecto físico, de maquillaje siempre cuidando su apariencia. En el hombre siempre se presenta como, un hombre alto, fornido, de tez blanca que nos han presentado los medios de comunicación (Entrevistada Diana, 2022).

Considero que mi estereotipo en el cual se basa mi apariencia es Anllela Sagra, es una chica fitness conocida en Instagram por su belleza y dedicación al deporte, pero más que mi estereotipo a seguir es mi mayor motivación para poder tener un cuerpo como el de ella (Entrevistada Samanta, 2022).

Podría decirte que no tengo como tal un estereotipo imitable, sin embargo, no descarto la posibilidad de que mi apariencia se basa más a tener un cuerpo marcado y definido, creo que se podría decir que esto marca un estereotipo actual (Entrevistado Matías, 2022).

No cabe duda, de que las industrias multimillonarias de moda y belleza, se construyen y dependen de la adoración por los atributos físicos, es por ello que me pareció de sumo interés sus respuestas, porque muchas de ellas se inclinan hacia el cuerpo marcado y trabajado, como un aspecto que el público lo identifica como hermoso o bello, por esta razón las mujeres sienten los efectos de esas decisiones de tener una vida saludable, pero persiguiendo un estereotipo que no solo la moda deportiva promueve, si no también entra el juego de los discursos del poder en la imágenes presentadas en redes sociales como Instagram, Facebook, entre otras. Mostrando una falsa perfección de imágenes retocadas y modificadas en la publicidad, e incluso en los concursos de belleza infantil.

Un claro ejemplo de esto es una de las exhibiciones fotográficas más importantes de los Estados Unidos, es la *Beauty Culture* en el Annenberg Space for Photography en Los Ángeles, con 175 imágenes de fotógrafos, más codiciados de la industria de la moda, dicha exposición tiene por objetivo hacer que la gente empiece a proyectarse la apreciación de la belleza femenina. A través de diferentes lentes centrados en la belleza del cuerpo, la exposición examinó las definiciones de belleza tanto tradicionales como no convencionales, desafiando los estereotipos de género, raza y edad. Exploró los vínculos entre la belleza y la violencia, el *glamour* y la sexualidad y el costo (en sus múltiples significados) de la belleza (Annenberg Space for Photography, 2011, s/p).

Existen muchos aspectos de cómo los medios de comunicación y el mundo de la moda y la belleza, representan a grupos de personas, ya que los muestran de una manera en

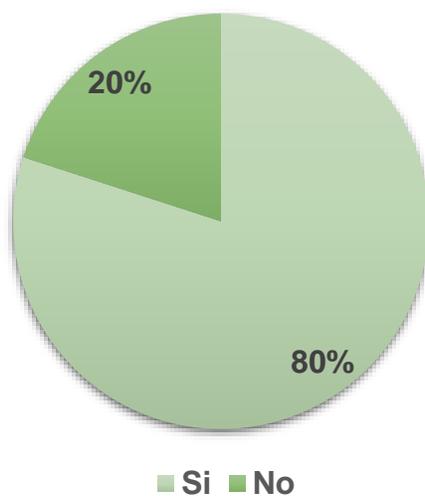
particular con poses que generen exaltación en los consumidores. El fotógrafo Melvin Sokolsky, mencionó que tanto un editor o un fotógrafo pueden estar sujetos a sus propias percepciones de belleza, trasladándolo al público y modificarlo de acuerdo a lo que les gusta admirar a la sociedad.

Como se presenta en la gráfica 1.1, se puede observar que el 20% de los entrevistados, comentaron que no hay un estereotipo como tal que marque una tendencia en el cuerpo, ya que consideran que los diseñadores de moda, han promovido verdades estéticas más apegadas a la realidad de los cuerpos de las mujeres comunes. Mientras el 80%, representa que hoy en la actualidad si hay un estereotipo de belleza, ya que la mayoría de los entrevistados, coincidieron que el canon que impacta en los individuos es el de un cuerpo marcado y bien definido, en las mujeres caderas pronunciadas y un vientre plano, en los hombres, grandes y fornidos acentuando cada parte de su cuerpo, como representación de un ideal de belleza. Por consiguiente, coincidieron en que los modelos que cuentan con algún padecimiento visible se han normalizado, al verlos promocionando algún producto de belleza, y prendas que permitan visualizar alguna anomalía formando parte de una aceptación para todos; un claro ejemplo de ello es la modelo Winnie Harlow que evolucionó la moda desfilando para grandes marcas como Victoria Secret, llegando a ser uno de los “ángeles” más codiciados de esta marca de renombre.



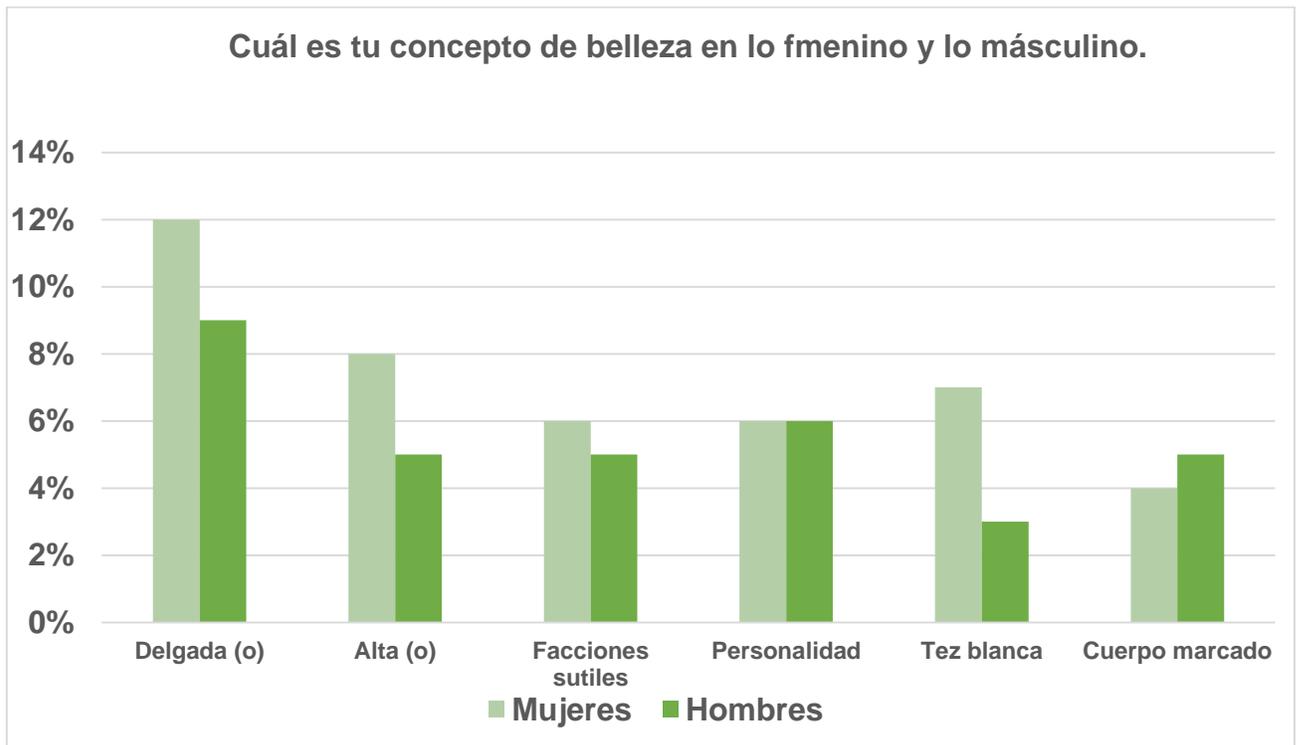
Imagen 3.1 Winnie Harlow, modelo con vitíligo desfila para Victoria Secret.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?



Gráfica 1.1 El grafico muestra que hoy en la actualidad si persiste un estereotipo de belleza.

Ahora bien, aünado a lo anterior es preciso mencionar que los medios de comunicaci3n siempre se han inclinado por mostrarnos modelos extremadamente delgados, representando un concepto de belleza equivocada, y que generalmente estän mäs inclinados hacia las f3minas, en este caso, en las im3genes publicitarias que se encuentran dentro del Gimasio Sportlife, se observ3 que hay una gran cantidad de carteles pegados en la pared haciendo alusi3n a un cuerpo marcado y bien formado, aünque había mäs im3genes de mujeres que de hombres, aspecto que es muy comun ver en las revistas de moda, o tiendas departamentales, present3ndoles una verdad estetica donde a base de una apariencia fisica, ser3n mejor vistas por el ojo social. Dicho esto, una de las preguntas que mäs reson3 en la mente de los entrevistados fue en relacion a c3mo ellos visualizaban la belleza; los resultados se visualizan en la siguiente gr3fica 1.2.



Gr3fica 1.2 El concepto de belleza en un sentido estético.

Nótese, que en la gráfica las entrevistadas con un 12% se inclinan hacia una mujer delgada, como una característica predominante del concepto de belleza, y con un 9% los hombres entrevistados las prefieren delgadas a “llenitas”. En cuanto a la estatura, con un 8% prefieren que las mujeres sean altas y el 5% prefieren que sean los hombres altos como un rasgo atractivo en ambos géneros. Las facciones sutiles en el rostro tanto en hombres como en mujeres, representan una parte fundamental, ya que la mayoría del público entrevistado orienta su estereotipo en la armonía que emana de la cara de hombres y mujeres, en este sentido el 6% comentaron que las facciones en las mujeres es lo más predominante y el 5% en los hombres el rostro debe estar bien estructurado. Ahora en cuanto a la personalidad con un 6% en ambos casos para lo femenino y lo masculino, las entrevistas, arrojaron que la conducta de las personas consideradas como bellas desde su perspectiva, y dentro del rubro de este concepto, expresaron que lo bello es interno y debe ser expresado de forma externa, para que a la vista de todos sea expuesta y considerada un concepto de belleza.

Por otro lado, un factor situado en lo corporal es que, el 7% de los hombres prefieren ver estereotipos más marcados y musculosos, pero manteniendo una apariencia delgada, y con un 3% las mujeres se orientan a una fisonomía delgada pero definida, resaltando más los glúteos y los pechos redondeados, con un abdomen plano. Por último, se pudo apreciar que la tez blanca aún en nuestros días persiste como un punto importante, ya que en lo femenino y lo masculino, la blancura en la piel es sinonimo de belleza, el 4% tiene mayor preferencia a las mujeres blancas o apiñonadas claras, mientras que el 5% prefieren a hombres con este peculiar color.

Sin embargo, de acuerdo a los anteriores resultados el concepto de belleza es un tanto controversial, ya que mientras más se expongan estereotipos de belleza y mientras se exponga de manera conciente, se le da una oportunidad a la gente de ver lo que puede ser considerado como bello. Es decir, la industria de la belleza tiene una enorme base de consumidores, un grupo más amplio de personas, y que va cambiando rapidamente en el mundo de la moda, a medida que el capitalismo se transforme, también lo hará el mundo de la moda, con la ayuda de los editores, diseñadores, comprometidos con la integración y con el público.

Prosiguiendo, con el análisis de los resultados de la anterior gráfica 1.2, se puede dar cuenta que el cuerpo delgado aún sigue latente, situándolo como el aspecto jerarquizante en

el tema de belleza representativa en los estereotipos y en los sujetos que quieren alcanzar un cuerpo delgado, sobre todo en las mujeres.

De acuerdo con una nota de la revista de moda en México, “Glamour” hizo mención, que año con año se ha intentado hacer conciencia de muchas maneras que la delgadez extrema no es una vía saludable y nada cercano a la representación de un aspecto bello ; sin embargo, “de nuevo el debate se hace público: ¿los diseños y las firmas de moda, nos siguen exigiendo demasiado?, a pesar de las reivindicaciones de numerosas *celebrities*, de los esfuerzos realizados por las ediciones internacionales de Vogue (incluida la española) para escoger a modelos más saludables o de *Madrid Fashion Week* eligiendo a modelos que tengan un *IMC*¹³ superior a 18, la realidad es que la delgadez extrema sigue siendo el canon en las pasarelas” (Serrano, 2013: s/p).

Hay chicas que por alcanzar una talla de ropa pequeña buscan la manera para dejar de comer o inclusive ingerir alimentos para luego devolverlos, ocasionándose enfermedades, conocidas como *trastornos alimenticios*, claro ejemplo de ello, nos podemos dar cuenta con su experiencia que vivieron tanto Lina como Mia, que decidieron guardar en el anonimato su verdadero nombre, ambas compartieron el por qué desarrollaron la anorexia y la bulimia, y justamente tiene mucha relación con lo analizado hasta aquí.

(...), definitivamente intervienen los estereotipos, de forma muy directa en las personas, yo que soy una chica que tengo un trastorno alimenticio conocido como “anorexia”, desde hace 6 años, puedo decirte que las imágenes impactan de forma consciente, porque yo cuando tenía 17 años aproximadamente, recuerdo que vi una pasarela de moda de la marca Givenchy, en la cual mostraban trajes de baño, super en tendencia y por mi mente pasaba que yo, deseaba tener un cuerpo con una cintura pronunciada y unas piernas delgadas y largas, como se veían las modelos, me sentía mal porque era una chica rellenita pero quería lucir un cuerpo esbelto, porque en la escuela un día me dijo un chico que me gustaba que era muy bonita de cara, pero que definitivamente mi cuerpo no le gustaba y por esa sencilla razón, fue que yo empecé a dejar de comer y mi único estándar a seguir eran las modelos que veía en revistas y publicidad donde mostraban estos cuerpos (Entrevistada Lina, 2022).

En el caso de Mia, expuso lo siguiente:

(...) en mi caso yo sufro de bulimia nerviosa, ya tengo 4 años con esta enfermedad que es desgastante porque no sabes cuánto daño te puede ocasionar en el interior de tu cuerpo solo se deja ver en la parte exterior del mismo. Yo empecé con la bulimia por el miedo a engordar ya que yo provengo de familia con problemas de obesidad (Entrevistada Mia, 2022).

¹³ Índice de Masa Corporal (IMC), es un indicador confiable que calcula la gordura o flacura de las personas, y para confirmar si se presentan problemas de salud, como las enfermedades no transmisibles: diabetes, hipertensión, obesidad, sobre peso, entre otras.

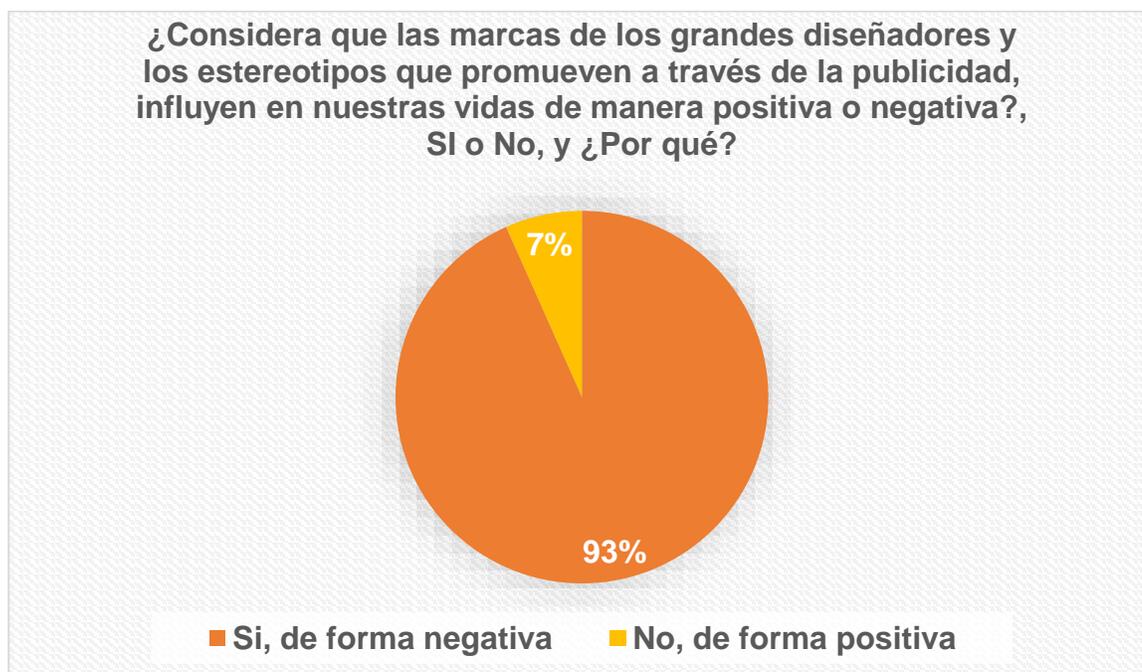
Los testimonios de Lina y Mia, ayudan a comprender aún más lo que genera el poder de los discursos del mercado para que se genere un impacto de querer llegar hacer algo irreal, a través de imágenes ficticias alejadas de la realidad, dicho esto, la imagen de la mujer transmitida por la publicidad está totalmente estereotipada, ya que nos presenta a una mujer ideal con imágenes, en su mayoría, retocadas por el *Photoshop* donde se les ve siempre guapas, delgadas y jóvenes que en muchas ocasiones ofrecen una imagen sexista de los roles que tradicionalmente ha ocupado la mujer en la sociedad, es decir, suele verse como es usado el cuerpo de la mujer como objeto para el reclamo publicitario. Así, la imagen que tiene la mujer en los medios publicitarios es imposible de alcanzar por muchas mujeres, aun así, la publicidad como estrategia del mercado capitalista se aprovecha de ese anhelo para ofrecer y vender productos con la promesa de poder llegar al ideal de belleza utilizándolos.

3.3 Prácticas de consumo en el marco de una verdad estética.

Cuando hablamos de consumo, lo primero que se nos viene a la mente son productos que satisfacen nuestras necesidades de cualquier índole, ¿Pero que hace tan exitoso al mercado, para generar un impacto de consumo?, claramente la publicidad es un punto central, el cual es una forma efectiva de transmitir los beneficios de un producto, servicio, e inclusive promocionarnos un estilo de vida a seguir, a través de las verdades estéticas, volviendo al ser humano en un ser desquiciado, ya que consumimos productos que no necesitamos y comprando objetos por su significado de valor, más que, para lo que fueron creados.

Es así, que en la sociedad capitalista, la calidad de vida de los individuos se da por la capacidad de satisfacer necesidades a través del consumo de ciertos productos o servicios, generando desigualdades que provienen de este modelo económico, complementándose con programas sociales llevados a cabo por el Estado, que a pesar de ello, esto no varía la lógica del que es *“rico va a poder consumir y el que es pobre no podrá hacerlo”*; suena un tanto grotesco, pero si se pensara superficialmente, esto no tendría nada de malo, excepto porque el consumo desmedido o innecesario se convierte en un túnel sin salida, si es que no se piensan las medidas para evitar entrar en él. Este túnel que conlleva a un consumismo desmedido tiene diversas causas, y la que destaca es la publicidad.

En este sentido, se les pregunto a los entrevistados, que, si ellos consideraban que la publicidad, es un mecanismo de influencia desmedida, ante la visualización de los estereotipos que presentan los diseñadores de marcas renombradas, los resultados se presentan a continuación en la siguiente gráfica 1.3.



Gráfica 1.3 Los estereotipos generan ciertas conductas negativas en los individuos, de forma consciente o inconsciente.

Como se demuestra en la gráfica, se puede observar que el 7% de las y los entrevistados, consideran que las imágenes publicitarias donde nos presentan las verdades estéticas como algo deseable, *no* afectan en su propia imagen, ya que Sofia de 25 años, comento lo siguiente, “(...), los estereotipos se pueden ver como motivación a alcanzar algo que quieres lograr en ti mismo y en tu propia imagen, pero de una forma positiva” (Sportlife, 29 de abril de 2022). Partiendo de esta lógica vemos cómo los medios tienen una fuerte influencia sobre la sociedad, imponiendo modas, conductas e incluso valores, que, ante esta noción, la mujer en la actualidad se compara con un ideal físico que los medios divulgan masivamente, creando una insatisfacción constante con sus propios cuerpos, ya que muy pocas mujeres pueden llegar a un ser ideal.¹⁴

¹⁴ “La expresión corporal se puede modular socialmente, aún que siempre se la viva según el estilo propio del individuo, Los otros contribuyen a dibujar los contornos de su universo y a darle l cuerpo el relieve social que necesita, le ofrecen la posibilidad de construirse como actor a tiempo completo de la colectividad a la que pertenece” (Le Breton, 2002: 9)

En cuanto al 93%, de las respuestas recabadas de las entrevistas, consideran que efectivamente los estereotipos vistos como verdades estéticas *si* impactan de manera negativa, porque son parte de las estrategias para el consumo de ropa, perfumes, maquillaje, cremas milagrosas, entre otras necesidades impuestos por el poder capitalista.

