



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA

LICENCIATURA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

"Los desafíos y luchas que tienen las mujeres de entre 18-60 años, a partir del movimiento "Body Positive" con sus formas de concebir su propio cuerpo actualmente".

Trabajo terminal

que para acreditar las unidades de enseñanza aprendizaje de

Trabajo de Investigación Etnográfica Aprox. Explicativa y Análisis Explicativo III

y obtener el título de

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

presenta

Rosario Alejandra Espinosa Rodríguez

Matrícula No. 2183058051

Comité de Investigación:

Director: Dr. Karla Gissel Ballesteros Gómez

Asesores: Dr. Rodrigo Díaz Cruz y

Dra. Berenice Vargas García

Ciudad de México

Septiembre 2024

Agradecimientos

A mi mamá, por su gran amor, por sus regaños que siempre me enseñaron a ser mejor y por estar a mi lado en los momentos más difíciles. Gracias por levantarme cuando yo no tenía fuerzas para hacerlo por mí misma, por tu apoyo incondicional y por ser mi refugio en cada tormenta.

A mi papá, por siempre estar ahí, con su amor y su fortaleza.

A mi hermana Atenea y a mi hermana Nayely, por ser mis cómplices, mis amigas y dos mujeres que son mi inspiración. Su apoyo y compañía han sido fundamentales para llegar hasta aquí.

A la doctora Karla Ballesteros, mi gran directora de tesis, por su dedicación, por su guía constante y por su apoyo incondicional. Su confianza en mí ha sido una fuente de motivación inagotable.

A la doctora Rocío Gil, por su comprensión, su apoyo y su capacidad de escucharme en los momentos en los que más lo necesité.

Al gran Antropólogo Jesús Jaramillo, quien me ha acompañado y apoyado en cada paso de este camino, no solo como maestro, sino como un pilar durante toda mi carrera.

A las mujeres valientes que me confiaron sus historias durante las entrevistas, su generosidad y sabiduría han dado vida a este trabajo.

A la maestra Elsa Villa Gómez, por su guía y su apoyo, que han sido un faro a lo largo de este proceso.

Y por último, pero no menos importante, me agradezco a mí misma. Agradezco haber creído en mí, haber aprendido a respetar mi propio ritmo y entender que cada camino es único, y este es solo el principio del mío.

Resumen

“*Body positive*” o “*cuerpo positivo*”, es un movimiento social que ha tomado gran fuerza en los últimos años a través de redes sociales con un objetivo claro a la aceptación sobre la diversidad de los cuerpos. En este trabajo, se analiza los desafíos y luchas que han tenido las mujeres de tres distintos rangos de edad (18, 30 y 60 años), dividido no solo en generaciones, sino, en dos entidades diferentes específicamente CDMX y Texcoco, Edo de México. Determinando así la percepción de cada una de las mujeres entrevistadas durante mi trabajo de campo plasmando relatos y vivencias...

Palabras clave: Body Positive, feminismo, empoderamiento, cuerpo femenino, estereotipos y género.

Elementos de la presentación

Índice	Pág. 4
Introducción	Pág. 5
1. Capítulo 1: Introducción al “body positive”	Pág. 22
1.1 Historia del Movimiento Body Positive en Estados Unidos y México.....	Pág. 24
1.1.1 Estados Unidos.....	Pág. 24
1.1.2 México	Pág. 25
1.2 <i>Body positive</i> y las redes sociales.....	Pág. 27
1.2.1 Instagram	Pág. 27
1.2.2 Tiktok	Pág. 29
1.2.3 X (Twitter)	Pág. 30
1.3 Importancia de las redes sociales en el <i>body positive</i>	Pág. 32
2. Capítulo 2. Formas en que el mercado interviene en las relaciones con las mujeres y su cuerpo.	Pág. 37
2.1 Influencia de los Estereotipos de Belleza en la Asistencia a Clínicas de Belleza	Pág. 49
2.1.1 ¿Cómo te enganchan?	Pág. 50
2.1.2 ¿Qué colores e imágenes se observó en las clínicas de belleza visitadas?.....	Pág. 52
2.1.3 ¿Qué discursos podemos encontrar dentro de las clínicas de belleza?.....	Pág. 53
3. Capítulo 3. Conocer los cambios generacionales entre las mujeres al concebir su propio cuerpo.	Pág. 55
3.1 Texcoco, Estado de México	Pág. 55
3.2 Alcaldía Iztacalco, Ciudad de México	Pág. 56
3.3 El cuerpo como una relación social: testimonio de mujeres.....	Pág. 56
4. Conclusiones.....	Pág. 74
5. Referencias bibliográficas.....	Pág. 80

Índice de Figuras

Figura 1	Pág. 28
Figura 2	Pág. 30
Figura 3	Pág. 35
Figura 4	Pág. 35
Figura 5	Pág. 35
Figura 6	Pág. 36
Figura 7	Pág. 36

Índice de Tablas

Tabla 1	Pág. 39
Tabla 2	Pág. 45

Introducción

La idea principal al inicio de mi trabajo de campo fue crear preguntas que lograran responder a aspectos personales sobre cómo una generación de mujeres lograba ser ampliamente distinta con la relación a su cuerpo.

Es cierto que no obtendría las respuestas específicas que en un punto pensaba, así que, al momento de comenzar a escuchar, y aún más, al transcribir cada una de las entrevistas realizadas, pude observar que las respuestas dadas por las mujeres que entrevistaba son mucho más de lo que mi mente logró imaginar.

Comenzando así una división de diferentes rangos de edad de mujeres que iban de los 20 años a los 80 años (es importante señalar que cuatro mujeres que fueron entrevistadas son madres),¹ como propósito decidí abarcar dos localidades distintas que son la ciudad de México en la alcaldía de Iztacalco y el municipio de Texcoco, Edo de México. Aunque parezcan dos localidades altamente cercanas es inesperado como el pensamiento de cada generación, así como el lugar de nacimiento puede involucrar el pensamiento, comportamiento e incluso patrones sobre su contexto. Como segunda introducción expondré de forma breve un resumen sobre las entrevistas que se realizaron dentro de mi trabajo de campo a cada una de las mujeres que aceptaron darme una parte de su tiempo y contar sus vivencias así como puntos de vista sobre *body positive*.

En el escenario contemporáneo, el movimiento *Body Positive* ha adquirido una relevancia monumental en la sociedad, trascendiendo fronteras culturales y desafiando estándares de belleza arraigados. Su esencia se ha convertido en un faro de empoderamiento y aceptación, especialmente para las mujeres que durante mucho tiempo han enfrentado presiones y juicios en torno a la imagen corporal. El presente texto se centra en explorar la historia del "Body Positive", desde sus raíces iniciales en 2010 hasta su evolución actual.

¹ Es relevante que cuatro mujeres entrevistadas sean madres, ya que la maternidad puede influir en sus experiencias y percepciones del cuerpo. Esta información aporta una dimensión adicional al análisis, destacando cómo las expectativas sobre el cuerpo femenino pueden cambiar en función de roles sociales como la maternidad.

En esta travesía, nos sumergiremos en la significación del *Body Positive*, examinando cómo este movimiento ha transformado no solo las percepciones individuales de la imagen corporal, sino también la narrativa cultural en general. A medida que desentrañamos sus objetivos fundamentales, será posible comprender a fondo el impacto positivo que busca generar, particularmente en el empoderamiento femenino sobre su propio cuerpo. Sin embargo, este análisis no se limitará a las virtudes del "Body Positive", sino también a algunos aspectos que pueden no ser visibles.

Para una comprensión completa, exploramos las diversas perspectivas que han emergido a lo largo de su trayectoria. ¿Cuáles son las ventajas evidentes de este movimiento? ¿Y cómo se enfrenta a desafíos y críticas externas? A medida que examinamos estas interrogantes, surgirán en el horizonte nuevas vertientes y movimientos que han tomado posición, ya sea en apoyo o en oposición al *Body Positive*.

El objetivo principal de esta tesis es proporcionar una visión panorámica de la historia y el impacto del movimiento *Body Positive* en la sociedad contemporánea, sobre todo desde la perspectiva de mujeres reales madres, trabajadoras. Además, se busca contribuir al debate en curso sobre la relevancia y la efectividad de este movimiento en la promoción de la aceptación corporal y la diversidad en la cultura actual.

Durante las décadas de 1960 y 1970 del siglo XX, la segunda ola del movimiento feminista comenzó a cuestionar la opresión de las mujeres, y un aspecto era central, la presión social que hay sobre la estética del cuerpo femenino. Tal cuestionamiento tiene una estrecha relación con la emergencia de la comercialización de productos para la belleza donde el principal foco fueron las mujeres. Esto como consecuencia de una búsqueda de activación de la economía, posterior a la Segunda Guerra Mundial. No es hasta el año 2010, en el que el *Body Positive* se esparce en las redes sociodigitales y cobra mayor importancia. Y a través de este se promueve la aceptación y el amor propio independientemente de la apariencia física, y ha ganado una atención significativa en la sociedad contemporánea, "sobre todo entre las mujeres". Su historia y evolución son

fundamentales para comprender su impacto en la cultura popular y su influencia en la percepción de la belleza y el cuerpo en la sociedad actual.

La llegada de las redes sociodigitales sin duda marcó una gran diferencia, pues posibilita una mayor democratización de la información en línea, y con ello el movimiento *Body Positive* cobró aún más fuerza, personas de todas las formas y tamaños comenzaron a compartir sus historias y fotos de sus cuerpos para fomentar la aceptación y la autoestima. Relacionado con las críticas y debates a lo largo de su evolución, el movimiento *Body Positive* también ha enfrentado críticas y debates, algunos argumentan que se ha comercializado en exceso y que algunas marcas simplemente aprovechan la tendencia para vender productos. Otros cuestionan si el movimiento ha perdido su mensaje original de aceptación a medida que ha crecido en popularidad.

El movimiento *Body Positive* en México refleja un cambio cultural hacia la aceptación y celebración de la diversidad corporal. En redes sociales, las personas comparten experiencias de autoaceptación, desafiando los estándares tradicionales. Celebrities y organizaciones han contribuido a esta transformación, promoviendo la inclusión en campañas publicitarias y eventos.

Este movimiento va más allá de la aceptación personal, también busca cuestionar normas que perpetúan la discriminación basada en la apariencia. En conjunto, el *Body Positive* en México representa un avance hacia una sociedad más inclusiva y respetuosa con la diversidad de cuerpos.

Claro que el desarrollo que se ha visibilizado en los últimos años lo explicare de forma más detallada en los siguientes capítulos, basándome en el trabajo de campo realizado con anterioridad.

Justificación

Actualmente se ha presenciado el surgimiento de diversos movimientos relacionados con el derrocamiento de la desigualdad, la visibilización de personas transgénero, que tienen que ver con los movimientos feministas y una larga lista con la que no estoy segura de terminar. El trabajo que están a punto de leer no está nada alejado de temas sobre

género, cuerpo, desigualdad y cultura, me refiero a la reflexión masiva *Body Positive*, llamado que se integra con gran fuerza dentro de la sociedad y las redes sociodigitales para dar un cambio de 180° de un pensamiento sobre nuestros cuerpos, logrando así visibilizar de forma concreta en plataformas digitales (*Tiktok, Instagram y YouTube*), mismo llamado que logró un reconocimiento mayor durante la pandemia de COVID que iniciaría en marzo 2020 y que casi dura dos años. Y comenzó a incrementarse hasta ahora esos debates siguen vigentes, especialmente entre las mujeres.

Pero ¿a qué nos referimos con el movimiento *Body Positive* ? El *body positive* repunta en el año de 2010 como respuesta a una publicación estadounidense de la revista *VOGUE*², quien tendría como la definición de “cuerpo perfecto” de una mujer con cuerpo delgado, estatura alta, piel blanca y facciones delicadas. Teniendo como resultado disgusto por las mujeres quienes eran consumidoras de la revista y quienes no se sentían representadas por los cuerpos publicados, manifestando que existe una gran diversidad de cuerpos que tienen el derecho de ser aceptados y reconocidos como “perfectos”, sin importar las deficiencias que automáticamente las mujeres captan de sus cuerpos.

El interés principal de realizar mi proyecto de terminación a partir del tema sobre “Body positive”, parte de que somos una sociedad altamente consumista de contenidos en las redes sociodigitales, en donde hacer el cuerpo visible es parte elemental, en ese sentido se ha tratado de eliminar estereotipos y etiquetas que la sociedad nos ha impuesto por el solo hecho de poseer un cuerpo.

El surgimiento y la expansión de las redes sociales nos regaló una nueva forma de interacción y pensamientos diversos sobre el cuerpo femenino. Con esto no me refiero que el cuerpo femenino tenga características que solo las mujeres deben tener, sin embargo, es importante entender que aún existe gran distinción social entre género masculino y femenino, entiendo que los lectores puedan no estar de acuerdo por las distintas luchas sobre el derrocamiento de género, claro que no indagaré más sobre él en este trabajo. La razón principal de la distinción que me atrevo a plasmar se basa en el estudio que hice con

² *Vogue* es una revista mensual de moda y estilo de vida fundada en 1892 en Estados Unidos. Publicada por Condé Nast, es conocida por sus portadas icónicas y su influencia global en la industria de la moda.

mujeres de generaciones anteriores (de entre 18 a 60 años) que no están familiarizadas con temas sobre género, incluso del “*Movimiento de Body Positive*” resultando así, la visión que tenemos muchas de las mujeres hoy en día.

Entendiendo que hablaremos de las experiencias de las mujeres y las relaciones con sus cuerpos desde los testimonios y con su visión *emic*, es decir, en sus propios términos, en cómo ellas entienden al cuerpo y, sobre todo, cómo se han peleado y reconciliado con éste.

No obstante, el poder que ha tenido este llamado masivo dentro de las mujeres ha sido relevante sobre la vida de cada una, causando efectos sobre cómo llegamos a percibir nuestro cuerpo, pegando etiquetas a cada parte del cuerpo decidiendo que es “perfecto” o “imperfecto”, o tal vez el mundo externo me dice a dónde ponerlas sin ser consciente de ello. Así pues, teniendo un sinfín de resultados al “movimiento”, la gran mayoría sacándonos de ese hoyo al que llamamos “baja autoestima”, tomando de la mano a las mujeres guiándose a la aceptación y rompiendo los estigmas del machismo que nos ha inundado durante años.

Un estudio realizado por la Universidad de Córdoba, en Argentina, muestra que la baja autoestima, específicamente en mujeres jóvenes, está relacionada fuertemente con el uso de las redes sociodigitales (Novaciencia, 2018). Esto coincide con la visión que puede tenerse del cuerpo femenino aceptado por la sociedad, resultando en estrés por alcanzar estándares inexistentes que equivocadamente pensamos que existen, o eso nos hace pensar. Provocando odio sobre nuestro cuerpo, problemas de Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA), autoestima baja, problemas psicológicos, entre otros problemas, que resultan difíciles de creer. Claro que la lucha que se ha tenido durante tiempo atrás y aún no termina, da paso a una deconstrucción de estándares que logramos ver en redes sociodigitales, comentarios, tiendas de ropa, maquillaje, clínicas de belleza, entre otras.

Sin el objetivo de expandirse en utilizar la definición de “movimiento”, concepto que no es erróneo en la investigación con esto no me refiero que no sea un “movimiento”, sino que a lo largo de la investigación se le implementara una definición correspondiente en relación con el trabajo de campo que realizaré y el significado que se obtenga por parte de las mujeres del entorno en el que trabajaré, pasando de forma directa a mi objetivo,

partiendo de conocer las vivencias y puntos de vista de mujeres de distintas edades, así como su identidad local.

No obstante, es primordial no olvidar que el movimiento ha avanzado en gran medida al consumo de contenido digitales, y ha sido acogido por parte de empresas, publicidades o secciones dirigidas a mujeres que se han unido en apoyo hacia el movimiento o tal vez no, por lo que pido que nos quedemos un momento pensando si el capitalismo que conocemos puede ser una gran amenaza al movimiento *Body Positive* y pueda acabar en manos del consumismo perdiendo lamentablemente el objetivo inicial.

Las preguntas de investigación secundarias son las siguientes:

- ¿Cuál es la historia del *Body Positive*?

- ¿Cuáles son las formas en qué el mercado interviene en las relaciones con las mujeres y su cuerpo?

- ¿Cuáles han sido los cambios generacionales entre las mujeres al concebir su propio cuerpo?

- ¿El *Movimiento Body Positive* tiene incidencia en la valoración de los cuerpos de las mujeres actualmente?

- ¿Realmente es positivo el *Body Positive*?

Para realizar esta investigación me he planteado los siguientes objetivos:

- 1) Conocer cuál es la Historia del *Body Positive*.

Como punto de partida, es primordial obtener un mayor conocimiento sobre el tema de *Body Positive*, con el objetivo de indagar sobre su historia, significación, su impacto dentro

de la perspectiva de las mujeres, sus propios objetivos del llamado monumental y claro que vertientes (ventajas, desventajas, surgimientos de nuevos “movimientos” que puedan llegar a estar en contra o a favor del *body positive*) han surgido en su trayectoria a partir de su formación en el año 2010. Es de gran importancia conocer sobre el tema, ya que es el principal objeto de estudio que se mencionara durante todo el proyecto que se presenta.

- 2) Investigar cuáles son las formas en qué el mercado interviene en las relaciones con las mujeres y su cuerpo.

Una sociedad altamente consumista ha sido causa de retomar movimientos y temas sociales de gran importancia como forma de ganancia en temas capitalistas, me refiero a grandes empresas de distintos ámbitos conocidas por lucrar con temas sociales sensibles (comunidad LGBTQ+, movimiento feminista, desigualdad en distintos contextos, etc.). Me centraré en cómo el mercado (teniendo como prioridad cadenas de ropa, maquillaje y artículos dirigidos a mujeres) se ha involucrado en la gran reflexión masiva sobre *Body Positive*, y el punto de vista que tenemos las mujeres sobre las afectaciones, o por el contrario el surgimiento de una nueva aceptación y reconocimiento sobre la diversidad de los cuerpos.

- 3) Conocer los cambios generacionales entre las mujeres al concebir su propio cuerpo.

Conocer las vivencias y puntos de vista de las mujeres en relación con el entorno en el que han crecido, así como descubrir el tipo de estándares y exigencias que surgieron en generaciones pasadas (refiriéndome a las mujeres que serán entrevistadas con una edad que oscila de los 35 a los 60 años), y claro realizando una comparativa con las generaciones actuales (20 a 25 años). Con el fin de requerir un descubrimiento de distintas mujeres, con distintas edades, como también contextos históricamente distintos. Reconocer si el “*movimiento body positive*” tiene incidencia en la valoración de los cuerpos de las mujeres actualmente. Como resultado plasmar cómo el “*Movimiento Body Positive*” ha logrado cambiar el pensamiento de las mujeres hacia la visión de su propio cuerpo, teniendo así una mayor aceptación a la gran diversidad de cuerpos o que incluso el “movimiento” no haya tenido un impacto positivo o simplemente un impacto personal hacia las mujeres,

derrocando el pensamiento patriarcal sobre la idea que ha tenido sobre ser el propietario de los cuerpos femeninos imponiendo estándares de belleza para que las mujeres “tengan el derecho” de ser aceptadas por la sociedad simplemente por su cuerpo.

- 4) Determinar si el movimiento “Body positive” queda en un discurso, ¿Realmente es positivo el *Body Positive* ?

Como una forma de dar cierre a este proyecto, mi objetivo en este punto es plasmar mi punto de vista sobre el movimiento *Body Positive*, y cómo éste se ha presentado personalmente a cada una de las mujeres, así como la visión que tenemos sobre él. Es importante mencionar que este último apartado será escrito desde mi visión feminista y antropológica privándome de romantizar el movimiento.

Contexto etnográfico

Mi contexto de estudio se centra en mujeres de dos distintas localidades, por un lado, a la Alcaldía Iztacalco en CDMX y por otro lado Texcoco en el Edo de México, zonas que como sabemos son cercanas geográficamente, no obstante, esto no quiere decir que por ser destinos cercanos el pensamiento de las mujeres sea parecido, y aún más, si la edad de las mujeres que serán partícipes de las investigación vienen de generaciones diversas.