Describiendo desde su propia perspectiva uno de los hombres entrevistados, expuso lo siguiente:

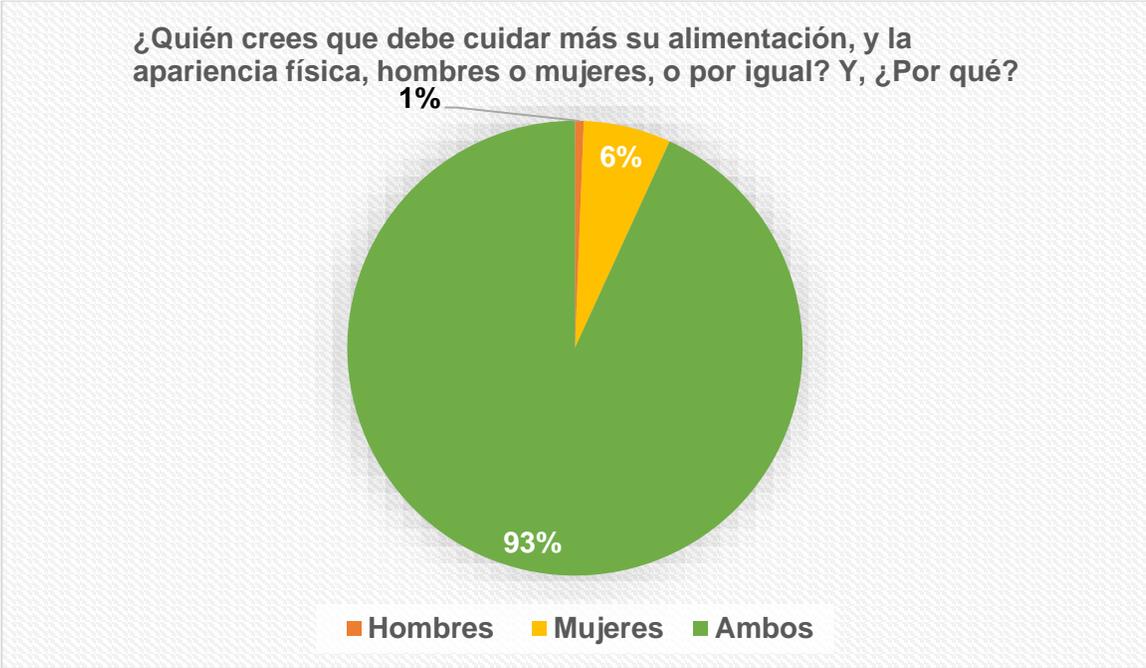
Los estereotipos influyen, de manera negativa cuando nos dejamos llevar por, una propaganda sin analizar qué es lo que nos están ofreciendo, creo que debemos detenernos a pensar el tipo de producto, considerando que el criterio de las personas, está la solución por dejarse llevar por los estereotipos, pienso que es una mentalidad subjetiva donde está situada la forma de cómo piensa, y dentro de esto se encuentra el lado objetivo, que el comercio influye en el cuándo el ser humano no tiene un criterio claro si no que se deja llevar por lo que ve, y por ende nos controlan para consumir (Entrevista a José Luis,2022).

Cabe señalar que la publicidad no es ajena al poder que tienen los medios de comunicación, ya que estos tienen una gran influencia a la hora de persuadir para el consumo de los productos, que a la vez también es un medio transmisor de valores y estereotipos que la sociedad imita, junto como los medios se ejerce una presión socio-cultural que influye a la población en general sobre los beneficios que se pueden llegar a tener alcanzando una belleza y un cuerpo perfecto.

Por otro lado, en el tema de alcanzar un ideal de belleza física, hoy en día los gimnasios como muestra de ejercitar y moldear la figura, son de cierta manera el resultado de dos preocupaciones de las sociedades modernas y actuales, la salud y la belleza por tener un cuerpo formado. Es así, que los gimnasios hacen alusión a los cuerpos “perfectos”, saludables, moldeados y trabajados, aspectos que conforman la cultura fitness, que es una tendencia actual, en las personas jóvenes.

Las prácticas del acondicionamiento físico, han tenido una gran apertura en nuestros tiempos, sobre todo para el mercado global del fitness y la formación de la autopercepción valorativa de la propia experiencia son efectos sobre la cultura, porque producen modelos del cómo debemos ser, pero situándonos en una vida saludable, donde los centros de acondicionamiento físico te ofrecen no solo un aspecto físico modificado, si no un cambio de actitud, como parte de una vida sana (Espinal y Estrada, 2020). Esta proyección, también

la vende la misma medicina, como una forma de contrarrestar enfermedades no transmisibles, en un vaivén de padecimientos, tales como la obesidad y la diabetes, las cuales salieron a vislumbrar en las respuestas de los propios entrevistados, que son presentados en la siguiente gráfica.



Gráfica 1.4 Se observa que ambos géneros deben cuidarse por igual, manteniendo una vida saludable.

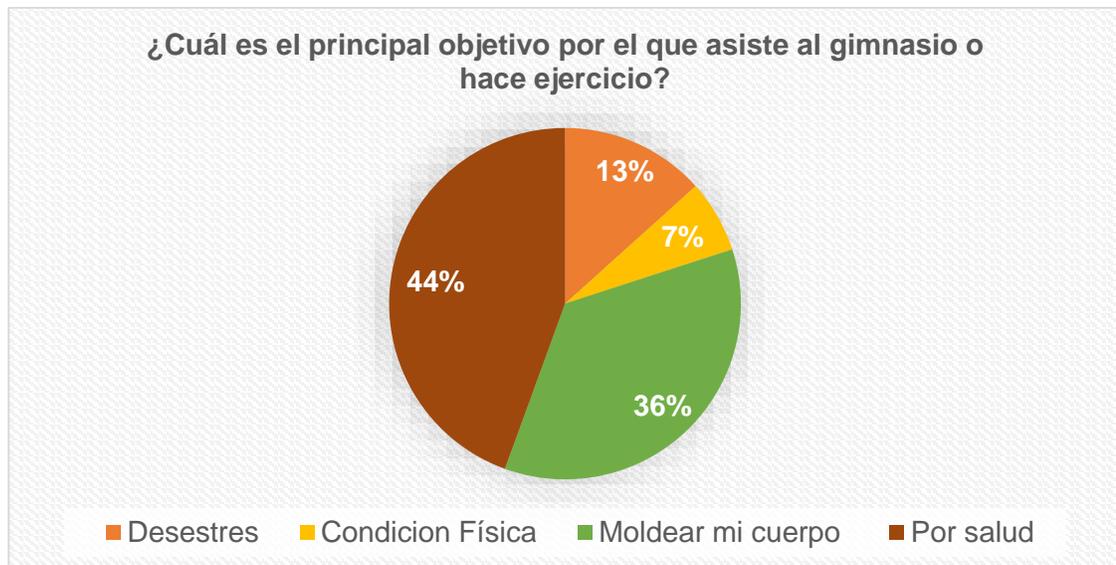
Ambos sexos, deben estar al cuidado de su apariencia física ya que el 93%, del público mencionó, que hoy en día enfermedades como el sobrepeso u obesidad, afectan por igual a hombres y mujeres, aludiendo que vivimos en un país donde la obesidad y la diabetes, son causas de muerte, por una vida sedentaria. Ahora bien, este problema no solo es de gente joven y adulta; también es un problema latente en la etapa de la niñez. De acuerdo con el Instituto Nacional de la Salud Pública (INSP), “la publicidad de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños, siguen expuestos a la publicidad en horarios no cubiertos por la regulación, ya que la audiencia infantil es muy alta (por ejemplo, entre 19:00 y 22:00 horas), a través de programas que no están explícitamente dirigidos al público infantil, mediante medios no contemplados en la regulación, como las redes sociales y los empaques de los productos” (Rivera y Colchero, 2018:17). Esta situación, ha causado gran

revuelo para las personas que asisten con regularidad al gimnasio o practican alguna disciplina deportiva, teniendo un pensamiento regulador entre una buena alimentación con actividad física, ya que este problema de obesidad resulta un factor excluyente dentro de la sociedad, ya que es una característica de despreocupación por la apariencia física.

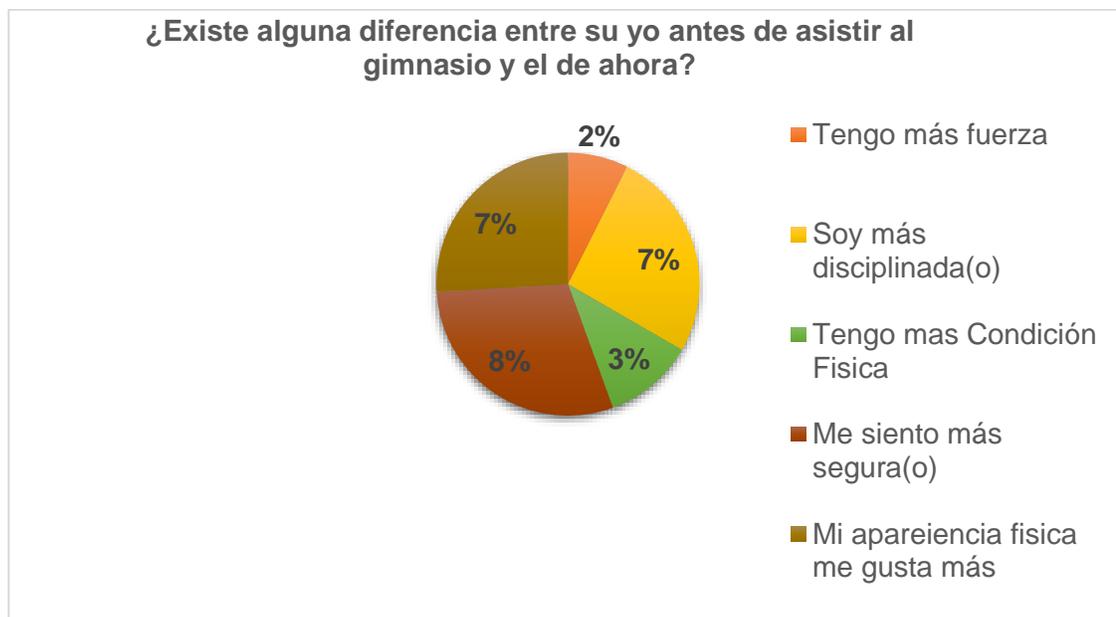
Por ende, el 6%, representa a las mujeres que deben de cuidar su apariencia física, pareciera un poco extraño el resultado de la gráfica, pero lo cierto, es que la mujer tiene una preocupación latente por verse bien, antes que la salud, esto en relación, al estudio realizado por la revista “Today”, donde: “los resultados de la encuesta mostraron que el 60 % de las mujeres adultas tiene pensamientos negativos sobre su apariencia al menos una vez por semana, algo que se reduce al 36 % en el caso de los hombres pero se dispara entre las adolescentes al 78 %” (*El comercio*, 2014). Esta cultura se impone, entonces, desde un sector productivo y de consumo masivo, que promete ser un conjunto de servicios para una transformación total corporal, para tener una vida más activa y saludable.

Retomando esta lógica explicativa, es importante aclarar que los gimnasios son también un privilegio de grupo social, porque implica un gasto monetario que no se relacionan justamente con necesidades básicas y al que no puede tener accesibilidad la mayoría de la población, ya que tomando en cuenta, los costos de estos centros para esculpir la figura, tienen precios un tanto elevados, que van de \$500° pesos al mes, hasta los \$650° por practicar una disciplina deportiva, estas cantidades en relación al gimnasio Sportlife de la colonia Aguazul de Cd. Nezahualcóyotl.

Los gimnasios se vuelven centros de interacción social que incluyen sus propios modos de comportamiento, y socialización, donde cuentan con sus propias etiquetas de vestimenta, que visualmente el cuerpo es visto como objeto de consumo. Es por ello, que la persona que asiste al gimnasio adquiere características para definir su identidad, como en la forma de alimentarse, ejercitarse y de vivir su vida con disciplina (Véase gráficas 1.5 y 1.6).



Gráfica 1.5 La gráfica nos presenta que el principal objetivo por el cual asisten las personas al gimnasio es por salud con un 44%, seguido por moldear el cuerpo con un 36%, un 13% acuden para liberar estrés, y un 7%, para tener mejor condición física.



Gráfica 1.6 Entre las grandes diferencias que han tenido los entrevistados actualmente al tener una vida deportiva, el 8% han manifestado sentirse más seguro a comparación con el antes de hacer ejercicio, posteriormente el 7%, se encuentran más cómodos por su apariencia física y 7% han considerado ser más disciplinados, mientras el 3% han ganado más condición física, el restante con 2% más fuerza.

Sobre los resultados de ambas gráficas, con respecto al cuidado del cuerpo, se podría pensar que por asistir al gimnasio se calmaría este miedo e inquietud por una apariencia física estereotipada, pero, al contrario, persiste siempre una preocupación digámoslo moderada

sobre la propia imagen. Dentro de los gimnasios no cambian las relaciones que los individuos tienen con la imagen de su cuerpo, a medida que avanza en mantenimiento físico surgen nuevos retos y estándares más ambiciosos para la perfección de sus cuerpos (Rivera y Colchero, 2018).

Las personas demuestran estar conformes con sus cuerpos, pero están conformes con el cuerpo adquirido, es decir, si en algún momento tuvieran que dejar de hacer ejercicio, evidentemente entrarían en una crisis por ver su cuerpo, contrarrestando la seguridad adquirida, a base de su trabajo y empeño ejercido en las rutinas diarias que hacían lucir un cuerpo envidiable.

Sin embargo, el ejercicio que las personas realizan en los gimnasios o en casa, no es suficiente para llegar a alcanzar un estereotipo de belleza sobre un cuerpo ideal, por ello en esencia lo combinan con métodos o prácticas artificiales, como por ejemplo: las inyecciones con esteroides y las cirugías estéticas, o inclusive tal es su afán por tener un cuerpo perfecto que se vuelven adictos al ejercicio, conocida como vigorexia, obsesionándose en levantar pesas y ver el cuerpo lleno de músculos grandes con poca grasa.

Como se ha visto hasta aquí, los estereotipos, el consumo, la moda, la marca, el cuerpo, la belleza, son factores que no se utilizan solo para identificar productos sino, para descubrir quién eres para los demás, en una sociedad capitalista, donde a base de estándares de vidas proyectadas por la publicidad, solemos sentirnos felices, porque nos manejan que es lo correcto.

3.4 Las redes sociales: Un engaño viralizado de la belleza irreal.

Es necesario analizar sobre los estereotipos de belleza en las redes sociales donde están presentes la proyección de los mismos. Antes de entrar de lleno en este tema, es importante dejar claro que se entiende por *redes sociales* de acuerdo con Martín (2009) se definen como una “plataforma web cuyo fin es la creación de comunidades en línea mediante la representación de las conexiones personales que los usuarios disponen los unos de los otros” (554). Estas se convierten en un lugar personal y no tan privado ya que prácticamente los

individuos publican aspectos de su vida, conformando comunidades de las cosas en común que tienen unos con otros.

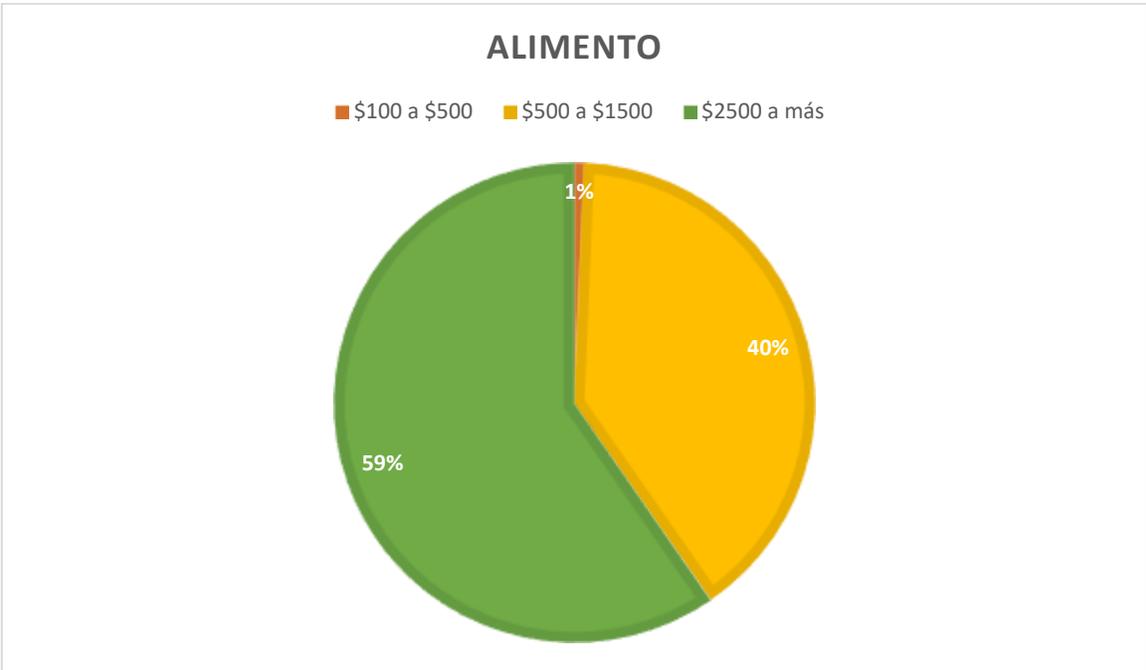
Como se ha mencionada anteriormente los ideales de belleza son patrones de cierta cultura, donde está definida por la perfección corporal y la modificación de este mediante cirugías estéticas para sentir mayor aceptación de el mismo.

Ahora bien, las redes sociales se han convertido en un espacio sin precedente en una galería virtual donde se publican un sinnúmero de imágenes o mensajes, haciendo alusión a la imagen física, llevando así a los jóvenes a seguir tendencias que se han llamado tendencias fitness como se plasmó en el capítulo anterior; definiendo esto como “aquellas prácticas que se llevan a cabo para estar en forma” (Espinal, 2020: s/p). Hoy en la actualidad, se podría entender como un estilo de vida, tanto deportiva como alimentaria a base de suplementos, y a su vez cumpliendo un papel fundamental la vestimenta como una tendencia al encubrimiento del cuerpo, con prendas de marcas reconocidas en el mundo del deporte.