Seré un poco más específica en relación con la edad de las mujeres que son de gran ayuda, comenzando con mujeres que rondan de los 18 a 24 años, la segunda generación de 25 a 40 años y una última generación de 41 a 60 años. Claro que las edades presentadas son un punto de partida obteniendo un punto de vista y un conocimiento escaso sobre las vivencias que hasta este punto serán mi objetivo, a lo largo del camino encontré empatía con mis propias experiencias como mujer, por lo que también expondré parte de mi visión sobre la problemática.

Marco teórico

“La lucha por la supervivencia que se renueva cada día implica, en primer término, una lucha contra el propio cuerpo. Más que la dualidad, experiencia finalmente familiar, la conciencia del hombre en una situación carcelaria o de campo de concentración llega, a veces, a un verdadero dualismo”

(Le Breton, 1990).

En relación con una reflexión masiva sobre *Body Positive*, surgen de forma inmediata distintos autores relacionados con definiciones que nos ayudarán a entender cada una de las palabras usadas en el proyecto presente, un llamado que enlaza un descontento sobre el *cuerpo*, que es nodal en esta investigación, para ello haremos este análisis a partir del autor David Le Breton. Aunque no exploraremos las corporalidades, nuestro enfoque serán las percepciones de éste a través de los testimonios de las mujeres.

Para André Breton: “Las representaciones del cuerpo y los saberes acerca del cuerpo son tributarios de un estado social, de una visión del mundo y, dentro de esta última, de una definición de persona. El cuerpo es una construcción simbólica, no una realidad en sí mismo” (Le Breton, 1990: 13).

El misterio del cuerpo, como principal observación que nos presenta Le Breton es uno de los temas antropológicos con mayor dificultad de comprender relacionado con aquellas representaciones sociales que han sido asignadas a lo largo de los años, haciendo énfasis que la representación que ha sido otorgada principalmente es cultural. Le Breton nos menciona que la existencia del hombre está totalmente relacionada con el tema corporal, dando así una introducción que su punto de vista es claro hombre/cuerpo=construcción cultural. Lo que para muchos el cuerpo está impregnado al espíritu y esencia del hombre, para otras sociedades no es así, si no, completamente distinto el cuerpo se reconoce como un medio de transporte que la esencia utiliza para ser parte de una sociedad. Permittiéndonos observar cómo cada círculo social ha hecho hasta lo imposible para darle un significado simbólico a lo que llamamos “cuerpo”. Nos presenta tres puntos de vista que serán claves para comprender el capítulo uno, se refiere a: sociedad tradicional, sociedad occidental y cuerpo moderno:

Sociedad occidental: Sociedad que no distingue entre hombre y cuerpo.

Sociedad tradicional: Sociedad donde el cuerpo no se distingue de la persona

Cuerpo moderno: Implica la ruptura entre él y la sociedad (visto como individualista).

El autor propone la distinción de los significados hacia el cuerpo empleados en distintas sociedades, observando el punto de vista de comunidades africanas en la que logramos ver que el hombre no es reconocido como individuo, sino, como indivisible perteneciente a su comunidad y no alejado de ella. Por otra parte nos habla de un entorno religioso por parte de la iglesia, incluso civilizaciones medievales que nos dan un giro completamente diferente y un poco delicado en la forma de ver el cuerpo. Así nos abre un repertorio a la forma del desvanecimiento sobre la mirada cultural del hombre hacia el cuerpo, y como en la actualidad, el cuerpo moderno carece cada vez más de una construcción cultural/simbólica cuando surge un reconocimiento individualista por parte de las personas desprendiéndose de su entorno social. Para lograr entender gran parte del escrito el autor nos presenta distintos conceptos que me parece es sumamente importante desglosar de forma individual:

Cuerpo: “Las representaciones del cuerpo y los saberes acerca del cuerpo son tributarios de un estado social, de una visión del mundo y, dentro de esta última, de una definición de persona. El cuerpo es una construcción simbólica, no una realidad en sí mismo” (Le Breton, 1990: 13), implicando así la identidad del hombre.

- *Cuerpo moderno:* ruptura del sujeto con los otros, con el cosmos y consigo mismo.
- *Dualismo contemporáneo:* hombre/cuerpo
- *Mundo contemporáneo:* cuerpo como *alter ego* (otro yo).
- *Factor de individualización:* liberación del cuerpo, así como una liberación relativa, resultando un borramiento del cuerpo.
- *Verdadera liberación del cuerpo:* Nula preocupación por el cuerpo.
- *Antropología cósmica:* Cuerpo vinculado a movimientos astrales y diversas energías.

Le Breton nos presenta esa ruptura de un *cuerpo* tradicional/occidental que no era bien visto acercarse o tener un contacto físico, un cuerpo como perteneciente a la comunidad, no reconocido como individuo, pero altamente conservadora en el sentido de tener cuidado en aspectos de significación y división de forma cósmica, religiosa, incluso, creado en relación con la naturaleza algo divino. Por otro extremo un cuerpo moderno, presenciando la especificación del individuo, reconociéndose como uno dentro de la sociedad, no solo refiriéndose en la diferencia de un rostro, si no, en todo el ser. Con esto quiero decir que de acuerdo con mi trabajo de investigación es de gran importancia el entendimiento del *cuerpo* , cómo es visto en la actualidad, cómo lo representamos, de qué manera presenciamos esta gran individualización, un tema que cada día tiene mayor fuerza gracias a redes sociodigitales, un pensamiento moderno y claro la sociedad en la que nos encontramos actualmente.

En comparación del significado que la sociedad actual tiene sobre el *cuerpo* es diverso, probablemente no se reconozca como una construcción simbólica o no seamos conscientes de ello. Si hablamos sobre *Body Positive* , el cuerpo es justo lo primordial, lo sobresaliente en relación con el tema, logrando ver la diferenciación sobre el “ *cuerpo* ” y el “ *cuerpo moderno* ” (ruptura del sujeto con los otros, con el cosmos y consigo mismo). Resultado de una individualidad no sólo de la sociedad y la persona, sino que, de la persona y su propio *cuerpo* , logrando una aceptación de nuestro *cuerpo* , sin saber que el “yo” también es parte de él, nuestro vehículo o incluso solo notemos la individualidad de la sociedad y el yo.

El *cuerpo* visto desde un punto de los estudios antropológicos, (es importante mencionar que gran parte de las mujeres apoyando el *Body Positive* , no se identifican como feministas, sin duda ha sido un tema central y de crítica hacia cómo el *cuerpo* femenino tuvo socialmente una construcción). Sin embargo, es importante tener distintos puntos de vista abordando a diferentes autores con visiones y ramas fuera del tema feminista como Foucault, Bourdieu o Le Breton que han aportado también a la literatura sobre el tema.

En el caso de los estudios feministas el principal objetivo de algunas teóricas ha sido reivindicar el cuerpo femenino, no solo encerrándose en una esencia y mucho menos la construcción implementada por el hombre, sino, aplicar un significado distinto, un

significado impuesto por las mujeres; para este punto Butler nos menciona algo que puede servir para dar paso a la eliminación de lo impuesto culturalmente, ella nos dice: “Y no habrá modo de interpretar el *género* como una construcción cultural que se impone sobre la superficie de la materia, entendida o bien como el *cuero* o bien como su sexo dado” (Butler, 2003: 18-19).

Marta Lamas afirma que “Como los mandatos culturales de género tiene un papel en nuestra conciencia y nuestro inconsciente, y afectan nuestro modo de vivir de forma muy profunda, en las ciencias sociales el concepto *género* ha puesto una herramienta para ahondar en la forma en que los seres humanos nos concebimos a nosotros mismos y, por lo tanto, cómo formamos lazos y relaciones con los demás, o sea, cómo construimos sociedad” (2016: 166)

Incluso esto no es algo que exista en todos los puntos de vista como el de Barrera que nos dice: “El campo como lo social hecho cosa (lo objetivo) y el habitus como lo social inscripto en el cuerpo (lo subjetivo). Las prácticas sociales que ejecutan los agentes se revelan a partir de la relación dialéctica que existe entre ambos” (Barrera Sánchez, 2011: 127).

En un segundo apartado que escribe sobre la revalorización de la identidad “mujer = cuerpo”, se abre una discusión sobre la presencia de una represión femenina y una represión del *cuero* siendo ambas complemente parecidas, teniendo el mismo resultado de represión masculina, se acentúan aquellas diferencias y valorizaciones hacia el *cuero* femenino dejando de lado la construcción social que ha sido la cárcel para muchas de nosotras.

Eliminando cada vez la “construcción social naturalizada” impuesta por la dominación masculina y su falta de empatía hacia otros cuerpos que no sean masculinos, provocando con un pensamiento dominante convertir a las mujeres en un objeto meramente simbólico, creando en el cuerpo femenino una dependencia de protección hacia el dominante. “Productores culturales”, relacionando mujer=sexualidad como un factor distintivo en las mujeres y su relación corporal.

La politóloga Penchansky nos presenta el *cuerpo* como una noción de propiedad, “La idea de que las personas poseen derecho de propiedad sobre sus cuerpos se remonta al liberalismo clásico del siglo XVII, particularmente en la obra de John Locke” (Penchansky, 2021: 117). Pensando el cuerpo como propiedad en una circunstancia de intercambio específicamente en las mujeres dejando ver cómo el patriarcado clasificó a los hombres como el género fuerte, aun con este planteamiento que se observa en la sociedad la autora nos dice: “La idea de propiedad que se hace extensiva a los cuerpos o autopropiedad como derecho absoluto sobre sí, justifica cualquier contrato, uso o transacción que una persona esté dispuesta a realizar con su propio cuerpo, por el hecho natural de que le pertenece” (Penchansky, 2021: 119). Un derecho natural que entra en toda la sociedad siendo así nuestro punto de partida para comprender de una mejor manera como observamos nuestro *cuerpo* y la decisión que cada una de las mujeres tenemos en relación con nuestro derecho de hacer con éste lo que deseamos, y claro, decidir si reconocemos nuestro cuerpo como parte de nuestra propiedad o simplemente no tenemos un significado hacia él.

Relacionando de forma inmediata la decisión de colocarlo como un tema significativo dentro del feminismo, y surgió con mayor fuerza “en la segunda ola comprendieron que las mujeres tenían que recuperar la propiedad sobre su propio cuerpo, lo que le daría pleno derecho a su uso y al disfrute de sus facultades de una manera similar a la empleada por ciertos vertientes socialistas que postulan a los trabajadores como dueños de sí mismos” (Penchansky, 2021: 123).

Por otra parte, el discurso que plantea Phillips es el “no es afirmar que hablar del cuerpo como objeto de propiedad impulsa a las personas a considerarlo como un objeto capaz de ser vendido, o que el simple hecho de pensar en el propio cuerpo como propiedad de uno mismo tiene ese efecto” (Penchansky, 2021: 131), con esta afirmación es importante entender que tomar la decisión de ver el cuerpo como una forma de producir un bien económico no se refiere a que el cuerpo pierda su autonomía y eso es algo que debe ser tomado en cuenta.

Para comprender el cuerpo de una manera significativa que indaga de forma profunda no podemos olvidarnos de dos teóricos que serán quienes nos brindan un mayor conocimiento sobre el tema corporal, por una parte, encontramos a Foucault (1986) quien,

en su análisis del biopoder, examina las relaciones entre poder y conocimiento y sus impactos en los cambios sociales y políticos.

Foucault sostiene que el biopoder se ejerce tanto sobre los cuerpos individuales como sobre la vida de la población en general. Esto implica el control no solo de los aspectos biológicos del cuerpo, como la salud y la reproducción, sino también de los aspectos sociales y culturales, incluyendo la sexualidad, la identidad y la apariencia física.

El análisis de Foucault destaca cómo las instituciones y los discursos sociales regulan y normalizan los cuerpos, imponiendo ciertas formas de comportamiento y modos de ser. A través de estas dinámicas, el poder no solo se manifiesta de manera coercitiva, sino también mediante la internalización de normas y prácticas que configuran la manera en que los individuos experimentan y comprenden sus propios cuerpos. Esta perspectiva permite entender el cuerpo como un campo de batalla donde se libran luchas de poder y resistencia, y donde se forjan identidades y subjetividades.

“Lo corporal ha sido procesado social y políticamente en diferentes contextos” (Esteban, 2004: 24), finalmente Bourdieu nos dice: “había dejado la corporeidad en un lugar externo al actor social, sin tener en cuenta las implicaciones del mismo en la vida social, el gusto, el habitus y las relaciones entre cuerpo y clase” (Esteban, 2004: 25), en este trabajo es primordial observar el *cuerpo* como un objeto de estudio priorizado, obteniendo alternativas en relación con la cultura y la existencia de los cuerpos como la diversidad humana, inclinándose desde una antropología del *cuerpo*.

Conforme la extensión de mi trabajo me tendré la tarea de explicar con mayor determinación cada uno de los conceptos utilizados para lograr tener una mayor comprensión sobre el tema y que cada lector tenga su propia perspectiva en relación con este trabajo.

Como último punto en este apartado, es fundamental plasmar el concepto de lo que para mí es *cuerpo*, así como el concepto de Le Breton, en el que considero se acerca de forma precisa a lo que yo considero como una de las explicaciones más sencillas para entender lo que es el *cuerpo*. De forma resumida, el antropólogo Le Breton nos ofrece una

perspectiva profunda y compleja sobre el cuerpo, alejándose de una visión puramente biológica para conceptualizar como una construcción social, cultural y simbólica.

Una vez retratado el concepto de Le Breton, me asegurare de explicarlo de forma personal y clara en los siguientes 8 puntos:

1. Construcción Social y Cultural: Para Le Breton, el *cuerpo* no es una entidad neutra ni meramente natural; es, en cambio, profundamente moldeado por los contextos sociales y culturales. Las percepciones, valoraciones y experiencias del *cuerpo* son contingentes y varían significativamente entre diferentes culturas y épocas históricas.

2. Simbolismo: El *cuerpo* se erige como un símbolo a través del cual se expresan y comunican identidades, normas, valores y significados culturales. La apariencia, las modificaciones corporales, la vestimenta y los gestos constituyen formas mediante las cuales los individuos representan y negocian su lugar en la sociedad.

3. Experiencia Subjetiva: Le Breton subraya la importancia de la experiencia subjetiva del *cuerpo*. Sensaciones como el dolor, el placer, la enfermedad o el bienestar no son simplemente fenómenos físicos; están mediatizadas por significados culturales y contextos personales, lo que confiere a estas experiencias una dimensión interpretativa esencial.

4. Identidad: El *cuerpo* es un componente fundamental de la identidad personal. Marcas corporales como cicatrices, tatuajes y otras modificaciones se convierten en elementos cruciales en la construcción de la identidad, narrando historias personales y culturales que trascienden la mera apariencia física.

5. Relación con el Entorno: La percepción y la experiencia del *cuerpo* están íntimamente influenciadas por la interacción con el entorno. El espacio social y físico en el que se encuentra una persona afecta de manera significativa cómo percibe y siente su propio *cuerpo*, estableciendo una relación dialéctica entre *cuerpo* y ambiente.

6. Control y Disciplina: En la modernidad, el *cuerpo* se convierte en objeto de control y disciplina, tanto a nivel individual como social. Las prácticas de autocuidado, la preocupación por la salud y la estética, y las normas sociales que rigen el cuerpo son manifestaciones de este control, reflejando una biopolítica del *cuerpo*.

7. Transformación y Modificación: Le Breton analiza cómo las prácticas de modificación corporal, tales como tatuajes, piercings, cirugías estéticas y otras formas de intervención, son estrategias mediante las cuales los individuos buscan expresar su identidad, resistir normas sociales o conformarse a ellas. Estas prácticas evidencian la agencia del individuo en la construcción de su corporalidad.

8. El Cuerpo Fragmentado: En la contemporaneidad, Le Breton observa una tendencia hacia la fragmentación del *cuerpo*, donde diferentes partes corporales son tratadas, modificadas y valoradas de manera independiente. Esta fragmentación refleja una visión del *cuerpo* como un objeto manipulable y segmentable, en consonancia con las lógicas del consumo y la tecnología.

En conclusión, el concepto de *cuerpo* es amplio y multifacético, integrando materialidad del cuerpo, pero destacando especialmente su dimensión social, cultural y simbólica. Esta perspectiva permite comprender el *cuerpo* no solo como un organismo físico, sino como una entidad que está en constante interacción y construcción a través de prácticas y discursos sociales, subrayando así su carácter profundamente humano y contextual.

En el caso de las mujeres, la construcción de la relación con el cuerpo ha sido sometida a una tensión constante y pujante sobre el *deber ser* del cuerpo perfecto de una mujer, un cuerpo estético bajo muchos regímenes, que muy pocas mujeres pueden tener, y muchas también harán grandes esfuerzos por llegar a tener un cuerpo “perfecto”.

Metodología y herramientas de investigación

Dentro de esta sección describiré el diseño de investigación que utilicé para obtener los resultados necesarios, y así alcanzar los objetivos planteados en el trabajo, la investigación que realicé, la cual se inclinó a un enfoque cualitativo. Dentro de la investigación se utilizaron herramientas que me permitieron profundizar sobre el tema principal y subtemas que se plantean en el siguiente capítulo.

Como primer paso realicé una encuesta a mujeres para tener mayor visión hacia el movimiento *Body Positive*, su edad, localidad, puntos de vista hacia su cuerpo y claro una palabra en la que muchas podemos etiquetar alguna parte de nuestro cuerpo como lo es la “imperfección”. Una vez teniendo los resultados, tuve luz verde para dar un paso hacia adelante a plasmar palabras que para la mayoría tiene un significado parecido, teniendo el mayor cuidado en mi redacción en no incluir palabras que puedan ser ofensivas hacia las personas.

Continuando con mi trabajo de campo, comencé con visitas a las mujeres con las que llevé a cabo las entrevistas, observación participante y la realización de una etnografía digital como uno de mis principales auxiliares, también en fuentes bibliográficas, redes sociodigitales y acercamientos relacionados a la publicidad de consumo femenino.

De igual manera, pude ir a tiendas de ropa a hacer observación y analizar dentro de las mismas el trato y las prendas que se encontraban en exhibición para su adquisición, presentaré la información sobre mi trabajo de campo en el capítulo 2.

Así como también a “clínicas de belleza” en las cuales se hacen procedimientos no invasivos como lo fue depilación corporal, tratamientos faciales, colocación de pestañas, masajes, *microblading*³ y aclaración de la piel. Observaciones que se podrán encontrar sobre las clínicas que visité durante mi trabajo de campo, encontradas de la misma forma en el capítulo 2.

³ El microblading es una técnica de maquillaje semipermanente que mejora la apariencia de las cejas mediante un instrumento manual con agujas finas que depositan pigmento en la piel, imitando pelos naturales. Los resultados duran de uno a tres años y requieren cuidados posteriores para asegurar una buena cicatrización y durabilidad del pigmento

CAPÍTULO 1. Introducción al *Body positive*

Situarse en un punto de partida al *Body positive* es sumamente complicado, pues tiene diversas apariciones a lo largo de la historia, y sobre todo diferentes trayectorias. Sin embargo, para fines prácticos, comenzaré a hablar sobre la aparición de las primeras críticas hacia esta tensión de la relación de las mujeres con su cuerpo en el siglo XX, que como mencioné anteriormente, comienza en 1960 cuando la feminista y terapeuta Susie Orbach publica el libro *Fat is a Feminist Issue (La gordura es un asunto feminista)*, en el que comienza una serie de cuestionamientos sobre la opresión de las mujeres en relación a su cuerpo.

Esta crítica estaba enmarcada en un contexto específico, la época de posguerra al finalizar la Segunda Guerra Mundial, en el que la industria de la cosmética comenzaba a surgir y a tener una potente exhibición publicitaria, por medio de espectaculares y de fotografías en revistas especializadas para la mujer, además de programas de televisión. El maquillaje se hace de uso masivo, aunque éste ha existido en muchas culturas y ha tenido diferentes usos, pero un uso masivo comenzó a gestarse. Sobre esto Andrea Gómez comenta que:

Max Factor, quien acuñó la palabra “maquillaje” y creó productos como la base en crema y el corrector, maquilló a actrices de la “era dorada” del cine hollywoodense como Rita Hayworth, Dolores del Río y María Montez. Por ser maquillador de los artistas de cine, sería el primero que haría demostraciones de maquillaje con profesionales en su tienda (2020: 17).