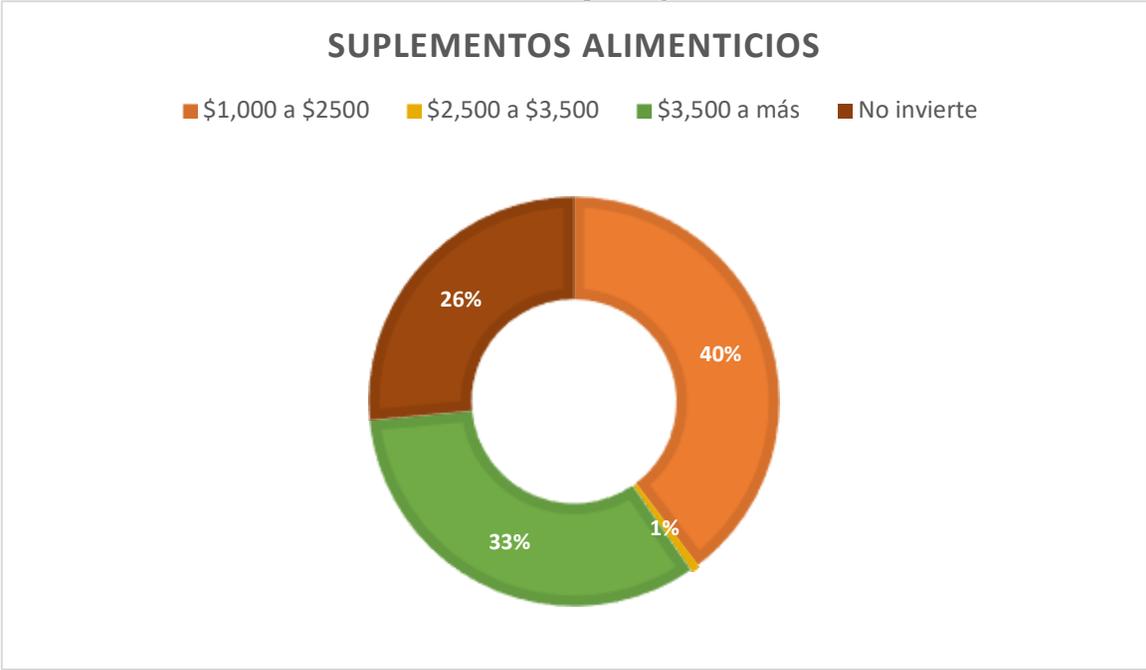
Ante esta perspectiva, a los entrevistados(as) se les realizó las siguientes preguntas de rangos para saber cuánto consumen en diferentes técnicas y formas para alcanzar un ideal de belleza:



Grafica 1.7 El 80% de los entrevistados respondieron que no invierten en terapias para el control de peso, mientras tanto el 13% respondieron que aproximadamente a mes gastan de \$100 a \$1,000, por consiguiente, el 7% de público invierte de \$1,000 a \$1,500 ya que consideran importante tener un buen control de peso para tener mayores resultados no solo a base de ejercicio.



Grafica 1.8 En cuestión a la alimentación parte de los entrevistados con un 59% invierten \$2,500 a más, esto se debe a que cumplen con un margen establecido de alimentos que les proporcione una vida saludable, con un 40%, manifestaron los entrevistados que gastan de \$500 a \$1500 al mes, ya que expresaron que no recurren al consumo de tantas verduras si no mas bien de comida que les guste.



Grafica 1.9 En la gráfica se muestran los resultados arrojados por las entrevistas, en cuanto a los suplementos alimenticios, donde un 40% del publico gasta \$1,00 a \$2,500 al mes en este tipo de productos para moldear la figura logrando un cuerpo más marcado, mientras el 33% de los entrevistados gasta alrededor de \$3,500 a más para consumir más proteína a base de polvos como la creatina, el 26% no invierte en este tipo de productos ya que prefieren lo natural, y el 1% solo gasta de \$2,500 a \$3,500.



Imagen 3.1 Tiktoker fitness expone la falsa perfección corporal de los influencers.

Aludiendo parte de las gráficas muestra el cómo las personas viven sumergidas en las redes sociales, proclamando una vida deportiva y consumiendo productos orgánicos libres de un sistema de riego que contamine los nutrientes de las verduras y frutas, porque es parte de los slogans que promueve una nueva cultura de consumir lo que está en tendencia para una vida fit. Ante esto no podemos dejar de lado que una de las mayores influencias son las redes sociales ya que en estos se muestran fotos de cuerpos delgados, comidas saludables, ejercicios para conseguir el cuerpo perfecto que la sociedad impone creando así una serie de imaginarios estéticos del cuerpo y de belleza física que no necesariamente se deben tener en cuenta como algo a seguir.

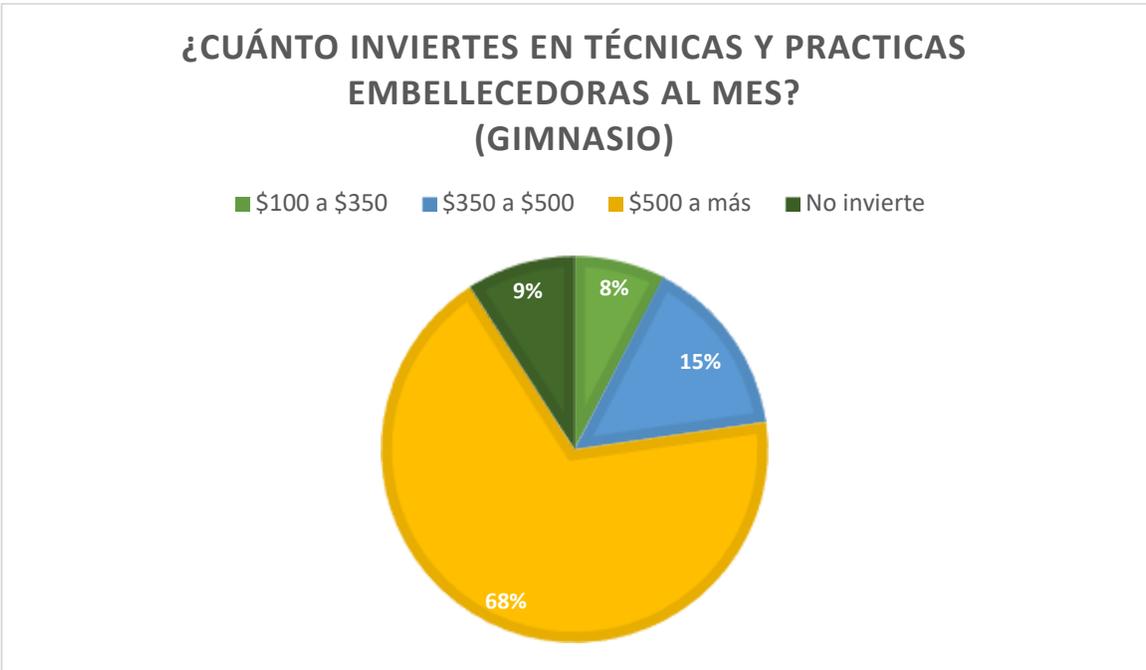
Las redes sociales como Instagram, Tiktok, Facebook, entre otras, son sitios donde se fomenta la publicidad como lo son las redes sociales son de muy fácil acceso por lo que son los más utilizados para persuadir a la gente de una forma rápida y fácil. Es así que también los propios individuos también generan ciertos engaños normalizándolos como algo real para quien lo observa, tal cual se observó en la (imagen 3.1), por lo que se evidencia que los

estereotipos de belleza están en todas partes y la sociedad cada vez se ve más impregnada a los estándares de belleza física y corporales transmitiendo un cuerpo casi perfecto, es por eso que “la tecnología con la cultura, al mostrar cómo los artefactos que aquella produce están vivos: interactúan con el cuerpo y lo modifican. De acuerdo con esto, lejos de entenderse lo somático como un objeto aislado y estático, habría que pensarlos como una materialidad que interactúa con aparatos, dispositivos y artefactos produciendo nuevas “ontologías humanas” (Espinal, 2020: s/p).

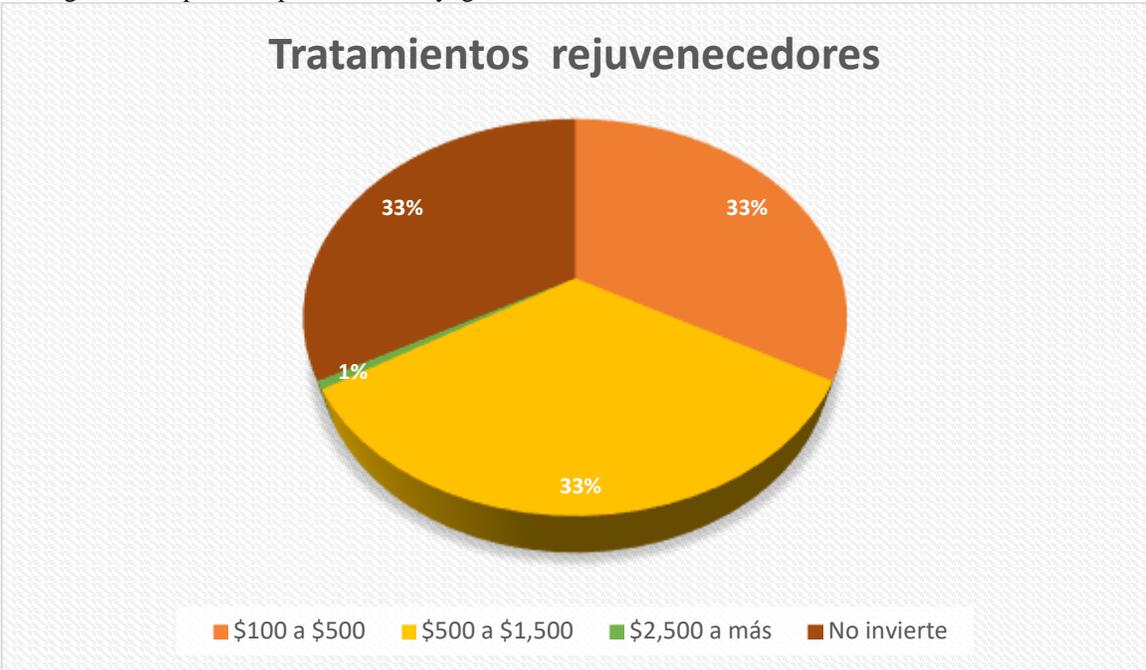
Evidentemente, esta nueva era digital ha logrado compenetrar en la mente de los jóvenes que buscan alcanzar una auto imagen alejada de lo real, sin embargo, estos imaginarios estéticos no han estado presentes siempre en la vida de los sujetos sino que han ido adquiriendo fuerza e influencia a lo largo de los últimos años generando más importancia en la vida de las personas de la que debería tener, y por otra parte, esto hace que todo en la actualidad gire en torno a esto y que se generen creencias un tanto irracionales acerca de cómo se debería ver una persona físicamente para ser aceptado en la sociedad o grupo social al cual pertenece.

Dentro de las plataformas digitales, la percepción del cuerpo y los imaginarios estéticos del cuerpo y la belleza física han sido construcciones sociales cada vez toman más fuerza al estar impregnados en un mundo donde la tecnología tiene un papel importante y donde generalmente se esparce la publicidad, creando así una imagen virtual que se desea cada vez más por los seres humanos.

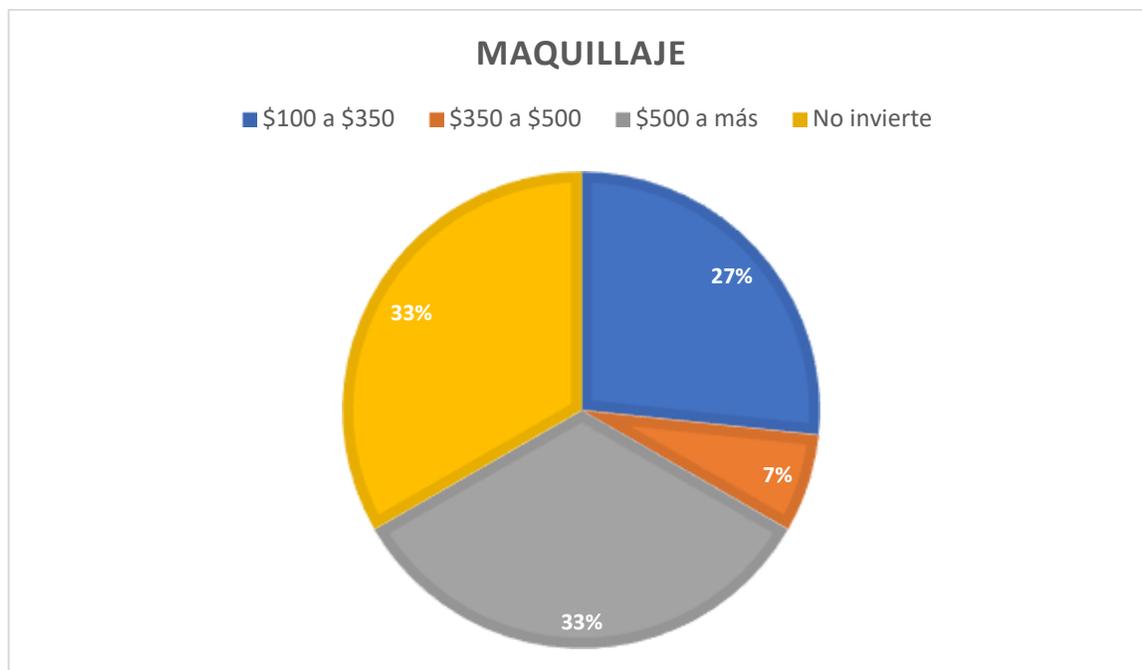
Por consiguiente, se les pregunto a los entrevistados sobre las formas y técnicas que más dedican tiempo y consumen con más frecuencia para cuidar de su aspecto físico a lo cual se logró recabar los siguientes resultados:



Grafica 1.10 Esta es una gráfica general, la cual muestra la cantidad que los entrevistados gastan mensualmente en la práctica de algún deporte o gimnasio de aparatos, con un 68% nos muestra que gastan más de \$500 a más, para poder desarrollar dicha actividad, siguiéndole con un 15% cubriendo la cuota de \$350 a \$500 y con derecho acceder a solo algunas áreas del gimnasio, mientras tanto con el 9% solo gastan de \$100 a \$350, lo que equivale a solo entrar algunas disciplinas deportivas como yoga, funcional, crossfit, zumba, etc.



Grafica 1.11 Se muestra que parcialmente la gráfica muestra un equilibrio ya que tanto hombres como mujeres recurren a este tipo de tratamientos para mantenerse y sentirse más jóvenes con un 33% en cada rango de gasto, mas no excediendo la inversión de \$2,500 a más.



Grafica 1.12 Se puede observar como el rango en el gasto de \$500 a más y de no invierte, se encuentran con un 33%, mientras tanto el 27% invierten de \$100 a \$350 que se podría catalogar como un rango normal que comúnmente se suele consumir en cuanto a maquillaje. Sin embargo, el 7% ha manifestado que gasta alrededor de \$350 a \$500, y lo consumen con más regularidad ya que entran nuevas técnicas para perfeccionar el rostro con maquillaje.

Como se pudo observar en las gráficas anteriores, la población seleccionada para el análisis de la investigación, nos permite comprender el consumo desmedido de los sujetos por mantener una apariencia joven, un cuerpo esbelto, y cuanto están dispuestos a invertir para conseguir una imagen como los estereotipos vistos en las redes sociales, aunque esto resulte un simple engaño de perfeccionamiento corporal y estético.

En el siguiente apartado, daremos un recuento de todas las actrices que se han sometido a cirugías estéticas y no han tenido resultados favorables, con la búsqueda de alcanzar una verdad estética irreal.

3.5 Las cirugías estéticas como prácticas de exclusión.

¿Cuántas veces no hemos admirado a las actrices por su aspecto físico?, considero que muchas, pero ciertamente las cirugías estéticas son parte del consumo que los grupos sociales de más auge consideran viables para moldear la figura y embellecer su rostro, aunque resulte completamente lo opuesto, con la desconfiguración natural de lo que en

realidad somos. En este apartado se desarrollarán algunos ejemplos de cirugías de personas conocidas en todo el mundo y su influencia a las nuevas generaciones a través de su aspecto físico como una propuesta a la tendencia de belleza actual.

Para comenzar, es importante pensar primeramente el riesgo que representa la vida al realizarse cualquier cirugía estética, la mayoría de las entrevistadas mencionaron tener miedo por el resultado de la cirugía, pero dos de las 15 entrevistas al preguntarle si se ¿han sometido alguna operación estética o corporal? y ¿por qué?, respondieron lo siguiente:

Si, tengo operados los glúteos, porque hace 2 años tuve la oportunidad de ir a Colombia, y de verdad al ver los cuerpos de las mujeres de haya me impresione muchísimo, su trasero era demasiado grande y bien formado, entonces mi sueño era tener el trasero como las colombianas, y no me arrepiento de haberme operado, al contrario, me dio más seguridad en mi cuerpo (Entrevistada Sofia, 2022).

Mientras tanto en el caso de Mia, una chica que sufre de bulimia comento lo siguiente:

Si, de nariz porque no me gustaba, entonces se me hizo fácil someterme a una cirugía estética. Considero que desde que tenía 13 años algunas zonas de mi cuerpo y mi rostro no me gustaban, por esa sencilla razón decidí operarme (Entrevistada Mia, 2022).

Sin embargo, a pesar de que en la mayoría de las entrevistas manifestaron miedo, no descartaron de que en algún momento les entro la curiosidad, como en el caso de Lina, exponiendo lo siguiente “no nunca, pero en un tiempo si lo llegue a pensar como una forma de alcanzar un cuerpo perfecto, para adelgazar de una forma rápida y eficiente” (Entrevistada Lina, 2022).

En algunas ocasiones el hecho de realizarse una cirugía estética se vuelve algo obsesivo, las personas que no consiguen total estabilidad física y mental sobre sus cuerpos después de una cirugía, puede que busquen realizarse otra cirugía para seguir intentado conseguir ese estereotipo de belleza y creen que por medio de la cirugía lo pueden lograr.

Ahora bien, tanto en México como en varios países “las cirugías plásticas son cada vez más frecuentes, abarcando todo tipo de población y realizándose incluso en la consulta médica. Las cirugías estéticas más frecuentemente realizadas son aumento mamario y liposucción corporal” (Nazar,2014:603). A continuación, se presentarán una serie de imágenes de donde se logrará observar el antes y el después de cada intervención quirúrgica.

Estrellas de Hollywood:



Imagen 3.2 Demi Moore, tras someterse a una cirugía de aumento de bótox y una pronunciación en los pómulos hundidos.



Imagen 3.3 Nicole Kidman, se sometió a un relleno en mejillas para restaurar el volumen perdido y suavizar las líneas de expresión, levantamiento de cejas, teniendo una durabilidad de seis meses o tres con los resultados.



Imagen 3.4 La familia más adinerada de Estados Unidos, y la que derrocha fuertes cantidades de dinero para transformar su cuerpo y rostro, causando furor entre los televidentes después de a ver filmado un reality show de sus lujosas vidas, y después de este fílmico le abrió la puerta al movimiento *body positive*, el cual apuesta por un cuerpo más curvilíneo (El mundo, 2022, s/p).

Estrellas de México:



Imagen 3.5 Belinda, es sin duda una de las estrellas de México, que aprovecha al máximo las redes sociales para subir constantemente imágenes sobre su aspecto físico, perfilando su rostro, se sometió a una rinoplastia y se aumentó el pecho, entre otras.



Imagen 3.6 Carmen Campuzano, tras someterse a cirugías estéticas para la reconstrucción de su nariz a causa de inhalar cocaína, resulta un tanto irreconocible que se trate de la misma persona.



Imagen 3.7 Eiza González, es sin duda alguna uno de los ejemplos más significativos en el mundo de las cirugías plásticas la cual se observa notablemente su transformación tanto corporal como la estética en su rostro.

Evidentemente las cirugías estéticas han recobrado un boom en la industria de la moda, el cine, las pasarelas entre otras; atrás quedaron los tiempos en los que la especialidad solo se centraba en reparar narices grandes u orejas levantadas. Hoy en la actualidad las cirugías se centran en realzar la belleza en los senos grandes y glúteos enormes con una cintura pronunciada, labios carnosos y un mentón afilado tanto en hombres como mujeres,

así como también para estirar la piel y contra restar los efectos de los años para verse más jóvenes. Aunque ciertamente los implantes se han convertido en un producto sumamente rentable para las clínicas enfocadas a este sector de la belleza.

Otro dato curioso al respecto de las cirugías más rentables para el mercado de la estética es la liposucción, el cual es “un procedimiento que lleva 30 años en el mercado y que consiste en aspirar a través de una cánula los acúmulos de grasa depositados en caderas, muslos, rodillas, tobillos, brazos, abdomen o cara” (Prats, 2008: s/p).