De tal manera que, estas nuevas tendencias complejizan más la relación de las mujeres con su cuerpo, al colocar modelos a seguir y a cuestionar por qué no todas las mujeres eran así. Es por ello que muchas mujeres comenzaron a cuestionarse los nuevos paradigmas con respecto al cuerpo, de ahí que se buscara la aceptación del cuerpo y la prevención de trastornos alimentarios.

Para 1996 Connie Sobczak y Elizabeth Scott fundan una Organización sin fines de lucro a nivel mundial, con sede en Los Ángeles California, la cual busca ayudar a las mujeres a tener una visión más saludable de su cuerpo. Tras las experiencias de vida de

ambas, deciden ayudar a mujeres con problemas serios respecto a la relación con su cuerpo y con trastornos alimentarios, en palabras de ellas, su misión es dar acompañamiento en este proceso: Hemos tenido la suerte de pasar nuestro tiempo con un grupo de personas muy diverso durante más de dos décadas. Nuestro trabajo se basa en cada una de las preciosas almas que nos han honrado al compartir su experiencia corporal única. Nos hemos comprometido a contar honestamente nuestras propias historias y a ofrecer espacio para que otros hagan lo mismo sin temor a ser juzgados, comparados o criticados. Es en este tipo de entorno donde cada uno de nosotros puede encontrar lo que necesita para encarnarse: decir nuestra propia verdad y entrar plenamente en nuestro yo único (y amarlo) Connie Sobczak y Elizabeth Scott (1996).

Para 2010 con la aparición de las redes sociodigitales y el uso del internet estos cuestionamientos hacia los mandatos sobre el cuerpo de la mujer comenzaron a difundirse de una manera muy rápida, creando así, una tendencia, es decir es un movimiento que cobra mayor importancia con las redes.

Las redes sociodigitales se han convertido en uno de los medios más dominantes e influyentes para cultivar la conciencia, fomentar la comunidad y promover ciertos cuestionamientos a normas sociales, además se han podido representar cuerpos que no habían tenido la oportunidad de estar dentro de los medios tradicionales por considerar que no entraban dentro de los estándares. En este sentido la digitalidad ha fomentado una democracia participativa que ofrece a los promotores del *Body Positive* la oportunidad de interactuar y difundir sus sentires. Algunos promotores celebran no estar dentro de los ideales de belleza de la sociedad, como la celulitis, los rollitos del estómago, y estrías.

Redes como *Instagram*, *Facebook* y *X (TikTok)* ofrecen una plataforma global para replantear la validez de los discursos predominantes sobre la imagen corporal, los estándares de belleza y la salud sean más inclusivos. En este enfoque, quizá mucho más democrático de las redes sociodigitales se han convertido en un importante vehículo de visibilización de aspectos que subordinan a la mujer, y uno de ellos es el tema estético.

En el escenario contemporáneo, el movimiento *Body Positive* ha adquirido una relevancia importante en la sociedad, trascendiendo fronteras culturales y desafiando estándares de belleza arraigados. Su esencia se ha convertido en un faro de empoderamiento y aceptación,

especialmente para las mujeres que durante mucho tiempo han enfrentado presiones y juicios en torno a la imagen corporal.

En esta travesía, nos sumergimos en el significado del *Body Positive*, examinando cómo este movimiento ha transformado no solo las percepciones individuales de la imagen corporal, sino también la narrativa cultural en general. A medida que desmenuzamos sus objetivos fundamentales, será posible comprender a fondo el impacto positivo que busca generar, particularmente en el empoderamiento femenino. Sin embargo, este análisis no se limitará a las virtudes del *Body Positive*. Para una comprensión completa, exploraremos las diversas perspectivas que han emergido a lo largo de su trayectoria. ¿Cuáles son las ventajas evidentes de este movimiento? ¿Y cómo se enfrenta a desafíos y críticas externas? A medida que examinamos estas interrogantes, surgirán en el horizonte nuevas vertientes y movimientos que han tomado posición, ya sea en apoyo o en oposición al *Body Positive*. Este capítulo se presenta como una mirada detallada a la historia, significado y complejidades del *Body Positive*.

Historia del Movimiento *Body Positive* en Estados Unidos y México

El movimiento *Body Positive* es una corriente sociocultural que promueve la aceptación y la valoración de todos los tipos de cuerpos, desafiando los estándares de belleza convencionales y fomentando la autoaceptación y el amor propio. A lo largo de las décadas, este movimiento ha evolucionado significativamente en Estados Unidos y México, influenciando tanto la percepción pública como las políticas sociales relacionadas con la imagen corporal y la autoestima.

Estados Unidos:

El movimiento *body positive* en Estados Unidos tiene sus raíces en las décadas de 1960 y 1970, época en la que surgieron movimientos feministas y de derechos civiles que cuestionaban las normas sociales dominantes. Sin embargo, fue a partir de los años 90 y principios de los 2000 cuando el término *Body Positive* comenzó a ganar popularidad, coincidiendo con un aumento en la visibilidad de modelos y activistas que desafiaban los estándares de belleza impuestos por la industria de la moda y los medios de comunicación.

Otros hitos importantes incluyen la campaña "Dove Real Beauty" lanzada por la marca Dove en 2004, que destacó la belleza natural y diversa de las mujeres reales en sus campañas publicitarias.

El movimiento *Body Positive* en Estados Unidos ha continuado expandiéndose con el tiempo, abordando no sólo la aceptación del cuerpo, sino también temas como la diversidad racial, de género y la inclusión de personas con discapacidades en la conversación sobre la belleza y el valor personal.

México:

En México, el movimiento *Body Positive* ha tomado forma principalmente en respuesta a las presiones culturales y sociales que promueven un ideal de belleza estereotipado y a menudo inalcanzable. Aunque el término *Body Positive* se ha adoptado más recientemente en el país, la lucha por la aceptación del cuerpo ha estado presente en diversas formas a lo largo de la historia.

El contexto mexicano ha visto la emergencia de figuras públicas, activistas y organizaciones que promueven la autoaceptación y la inclusión de todos los tipos de cuerpos. Movimientos como #SoyCurvy, que celebra la belleza y la diversidad de los cuerpos curvilíneos, han ganado popularidad en los medios sociales y han contribuido a cambiar las narrativas sobre la imagen corporal en el país. Además, el activismo feminista y las campañas de concienciación sobre salud mental y bienestar han jugado un papel crucial en el avance del movimiento *Body Positive* en México. Eventos como el "Desfile por la Diversidad" en la Ciudad de México y la creciente presencia de modelos y artistas que desafían los estándares tradicionales de belleza han ayudado a ampliar la conversación sobre la aceptación del cuerpo en la sociedad mexicana.

El movimiento de positividad corporal es una corriente social y cultural que promueve la aceptación y el amor hacia el propio cuerpo, independientemente de sus formas, tamaños, colores y características. Surgido como una respuesta a los estrictos y frecuentemente inalcanzables estándares de belleza promovidos por la industria de la moda y los medios de comunicación, este movimiento busca desafiar y cambiar las percepciones tradicionales sobre la belleza y el valor personal.

En el año 2004, la marca Dove lanzó una campaña publicitaria innovadora que se convirtió en un hito dentro del movimiento de la positividad corporal. Conocida como la "Campaña por la Belleza Real" (Campaign for Real Beauty), esta iniciativa se centró en mostrar a mujeres reales con diversos tipos de cuerpos, alejándose de los modelos típicos de la industria de la moda que dominaban los anuncios de productos de belleza. La campaña de Dove tuvo un impacto significativo por varias razones. En primer lugar, al presentar a mujeres de diferentes edades, tamaños y etnias, la campaña rompió con los estereotipos de belleza convencionales y promovió una visión más inclusiva y realista de la belleza.

Además, las imágenes y los testimonios de las mujeres en la campaña se presentaron de manera auténtica y sin retoques excesivos, lo que reforzó el mensaje de que la belleza real no necesita ser perfeccionada artificialmente. Esta autenticidad fue un factor clave que resonó profundamente con el público.

Asimismo, la campaña alentó a las mujeres a sentirse seguras y orgullosas de sus cuerpos tal como son, fomentando la autoestima y el empoderamiento personal. Este enfoque positivo no solo benefició a las consumidoras, sino que también generó una conexión emocional más fuerte con la marca. La iniciativa de Dove provocó una conversación más amplia sobre los estándares de belleza en los medios de comunicación y la publicidad. Inspiró a otras marcas a reconsiderar sus enfoques publicitarios y a promover una mayor diversidad en sus representaciones. El movimiento *body positive* comenzó a ganar visibilidad y relevancia en México principalmente en la década de 2010. Aunque las raíces de la lucha por la aceptación del cuerpo y la diversidad pueden rastrearse en movimientos feministas y de derechos humanos anteriores, el término "*body positive*" y su adopción más amplia en la cultura popular mexicana es más reciente.

El aumento de la conciencia sobre la importancia de la diversidad corporal y la inclusión ha coincidido con un mayor activismo en redes sociales, campañas de concienciación y la participación de figuras públicas que promueven mensajes de aceptación y valoración personal más allá de los estándares convencionales de belleza.

En resumen, tanto en Estados Unidos como en México, el movimiento *body positive* ha evolucionado como respuesta a las normas restrictivas de belleza y ha promovido un cambio

hacia una mayor inclusión y aceptación de la diversidad corporal. A través de activistas, campañas publicitarias, y movimientos sociales, este movimiento continúa desafiando y redefiniendo los estándares de belleza en las sociedades contemporáneas.

Figura 1.



Fuente: <https://www.globalcosmeticsnews.com/dove-leads-be-real-campaign-to-promote-positive-body-image/>

***Body Positive* y las redes sociales**

Conforme ha avanzado mi proyecto me redirecciono a un nuevo punto de vista en el que mis argumentos se inclinan en percibir el *Body Positive* como un discurso con cierto grado de irresponsabilidad hacia las mujeres que pueden acudir como una forma de ayuda para resolver su relación que tienen con su cuerpo. Después de buscar por medio del *hashtag* (#) la palabra *Body positive*, con el objetivo de lograr mirar la visión que se tiene sobre el movimiento ya mencionado, pude observar diferentes patrones en cada red socio digital, por lo que en la siguiente sección expongo de manera desmenuzada cada uno de mis hallazgos.