Por último, cabe señalar que la cirugía estética como relación de consumo, es buscar la satisfacción de una necesidad individual, circunstancia que implica una postura distinta de la tradicional, es decir en la cual el ejercicio de la medicina implica el consentimiento del médico y del paciente. En este sentido, para las cirugías estéticas, a diferencia de otras empresas o marcas, la imagen de marca en este caso, es el individuo, ósea el medico que lleva a cabo las cirugías, quien, con su nombre, su experiencia y su valor agregado, le vende al cliente toda una imagen.

CONCLUSIÓN

A manera de conclusión, lo que se encontró de los entrevistados del gimnasio SPORTLIFE es que, si bien los cuerpos de las personas que asisten a este centro deportivo mantienen los resultados de la cirugía casi igual a las que comentaron que ya se habían practicado alguna cirugía estética, expresaron sentirse satisfechas con dicho proceso quirúrgico. Otro de los aspectos que se pudieron sustraer de la investigación fue que la belleza en si para los entrevistados la relacionan con el aspecto físico, ya que ante este aspecto se podría considerar que la belleza desde mucho tiempo atrás se le daba un peso importante tanto en el sentido femenino y masculino tenían que cubrir asimetrías casi perfectas para considerar a una persona bella, hoy en día la apariencia física es considerado un punto favorable dentro de cualquier rubro laboral o para alcanzar éxito, un ejemplo de esto podría ser las actrices que observamos en los medios de comunicación o la modelo de moda que acapara la atención de cualquiera generando una retrospectiva en la mente de los individuos como algo predeterminado alcanzar, porque en nuestra sociedad se van generando ciertas retrospectivas del como deberíamos de ser, y al mismo tiempo alejándonos un tanto de nuestro ser real.

Ante esta noción, es importante expresar el caso de Lina y Mia, que son chicas de 25 años, ambas padecen trastornos alimenticios, sus expectativas del como iniciaron con estas enfermedades resultan un tanto inclinadas al mundo de la moda y el glamur, desde un sentido corporal y definitorio sobre su apariencia, como una forma de ser aceptadas por ellas mismas y su entorno en general. Es un tanto preocupante que, en el caso de Mia, aun estando en una etapa complicada de su recuperación, todavía tenga deseos de seguir alcanzado una verdad estética no real, lo cual su estado de salud ha ido degenerando su movilidad e inclusive su forma de alimentarse a través de una sonda gástrica.

Por otro lado, al asistir al gimnasio debe verse desde una perspectiva diferente a otros tipos de ejercicio o deportes puesto que las personas que quienes lo usan, no solo lo hacen por salud de sus cuerpos, sino que el aspecto físico es una de las principales razones y quienes ya lo han conseguido siguen yendo para mantener ese aspecto con el que se siente a gusto.

Cuando la principal razón para ir al gimnasio deja de ser la salud y se convierte en el aspecto del cuerpo recaen sobre la persona estereotipos e inseguridades sobre el mismo.

Un aspecto importante, es la observación participante que se pudo apreciar al momento de encontrarse dentro del gimnasio ya que la mayoría de los asistentes, como en

muchas de las imágenes presentadas en internet y redes sociales se tomaban constantemente fotografías de su cuerpo como una acción incentiva de su propia apariencia.

El cuerpo ideal que se construye en los gimnasios se vuelve problemático en la medida de que siempre se esperara tener ese tipo de cuerpo o incluso uno mejor, por ejemplo, una de las entrevistadas llamada Samanta, compartió que, el entrenar más duro podría llegar a tener un cuerpo tan perfecto como el de Anllela Sagra, considera por ella una de las mujeres más atléticas y fitness. Aunque ir al gimnasio se considera en términos sociales una práctica sana, puede convertirse en otras formas de reproducir el estereotipo sobre los cuerpos. Un claro ejemplo de ello, serían las imágenes que se encuentran en la publicidad de los gimnasios e incluso dentro de ellos es de personas con músculos definidos y sin grasa, lo mismo sucede en las imágenes o videos que sirven para explicar los ejercicios, estos factores están definiendo el tipo de cuerpo ideal al que se debe aspirar y en este caso de no conseguirlo puede considerarse como un fracaso, o al menos los discursos de poder que adornan las paredes de estos centros deportivos así lo expresan: “transforma tu vida” y al centro una imagen extremadamente grande de una chica y un chico muy delgados pero musculosos, “rendirse jamás” “aquí solo entrenan los que quieren llegar a ser dioses”, son solo algunas de las frases que se pueden mostrar en las paredes de SPORTLIFE.

Otra de las conclusiones que dejaron las entrevistas y el trabajo en general es que la verdad estética ideal existe tanto en mujeres como en hombres, ya que analizando sus propias experiencias no cabe duda de que en la mente de la mayoría tiene un tipo de cuerpo ideal, unos ya lo tienen y otras tantas están trabajando para alcanzarlo. Ahora bien, es un tanto imprescindible, el hecho que algunas de las que ya contaban con alguna cirugía estética al momento de interactuar con ellas fueron las más inseguras al momento de responder la entrevista, quizá la causa se deba a muchos otros factores que no quedan totalmente claros, pero pueden ser objeto de próximos estudios.

La existencia de los estereotipos sobre la belleza y cuerpo no son creados de la nada, en las sociedades actuales, el sistema económico y el sistema patriarcal son los dos principales responsables de su existencia, ya que dentro del sistema capitalista se puede destacar dentro de muchas características, la tendencia a darle un valor a todo, como se ha visto el cuerpo es visto como mera mercancía y ante esto las cirugías estéticas son prueba de

ello puesto que la tenencia o no de capital puede garantizar que una persona cambie la apariencia de su cuerpo y convertirlo en un producto de temporada.

Los productos embellecedores del cuidado personal se han convertido en los bienes de consumo de las personas: maquillaje, ejercicio, ropa, cremas, entre otras, forman parte de las industrias que generan año con año ganancias millonarias. En México, por ejemplo, en el año 2021 la marca más prestigiosa de belleza, no solo en nuestro país si no en todo el mundo conocida como LORÉAL (París), tuvo un año histórico con un 16.1% de crecimiento, lo cual significo el doble de crecimiento del mercado de belleza y fuerte aumento en las ganancias, con ventas de 32.28 mil millones de euros (L'Oreal México, 2021).

Esta industria representa y moldea una verdad estética a través de sus productos, aunque no es la única, la industria de la moda, la industria fitness y la industria porno, también se encargan de reproducir y vender su propio estereotipo, a tal grado que deben de irse innovando sus propios estereotipos constantemente para seguir posicionándose dentro del mercado y volviéndolos más inalcanzables. Finalmente cabe señalar que los productos se podría decir que están clasificados en dos vertientes, los primeros son los que se encargan de reproducirlos, moldearlos y crearlos (desfiles, concursos de belleza, revistas, industria porno, etc.), mientras los otros son los encargados de alcanzar el cuerpo deseado (gimnasios, cirugías, maquillaje, masajes reductivos, etc.), ambos productos se rigen por estereotipos o verdades estéticas sobre el cuerpo perfecto pero evidentemente cumpliendo diferentes funciones.

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

Buñuel, A. (1995), La construcción social del cuerpo de la mujer en el deporte, Madrid, Reis.

Le Breton, D. (2002), La sociología del cuerpo, Buenos Aires, Nueva visión.

Sossa, A. (2011), “Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo”, en Polis Revista Latinoamericana, Chile, 1-13, documento electrónico, <https://journals.openedition.org/polis/1417> , fecha de consulta: 30/03/2022.

Tineo, E. (2009), “Construcciones Sociales Sobre sí Mismo y Vocación de una Estudiante de Educación”, en Investigación arbitrada, Venezuela, 457-464, documento electrónico, <http://ve.scielo.org/pdf/edu/v13n45/art20.pdf> , fecha de consulta: 7/06/2022.

Urra, E. Muñoz, A. y Peña, J. (2013), “El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores de salud”, en Artículo de revisión, 27 marzo, Vol. 10, Núm. 2, Chile, documento electrónico, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-70632013000200004#:~:text=El%20discurso%20es%20una%20creencia,en%20los%20distintos%20contextos%20sociales , fecha de consulta 01/06/2022.

FUETES DE CONSULTA CAPITULO 1.

Berger, P. y Luckmann, T. (1968). La construcción social de la realidad, Argentina. Amorrortu editores.

Fairchild, H. (1944). Diccionario de Sociología. México: Fondo de Cultura Económica.

González, A. y González, C. (2010), “Educación física desde la Corporeidad y la Motricidad”, en Hacia la promoción de la salud, 2 julio, Vol.5, Núm. 2, México, 173-183, documento electrónico, <http://www.scielo.org.co/pdf/hpsal/v15n2/v15n2a11.pdf> , fecha de consulta: 14/02/2022.

González, G. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. Comunicar, documento electrónico, <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801212.pdf> , fecha de consulta: 7/03/ 2022.

Hillman, K. (1994). Diccionario enciclopédico de Sociología. Barcelona, Herder.

Le Breton, D. (2002), La sociología del cuerpo, Buenos Aires, Nueva visión.

- Moreno, J. y Rico, A. (2018). Educación, Cultura, Estereotipos, Cuerpo, Genero y Diferencias sociales en la Fotografía de Moda, en Revista de Investigación de la REDIECH, 16 mayo, Vol. 9, Núm. 17, México, 165- 177, documento electrónico, <http://www.scielo.org.mx/pdf/ierediech/v9n17/2448-8550-ierediech-9-17-165.pdf> , fecha de consulta: 7/03/2022.
- Organización Mundial de la Salud (2021). “Malnutrición”, documento electrónico, <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/malnutrition>, fecha de consulta: 10/02/2022.
- Simmel, G. (1908), Sociología: estudios sobre las formas de socialización, México, Titivillus.
- Simmel, G. (1934), “Cultura Femenina” filosofía de la coquetería lo masculino y lo femenino filosofía de la moda, Biblioteca Alí Chumacero, Espasa, Argentina.
- Sossa, A. (2011), “Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo”, en Polis Revista Latinoamericana, Chile, 1-13, documento electrónico, <https://journals.openedition.org/polis/1417> , fecha de consulta: 17/01/2022.
- Vidal, J. (2013), “La búsqueda de la realidad o de la verdad: una aproximación a partir de la teoría sociológica”, en Revista de Epistemología de Ciencia Sociales, Brasil, documento electrónico, <https://www.moebio.uchile.cl/47/vidal.html> , fecha de consulta: 29/04/2022.
- Xolocotzi, A. (2019), “La verdad del cuerpo. Heidegger y la ambigüedad de lo corporal”, en Facultad de filosofía, México, 125-142, documento electrónico, <http://www.scielo.org.co/pdf/ef/n61/0121-3628-ef-61-125.pdf> , fecha de consulta: 10/06/2022.

FUENTES DE CONSULTA CAPITULO 2.

- Berger, P. y Luckmann, T. (1968). La construcción social de la realidad, Argentina. Amorrortu editores.
- Canino una web de información y crítica cultural. (2017), “Heroin Chic: Cuando la estética de la droga ésta de moda”, documento electrónico, <https://www.caninomag.es/heroin-chic-cuando-la-estetica-la-droga-esta-moda/> , fecha de consulta: 12/03/2022.
- Coral, A. (2010), “El cuerpo Femenino Sexualizado: Entre las Construcciones de Genero y la Ley de Justicia y Paz”, en Revista Colombiana de Derecho Internacional,

- Colombia, 382-406, documento electrónico, <http://www.scielo.org.co/pdf/ilrdi/n17/n17a11.pdf> , fecha de consulta: 6/04/2022.
- Eco, U. (2010), “Historia de la Belleza”, Barcelona, Debolsillo, documento electrónico: <https://tallerdelaspalabrasblog.files.wordpress.com/2016/04/eco-umberto-historia-de-la-belleza.pdf> , fecha de consulta: 6/04/2022.
- Felip, L. (2015), “Breves apuntes sobre la teoría de la belleza en Tomás de Aquino”, en Escribiendo sobre la política y la filosofía desde Andalucía, documento electrónico: [https://luisfelip.net/2015/11/22/breves-apuntes-sobre-la-teoria-de-la-belleza-en-tomas-de-aquino/#:~:text=En%20la%20Summa%20teol%C3%B3gica%2C%20Tom%C3%A1s,la%20verdad%20y%20bondad%20moral\)](https://luisfelip.net/2015/11/22/breves-apuntes-sobre-la-teoria-de-la-belleza-en-tomas-de-aquino/#:~:text=En%20la%20Summa%20teol%C3%B3gica%2C%20Tom%C3%A1s,la%20verdad%20y%20bondad%20moral)) , fecha de consulta: 7/04/2022.
- Friedman, V. (2021), ¿Por qué nos enamoramos de los ángeles de Victorias Secret?, documento electrónico: <https://www.nytimes.com/es/2021/06/26/espanol/angeles-victorias-secret.html> , fecha de consulta: 21/04/2022.
- Goffman, E. (1991), “Los momentos y sus hombres”, Textos Seleccionados y Presentados por Yves Winkin, Barcelona, Paidós, documento electrónico, <http://mástor.cl/blog/wp-content/uploads/2013/02/Libro-Los-Momentos-y-Sus-Hombres.-E-Goffman.pdf> , fecha de consulta: 2/04/2022.
- González, F. (2005), “¿Qué es un paradigma? Análisis teórico, conceptual y psicolingüístico del término”, en Investigación y Revisión postgrado, Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Venezuela, 13-54, documento electrónico: <https://www.redalyc.org/pdf/658/65820102.pdf> , fecha de consulta: 6/04/2022.
- Iglesias, M. (2020), “Modelos hegemónicos”, Los estereotipos de belleza y la frustración de perseguir ideales inalcanzables, en Clarín Sociedad, s/p, documento electrónico, https://www.clarin.com/sociedad/estereotipos-belleza-frustracion-perseguir-ideales-inalcanzables_0_3eClCwx7q.html , fecha de consulta: 4/04/2022.
- Le Breton, D. (2002), La sociología del cuerpo, Buenos Aires, Nueva visión.
- Organización Mundial de la Salud (2021). “Malnutrición”, documento electrónico, <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/malnutrition>, fecha de consulta: 30/03/2022.
- Sossa, A. (2011), “Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo”, en Polis Revista Latinoamericana, Chile, 1-13, documento electrónico, <https://journals.openedition.org/polis/1417> , fecha de consulta: 30/03/2022.
- Vanity Fair. (2017). Cómo Kate Moss y Calvin Klein convirtieron el “Heroin Chic” en Tendencia, en Vanity Fair, documento electrónico: <https://www.revistavanityfair.es/sociedad/celebrities/articulos/kate-moss-pechos-pequenos-primera-campana-calvin-klein-1993/25659> , fecha de recuperación: 17/01/2022.
- Villarreal, A. (2001), “Relaciones de poder en la sociedad patriarcal, en Revista electrónica Actualidades Investigativas en Educación, Costa Rica, 1-15, documento electrónico: <https://www.redalyc.org/pdf/447/44710106.pdf> , fecha de consulta: 3/04/2022.

Zabalegui, O. (2017), “Cánones de belleza a lo largo de la historia”, en Cultura Bizarra, documento electrónico: <https://www.culturabizarra.com/canones-belleza-historia/> , fecha de consulta: 6/04/2022.

Bibliografía de imágenes

Imagen 1.1. (s/a), rol de la mujer en la publicidad argentina, disponible en: <https://www.monografias.com/trabajos89/rol-mujer-publicidad-argentina/rol-mujer-publicidad-argentina> , fecha de consulta: 6/04/2022.

Imagen 2.1. (30.000), La Venus de Willendorf, de hace 30.000 años, disponible en: <https://www.efe.com/efe/espana/efefuturo/la-venus-de-willendorf-una-viajera-por-europa-hace-30-000-anos/50000905-4757129> , fecha de consulta: 5/04/2022.

Imagen 2.1.2. (2022) Maquillaje de Cleopatra Carnaval, disponible en: <https://maquillajerossa.com/maquillaje-de-cleopatra-disfraz-egipcia/> , fecha de consulta: 5/04/2022.

Imagen 2.1.3. (2015), Obra representativa por Doríforo de Policeto estereotipo de belleza en el hombre, disponible en: <http://artegumiel.blogspot.com/2015/11/grecia-15-doriforo.html?view=classic> , fecha de consulta: 5/04/2022.

Imagen 2.1.4. (V-XV), Belleza Nórdica y Moralidad Cristiana en la Edad Media, disponible en: <https://drcordoba.es/belleza-nordica-moralidad-cristiana-la-edad-media/> , fecha de consulta: 5/04/2022.

Imagen 2.1.5. Guzmán, F. (2019), El hombre de Vitruvio el dibujo más conocido, disponibles en: <https://www.gaceta.unam.mx/el-hombre-de-vitruvio-el-dibujo-más-conocido-en-el-mundo/> , fecha de consulta: 5/04/2022.

Imagen 2.1.6. (1485), El nacimiento de Venus, disponible en: <https://mymodernmet.com/es/botticelli-nacimiento-venus/> , fecha de consulta: 5/04/2022.

Imagen 2.1.7. Significado del lunar, castidad y soltería, formaba también parte de los cánones de belleza, disponible en: <https://www.okchicas.com/curiosidades/estandares-bellezqa-pasado-hoy-serian-locura/> , fecha de consulta: 5/04/2022.

Imagen 2.1.8.(2018), “Chicas Gibsons” catalogadas como las mujeres más sofisticadas y sexys, disponible en: <https://culturainquieta.com/es/erotic/item/14899-gibson-girls-las-mujeres-más-sexys-y-sofisticadas-de-todos-los-tiempos.html> , fecha de consulta: 6/04/2022.

Imagen 2.1.9. (2020), Dolores del Río, la primera latina que conquistó Hollywood, disponible en: <https://genteyold.com/https-genteyold-com-dolores-del-rio-la-primera-latina-que-conquistó-hollywood/> , fecha de consulta: 6/04/2022.

Imagen 2.1.10. (s/a), Estándares de belleza masculina, disponibles en: <https://genial.guru/admiracion-curiosidades/mira-como-han-cambiado-los-estandares-de-belleza-masculina-en-los-ultimos-120-anos-1248160/> , fecha de consulta: 6/04/2022.

Imagen 2.1.11. (s/a), La sexy década de los 50s, disponible en: <http://inspira.veronicaveana.com/sitio/index.php/styles/2014-08-22-11-34-21/351-la-sexy-decada-de-los-50-s> , fecha de consulta: 6/04/2022.

Imagen 2.1.12. (2022), James Dean, estereotipo de belleza en las generaciones masculinas, disponible en: <https://culturacolectiva.com/cine/james-dean-el-rebelde-sin-causa/> , fecha de consulta: 6/04/2022.

Imagen 2.1. 13. (s/a), Estereotipos de mujer y hombre. Disponible en: <https://genial.guru/admiracion-famosos/asi-han-cambiado-los-canones-de-la-belleza-femenina-y-masculina-en-los-ultimos-100-anos-639960/> , fechas de consulta: 6/04/2022.

Imagen 2.1.14. Benítez, N. (2020), Canon de belleza predominante de la época de los 90s, disponible en: <https://atravesandotulaberinto.com/estereotipo-belleza-decada-pasada-encajar/> , fecha de consulta: 5/04/2022.

Imagen 2.1.15. Verdad estética y corporal en la actualidad, promovida por las grandes marcas de diseñadores, disponible en: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/110150/TORRES%20-%20El%20ideal%20de%20belleza%20femenino%20en%20Instagram%3A%20Una%20reflexi%C3%B3n%20personal%20desde%20la%20ilustraci%C3%B3n..pdf?sequence=1&isAllowed=y> , fecha de consulta: 6/04/2022.

Imagen 2.1.16. Como está cambiando el fitness el cuerpo de las mujeres, disponible en: https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2017-06-01/modelos-fitness-cambian-imagen-cuerpo-mujer_1391583/ , fecha de consulta: 18/04/2022.

Imagen 2.4.1 (1997), Kate Moss para la campaña de Calvin Klein, disponible en: <https://graziemagazine.com/articles/calvin-klein-obsessed-kate-moss/kate-moss-calvin-klein-obsession-edit/> , fecha de consulta: 25/03/2022.