Instagram

Instagram es una plataforma de redes sociales lanzada en 2010 y adquirida por Facebook en 2012. Permite a los usuarios compartir fotos y videos, aplicar filtros y efectos, interactuar con otras publicaciones mediante reacciones (me gusta) y comentarios, y ha evolucionado con características como *Instagram Stories*, *Reels* (videos cortos) y tiendas en línea. Es popular tanto entre usuarios individuales como para la promoción de negocios y marcas.

Como primera observación se logran ver fotografías de mujeres de talla grande, en segundo lugar, puede verse imágenes sobre frases de superación, aceptación y hasta cierto punto indirectas hacia las personas que incitan a comentarios de odio por parte de hombres y mujeres que no están de acuerdo con el movimiento.

Es importante mencionar que la gran mayoría de imágenes que se publican en la aplicación y que están relacionadas con el #bodypositive tiene gran una relación con el tema directamente, por otro lado entiendo que el movimiento se crea para lograr la aceptación de los cuerpos gordos y su incorporación a la sociedad de una forma sana como respetuosa, mientras que pude observar que otra parte de las imágenes son publicadas por hombres que se encuentran en un gimnasio utilizando distintos *hashtags* para lograr que las fotografías sean visualizadas por una mayor cantidad de usuarios de Instagram. Por otro lado se encuentran fotografías publicadas por mujeres con un físico que puede etiquetarse como “fitness”, quienes de la misma forma que los hombres colocaron distintos *hashtags* que no tienen que ver con el movimiento, sino, con temas que tienen un mayor número de observadores logrando pasar 1 millón de vistas.

Comenzando mi visita por cada una de las publicaciones que nos brinda la aplicación se encontró que la mayoría de los comentarios que se observan en la imagen publicada giran comentarios como: “hermosa”, “perfecta”, “te admiro”. “preciosa”, “radiante”, “yaaaas amiga” entre otro tipo de palabras parecidas a las ya mencionadas. Otro tipo comentarios que se encontraron son iconos de corazones, coronas, uñas y algunas mujeres realizando preguntas como “¿en dónde compraste tu ropa?”. Personalmente sentí un grado de satisfacción al notar que me fue difícil encontrar un discurso de odio y los que se presentaban era menos del 1% o incluso puede que la usuaria haya decidido borrarlos,

así como también realizar la acción de bloquear a los usuarios que efectuaron comentarios de odio.

Figura 2.



Fuente: **#bodypositive** reminder that every woman you know has been assaulted, narrowly avoided assault, had to calculate the possibility of being assaulted or has held the hand of another woman who was assaulted. 18,6 mill. Publications. Instagram.

TikTok

TikTok es una plataforma de redes sociodigitales que se centra en videos cortos, lanzada en 2016. Permite a los usuarios crear videos de hasta 60 segundos con música, efectos y participar en desafíos. Destaca por su algoritmo de recomendación y ha ganado popularidad global, especialmente entre usuarios jóvenes. Introduce características creativas y de colaboración.

Como ya lo mencioné la aplicación de Tiktok se basa específicamente en videos de una duración de 15 a 60 segundos para publicar cualquier tipo de tema que pueda entretener a los usuarios, para esta investigación coloqué en el buscador la frase “body positive”, y me arrojó un

mayor resultado de sobre mujeres exponiendo sus propios cuerpos, distintos argumentos, presentación de libros escritos por mujeres gordas que están ampliamente sumergidas en el tema, Tiktoks de ¿cómo vestir un cuerpo gordo?, formas de responder a insultos por personas externas, personas mostrando sus cuerpos como forma de tendencias virales, ejercicios para bajar de peso, dietas extremas irresponsables, transformación de cuerpos a base de ejercicios y dietas de formas saludables.

Por otra parte, me gustaría aclarar que una mínima parte de los TikToks publicados son de mujeres realizando bailes de forma “sexualizada”, mostrando partes del cuerpo mayormente descubiertas (en la mayoría con el fin de mostrar su ropa interior), como otro tema importante, se presentan la molestia de las mujeres conforme al movimiento y su poca responsabilidad al argumentar sobre diversidad de cuerpos que existen, imponiendo el discurso sobre la aceptación y amor a un cuerpo de manera obligatoria mencionando que si no es así puede clasificarse como una persona “insegura”.

Es de suma importancia mencionar que en el momento que se decide colocar en el buscador temas como “dietas de calorías mínimas”, “problemas sobre trastornos alimenticios”, el resultado nos hace ver un mensaje con un escrito que menciona lo siguiente: “*no estás solo/a: si tú o alguien que conoces está pasando por un momento difícil siempre hay ayuda disponible.*” Seguido de un número telefónico para recibir ayuda.

X (Twitter)

X (Twitter) es una plataforma de *microblogging* donde los usuarios pueden publicar mensajes cortos llamados "tweets" de hasta 280 caracteres. Se lanzó en 2006 y se utiliza para la comunicación instantánea, la difusión de noticias y la interacción social en tiempo real. Los usuarios pueden seguir a otros, ver sus tweets en la línea de tiempo y participar en conversaciones públicas. Twitter ha introducido funciones como retweets, menciones y hashtags, convirtiéndose en un medio importante para la expresión pública y el periodismo ciudadano.

Como última red social decidí tomar en cuenta las publicaciones de X (Twitter), enfocándome en *twits* (comentarios) de mujeres que responde a publicaciones relacionadas con el *Body positive* publicadas por campañas comerciales o publicaciones personales que buscan la opinión de otras mujeres, logrando de esa forma obtener distintos puntos de vista hacia el tema a tratar.

Después de indagar por un gran número de publicaciones en Twitter logré observar que gran cantidad de mujeres no están de acuerdo con el movimiento *Body positive*, colocando comentarios como; *“El movimiento Body Positive es un peligro para la salud”, “gorda” no es un sentimiento; es una realidad material”, “el body positive es toxico, “Estoy cansada de obligarme a quererme todos los días, siento que todo es mentira”, “es un movimiento totalmente blanco”, “un movimiento que se ha privilegiado de forma negativa”*.

Solo me deja ver que la realidad del pensamiento que he tomado conforme avanza mi investigación sobre el movimiento *Body Positive* se queda en un discurso poco responsable sobre los objetivos a lograr, en cuanto una persona decide buscar tener un “cuerpo positivo”.

Lo que me lleva a presentar no solo los *hashtag* sobre #bodypositive, sino, el indagar en este tipo de temas en primer lugar, las páginas de distintas sucursales que se encargan de realizar procesos como depilación y tratamientos de “belleza”, publicando vistosas ofertas logrando captar la atención de las mujeres, y así asistir a lugares en el que la mayoría no cuenta con certificados avalados por instituciones de salud del país, es importante mencionar que las únicas personas que tiene el derecho de realizar procedimientos como depilaciones son: médicos, enfermeras y kinesiólogos. Fuera de los especialistas ya mencionados es completamente ilegal realizar este tipo de procedimientos que ponga en peligro la piel, así como la integridad de las personas que asisten a estos establecimientos. Recordemos que las clínicas de depilación no son las únicas para realizar cambios estéticos, para tener una piel “perfecta”.

El *Body Positive* dentro de los consumos digitales encontró mayor cabida en dos aplicaciones principalmente que son Instagram y Tiktok, en éstas podemos encontrar publicaciones de fotografías, videos, reels, mencionando alguna frase, canciones, molestia, discursos de apoyo, entre otro tipo de integración al movimiento. En los últimos 3 años se logra ver el incremento sobre el asunto, fundamentalmente en Tiktok logrando alzar la voz para crear una “normalidad” sobre los cuerpos de mujeres gordas, con vello corporal, acné y detallando así, como una gran

variedad de estas mujeres lastimosamente sufrieron de trastornos alimenticios para lograr un cuerpo aceptado por la sociedad, específicamente para los hombres. Por otra parte, un número desconocido de mujeres comentan en sus videos que una forma de lograr adquirir atención así como cierto grado de cariño por los usuarios que siguen sus cuentas decidieron practicar la “sexualización de su cuerpo”.

Como forma de conclusión puedo mencionar que las redes sociodigitales pueden ayudarnos a conocer sobre temas que para la gran mayoría es importante visibilizar, en este caso el *Body Positive* ha demostrado su fuerza al alcanzar que una inmensa cantidad de usuarios conozcan cada día más del movimiento.

Hasta cierto punto puedo mencionar que una forma de hipótesis creí que encontraría solo comentarios de odio, videos sobre burla hacia las mujeres que se encuentran como aliadas en el movimiento, fue sorprendente encontrar que no sucedió de esa manera, por otra parte enfocándose en el discurso que hasta cierto punto logró verlo como una irresponsabilidad al generalizar un razonamiento que puede ser contradictorio para cierto número de mujeres al mencionar que si no aceptas y amas tu cuerpo serás juzgada como una mujer “insegura” o “sin amor propio”, por el hecho de no amar tu cuerpo como lo menciona el movimiento.

Importancia de las redes sociales en el *Body Positive*

En el contexto de la investigación, es imperativo analizar la influencia determinante de las redes sociales en el desarrollo y fortalecimiento del movimiento *Body Positive*. La presencia y participación masiva en plataformas digitales han desencadenado transformaciones significativas en la percepción de la imagen corporal y la promoción de la aceptación personal, aspectos esenciales dentro del ámbito de estudio.

En primer lugar, las redes sociales han proporcionado un escenario crucial para la visibilidad y representación de la diversidad corporal. Personas de distintas formas, tallas, color de piel, origen, género y clases sociales han encontrado en estas plataformas un medio para compartir sus experiencias y exhibir la diversidad de las corporalidades. Esta diversidad representativa es

un desafío, y parece subvertir los convencionalismos en torno a los estereotipos de belleza, permitiendo una apreciación más inclusiva y realista.

La capacidad de conectar instantáneamente con experiencias compartidas ha constituido un segundo pilar fundamental de la influencia de las redes sociales en el *Body Positive*. Comunidades virtuales de apoyo y empoderamiento han surgido, proporcionando espacios donde la narrativa de aceptación corporal se construye a través de historias personales. Esta conexión ha ayudado a mitigar el sentimiento de aislamiento, fomentando un sentido de pertenencia y solidaridad, y de cierta manera una comunidad.