Imagen 2.4.2. Slogans de Palacio de Hierro, disponible en: <https://mercadotecniacucharadas.blogspot.com/2011/03/soy-totalmente-palacio.html> , fecha de consulta: 23/04/2022.

FUETES DE CONSULTA CAPITULO 3.

Annenberg Space for Photography. (2011), “Beauty Culture”, documento electrónico, <https://www.annenbergphotospace.org/exhibits/beauty-culture/#:~:text=Beauty%20CULTure%20%2D%20Annenberg%20Space%20for%20Photography&text=Beauty%20CULTure%20provided%20a%20seminal,both%20celebratory%20and%20disturbing%20ways> , fecha de consulta: 12/05/2022.

- El comercio. (2014), “ La apariencia física es la mayor preocupación de las mujeres”, en Ciencias, s/p, Estados Unidos, documento electrónico, <https://elcomercio.pe/tecnologia/ciencias/viruela-del-mono-moderna-prueba-vacunas-contra-la-viruela-del-mono-contagios-sintomas-que-es-la-viruela-del-mono-rmmn-emcc-noticia/> , fecha de consulta: 4/05/2022.
- Espinal, C. y Estrada, D. (2020), “El fitness: estilo de vida saludable o biopolítica sobre el cuerpo desde la racionalidad neoliberal”, en Iatreia , Colombia, s/p, documento electrónico, http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-07932020000200184 , fecha de consulta: 1/05/2022.
- Le Breton, D. (2002), La sociología del cuerpo, Buenos Aires, Nueva visión.
- Rivera, J. y Colchero, M. (2018), “La obesidad en México” Estado de la política pública y recomendaciones para su prevención y control, en el Instituto Nacional de Salud Pública, 31-259 ,México, documento electrónico, <https://www.insp.mx/avisos/4884-la-obesidad-mexico.html> , fecha de consulta: 5/05/2022.
- Serrano, A. (2013), “Por qué la moda las prefiere (extra) delgadas” , en Revista Glamour, s/p, España, documento electrónico, <https://www.glamour.es/belleza/cuerpo/articulos/la-moda-nos-sigue-prefiriendo-delgadas/18454> , fecha de consulta: 7/05/2022.
- Prats, J. (2008), “La cirugía estética ya es un producto de consumo más”, en El País, s/p, México, documento electrónico, https://elpais.com/diario/2008/08/20/sociedad/1219183201_850215.html , fecha de consulta: 10/06/2022.

Bibliografía de imágenes

- Imagen 3.1 Tiktoker fitness expone la falsa perfección corporal de los influencers .disponible en: <https://www.24-horas.mx/2022/01/18/tiktoker-fitness-expone-la-falsa-perfeccion-corporal-de-los-influencers/> , fecha de consulta: 10/06/2022.

CONCLUSIÓN

- L’Oreal México. (2021), “Resultados anuales 2021”, en Loreal Groupe, documento electrónico, <https://www.loreal.com/es-mx/mexico/press-release/finance/resultados-anuales-2021-loreal/> , fecha de consulta: 10 /06/2022.

Anexo 1



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: _____

EDAD:

FECHA: _____

LUGAR: _____

Preguntas:

1. ¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?
2. ¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?
3. ¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?
4. ¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?
5. ¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?
6. ¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?
7. Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?
8. ¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?
9. ¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?
10. ¿En que se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?
11. En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?
12. En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?
13. ¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?
14. ¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?
15. ¿Comúnmente que alimentos consumes?
16. ¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

17. ¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?
18. ¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?
19. En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?
20. ¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?
21. ¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?
22. ¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?
23. ¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

B) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

C) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

24. ¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

A) Gimnasio

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

C) Masajes reductivos

- *\$300 a \$450
- *\$450 a \$600
- *\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

25. ¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Anexo Entrevistas Realizadas



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Abigail **EDAD:** 17 años

FECHA: 29 de abril de 2022

LUGAR: SPORLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

En la mujer, que sea delgada alta y de facciones finitas pero naturales sin alguna modificación, en el caso del hombre que de igual manera sea delgado y de facciones bonitas.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, los estereotipos nos van marcando el cómo debemos de vestir y el cómo debemos de vernos dependiendo la época en la que os encontremos.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Si, pienso que ahorita persiste un hombre y una mujer muy marcados pero delgados, con forma más atlética.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Podría decir que sería la actriz y también modelo Lily Collins, ya que mi apariencia física lo relaciono con el de ella porque es de cuerpo pequeño y esta bajita de estatura, aparte me gusta su forma de vestir.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

De igual manera Lily Collins es muy bella por su físico de cuerpo y cara.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Yo pienso que, de manera negativa, sobre todo en cuestiones de salud, porque personalmente yo cuando voy alguna tienda de ropa y veo las imágenes que ponen para darle publicidad a sus prendas, veo unas modelos muy delgadas que te hacen alusión a que en la forma que se les ve la ropa yo quisiera que se me viera igual, pero eso es imposible porque yo no tengo las mismas medidas que ellas.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Creo que hay muchos tipos de belleza, pero últimamente vemos poses de personas que lo suben a sus redes sociales y van determinando lo que es bello para todos, creo que es una nueva manera de tener más acercamiento del cómo debemos vernos, y por otro lado también los que van marcando como debemos de ser son los influencers que su propia fama los han llevado a que los sigamos por su forma de ser de vestirse o si no es feo o fea queremos ser como ellas.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Una persona que cuida de su cuerpo a través del ejercicio la considero bella porque siempre está a pendiente de su aspecto y eso para mí representa que se quiere y por eso tienen una vida saludable.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Hay que aceptarlo tal cual es y si lo deseamos transformar pues podemos practicar algún deporte, sin necesidad de someternos a una cirugía que puede dejarte mal, como hay muchas mujeres que se han sometido a este tipo de cirugías plásticas y han quedado super mal.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En el rostro, porque considero que es lo primero que vemos de una persona, y se ve bonita una piel bien cuidada, en el cuerpo no tanto porque afortunadamente siempre he sido delgada por genética de mis padres, que son deportistas de igual manera.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No, ninguno.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

No tengo un producto preferido, solo utilizo mi crema normal para cuerpo y cara.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No, ni he pensado en hacerme algo aparte me daría miedo someterme a este tipo de operaciones que solo son por estética.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Tomando mucha agua y alimentándome lo mejor posible.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Verduras, carne, y frutas.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos alimentos por miedo a subir de peso?

No, ni he pensado me gusta mucho la comida.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No ninguno.

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Ambos, deben cuidarse no solo su alimentación si no también hacer alguna actividad física, ya que hay muchas enfermedades que desata el tener una vida sedentaria, como la diabetes y la obesidad, que también se ve en niños.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Asisto al gimnasio, donde practico el yoga donde nos enseñan hacer más conscientes de nuestro cuerpo y a sentirnos más seguras.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Para desestresarme de la escuela, y por aprender formas nuevas del yoga.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si, he notado que soy más tranquila y disciplinada en la escuela, en mis tareas, creo que me ayudado a tomarme las cosas con más tranquilidad y conciencia.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Considero que sí, porque supongo que las cirugías estéticas son para personas que tienen los recursos para pagar este tipo de operaciones, no tanto por que as necesiten si no más por gusto propio, es lo mismo que pasa con la ropa muy cara de marcas reconocías solo está al alcance de unos cuantos y los que no tenemos mucho recurso

nos vender la imitación de las marcas a un costo accesible, solo para sentirte dentro de la moda.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

D) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

E) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

B) Gimnasio

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

D) Masajes reductivos

- *\$300 a \$450
- *\$450 a \$600
- *\$600 o más

D) Maquillaje

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Solo agradecerte por haber realizado a entrevista, me gustó mucho y te hace pensar si realmente eres un consumidor compulsivo dejándote llevar por las imágenes y los estereotipos que se ven en todos los medios.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Ana **EDAD:** 24 años

FECHA: 30 de abril de 2022.

LUGAR: SPORTLIFE GYM

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

Para mí la belleza femenina es aquella, persona que se preocupa por dar una buena apariencia física, y en lo masculino de igual manera una buena impresión en su aspecto personal.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, por os medios de comunicación ponen siempre en un certamen de belleza a una mujer delgada, facciones finitas, altas y muchas veces tratamos de imitarlas, haciéndolas ver perfectas cuando no lo son porque existen muchas estrategias para poder editar los cuerpos y rostros, como el photo shop.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Pues tanto así que exista, no porque ya ahorita aceptan a una mujer que este más robustita pero que tenga un cuerpo acuerpado ósea que tenga buena pompi y buen pecho, y eso si nos afecta sobre todo a las mujeres más delgaditas porque siempre nos ponen en los medios publicitarios como algo alegado de lo que es realmente los cuerpos, pareciera que solo se basan en unos cuantos.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Pues tanto, así como una modelo no, pero si más en actrices que suelo ver en las series televisivas, sobre todo las actrices de Estado Unidos, que considero se basa la forma en la que visto.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

El actor que se conoce como la “Roca”, ya que me parece un apersona que se preocupa por su aspecto personal, y sobre todo su personalidad sencilla, vaya es como un actor representativo del mundo fitness.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Si, considero que la ropa de diseñadores causa una controversia por que en algunos momentos todos queremos tener un bolso, una prenda o lo que sea de marca, pero no todos tenemos la posibilidad de adquirir, ahora sí que solo los que tienen una solvencia económica más elevada son los que pueden acceder a tener os productos de grandes marcas.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

La belleza para mi es algo no solo físico si no en lo intelectual que sea una persona culta, que se preocupe por prepararse día con día no solo en lo físico.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

A mí me inspira mucho Karla es mi inspiración por que la veo muy entregada al deporte, al estudio, se esfuerza día con día, y es para mí una persona bella.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

No, siento que un apersona que n se acepta tal cual es porque tiene problemas de personalidad y no está a gusto con quien es.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En ambo porque creo que ene lo corporal va mucho de a mano tener alguna actividad deportiva y alimentación, se transmite en el rostro

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

No consumo cosméticos o productos de belleza, para mí lo más importante es querer y estar sana.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Tratando de alimentarme lo más sano posible y hay muchas formas de cuidarme no exponiéndome mucho al sol y tratar de tomar mucha agua.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Legumbres, frutas, proteína.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

No.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

Alguna vez si lo hice, pero fue por un mes, pero no me funciona por lo mismo que las televisoras en los medios de comunicación te invitan a que consumas ciertas cosas, me deje llevar por lo que decían los medios.

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Por igual, ya que las mujeres y los hombres como seres humanos en sentido de la salud, y por qué la apariencia nos abre puertas para conseguir un trabajo porque siempre se dejan llevar por lo estético de una persona.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

En casa

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Por salud

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si, mayor flexibilidad, más fuerza y disciplina.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, siempre ha importado el verse bien para algunos grupos sociales en que la persona vaya vestida adecuada al lugar, y muchas veces si se prescribe la exclusión por lo que están ahí presentes.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

*\$100 a \$1,000

*\$1,000 a \$1,500

*\$1,500 o más

F) Alimento

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

G) Suplementos alimenticios

*\$1,000 a \$2,500

*\$2,500 a \$3,500

*\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

*\$ 350 a \$500

*\$ 500 a \$800

*\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

C) Gimnasio

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

E) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Diana **EDAD:** 25 años

FECHA: 29 de abril de 2022

LUGAR: SPORTLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

Pues para mí desde mi perspectiva siento, que si hablamos de belleza se basa más en lo estético, y para mí una mujer bella, bajo los estereotipos siempre se ha proyectado una mujer delgada de rasgos muy finos, y cuidando su aspecto físico, de maquillaje siempre cuidando su apariencia.

En el hombre siempre se presenta como, un hombre alto, fornido, de tez blanca que nos han presentado los medios de comunicación.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si sin duda ya que estamos rodeados por medios publicitarios, televisión, radio y ahora más latentes con las redes sociales Facebook, Instagram, nos presentan a personas que nos otros seguimos y deseamos alcanzar, y que nosotros queremos aspirar a eso y sentirnos pertenecientes algún grupo, aunque nosotros lo veamos como algo normal.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Yo creo, que en todas las etapas de la historia nos han presentado estereotipos de belleza, siempre nos presentan modelos de acuerdo a la época que estamos viviendo, en la moda cumple esa función vendiéndonos una imagen casi perfecta, con técnicas de maquillaje, o una figura enmarcando la armonía del cuerpo, como ahorita por ejemplo se han visto que los diseñadores han apostado por una imagen más acertada en los cuerpos reales de las mujeres, como en el caso de una modelo con vitíligo, para

la imagen de algunas marcas prestigiosas, o modelos más llenitas, que sin duda alguna lo hacen también para que sus consumidores se sientan más identificadas con la marca de su preferencia, hasta las modelos transgéneros ya son más aceptadas que antes, entonces se logra ver una gran apertura en el mercado con las nuevas imágenes que promocionan ciertos productos.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

La mía está más inclinada hacia la apariencia deportiva, cuando veo a una persona que está muy marcada, o que disimula otra cosa de los músculos, las personas que de repente sigo representan esa imagen fitness.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Pues, por ejemplo, yo tengo un actor que me gusta y justo cumple lo que yo mencione en la anterior pregunta, se llama Tom Welling, es un actor de Hollywood y justo cumple esto que es un hombre alto, y es musculoso, mi lado estético se inclina más a cuanto la forma, en que se vea un cuerpo trabajado, en equilibrio.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Si, por que los diseñadores o las marcas te están vendiendo un producto entonces ellos se basan bajo las necesidades o se basan ante esto, en función de que tienes que cumplir con eso, entonces yo creo que sin duda ha sido de yo te ofrezco esto y tú vas a hacer feliz, pero en realidad no sabes, solo porque quieres cumplir un rango, pero lamentablemente la publicidad tiene muy marcado de lo que te quieren vender más no lo que necesitas.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Creo que es una pregunta muy amplia y un concepto difícil de definir, pero para mí la belleza, no solo es algo estético creo que siempre lo emos relacionado con que una persona sea blanca, delgada, facciones finas, pero va más allá. La belleza, siento que se fragmenta cuando pensamos que el ser bello tiene que relacionarse en el que comemos, en lo que vestimos, creo que ahí se rompe por completo la significación de belleza.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Para mí también influye la apropiación emocional, creo que las personas bellas no solo deben ser por fuera sino también por dentro, a lo mejor es un tanto romántico esto, pero creo que la parte emocional y física deben de ser un conjunto generando un equilibrio entre ambas, entonces para mi esas son las personas bellas.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Creo que nos debemos de aceptar tal cual somos, más no dejarnos llevar por los estereotipos de belleza, porque a veces siento que se alejan muchísimo los modelos presentados por la publicidad, y no aportan cosas positivas para la salud ya que, si lo ve una persona que tiene sobre peso u obesidad, y al momento de ver las imágenes, y

te proyectan una delgadez extrema pues le acarrearán trastornos alimenticios con el afán de alcanzar ese estereotipo.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En mi caso lo físico lo corporal, es en lo que me enfoco más, y cuidar mi alimentación.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No nunca lo he hecho, pero más bien ahora que estoy en el mundo del fitness, si lo he pensado pero algunas veces, creo que no lo necesito. Pero tampoco lo rechazo, sé que en algún momento lo haré, no se quizaré para reafirmar mi piel.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

En este caso procuro hidratar, mi piel con crema convencional, tratando de no usar maquillaje todos los días y tomar mucha agua, para que mi piel se vea luminosa.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No nunca y nunca lo haría me acepto como soy, y tampoco lo he pensado, creo que me enfoco más a lo que me ha costado por mantener un cuerpo atlético, aparte las operaciones me aterran bastante.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Procurando entrenar todos los días, y alimentándome más sano.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

De todo, han sido muy pocas veces que me he restringido, porque no me niego a comer cosas que me gustan.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos alimentos por miedo a subir de peso?

No, nunca lo había hecho, pero hace poco lo hice y si noté un cambio drástico, pero fue por estética no porque realmente lo necesitara, y fue mi primera vez que lo hice después de entrenar 5 años hasta pensar ahorita hice una dieta, solo fue para experimentar.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento prescrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No eso si no, no consumo productos químicos para mi cuerpo.

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Por igual, y es por salud, el hecho de que uno pueda medir o equilibrar la alimentación es importante en ambos casos, porque sabemos que estamos en una sociedad con un rango alto de diabetes o de presión alta o baja entonces y creo que en México si falta tener más conocimiento en el tema para poder controlar este tipo de enfermedades, no tanto por estética si no por salud.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticamente alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Si asisto al gimnasio y hago otro tanto en mi casa por las cuestiones de pandemia, y son ejercicios cardio vasculares, y un poco de pesas en el gym.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asistes al gimnasio o hace ejercicio?

Al principio lo busqué por salud mental, para tener tranquilidad y centrarme a otro tipo de actividades generando un resultado positivo en mí, y dije no solo estoy ganado una paz interior si no también estoy viendo resultados físicos y de salud, ahora puedo decir que me encanta el aspecto físico que ha hecho en ejercicio en mi cuerpo.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si en absoluto me ha generado más seguridad en mí misma, y al momento de ver los resultados es pensar que, si te costó trabajo, pero cuando te pones ropa más ajustada y la luces muy diferente a como antes la lucias, de verdad te hace sentir muy segura y más cómoda con tu cuerpo, y vas ganando una disciplina, ya que yo antes estaba más llenita y me cansaba muy rápido, con el ejercicio aprendí a tener mucha más agilidad sintiéndome más aligerada.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, yo creo que, si por que tan solo por ejemplo vas a la alcaldía Miguel Hidalgo y estas en Iztapalapa se nota un gran cambio en el tipo de vestimenta e inclusive en la apariencia física, yo creo que las personas que conforman un grupo social más elevado monetariamente hablando, recaen más a tratamientos, cirugías, a comprarse ropa de diseñador incluso. Yo creo que también se genera la discriminación si tú vas de otro lugar a otro más lujoso si se nota una gran diferencia.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

H) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

I) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

D) Gimnasio

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

F) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Gracias por interesarte en este tipo de investigación, y abrir un poco más el panorama sobre lo que es para nosotros un concepto de belleza y como la publicidad nos atrapa de manera inconsciente a sus trampas de estar consumiendo productos, que en ocasiones ni necesitamos, pero nos envuelve.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Erika Fajardo **EDAD:** 24 años

FECHA: 29 de abril de 2022

LUGAR: SPORTLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

En lo femenino, su figura es que este bien torneada y formado el cuerpo, su forma de vestir no legando a lo vulgar ya que la hace ver sofisticada y casual, cuando a lo masculino, los ojos la ceja que sea muy tupida y sus pompas en el aspecto corporal, que no sea musculoso pero que no sea llenito.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Yo digo que sí, ya que hay veces que vemos como se visten los actores los cantantes etcétera, e incluso hasta su manera de hablar o actuar lo llevamos para nosotros, hasta hay personas que se someten a cirugías con el objetivo de parecerse a algún estereotipo presentados en los medios de comunicación.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Para mí sería lo físico ya que muchas veces cuidamos la apariencia física y creo que también estéticamente queremos vernos bien, ahorita podía decir que el estar delgado sería parte de un estereotipo actual

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Sería Camila Sodi, ya que me gusta su forma de vestir y su apariencia física.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Riky Martin, me gusta su físico, su forma de vestir y sus pompas.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Si, Influyen en ambas cosas, ya que ellos nos venden un cierto producto y siempre terminamos comprando lo que nos están ofreciendo por querernos ver cómo ello o asemejarnos más a ellos, y pensamos el comprar o vernos al igual creemos que nos pareceremos a las imágenes promovidas por las campañas publicitarias.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Siento que para mí la belleza, se basa más en los sentimientos que por la estética.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Su físico que sea una persona aseada, que huela rico y su forma de vestir que sea muy casual pero moderna.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Es válido adaptarse a los cambios de moda, siempre y cuando no se caiga en lo vulgar.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

Más en el rostro y segundo en lo corporal, en el rostro porque utilizo cremas que me hidraten la piel y me hagan lucir más luminosa la piel.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No, siempre ha sido con alguna dieta o alimentación.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

En el rostro lo que son las cremas, tratamientos para las manchas por el sol, y en cuestión de la apariencia física el maquillaje.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Con una alimentación balanceada haciendo ejercicio.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Consumo muchas verduras, frutas trato de consumir alimentos naturales.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

Si hecho dietas, y si me he restringido a comer cosas que contengan muchos carbohidratos, azúcares, sodio etcétera

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Por igual, más que nada por salud ya que en México hay muchas enfermedades como la diabetes y la obesidad y nos impactan por igual, entonces si nos debemos de cuidar tanto hombre como mujeres.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Asisto a clase yoga.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Es relajarme ya que por mi trabajo necesito liberarme de estrés y el yoga me ayuda a tranquilizar mi mente y ver las cosas más objetivamente de lo que quiero día a día.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si, en cuestión física tengo más flexibilidad y resistencia en mi cuerpo, ya que en mi trabajo es estar mucho tiempo sentada.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, creo que si por ejemplo aquí en el gimnasio los días que vengo hacer ejercicio, he notado mucho que en el área de pesas hay chicas y chicos que se les ve muy bien la

ropa deportiva y cuando los ves dices yo también quisiera lucir a si la ropa deportiva, porque en verdad su cuerpo junto con la ropa hace un conjunto un tanto armónico. Y cuando asistes a otra zona alejada de donde tu estas, digamos a un espacio donde hay personas de otro nivel social más elevado, se observa más latente el cuidado personal y la importancia a como se ven con los demás.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

*\$100 a \$1,000

*\$1,000 a \$1,500

*\$1,500 o más

J) Alimento

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

K) Suplementos alimenticios

*\$1,000 a \$2,500

*\$2,500 a \$3,500

*\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

*\$ 350 a \$500

*\$ 500 a \$800

*\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

E) Gimnasio

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

G) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Agradecerte que me hayas tomado en cuenta para tu proyecto, y es un tema muy interesante porque nunca nos hemos puesto a pensar que tan consumistas a veces solemos ser y cómo es que los estereotipos influyen de manera consciente o inconscientemente en nuestra propia apariencia física.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Esperanza **EDAD:** 25 años

FECHA: 5 de mayo

LUGAR: SPORTLIFEGYM

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

En cuanto a lo femenino se ha manejado desde hace mucho tiempo atrás y dependiendo la cultura, por ejemplo, las mujeres de caderas anchas con seno grandes eran consideradas como diosas y eran buenas para procrear, y él nos hombres grande

y musculoso, hoy en día no creo que haya cambiado mucho, ya que en la publicidad vemos a las mujeres delgadas y altas, y los hombres delgados pero musculosos.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, intervienen hasta cierto punto todo depende de la persona hasta qué grado nos dejemos influenciar, considero que más a nuestra edad tienen más auge que una persona más grande, porque nos dejamos llevar por esos estereotipos por ejemplo en los tonos de color en el cabello cuantos de nosotros nos llevamos por la moda de los colores intensos, porque es lo que te mueve las industrias de la moda, y nos bombardean en la tele y en las redes sociales incluso con los conocidos influencers que hoy en día son los nuevos estereotipos en nuestra sociedad.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Si, desafortunadamente hoy nos promueven chicas muy delgadas, pero con glúteos grades y pechos firmes, y desgraciadamente creo que a mí como mujer cuando llevo a una tienda de ropa sufro mucho a la hora de probarme algo y no me queda y eso a veces me hace pensar que ya engordé o inclusive a dejar de comer ciertos alimentos para bajar de peso.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

En realidad, no tengo un estereotipo imitable, yo más bien veo a las actrices y cantantes porque me llaman la atención las prendas que luego suelen usar, pero que sean un modelo imitable para mi cuerpo y mi apariencia física no, probablemente en vestimenta sí.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Para mí los modelos bellos y bellas son los más naturales, que los cuerpos que ya son modificados por cirugías plásticas, como lo que comúnmente podemos observar en algunas publicidades de usa esta crema y crecerán tus glúteos o tonificará tu figura etcétera Y nos muestran estereotipos de belleza ya plastificados.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Influyen de ambas maneras en lo negativo desafortunadamente, no tenemos posibilidad de tener unos tenis de marca, y la marca es lo que nos hace sentir que pertenecemos a un grupo, y la forma positiva creo que por ejemplo si veo unos tenis o una prenda de marca me esforzaré por conseguirlo, pero, efectivamente las marcas con más renombre marcan las pautas del como verte y sentirte, si estas dentro del grupo o te excluyen por no tener lo de moda.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

La bella para mí es algo interna y no tanto externa, yo creo que la belleza nace desde adentro, porque la belleza exterior solo es una careta y superficial.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Una persona bella es aquella que plasma su persona natural, ves a una chica delgadita y dices bueno quizá vaya al gimnasio y se ve un cuerpo natural más no mujeres que ya están modificadas por las manos de los cirujanos.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Aceptarnos tal como somos, y ahí se empieza el amor a uno mismo, porque en el momento que tú decides modificar algo de tu cuerpo entonces ya estas mal.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En ambas cosas tratando de cuidar rostro y cuerpo

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

Regularmente son cremas económicas y sin ningún objetivo porque creo que los productos son pura propaganda, y no tanto la marca.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No, ni lo he pensado.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Alimentándome bien y no consumir cosas toxicas.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Procuro comer frutas, legumbres, semillas, lo más natural posible.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

No, solo trato de restringir alimentos por salud, tratando de comer poco de tal manera que solo me sienta satisfecha.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Por igual, porque siempre existe una atracción física en ambas partes, que hoy en la actualidad, las mujeres son las que reinan con los cuidados en todas sus aristas.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Al gimnasio, porque el deporte es parte de mi vida.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Para conservar mi salud, no tanto por estética o esculpir mi figura.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si, desde muy chica practique deporte y creo que me ayudado el deporte a ganar mayor flexibilidad y acondicionamiento físico.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Desafortunadamente si, que es algo discriminatorio porque si vas a un evento donde van vestidos de gala, y vas con ropa no de acorde al evento sencillamente no te dejan pasar, porque no cumples con el reglamento de la vestimenta, entonces es muy discriminatorio en este aspecto.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

L) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

M) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

F) Gimnasio

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

H) Masajes reductivos

- *\$300 a \$450
- *\$450 a \$600
- *\$600 o más

D) Maquillaje

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

- *\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Fernanda **EDAD:** 22 años

FECHA: 29 de abril de 2022

LUGAR: SPORLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

En lo masculino, que tenga mucha personalidad que sea serio e inteligente, en lo femenino una mujer segura de sí misma, y que sea de igual manera inteligente, eso para mí sería mi concepto de belleza.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, sin duda alguna, porque consciente o inconscientemente nos proyectan el cómo deberíamos de vernos en la misma sociedad y a veces el ser humano es un tanto cruel porque siempre criticamos de manera negativa a las demás personas por su apariencia, porque ya tenemos en nuestras mentes lo que tanto nos han promovido en los medios de comunicación una mujer delgada, de tez blanca, con un cabello y un rostro angelical, entonces a la hora de ver personas que no cumplen con los estereotipos

actuales son más vulnerables a críticas mal intencionadas respecto a su apariencia física.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Un estereotipo como tal no creo, porque hoy en la actualidad ser llenita y con curvas es bien aceptado, porque las mismas marcas ya están orientando a la aceptación de los cuerpos e inclusive mostrando a modelos con alguna enfermedad visible como el caso del vitíligo.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

No tengo uno en específico, creo yo que aceptándome como soy no necesito imitar a alguien, lo que si te puedo decir es la cuestión de la vestimenta, yo creo que la mayoría somos imitables a las tendencias de ropa y ahí sí puedo decirte que me gusta su forma de vestir de Dakota Jonhson, es elegante y sofisticada.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

De igual manera Dakota Jonhson, es delgada y bella y su mismo cuerpo hace que luzca las prendas que utiliza, por más sencilla que sea, su personalidad hace que la ropa la haga verse bien.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

De manera negativa, porque como te comentaba anteriormente cuando tú no cumples con las expectativas de los demás te ven rara generando una cierta exclusión de la misma sociedad y es cuando te das cuenta el nivel de peso que tienen las imágenes publicitarias en nuestra propia imagen.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Hay muchas maneras de describir la belleza, pero encontrar su verdadero significado es lo más complicado, pero desde mi visión creo que la belleza es algo etiquetable que se nos viene a la mente como decir a ese chico o chica es bonita o guapo y lo relacionamos directamente con la belleza por su aspecto físico, pero yo creo que va más allá de lo físico siento que es más de adentro hacia afuera.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Que sean personas inteligentes y que cada día se preparen más intelectualmente, eso hace que una persona sea interesante y a la vez bella.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Aceptarnos, así como somos y como estamos, es una de la forma de demostrarnos a nosotros mismos que nos queremos no importando si somos llenitas, o si somos muy delgadas, creo que cuando uno no se acepta como es porque algo en ti está mal y entonces acarreamos enfermedades como la anorexia o la bulimia o nos sometemos a cirugías para moldear a figura o cambiar las facciones de nuestro rostro, en fin, los seres humanos luego no estamos conformes con lo que tenemos.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En ambos, porque el rostro y el cuerpo es un conjunto por igual y si cuidamos de nuestro cuerpo secundariamente el rostro es el reflejo de nuestros hábitos.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No nunca.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

Pues utilizo mi crema Dove convencional par cuerpo y rostro no tengo un producto en específico que lo utilice para alguna área de mi cuerpo o rostro.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No ni tampoco quiero.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Alimentándome, lo más natural y nutritivo.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Consumo comida orgánica, verduras de todo tipo y frutas.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

No, todo lo que se me antoja lo consumo, pero de manera moderada solo para sentirme satisfecha más no llena.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Ambos, hoy en la actualidad han concientizado aún más el cuidado personal en un sentido más saludable y también ara verse bien porque también es parte del proceso, entonces considero que hombres y mujeres cuidan a un más su aspecto, que hace mucho tiempo atrás.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Si al gimnasio practicando yoga.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Por bienestar propio, por salud y sobre todo buscando la comodidad con mi cuerpo que es una parte fundamental de esta disciplina.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Por supuesto, tengo más flexibilidad y fuerza, generando un equilibrio entre ente y cuerpo.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Considero que sí, porque son muy caras las técnicas que se utilizan para modificar o moldear la figura y el rostro, entonces el que una persona pertenezca a un grupo social

más elevado económicamente va a tener más posibilidades de someterse a estas formas de modificar su cuerpo.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

N) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

O) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

G) Gimnasio

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

I) Masajes reductivos

- *\$300 a \$450
- *\$450 a \$600
- *\$600 o más

D) Maquillaje

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

En mi opinión hay que aceptarnos tal cual somos y no dejarnos llevar por las estrategias del mercado que nos presentan cuerpos y rostros editados, que para nosotros nos resulta algo real, pero no es así, nunca me había puesto a reflexionar en quien se basa mi forma de vestir, pero de alguna manera los estereotipos si te orillan a basar tu apariencia física en un actor, cántate o modelo.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Samanta **EDAD:** 23 años

FECHA: 30 de abril de 2022

LUGAR: SPORTLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

Que ambos, sean sencillos, delgados y con mucha personalidad, creo que teniendo eso cumplirían con el concepto de belleza, desde mi perspectiva.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, sobre todo hablando de la tendencia de colores y la ropa, considero que los estereotipos te van marcando un estilo de vida que está fuertemente relacionada con la imagen, haciéndonos pensar que eso es lo cool.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Si, ahorita está en tendencia un cuerpo marcado y tonificado, como en hombre y mujeres, en donde las pompas en el caso de las mujeres estén muy levantadas y redondas, en el caso de los hombres un torso super mercado.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Considero que mi estereotipo en el cual se basa mi apariencia es Anllela Sagra, es una chica fitness conocida en Instagram por su belleza y dedicación al deporte, pero más que mi estereotipo a seguir es mi mayor motivación para poder tener un cuerpo como el de ella.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Anllela Sagra, tiene un cuerpo y un rostro muy bello.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Yo creo que, si influyen, de manera positiva, porque en mi caso yo tomo a Anllela como una motivación y poner a trabajar mi cuerpo a través del ejercicio como lo hace ella, e ir viendo mis resultados.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Algo que para mí es bonito, por ejemplo, una mujer que tiene buen cuerpo y un rostro cuidado me resulta algo muy cercano a lo que para mí es la belleza.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Que sea deportista que no descuide su apariencia y sobre todo que sea muy humanista con los demás, que no sea pedante.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Hay que aceptarnos tal cual somos, pero si queremos transformarlo podemos recurrir al ejercicio como una forma más natural de modificarlo como nosotros lo deseamos.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En los dos creo que, si cuidas bien de tu cuerpo, por obviedad cuidarás también de tu rostro los dos son importantes, para vernos y sentirnos bien.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

Para el cuerpo utilizo mi crema convencional Nivea y para el rostro uso una crema que se llama antipigment de Eucerin.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No, nunca.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Con la alimentación.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

De hecho, consumo de todo un poco, pero más proteína para desarrollar más musculo.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

No nunca.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Ambos, creo que hoy en día se cuidan mucho más que antes porque aquí en el gimnasio he observado que ya no hay una exclusión en algún género en específico ahora ya es todo por igual.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Asisto al gimnasio, hago pesas y estoy en el área de Entrenamiento Funcional.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Porque quiero verme y sentirme bien.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si, soy más persistente y disciplinada, he notado que mi condición física ha mejorado bastante y me gusta la persona que hoy en la actualidad soy, me siento mucho más cómoda con lo que me pongo y ha aumentado más mi seguridad.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

No, creo ya que todos podemos tener la posibilidad de por ejemplo pagar un gimnasio para poder modificar el cuerpo no necesariamente inclinándonos a una cirugía estética.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

*\$100 a \$1,000

*\$1,000 a \$1,500

*\$1,500 o más

P) Alimento

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

Q) Suplementos alimenticios

*\$1,000 a \$2,500

*\$2,500 a \$3,500

*\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

*\$ 350 a \$500

*\$ 500 a \$800

*\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

H) Gimnasio

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

J) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Sofia **EDAD:** 25 años

FECHA: 29 de abril de 2022

LUGAR: SPORTLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

Un hombre que se arregle, que sea de tez apiñonada, y que tenga un cuerpo musculoso, y en las mujeres que tengan buen cuerpo sobre todo unas piernas muy bien trabajadas, y que de igual forma se vea que si haga ejercicio.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, es que los estereotipos de belleza los vemos donde sea inclusive en redes sociales donde ya hasta hay páginas de los cuerpos fitness como tendencia ejemplar de un rostro bello y un cuerpo marcado.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Si el cuerpo fitness y el cuerpo más rellenito, pero con curvas.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Scarlett Johanson, se me hace una actriz muy guapa y con un cuerpo muy definido no están delgada pero tampoco gorda, digamos un punto medio.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Alexandra Ambrosio, era una modelo de los ángeles de Victoria Secret, es muy delgada pero su rostro es muy sutil, considero que puede representar belleza en lo corporal y o estético del rostro.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Pues yo pienso que depende, porque los estereotipos se pueden ver como motivación a alcanzar algo que quieres lograr en ti mismo, y en un sentido negativo creo que también son generadores de trastornos alimenticios porque siempre nos muestran modelos muy delgadas y con tanto se ven imágenes en los medios de comunicación

y publicitarios quieras o no si hay una respuesta, pero eso depende del significado que uno le dé a eso que nos muestran como bello.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Para mí sería la personalidad todo aquello que es desde adentro y hace ser a una persona bella.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Primero su personalidad y si la persona tiene aspectos físicos como ojos grandes, tez morena o blanca, y sepa vestir bonito y elegante, creo esa sería mi definición de una persona que yo considero bella.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Hay que aceptarlo, y si no estás conforme con tu apariencia pues hay que hacer alguna actividad física para tener más seguridad en uno mismo, y el ejercicio es un transformador de cuerpo y mente.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En lo corporal ya llevo más de 5 años ejercitándome y mi transformación ha sido satisfactoriamente.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

No utilizo productos en específico, la crema que utilizo para mi cuerpo es la misma que utilizo para el rostro.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

Si, tengo operados los glúteos, porque hace 2 años tuve la oportunidad de ir a Colombia, y de verdad al ver los cuerpos de las mujeres de allá me impresionó muchísimo, su trasero era demasiado grande y bien formado, entonces mi sueño era tener el trasero como las colombianas, y no me arrepiento de haberme operado al contrario me dio más seguridad en mi cuerpo.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Dormir bien a mis horas y comer saludable.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Verduras y leguminosas.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos alimentos por miedo a subir de peso?

Si, ahorita he dejado de comer cosas azucaradas, los carbohidratos trato de consumirlos lo menos posible, pero por salud no tanto como dieta.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Por igual, ambos requieres cuidar su alimentación y llevar una vida saludable y deportiva, por muchos casos de obesidad, por el consumo excesivo de comida rápida. **En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?**

Asisto al gimnasio

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Por salud y para verme bien.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si, mi cuerpo se ha moldeado a la forma que me gusta y estoy muy contenta por los resultados tan favorable que en mi ha hecho, me siento con más energía y con ganas de seguir cuidándome, porque es la forma que yo misma me demuestro que me quiero y me acepto.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, no todos tenemos el dinero suficiente para someternos a una cirugía estética y solo los que tienen más solvencia económica pueden acceder a estos centros para esculpir la figura.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

*\$100 a \$1,000

*\$1,000 a \$1,500

*\$1,500 o más

R) Alimento

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

S) Suplementos alimenticios

*\$1,000 a \$2,500

*\$2,500 a \$3,500

*\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

*\$ 350 a \$500

*\$ 500 a \$800

*\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

I) Gimnasio

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

K) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Me agrado la entrevista, siento que fue muy digerible y el tema es muy interesante sobre los estereotipos, y por qué prácticamente nos venden una vida, como algo atractivo para los consumidores.

Entrevistas Hombres



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Issac Vargas (Instructor de zumba y profesor de Educación Física). **EDAD:** 28 años

FECHA: 5 de mayo de 2022

LUGAR: SPORTLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

Hablando de concepto de belleza en ambas partes, a mi forma de pensar va más allá de lo físico, tal vez tiene que ver mucho con los estereotipos que uno va creando y conforme se ve en las imágenes publicitarias en los medios de comunicación, en nuestra propia imagen.

Entonces en lo femenino sería una chica arreglada, y en cuestión de cuerpo pues considero que todas las mujeres son bonitas, vaya no tengo una definición como tal de la belleza femenina, pero creo que en ambos una apariencia fitness, que cuiden su cuerpo.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, de alguna forma porque nosotros tomamos como ejemplo para nuestra propia apariencia creando un concepto de lo que es belleza y lo llevamos a nuestra vida cotidiana, a veces si queremos llegar hacer muy parecidos a las imágenes presentadas en los medios publicitarios, una cara bonita y un cuerpo bien definido, en definitiva, si intervienen, en nosotros mismos.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Si, siento que ahorita estamos muy influenciados por el mundo fitness de verse bien, ósea delgado pero que se vea trabajado el cuerpo, que de igual forma entra aquí el sentido de la salud porque muchas personas se someten a técnicas al uso de, proteínas, inyecciones para marcar las zonas que quieren sobre saltar, no tomando en cuenta el daño que pueden causar a su salud, pero como muchos dicen la belleza cuesta.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Podría ser, una persona marcada manteniendo una apariencia deportiva como un ejemplo a seguir que ha influido en mi apariencia.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Deportivamente hablando podría decirte Cristiano Ronaldo, él es deportista y modelo que entro fuertemente en el mundo publicitario, reflejando una parte estética y bien definida del cuerpo masculino.