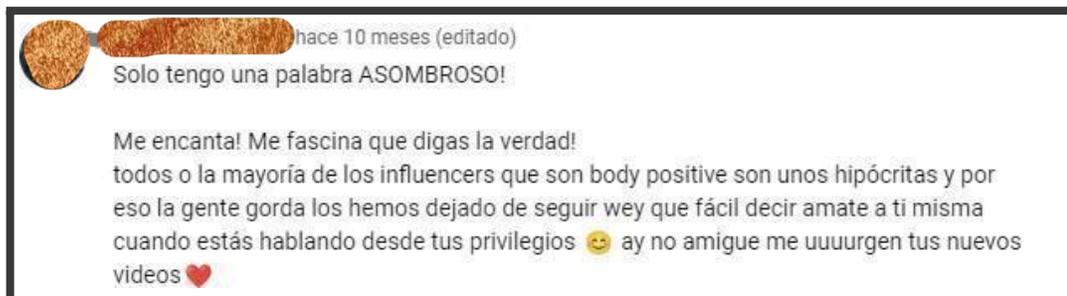
En tercer lugar, las redes sociales han desafiado activamente los estándares poco realistas de belleza a través de la viralización de campañas. Este fenómeno ha impulsado la idea de que la belleza no debe ser homogénea y ha desmitificado preconcepciones erróneas al respecto. Además, la presencia de personalidades influyentes y celebridades que apoyan el "Body Positive" en sus perfiles sociales ha contribuido a cambiar la narrativa predominante y ha ejercido una influencia positiva en sus seguidores.

El cuarto componente radica en la función educativa y de concienciación de las redes sociodigitales. La difusión de contenido educativo y campañas informativas ha creado una concientización sobre la diversidad corporal, la importancia de la autoaceptación y la salud mental vinculada a la imagen corporal.

Por último, las redes sociodigitales han contribuido significativamente al reconocimiento y reconciliación con la diversidad corporal. A través de la posibilidad de compartir mensajes positivos dentro de estas plataformas, por lo que éstas se han convertido en un espacio de intercambio y de promoción del amor propio.

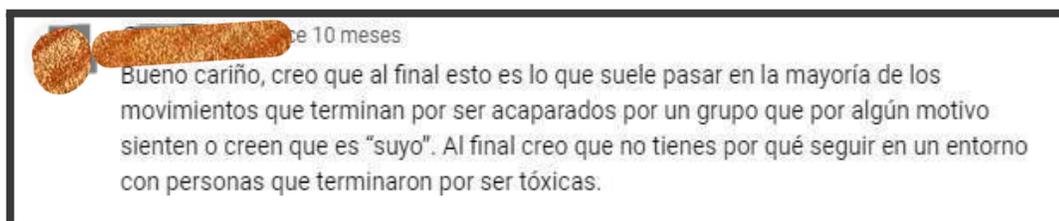
Ahora, quiero compartirles algunos comentarios encontrados en videos de mujeres hablando sobre el movimiento *Body Positive*, por lo al final daré mis puntos de vista para que sea de mayor entendimiento sin el error de confundir a los lectores, comenzando por lo que yo consideraría “ventajas”:

Figura 3.



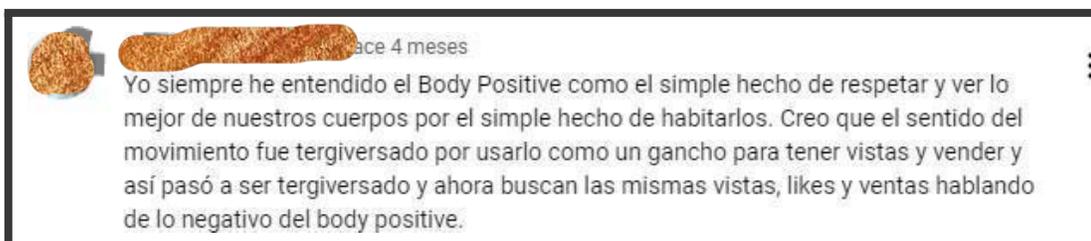
Fuente: Captura de pantalla, Video “¿Es el 🍪 bodypositive 🍪 positivismo tóxico?” por Cuelli Largo en YouTube. 

Figura 4.



Fuente: Captura de pantalla, video “Me retiro del body positive” por No tan femenina en YouTube.

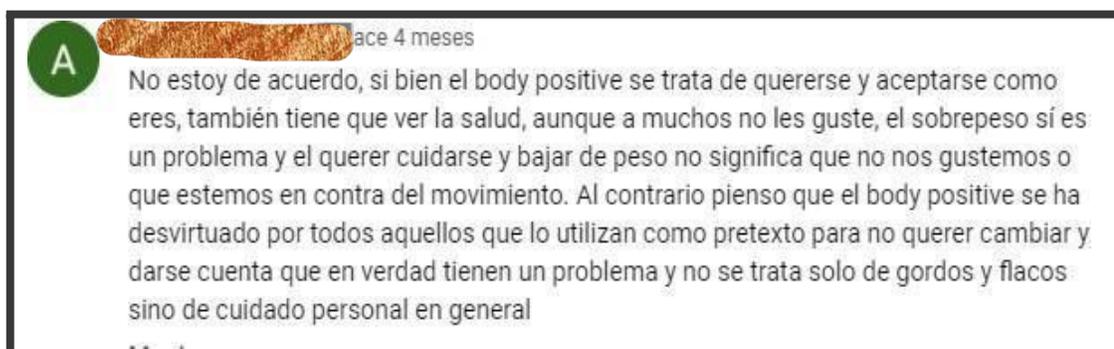
Figura 5.





Fuente: Captura de pantalla, video “Activismo gordo vs. sanidad mental | Así el bodypositive te arruina mentalmente” por La entropía de Valen en YouTube.

Figura 6.



Fuente: Captura de pantalla, video “Body Positive: ¿un éxito o un fracaso?” por Maquis Camargo en YouTube.

Figura 7.



Fuente: Captura de pantalla, video “El "body positive" no es tan positivo” por Petit en YouTube

En las anteriores capturas podemos reconocer varios aspectos, uno de ellos es que el *Body Positive* cobra distintos significados para cada persona, pero a la vez todos tienen una relación con la autopercepción del cuerpo.

En las Figuras 2 y 4 las personas reconocen que el *Body Positive* del cuerpo pareciese sólo un privilegio de las personas que sí poseen un “cuerpo perfecto”, o desde las normas estéticas. Por lo tanto, hablar desde los márgenes de estos paradigmas no tiene validez. Y en las Figuras 5 y 6 se reconoce el tema de la salud, y se percibe que esta debería ser más importante que el amor al cuerpo, por lo tanto, encontraremos esas contradicciones latentes en los discursos del *Body Positive*. ¿Cuál es entonces la verdadera preocupación de este movimiento? De igual manera, hay una percepción de haber cooptado al movimiento por marcas y personas que buscan vender algo, por lo cual se comienza a cuestionar la pertinencia y sentido.

Esto tiene relación con la percepción de la opinión en redes sociodigitales, y aunque no es mi intención hablar del papel de la opinión pública en las redes, creo que sí es importante tener en cuenta que, éstas han ayudado a democratizar el acceso a la información al crear un proceso de comunicación bidireccional que transforma considerablemente la participación política. Estas plataformas se convierten en un foro virtual donde todas las personas con dispositivos y conectividad pueden expresar problemas que no están en la agenda pública y compartir libremente sus opiniones. Con la característica de la posibilidad de un anonimato.

Capítulo 2. Formas en que el mercado interviene en las relaciones con las mujeres y su cuerpo

En nuestro contexto actual de alto consumo, las dinámicas del mercado no solo reflejan las necesidades de la sociedad, sino que también influyen de manera significativa en la construcción de las percepciones sociales. En este capítulo intento revisar la compleja relación entre el mercado y las mujeres, centrándose específicamente en cómo las grandes empresas, especialmente aquellas dedicadas a la moda, maquillaje y productos dirigidos a mujeres, han intervenido en la reflexión masiva sobre el *Body Positive*. Esto desde sus prácticas de venta en las tiendas, la distribución y atención a la clientela.

La sociedad contemporánea ha presenciado la apropiación de movimientos y temáticas sociales sensibles como estrategias lucrativas en el ámbito capitalista. Desde la comercialización de la diversidad corporal hasta la cooptación de movimientos feministas, el mercado ha demostrado su habilidad para capitalizar sobre cuestiones sociales de relevancia, convirtiéndolas en productos y campañas de marketing.

En este contexto, el enfoque se centra en la forma en que las cadenas de ropa, empresas de maquillaje y otros productos dirigidos a mujeres han abrazado el movimiento *Body Positive* como una estrategia comercial. ¿Cómo ha influido esta intervención del mercado en la percepción que las mujeres tienen sobre sus cuerpos? ¿En qué medida estas estrategias han afectado negativamente la autoimagen de las mujeres o, por el contrario, han contribuido a una mayor aceptación y reconocimiento de la diversidad corporal?

En esta sección describiré mi experiencia en cada una de las empresas que tuve la oportunidad de visitar, y son, quizá, las que muchas mujeres hemos visitado o escuchado en algún momento.

Muchas de éstas están relacionadas con el *fastfashion* que es una tendencia de las empresas de moda, un modelo que destaca por producir y comercializar prendas asequibles y de moda rápida. Este enfoque implica respuesta rápida a tendencias, agilidad en diseño y fabricación, como precios bajos, a pesar de su éxito en satisfacer la demanda, ha generado preocupaciones sobre sostenibilidad, impacto ambiental y condiciones laborales.

Conforme a la realización de trabajo de campo en distintos puntos del mercado, especificando tiendas de ropa, clínicas de belleza y tiendas de cosméticos, es importante recalcar que durante la investigación me encargué de realizar una búsqueda sobre campañas anteriores y actuales relacionadas con el movimiento *Body Positive*, como también los productos disponibles en sus plataformas en línea (tallas en la ropa, ingredientes, precios, distribución y mercadotecnia).

Claro que como segundo paso lleve a cabo un estudio presencial en las tiendas para lograr tener resultados de mayor claridad, siempre teniendo en mente objetivos como servicio al cliente, mercadotécnica, disponibilidad de productos y precios, el comportamiento y reacciones sociales que se presentaron en mi visita en cada establecimiento.

Mi labor de campo se inició en la entrada de las tiendas, donde realicé una evaluación detallada de la disposición de los productos, las tallas, los precios y las estrategias de marketing. Como segundo objetivo, me centré en observar y analizar la interacción que se producía entre los clientes y los encargados de las tiendas.