¿Consideras que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Siento que influye de forma negativa porque sus formas de promocionar o resaltar lo que para ellos son la belleza, muchas personas con tal de alcanzar esos estereotipos atraviesan por situaciones de salud como lo son los trastornos alimenticios como la bulimia y la anorexia llegando a un punto de obsesión por que las imágenes te o hacen ver muy forzado que deberías de tener un cuerpo bien definido.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Físicamente hablando para mí la belleza es imagen algo bonito, ya que desde mi perspectiva sería una persona bonita, que me llame la atención.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Una cara bonita, un cuerpo bonito estético, pero que no estén muy marcados más natura sin exageraciones.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Hay que aceptar tal cual como somos y al transformarlo sería ya por gusto propio y por salud, involucrando la salud, pero debemos de sentirnos cómodos con nuestro propio cuerpo.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En el rostro, porque yo me considero una persona delgada y creo que no tengo la necesidad tan grande de enflacar más, no me considero ni delgadito ni gordo, obviamente pasamos por diferentes etapas donde el cuerpo va adquiriendo otra forma.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No, en eso no he recurrido a tratamientos de ese estilo.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

Crema para el rostro que sea especial para el rostro y bloqueador, ya para el cuerpo mi crema convencional.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No, ninguna.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Únicamente por medio del ejercicio.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Mmmm... como de todo, la verdad no tengo preferencia alguna por ciertos alimentos.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

No nunca al contrario me gusta comer demasiado.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No tampoco he recurrido a ningún medicamento porque no he tenido a necesidad

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Por igual, porque ambas partes tenemos un diferente metabolismo, pero considero que hay que cuidarnos porque obviamente si no hay una conciencia de cuidarse traeremos enfermedades.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Soy instructor de Zumba, aunque debo de agregar que en este tipo de clases asisten más mujeres que hombres, ya que el género femenino les atrae más la diversión la fiesta, ya que esta disciplina es más de recreación, y de alguna manera se ha minimizado al hombre que por lo general no deben de bailar si no deben de ir a disciplinas más rudas donde se note la fuerza, y por naturaleza las mujeres les gustan más bailar, y es una forma de interactuar a través de la música.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

La salud y fomentar un modo de vida más deportiva.

Como profesor de educación física, transmitirles a mis alumnos el deporte ya que tendrán una vida más saludable adquiriendo habilidades como la flexibilidad, la condición física, la resistencia, entre otros.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si hay una diferencia tanto física como mental, en cuestión física siempre me he mantenido delgado, pero ahora más por mi trabajo, y mental podría decir que me he vuelto más disciplinado y tomo las cosas con mayor responsabilidad.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, por moda siento que, si nos vestimos de acuerdo a ella, porque si queremos pertenecer a un grupo social, tienes que vestirte como ellos para sentirte que encajas a un grupo en específico, es una cuestión que lamentablemente es negativo y positivo en este sentido estas en constante consumo porque ves no sé una playera y te gusto mucho pues inspira a tenerla. Lamentablemente siempre la sociedad gira en torno a ciertos prejuicios y nos quedamos con la idea de cómo te ven te tratan.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

T) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

U) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

J) Gimnasio

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

L) Masajes reductivos

- *\$300 a \$450
- *\$450 a \$600
- *\$600 o más

D) Maquillaje

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Accesorios

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

- *\$500 a \$800
- *\$800 a \$1,200
- *\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Agradecerte que me hallas tomado en cuenta, me parece que el tema fundamental seria la salud, pero ciertamente somos personas que nos dejamos influir por las imágenes publicitarias que sin duda alguna son las que nos van marcando la moda, el rostro con ciertos rasgos, y un cuerpo que cause una tendencia en la imagen de las personas.

Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Iván **EDAD:** 25 años

FECHA: 12 de mayo de 2022

LUGAR: SPORTLIFE GYM

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

Mi concepto de belleza podría ser en la personalidad de una persona, que, en el aspecto físico, pero ahora en la actualidad se le da mucho peso a la apariencia física, y si es en lo físico sería alta, tez blanca y facciones bien definidas aplicando en ambos casos.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, porque son imágenes bien elegidas para representar el sentido bello de una persona tanto en mujer y hombre formando en la gente el cómo vestir, el cómo comportarse e inclusive la forma de un cuerpo perfecto para que una persona sea aceptada.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Yo creo que sí, pero va por tiempo, por que anteriormente los estereotipos van cambiando de acuerdo a la moda, y en este caso hoy en día está de moda, en el caso de las mujeres sean voluminosas, no gordas, pero bien definidas, y en los hombres que representen una apariencia musculosa.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

En apariencia física no tendría uno, pero si en comportamiento, probablemente sería Cristian Bell, pero no en cuestión física.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Cristian Bell

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Probablemente si cuando, tu estatus económico sea viable para ir en tendencia con la moda y si influyen en manera de consumir las marcas más reconocidas, como Chanel,

Cristian Dior etcétera, y de forma positiva solo funcionaria como aspiración a quererlo tener para los grupos sociales de recursos más bajos.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Creo que la belleza tendría que ser más allegada a la forma de ser que a lo físico que claro que si influye, pero de nada sirve tener una belleza y ser una persona vacía.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Lo baso más a la conducta y sus acciones, que tienen una forma de ser amable, cordial, que son personas bondadosas, para mi es una forma de belleza y si se complementará con lo físico pues sería de facciones de tez blanca, cabello negro, pero si me baso más en la armonía del rostro que en cuerpo siendo que es la primera impresión.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Aceptarlo como es, pero también hay que tratar de no asemejarlo al estereotipo de moda, pero también tratar de tener cuidado de no caer en el tema del descuido personal, en que me baso en el ser desaseado o descuidarse.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

Depende de las circunstancias, si meramente no hay mucho tiempo por cuestiones laborales en el rostro.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

Ninguno.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Con alimentación

¿Comúnmente que alimentos consumes?

De todo tipo

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos alimentos por miedo a subir de peso?

En mucho de los momentos no he transcurrido alguna dieta, y solo disminuyendo el consumo solo disminuido más no dejaros.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Por igual, tanto el hombre como la mujer tiene derecho a verse bien a sentirse bien.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Si al gimnasio

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Primero para sentirme bien y en segundo porque me gusta hacer deporte.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si porque cuando asisto a entrenar si hay una diferencia, si me limito a varias cuestiones a consumir el déficit calórico de algunos alimentos.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, puede ser parte de un grupo social pero meramente pudiera sr solo moda o un aspecto que puede terminar en un momento, no te forma a un grupo social específico sino más bien deben coincidir con lo que va marcando la moda que está en ese momento. Como un rasgo de pertenencia a la sociedad.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

V) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

W) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

K) Gimnasio

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

M) Masajes reductivos

- *\$300 a \$450
- *\$450 a \$600
- *\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Se me hace interesante el tema, y ahorita si predomina el rasgo físico, pero ahora en la actualidad hay muchos estereotipos dando apertura a que sean aceptados en la sociedad.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Joel Ramírez **EDAD:** 27 años

FECHA: 29 de abril de 2022

LUGAR: SPORTLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

Su manera de vestir en una mujer la hace ver muy bella, las chicas que traigan vestidos, que sean delgadas y altas lo considero bello, y en el sentido de lo masculino, cabello corto, que no tenga tatuajes ni aretes que sea muy varonil.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, sobre todo en el físico porque siempre nos promueven en el hombre que debe tener los músculos muy marcados, y grande, y con una voz masculina, y en el caso de la mujer con una tez blanca, delgadas y altas ojos de color.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Si, ahorita creo que está de moda ser delgada o delgado pero marcado, mostrando un cuerpo muy trabajado.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Yo creo que sería Mark Wahlberg, es un actor estadounidense por su estatura que no mide más de 1.70, y por su musculatura que tiene, su genética que tiene es algo similar a la mía.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Cristiano Ronaldo por su cuerpo que está muy bien formado y David Beckham porque considero que es muy atractivo por su físico y apariencia estética.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Siento que influyen de manera negativa porque, son estándares muy altos que no cualquier persona puede llegar a tener, por ejemplo, en la estatura hay modelos que miden más de 1.70, en mujeres y 1.80 en hombre pueden ser puntos no importantes, pero de alguna manera las personas generalmente no llegamos a esas estaturas, con su complexión delgada, tallas cero que acomplejan muchísimo a las personas.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Tu manera de ser tú mismo sin querer aparentar algo que no eres porque entonces ahí si se le dará un tanto de peso a los estereotipos promovidos por los medios de comunicación, sobre todo la publicidad.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Mark Wahlberg, por sus principios sus valores que tiene y su físico, es como demostrando que no existe comparación alguna con él.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Hay que aceptarlo como es porque no se puede modificar, por ejemplo, mi estatura es algo que no puedo cambiar si no estoy tan alto no puedo hacer que sea más alto, vaya no hay que acomplejarse por cosas que no pueden modificarse.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En lo corporal, ya que es algo que puedo moldear y el rostro pues no lo puedo transformar.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

Si ungüentos deportivos para relajar la musculatura, y tonificar la piel del cuerpo.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Cuidando mi alimentación

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Trato de consumir pollo, carne, verduras trato de no consumir refrescos o grasas.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

No

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

Si con productos a base de Keratina para ir regulando mi apetito, y mi mejoramiento deportivo.

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Por igual, tanto hombre y mujeres debemos de ser conscientes de nuestro cuidado personal, sobre todo en las enfermedades que afectan a México porque comúnmente tenemos más a la mano comida rápida que no te nutre de una forma adecuada, entonces creo que ahorita actualmente también los niños deben de tener una buena alimentación y no excedernos en cosas con muchos carbohidratos y azúcares añadidas.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Asisto al gimnasio, también en ratos práctico futbol.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Por salud y por estética, porque me gusta trabajar en mi cuerpo.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Si, me aumentado mi autoestima y el cómo me veo vaya me gusta la forma que con el paso del tiempo se ha reflejado en mi apariencia corporal.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, sin duda alguna creo que las elites o grupos sociales más altos, son justo los que constantemente suelen asistir a un culto al cuerpo y el rostro, creo que ellos son en los que más comúnmente se prescribe esta proyección de los estereotipos en la sociedad, aparte considero son los que se someten a las cirugías plásticas ya que cuentan con el dinero para llevarlo a cabo.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

*\$100 a \$1,000

*\$1,000 a \$1,500

*\$1,500 o más

X) Alimento

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

Y) Suplementos alimenticios

*\$1,000 a \$2,500

*\$2,500 a \$3,500

*\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

*\$ 350 a \$500

*\$ 500 a \$800

*\$ 800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

L) Gimnasio

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

N) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Me pareció muy interesante el tema, y muchas gracias por haberte acercado a mí, ya que este tipo de entrevistas te ayudan a reflexionar sobre el cómo consumimos los productos que sin lugar a dudas las imágenes dicen más que mil palabras te ilustran como algo que deseas proyectar.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Matías **EDAD:** 25 años

FECHA: 5 de mayo de 2022

LUGAR: SPORTLIFE GIMNASIO

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

En lo femenino, una mujer sea de cabello largo, bien cuidado, delgada y tez blanca y en lo masculino, que sea un hombre marcado y que sea muy varonil.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

No tanto, porque de todo lo que nos presentan solo unas cosas se retoman, con ello quiero decir a la ropa, te marcan una tendencia de moda y uno mismo decide si consumes eso que te ofrecen las tiendas departamentales.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

No, creo que hoy en día las marcas de los grandes diseñadores se han actualizado y han apostado por un estereotipo más basado a una apariencia real, ósea antes era común ver por donde sea mujeres muy delgadas y sin mucha forma, ahora si he visto a modelos más rellenitas y con curvas, que ya se asemejan a las mujeres reales.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Podría decirte que no tengo como tal un estereotipo imitable, sin embargo, no descarto la posibilidad de que mi apariencia se basa más a tener un cuerpo marcado y definido, creo que se podría decir que esto marca un estereotipo actual.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Cristiano Ronaldo, me parece que cumple con estas características que hoy en día y difunden en los medios de comunicación sobre todo en el sentido deportivo, ya que es un claro ejemplo de la combinación entre el deporte y modelaje.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Si influyen de manera negativa, que cuando vemos imágenes de modelos y nos los presentan las marcas con más poder de influencia en el mundo, si conlleva a situaciones donde quieres tener el estilo que nos presentan, pareciera que te están vendiendo estilo, y pertenencia ciertos grupos sociales, en los cuales no te sientas excluidos por lo que presentan las marcas más posicionadas.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Considero que la belleza ha perdido su verdadera significancia, por que justamente este aspecto se ha viralizado tanto en redes sociales por lo que se presenta en los diferentes perfiles, como el hecho de tomarte fotos semi desnudo mostrando u tórax y unas piernas marcadas ya lo catalogamos como bello, pero más bien siento que la belleza es lo que se emana de adentro hacia a fuera, vuelvo a reiterar la personalidad de una persona a hace ser bella o bello, lo demás es un plus que conforma todo lo demás, el cascaron que en esta caso es el cuerpo y el rostro van perdiendo esa apariencia sutil, ósea la belleza exterior es solo un instante.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Las personas que considero como bellas, son las que son humildes, sencillas y en el físico que tengan un rostro fino que es lo que ves en el instante sin conocerlas.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Aceptarlo, creo que al momento de aceptarte tal cual eres y como estas es sinónimo de amor propio y cuando no te aceptas como estas se desatan comportamientos anormales como la obsesión por tener rasgos idénticos a un actor o actriz y vienen las cirugías que transforman la naturaleza del ser humano, en algo meramente superficial.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En lo corporal, porque es una parte que puedo trabajarlo a base de ejercicio sin someterme a una cirugía plástica, y es mejor el resultado natural.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No, nunca.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

Solo utilizo mi crema común, y uso bloqueador solar para cuidarme de los rayos UV, pero nada más.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No, y ni lo he pensado.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

En la alimentación, trato de alimentarme lo más sano posible.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Verduras, proteína, semillas, cereales integrales, frutas.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

Si, dieta para déficit calórico, pero como un medio para desintoxicar mi cuerpo solo lo he llevado cabo 2 ocasiones, cuando me siento algo pesado, pero nada más.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Ambos, por el alto nivel de obesidad y diabetes en nuestro país.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Si, pesas y practico Entrenamiento funcional.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

En primer lugar, por salud, para sentirme bien, y en segundo lugar por estética aparte de que el deporte ya es parte de mi vida.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Claro que sí, ahora me siento con mayor seguridad con mi cuerpo y mi apariencia, me siento con más vitalidad y energía, el deporte me ha ayudado a ser más disciplinado en muchas cosas y a conseguir lo que quiero.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

En cierta parte si forma parte de un estrato social más alto refiriéndome a las cirugías estéticas, yo te puedo decir que por ejemplo yo soy contador y trabajo en la alcaldía Miguel Hidalgo y he observado que los hombre y mujeres cuidan bastante su apariencia física, pero sus cuerpos no se ven muy naturales en específicos los de las mujeres se ven muy modificados por la mano de los cirujanos plásticos.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

Z) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

AA) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

M) Gimnasio

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

O) Masajes reductivos

- *\$300 a \$450
- *\$450 a \$600
- *\$600 o más

D) Maquillaje

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

B) Accesorios

- *\$100 a \$350
- *\$350 a \$500
- *\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

- *\$500 a \$800
- *\$800 a \$1,200
- *\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Me gustó mucho la entrevista, ya que somos personas consumidoras que nos dejamos llevar por lo que está en tendencia o de moda e influyen, as estrategias de mercadotecnia para que estemos consumiendo constantemente haciendo que compres productos que quizá ni necesitemos, pero por el simple hecho de que está de moda lo consumimos y sentimos que así engranamos con las demás personas.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: José Luis **EDAD:** 25 años

FECHA: 10 de mayo de 2022

LUGAR: SPORLIFE GYM

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

El concepto de belleza en lo femenino y lo masculino es un tanto comercial, ya que el aspecto mercantilista es el que va a definir lo que es adecuado para el hombre y lo que es adecuado para la mujer, en el sentido masculino es influir en el hombre para que siga las pautas a seguir en el aspecto mercantilista ya que se ocupa de integrar o de seguir cierta moda o cierto status a que las personas traten de seguir ese tipo de propaganda o ese sentido comercial, el aspecto comercial tiene que influir en la mente de las personas para que adopten estrictamente la compra.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Yo creo que, si interviene, pero depende el criterio de cada persona si nosotros no nos dejamos llevar por los estereotipos o por la propaganda publicitaria de las empresas no influyen en nosotros, yo creo que depende la formación que nosotros tengamos ya

que de ella depende el criterio que nos otros podamos a llegar a tener en nuestra propia imagen.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?
Regularmente el tipo de estereotipo de belleza pues realmente es lo que dan a conocer las empresas comerciales lo que el poderío mercantilista trata de influir en la población tratando de influir en las personas.

El aspecto mercantil trata de poner un ser que sea un ejemplo a seguir, en el sentido que difunden personas muy delgadas, adoptante una masa corporal que directamente influye en las personas, y acarreando problemas de trastornos alimenticios.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Yo creo que el estereotipo que sigo es un aspecto deportivo, ya que al ser humano nos da una estética y una forma muy sutil, de los rasgos físicos ya que el deporte hace un enmarcamiento en el cuerpo tratando de liberar las grasas y es común saber que con esta liberación de grasa se pueda sobre salir más los músculos, conllevando a una buena salud. Creo que es un estereotipo natural y no artificial.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

No tengo uno en sí, pero los deportistas de alto rendimiento sobre todo los que se incursionan en el mundo del atletismo serian un tanto mi estereotipo a seguir.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Influyen de manera negativa cuando nos dejamos llevar por, una propaganda sin analizar qué es lo que nos están ofreciendo, creo que debemos detenernos a pensar el tipo de producto, considerando el criterio de las personas esta la solución por dejarse llevar por los estereotipos, pienso que es una mentalidad subjetiva donde está situada la forma de cómo piensa, y dentro de esto se encuentra el lado objetivo el cómo el comercio influye en el cuándo el ser humano no tiene un criterio claro si no que se deja llevar por lo que ve y por ende nos controlan para consumir.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

La belleza se me hace algo subjetivo, porque es inculcada por los medios de comunicación masiva en cuanto al tipo de comercio, ya que en el comercio tratan de influir en el individuo tratándole de implantar quedando fijo como una etiqueta que, si tienen una cara bonita, que este limpia crenado que eso es lo mejor, pero yo creo que es subjetivo donde es la forma de pensar de cada persona individualmente.

Lo que influyen las empresas es la etiqueta, influyendo en la compra de una crema o algún producto para adelgazar o inclusive una dieta, si es una persona llenita tratando de bajar y si es una persona muy delgada tratando de ganar peso, pero mi forma de pensar es que las personas siempre busquen estar sana y tratando de hacer alguna actividad física, ya que el organismo va tomando la forma y la figura adecuada que el propio ejercicio le va dando, sin necesidad de consumir productos milagrosos, simplemente todo esto yo creo que son productos comerciales tratando de influir en nosotros para que seamos una sociedad consumista.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Yo creo que una persona bella es la persona que trata de cuidar su cuerpo, una persona bella es la que trata de no consumir vicios, de no tratar de utilizar su cuerpo como basurero, vaya que no se intoxica y trata de equilibrar su mente en esparcir su conocimiento, ligado más a lo positivo. Y son las personas que se preparan y enterarse de todo lo que existe a su alrededor, y tratando de colaborar en cosas benéficas a la sociedad.

Creo yo que una persona bella es aquella que está de acuerdo a la naturaleza, y creo yo que es bueno el ser bello porque va de acuerdo a al macrocosmos, que va de acuerdo con el desarrollo social y los patrones de la sociedad no se sale del contexto social, pero sin embargo analiza su medio y actúa conforme a su criterio que considera lo más positivo posible sin afectar los derechos de los demás, y sin influir en los demás, respetándose y respetando a los demás cuidando su cuerpo.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

No, considero que los estereotipos se deben de aceptar como son cada uno de nosotros debemos de aceptarlos tal cual somos, creo que el ser humano tenemos la culpa en cierta parte porque lo descuidamos en muchos sentidos, como por ejemplo los que tienen alguna adicción, se están transformando su naturaleza de su cuerpo en algo no benéfico, alterando su organismo de una forma no natural, con una forma artificial.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En las dos cosas, ya que al cuidar mi cuerpo mi rostro tiene características de cuidado ya que están íntimamente relacionadas, si uno cuida el cuerpo va a tener un funcionamiento perfecto y si no cuidamos va a ver una alteración, entonces por obviedad si cuido de la estructura fundamental mi cuerpo responderá de manera positiva reflejándolo en el rostro de igual manera porque todo está conectado.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

Si, he llegado a ese tipo de tratamientos porque, si me han llegado a servir, sobre todo para la piel reseca no en sentido reductivo sobre todo por salud, y entonces trato de humectar mi piel no solo con cremas convencionales si no también con masajes y productos para contra restar la sequedad.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

Pues cremas como de concha nácar y algunos aceites que me puedan dar suavidad en la piel, y en el rostro cremas especiales para reducir manchas por el sol.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No ninguna, y tampoco lo he pensado, estoy muy a gusto con mi apariencia física.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Con una alimentación balanceada, y no consumiendo ninguna droga que pueda afectar mi apariencia física y mental.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Consumo frutas, trato de tomar aloe vera para se limpie mi organismo y tenga un mejor funcionamiento mi metabolismo.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

Si, no por decisión propia porque siempre he sido muy delgado, solo me puse a dieta porque me salieron piedras en los riñones cuando era niño porque me aguantaba para ir hacer del baño, entonces pues por indicaciones medicas tuve que estar bajo una dieta un tanto estricta por un mes y poderlas expulsar sin necesidad de recurrir a una operación.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

No, ninguno siempre he tenido buen peso y talla. A parte no me metería nada químico prefiero trabajar en mi cuerpo de forma natural mediante el ejercicio y la alimentación.

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, el cuidado personal, la apariencia física, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Considero que la mujer porque es como la más representativa de la belleza, ya que la mujer en si es el principio de lo bello, y en segundo término los hombres, porque hoy en la actualidad los diseñadores y los medios de publicad se basan más al sentido femenino, porque ahorita los hombres pareciera que imitan a las mujeres por ejemplo en las prendas de vestir son inclinadas más a ellas.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

Si, asisto al gimnasio y también practico el atletismo, para que mi cuerpo tenga un buen mantenimiento tanto interno como externo.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Mi principal objetivo es desestresarme y tener una buena condición física, moldeándolo mi cuerpo como yo lo quiero.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Desde que era adolescente practicaba el yoga, después atletismo y después llegando con mi instructora Karla, he incursionado en diferentes temáticas de hacer ejercicio, y por supuesto que ahora soy un ser más reflexivo y competente conmigo mismo.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

La pertenencia social y los grupos los forman el propio mercado, ya que es el que va a dar pauta el cómo nos vistamos cada quien, claro está que los medios publicitarios influyen a cada grupo social de acuerdo a su estatus económico, con la etiqueta social el cual es un ámbito que están relacionados a los convencionalismos sociales, y considero que la moda se ha degenerado porque por ejemplo muchos hombres utilizan el traje con tenis, pero es una forma del como los estereotipos van incursionando modales, que creo yo que no se lleva el traje con tenis.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

*\$100 a \$1,000

*\$1,000 a \$1,500

*\$1,500 o más

BB) Alimento

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

CC) Suplementos alimenticios

*\$1,000 a \$2,500

*\$2,500 a \$3,500

*\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

*\$ 350 a \$500

*\$ 500 a \$800

*\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

N) Gimnasio

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

P) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

- *\$500 a \$800
- *\$800 a \$1,200
- *\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Darte las gracias por la entrevista, considero que tu entrevista fue hecha de sentido común, y el tema me parece muy interesante porque, creo que los estereotipos, el mercado la publicidad, nos conlleva a que seamos consumidores sin antes ponernos a pensar si cubre las necesidades que realmente el producto nos hace pensar, y eso aplica para la moda, los productos embellecedores, el cuerpo como mercancía entre otras cosas.

Entrevistas trastornos alimenticios.



Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Lina **EDAD:** 25 años

FECHA:

LUGAR: Casa de Lina

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

En lo femenino podría decir, que, estéticamente hablando una mujer alta, delgada, con facciones delicadas y sutiles, y por el otro lado en lo masculino un hombre delgado, alto, de cabello negro y tez blanca. Aunque podría decirte que la belleza en si he aprendido a verla y sentirla desde dentro ósea la esencia de las personas, considero que esa es la verdadera belleza.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, definitivamente intervienen de forma muy directa en las personas, yo que soy una chica que tengo un trastorno alimenticio conocido como anorexia, desde hace 6 años, puedo decirte que las imágenes impactan de forma consciente, porque yo cuando tenía 17 años aproximadamente recuerdo que vi una pasarela de moda de la marca

Givenchy, en la cual mostraban trajes de baño, super en tendencia y por mi mente pasaba que yo deseaba tener un cuerpo con una cintura pronunciada y unas piernas delgadas y largas, como se veían las modelos, yo me sentía mal porque era una chica rellenita pero yo quería lucir un cuerpo esbelto porque en la escuela un día me dijo un chico que me gustaba que era muy bonita de cara pero que definitivamente mi cuerpo no le gustaba y por esa sencilla razón, fue que yo empezaba a dejar de comer y mi único estándar a seguir eran las modelos que veía en revistas y publicidad donde mostraban estos cuerpos.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Si, creo que aún sigue perdurando el estereotipo de mujeres delgadas, pero ahora se ven más en un sentido atlético, marcado, pero creo que en el fondo aún se siguen manteniendo los cuerpos esbeltos.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

Por el momento ninguno ya que yo siempre estoy bajo un tratamiento continuo y no puedo estar mucho tiempo en redes sociales u observar los medios de las industrias de la moda porque, en mi mente empieza a generar miedos y temores por subir de peso.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Podría decir, que sería Adriana Lima, porque se me hace una chica super guapa y con un cuerpo muy lindo.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Si, pero de manera negativa, ya que en mi caso cuando empecé con la anorexia, las imágenes que observaba influenciaron en mi cuerpo ya que, siempre me idealicé a través de un cuerpo delgado y con un rostro de forma ovalado, ya que también temía en que mi cara fuera redonda, porque yo tenía pensado que ese tipo de cara solo la tenían así las chicas que eran gorditas.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

La bella es una representación de la persona que acapara la atención donde se pare, podría decir es un conjunto tanto físico como de personalidad, no solo hay que ser bello o bella por fuera, si todo lo de adentro está podrido, más bien la belleza para mí es el ser (lo que llevamos dentro) y la materia (cuerpo) del humano, creando una armonía entre ambos.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Una persona bella para mí, es aquella que emana seguridad y a través de sus acciones con lo demás sea muy humanista, y como segundo plano el físico, creo que complementando ambas surge la persona bella.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Hay que aceptarlo tal cual es, yo en mi caso estoy aprendiendo aceptar mi cuerpo como es, porque por mucho tiempo yo no aceptaba mi aspecto físico, siempre me

sentía y me veía fea, hasta el grado de lastimarme con ciertos castigos que yo misma me provocaba, una vez recuerdo que me corte entre la entre pierna porque me había comido un chocolate, sientes una culpabilidad enorme que no te deja en paz con uno mismo y los demás, sientes que las personas te ven por cómo te ves y eso en cierto punto me genero mucha inseguridad por el rechazo de los demás por ser gorda.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En ambos, considero que tanto el cuerpo como el rostro, conforman uno mismo, hoy en día, me concentro más en lo corporal ya que, los estrago que me ha dejado la anorexia son un tanto irreversibles, mi estomago está muy deteriorado, por las úlceras que me salieron por la falta de alimento, prácticamente mi cuerpo se estaba consumiendo por dentro, y debo estar muy enfocada en mi salud.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No, nunca.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

En el cuerpo utilizo una crema especial para humectarla es de la marca eucerin porque sufro de resequedad en la piel, sobre todo en mi cuerpo por falta de nutrientes.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

No nunca, pero en un tiempo si lo llegue a pensar como una forma de alcanzar un cuerpo perfecto, para adelgazar de una forma rápida y eficiente.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

Comiendo de alimentos que me nutran de manera correcta.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Verduras, frutas, proteínas de todo tipo.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

Hoy en día te puedo decir que me siento tranquila con mi aspecto físico, pero te soy honesta a un siento temor por comer porciones más grandes, y sigo luchando todos los días por aceptarme, y es que mi gran miedo es llegar a la báscula y ver mi peso, cuando me dice el doctor que voy bien es porque ya subí un kilo más o unos gramos más que a la anterior revisión, es muy complicado aceptar que tu imagen puede modificarse cuando vas recuperando tu salud, por el hecho de que vas ganado masa muscular, y más grasa, tienes que tener mucha fuerza de voluntad para superar un trastorno alimenticio, porque no es curable al 100%, pero si controlable.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento pre escrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

Cuando estaba al inicio de mi anorexia, tomaba muchos laxantes que me ayudaran a purgar mi intestino, con el único propósito de bajar de peso, pero con el tiempo tuvieron un efecto secundario los cuales llegaron alentar mi indigestión y en ocasiones no podía obrar.

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Ambos, y por salud, creo que el estar con sobre peso te acarreas enfermedades degenerativas como la diabetes, y desgraciadamente vivimos en un país que persisten situaciones de esta índole.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

No sé, si entre como algo deportivo, pero practico la meditación, por indicaciones médicas, como una forma de ir liberando conductas que me conduzcan a dejar de comer o autoflagelarme.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

Lo practico en la clínica donde estoy bajo supervisión médica y en ocasiones cuando me dejan salir a ver a mi familia lo practico en mi casa.

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

Por supuesto que sí, me he sentido más tranquila y he notado que no me estreso mucho en el pensar que mi apariencia debe ser parte de los estereotipos de las grandes marcas, he aprendido a equilibrar mis emociones.

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, sin duda, no todos tenemos las mismas posibilidades de someternos a una cirugía estética, y podría decir que estas técnicas son un lujo que uno mismo se da para modificar ciertas zonas de nuestro cuerpo, entonces creo que la vestimenta de los grandes diseñadores y los centros para esculpir la figura solo son para quienes puedan pagarlos.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

- *\$100 a \$1,000
- *\$1,000 a \$1,500
- *\$1,500 o más

DD) Alimento

- *\$100 a \$500
- *\$500 a \$1,500
- *\$2,500 o más

EE) Suplementos alimenticios

- *\$1,000 a \$2,500
- *\$2,500 a \$3,500
- *\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

- *\$ 350 a \$500
- *\$ 500 a \$800
- *\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

O) Gimnasio

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

Q) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Primero antes que nada agradecerte, por tomarme en cuenta para este proyecto, felicidades porque es un tema muy interesante, que hoy en día podría decirse que se ha quedado en el olvido, pero aún en nuestros tiempos los estereotipos de belleza siguen manteniendo un cierto prototipo de algo inalcanzable, y las más afectadas creo yo somos nosotras las mujeres, que te dictan el cómo debes verte ante los demás, como si la apariencia física fuera lo más importante en una persona.

Guion de Entrevista

Buenas tardes, mi nombre es Karla Cabrera, soy estudiante de 12° trimestre de la carrera en Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, y el motivo de esta entrevista es para fines académicos e investigativos, sobre los estereotipos de belleza en la sociedad de consumo.

INFORMANTE: Se nombra como “Mia” **EDAD:** 25 años

FECHA: 12 de mayo

LUGAR: Casa de Mia

Preguntas:

¿Cuál es tu concepto de belleza en lo femenino y lo masculino?

En lo femenino una persona delgada, alta, y facciones sutiles (finas), y él lo masculino un hombre delgado marcado, tez blanca, ojos grandes.

¿Crees que los estereotipos de belleza presentados en imágenes publicitarias, intervengan en nuestra propia imagen?

Si, ya que son mecanismos que promueve el mercado para consumir productos y el cuerpo se podría decir que entra en juego con los modelos que nos presentan, queriendo llegar hacer delgadas y con facciones armónicas.

¿Crees que exista algún estereotipo de belleza en la actualidad? Y ¿Cuál sería?

Si, tanto en hombres y en mujeres ahorita está muy de moda ser una persona fitness, con un cuerpo marcado pero delgado, resaltando un cuerpo trabajado.

¿Cuál ha sido su estereotipo de modelo imitable, en el cual base su apariencia física?

En la modelo Ana Carolina Reston, se me hacía muy bonita y cumplía con los estándares de un estereotipo bello.

¿Qué modelo consideras que es bella o bello por su aspecto estético y corporal?

Ana Carolina Reston, era una modelo brasileña y con una apariencia envidiable, y en la actualidad Bella Hadid, por su seguridad que emana cuando desfila y posa ante las cámaras.

¿Considera que las marcas de los grandes diseñadores y los estereotipos que promueven a través de la publicidad, influyen en nuestras vidas de manera positiva o negativa?, SI o No, y ¿Por qué?

Si influyen, de manera negativa sobre todo para las adolescentes que apenas están visualizando su estado morfológico, y al momento de observar imágenes de modelos muy delgadas y un rostro hermoso, empiezan a imaginar como seria su vida si tuvieran un cuerpo así y un rostro bello, entonces si considero que influyen de forma negativa más para las chicas de 13 a 20 años.

Desde tu perspectiva, ¿Qué significa para ti la belleza?

Es algo complicada la pregunta porque para mí lo que es belleza, pero algunos otros no, por ejemplo, para mí la belleza tiene que ver más con lo físico, porque es lo primero que observas en una persona, que tenga una presencia elegante y junto con este aspecto que este complementado por su aspecto físico, te mentiría si me enfocara en lo de adentro.

¿Podría describir a las personas que usted considera bellas? y ¿por qué?

Claro, las personas que yo observo en la calle y veo que tienen buen cuerpo, pero con una actitud agradable, amigable, las considero bellas.

¿Consideras que el aspecto físico hay que aceptarlo cómo es o, es que hay que transformarlo de acuerdo a estereotipos de moda?

Hay que aceptarlo, tal cual somos, aunque en mi caso yo sufro de bulimia nerviosa, ya tengo 4 años con esta enfermedad que es desgastante porque no sabes cuánto daño te puede ocasionar en el interior de tu cuerpo solo se deja ver en la parte exterior del mismo. Yo empecé con la bulimia por el miedo a engordar ya que yo provengo de familia con problemas de obesidad.

Un día, me acuerdo que me encontraba en una tienda departamental mejor conocida como Bershka, y para mi cumpleaños número 21, tenía muchas ganas de comprarme ropa nueva para ese día, yo en ese entonces era talla 7 podría decir era de complexión media, al momento de llegar a probador vi a una chica que estaba super delgada y recuerdo que su rostro era muy bello, tenía gran similitud con las modelos, entonces imagínate lo que generó en mi en ese momento, luego ya en el vestidor al momento de quererme probar un pantalón no me subía desde las rodillas hacia arriba por más que lo jalaba el pantalón, recuerdo que en ese momento me frustré muchísimo y realmente me sentí muy mal, porque yo no quería estar como mi familia, entonces un día entre a un blog llamado Proana- Promia porque estaba muy enojada por mi cuerpo porque o me había quedado la ropa, y en esa página vi una cantidad de chicas pasando por mí misma situación, entonces contacté a la princesa mía, que así le llaman a la chica que controla el blog, y le empecé a contar lo que me había sucedido y el cómo me sentía, me pidió que le compartiera fotos de mi cuerpo completo y me empecé a decir que era un ser repugnante, y que parecía una bola de grasa, entonces me empezó a compartir trucos para bajar de peso y cada semana tenía que subir mis fotos para que ella y todas las que estaban dentro del blog hicieran comentarios de mi avance, era tan difícil empezar a escuchar comentarios ofensivos sobre tu cuerpo, que ejercían un cierto poderío de como debías de actuar y comer para luego devolver el estómago, cuando comías algo que no era permitido como los pasteles, chocolates, entre otros, la princesa mía te ponía un castigo, y tenías que grabarte para corroborar que realmente o estuvieras cumpliendo, yo tengo cortada la arte abdominal, como parte de los castigos por haber caído en algún pecado culposo de comida.

¿En qué se enfoca más tu cuidado personal, en lo corporal o en el rostro?

En lo corporal, se enfoca mi cuidado porque constantemente tengo que estar en una constante batalla para superar el miedo que tengo a subir de peso, pero es un proceso largo y de mucha aceptación a uno mismo.

En el caso del cuerpo, ¿Alguna vez has recurrido a tratamientos reductivos, que te ayuden a estilizar y moldear tu figura?

No, a ninguno.

En el caso de cuerpo y rostro, ¿Qué tipo de productos consumes más, para cuidar de tu apariencia física?

No tengo uno en específico, solo uso mi crema convencional, para cuerpo y rostro.

¿Te has sometido alguna operación estética o corporal? Y, ¿Por qué?

Si, de nariz porque no me gustaba, entonces se me hizo fácil someterme a una cirugía estética. Considero que desde que tenía 13 años algunas zonas de mi cuerpo y mi rostro no me gustaban, por esa sencilla razón decidí operarme.

¿De qué otra forma cuidas de tu cuerpo?

En mi alimentación, asisto con regularidad al nutriólogo como parte del protocolo médico que llevo para controlar la bulimia.

¿Comúnmente que alimentos consumes?

Consumo más alimentos blandos, verduras, frutas, entre otros, pero los consumo en forma de papilla, ya que mi esófago está quemado por los ácidos gástricos del estómago, de cada vez que devolvía los alimentos, por esa razón mis comidas deben ser lo más blandas posibles.

¿Has hecho en algún momento alguna dieta, o te has restringido de consumir algunos a alimentos por miedo a subir de peso?

No, en ningún momento me restringí por que los comía, pero los devolvía por la culpabilidad que me generaban.

¿Has controlado tu talla y peso, con el consumo de algún medicamento prescrito o automedicado? Y, ¿Cuál ha sido el principal motivo del mismo?

Si, tomaba pastillas para purgarme y laxantes, para bajar de peso.

¿Quién crees que debe cuidar más su alimentación, hombres o mujeres, o por igual? Y, ¿Por qué?

Ambos, aunque siempre las mujeres somos más vanidosas por así decirlo creo que nos cuidamos un poco más que los hombres, en el sentido de vernos siempre más estilizadas en el cuerpo, vernos arregladas del rostro con el uso de maquillaje, y hasta inclusive cuidamos el aspecto de la vestimenta que sea lo que está en tendencia.

En cuanto, ha el cuidado corporal, ¿Prácticas alguna disciplina deportiva en casa o asistes al gimnasio?

No, ninguno.

¿Cuál es el principal objetivo por el que asiste al gimnasio o hace ejercicio?

No

¿Existe alguna diferencia entre su yo antes de asistir al gimnasio y el de ahora?

No

¿Cree que la vestimenta y los centros para esculpir la figura, forman parte de la pertenencia a un grupo social en específico?, si/no Y ¿Por qué?

Si, no todos tienen a posibilidad de pagar una cirugía estética ya que los costos son excesivamente costosos, por ejemplo, en mi caso, la cirugía que yo me realice me costó alrededor de \$28,000, y claro, esto depende de las zonas va variando el costo.

¿Cuánto dinero inviertes al mes para el cuidado del cuerpo?

A) Terapias para el control de peso

*\$100 a \$1,000

*\$1,000 a \$1,500

*\$1,500 o más

FF) Alimento

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

GG) Suplementos alimenticios

*\$1,000 a \$2,500

*\$2,500 a \$3,500

*\$3,500 o más

D) Consumo de medicamentos para controlar el peso

*\$ 350 a \$500

*\$ 500 a \$800

*\$800 o más

¿Cuánto inviertes en técnicas y prácticas embellecedoras?

P) Gimnasio

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Tratamientos rejuvenecedores

*\$100 a \$500

*\$500 a \$1,500

*\$2,500 o más

R) Masajes reductivos

*\$300 a \$450

*\$450 a \$600

*\$600 o más

D) Maquillaje

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

¿Cuánto gastas en estrategias de consumo?

A) Ropa

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

B) Accesorios

*\$100 a \$350

*\$350 a \$500

*\$500 o más

C) Zapatos de cualquier tipo

*\$500 a \$800

*\$800 a \$1,200

*\$1,200 o más

Gracias por tomarte el tiempo para contestar esta entrevista, algún comentario final para darle conclusión al tema.

Muchas gracias por la paciencia, y tomarme en cuenta para tu trabajo, admiro tu actitud que manejaste durante la entrevista, y espero que este trabajo les ayude a muchos de ellos lectores para comprender los problemas serios que pueden generar los estereotipos en las personas, espero que mi testimonio sirva para la reflexión del tema.