Para poder tener una vista panorámica de las tiendas que visité, me di a la tarea de realizar estas tablas que pretenden sintetizar mis observaciones, posteriormente hago un análisis de las mismas.

Tabla 1.

Observaciones que se realizaron sobre cadenas de moda.

	OBSERVACIONES
ZARA	I. Se observa una tendencia hacia la preferencia de atención hacia personas consideradas de tez "blanca".

II. La disposición de la tienda es notablemente ordenada, exhibiendo todos los productos de manera visible.

III. El concepto de la tienda se define como minimalista, caracterizado por la escasez de carteles promocionales de modelos.

IV. Las tallas de la ropa se limitan a pequeña, mediana y grande, y es relevante destacar que la mayoría de las prendas (exceptuando chamarras y abrigos) tienden a venir en tallas reducidas.

V. Las tallas XL en adelante se encuentran exclusivamente disponibles en la tienda en línea, ya que en las tres sucursales visitadas resultó difícil encontrar dichas tallas.

VI. Es importante señalar que las tallas XL-XXL no están disponibles en todas las prendas de la tienda.

VII. Se observa que la mayoría de los visitantes a la tienda son mujeres de tez "blanca" y delgadas, mientras que un número muy reducido está conformado por mujeres de tez morena, muchas de las cuales expresaron inconformidad con el ajuste de las tallas, describiéndolas como demasiado pequeñas.

VIII. La visita a la tienda física fue breve, ya que se percibió una oferta limitada tanto en variedad de prendas como en tallas, mientras que la tienda en línea presenta opciones más amplias.

IX. Se destacó que el comportamiento de los encargados fue percibido como distante y con escasa disposición para brindar asistencia.

<p>PULL & BEAR</p>	<p>I. Al ingresar a las tiendas, no se estableció ningún tipo de interacción con el personal a cargo de los establecimientos.</p> <p>II. El trato dispensado a los clientes durante mi permanencia en los establecimientos fue equitativo y uniforme.</p> <p>III. La organización de la tienda facilitó, en gran medida, la localización rápida de productos y sus respectivas tallas.</p> <p>IV. Durante la revisión de las tallas en la mayoría de las prendas expuestas en la tienda, se evidenció que las tallas más predominantes fueron S, M y L.</p> <p>V. Al examinar el 50% de las prendas identificadas, se constató que algunas venían reducidas, particularmente los jeans. Esta conclusión se sustentó en la evaluación realizada con diversas mujeres que colaboraron en la prueba, proporcionando testimonios adicionales para ofrecer una respuesta fundamentada.</p> <p>VI. Al buscar tallas XL-XXL y superiores, los encargados de la tienda brindaron asistencia respetuosa, orientándome específicamente hacia prendas que ofrecían un ajuste más holgado. Sin embargo, se observó una limitada variedad para tallas grandes, y se señaló que en la sección de hombres podrían encontrarse prendas apropiadas para mujeres de talla grande.</p> <p>VII. En cuanto a su estrategia de marketing, destaca la vistosidad de la publicidad y promoción de prendas en pantallas con modelos mayoritariamente altos y delgados.</p>

	<p>VIII. La plataforma en línea de la tienda exhibe una mayor diversidad en comparación con las tiendas físicas, donde predominan las tendencias y colaboraciones. Se percibe un incremento en la oferta de tallas y una mayor variedad de prendas diseñadas para mujeres de tallas grandes.</p> <p>IX. A lo largo de mi permanencia en el establecimiento, la interacción con los encargados de la tienda en Pull & Bear fue notablemente más agradable en comparación con la experiencia en ZARA.</p>
<p>BERSHKA</p>	<p>I. Al llegar a la tienda, no se estableció ningún tipo de interacción inicial con los responsables del establecimiento.</p> <p>II. La disposición de la ropa en la tienda exhibía un orden similar al de la tienda ZARA, destacando una paleta de colores vibrante que facilitaba la rápida identificación de tallas y prendas.</p> <p>III. La observación de las tallas, especialmente en jeans, reveló una tendencia a la reducción de medidas, corroborada por consultas a diversas mujeres de distintas tallas, quienes expresaron sentir que la talla asignada no correspondía adecuadamente a sus medidas.</p> <p>IV. Al acercarme a las encargadas de las tres tiendas de la misma compañía, se notó un comportamiento generalmente distante hacia la mayoría de los clientes, con excepción de aquellas mujeres que respondieron de manera similar al comportamiento exhibido por las encargadas.</p> <p>V. Se destacó la diversidad de cuerpos entre las personas que visitaron la tienda, lo cual se percibió positivamente.</p> <p>VI. En relación con las tallas grandes, se encontraron principalmente prendas de la parte superior del cuerpo.</p> <p>VII. La plataforma en línea de la tienda revela un aumento en la oferta de prendas en comparación con la tienda física, incluyendo tallas grandes. Sin embargo, es crucial mencionar que, al igual que en la tienda física, las prendas pueden variar en su ajuste, presentando tanto reducciones como ampliaciones en las medidas.</p>

<p>SHEIN (tienda en línea)</p>	<p>I. En comparación con las tiendas físicas presentadas en este análisis, Shein destaca como una plataforma en línea de renombre mundial. Para abordar este aspecto, se llevó a cabo una investigación en línea, basada en la recopilación de comentarios de usuarias y la exploración de la oferta de prendas en sus distintas tallas.</p> <p>II. Shein se distingue por ser una de las escasas tiendas de moda en línea que ofrece una amplia variedad de tallas para mujeres. Destaca la presencia de un apartado específico destinado a mujeres de talla grande, que cuenta con una extensa gama de prendas y estilos. La aplicación se revela como una herramienta eficaz para dirigir a las usuarias hacia prendas que se ajusten a sus preferencias y tallas, destacando la facilidad de navegación.</p> <p>III. En cuanto a la experiencia de compra en Shein, se debe destacar que no se establece ningún tipo de interacción presencial con otras personas. No obstante, esta ausencia de contacto físico proporciona una mayor libertad al usuario para explorar y seleccionar prendas. La plataforma permite la toma de decisiones informadas al proporcionar comentarios y fotografías de otras usuarias, facilitando la elección de prendas y tallas de manera más precisa.</p> <p>IV. Como último punto, es crucial mencionar que, en comparación con los establecimientos físicos previamente analizados, Shein se posiciona como la tienda con mayores ofertas y precios notablemente bajos. Esta característica resalta la competitividad de la plataforma en términos de accesibilidad económica para sus usuarios.</p>
<p>H&M</p>	<p>I. Al ingresar a la tienda, se percibe la ausencia de interacción directa con el personal a cargo, sin embargo, la disposición de la tienda destaca por su acomodo efectivo y un estilo minimalista que facilita la ubicación de las prendas con mayor eficacia.</p> <p>II. Las tallas presentan una correspondencia más precisa con las dimensiones de las prendas en comparación con las experiencias previas en Bershka, Pull & Bear y Zara, brindando una mayor asertividad en la selección de tallas.</p> <p>III. A pesar de un acercamiento más pronunciado por parte de los trabajadores de la tienda, es esencial destacar ciertos comportamientos que pueden considerarse discriminatorios. Se observó que algunos empleados seguían de manera inusual a personas de tez morena, mientras que adoptaban un trato diferenciado con individuos de</p>

	<p>tez "blanca". Estos últimos no fueron seguidos y recibieron respuestas notablemente más amables al consultar sobre las prendas, en contraste con otras personas.</p> <p>IV. La tienda en línea de H&M presenta una amplia variedad de prendas, con especial atención a la oferta de tallas grandes en determinadas categorías de productos.</p> <p>V. Tras realizar pruebas de prendas en esta tienda y las anteriores, se destaca que en H&M se encontraron prendas con mayor amplitud. A pesar de la expectativa de reducciones en las tallas, resultó sorprendente constatar que la talla se ajustaba de manera más precisa en la mayoría de las prendas, ofreciendo un mejor equilibrio entre la amplitud y la comodidad.</p>
--	--

Fuente: Autoría propia con base en los datos obtenidos durante mi trabajo de campo.

Como resumen la perspectiva social del cuerpo, en algunas de las tiendas de *fast fashion* más conocidas en el mundo, y con gran auge en la Ciudad de México pude observar que todas las tiendas presentadas en la tabla anterior pueden tener impactos significativos en la percepción y las expectativas en torno al cuerpo, estas tiendas suelen promover estándares de belleza asociados con las tendencias actuales, lo que puede contribuir a la presión social para cumplir con ciertos ideales de apariencia.

Una característica común en las tiendas de *fast fashion* es la promoción de tallas limitadas y la focalización en ciertos tipos de cuerpos en sus diseños (Es importante mencionar que Zara, Pull&Bear y Bershka forman parte de la misma empresa: Inditex). Esto puede tener consecuencias en términos de exclusión de la diversidad de formas y tamaños corporales, creando una representación estereotipada de la belleza. La insistencia en las tendencias rápidamente cambiantes también puede generar inseguridades en las personas respecto a su imagen corporal, ya que se espera que se adapten constantemente a los estándares de moda.

La diversidad corporal se encuentra dentro de sus discursos publicitarios, pero no dentro de sus productos. En sus pasillos el minimalismo prevalece, aportando una sensación de pulcritud y serenidad, con colores cálidos y luces amarillas.

Al buscar los orígenes de estas tiendas nos encontramos que todas tienen como matriz ciudades en Europa, por lo cual, nos habla de tiendas que tienen una visión occidental y eurocentrada de la moda y sobre todo de la belleza de la mujer, y aunque en sus discurso busca una inclusión de la diversidad corporal, en los hechos sus maniqués, sus prendas y su trato en tiendas es exclusivo para mujeres con ciertos estándares.

Ahora bien, a continuación, expongo los resultados de visitar algunas clínicas de belleza.

Tabla 2.

Observaciones que se realizaron en clínicas de belleza.

	OBSERVACIONES
<p>Clínica de depilación Láser "Peau Lisse"</p> <p>Dirección: Av. Pdte. Plutarco Elías Calles 326, Barrio de los Reyes, Iztacalco, 08320 Ciudad de México, CDMX</p>	<p>I. A mi llegada al establecimiento, fui cordialmente recibida por el personal a cargo de la clínica, quienes extendieron un saludo amigable.</p> <p>II. La recepcionista proporcionó información detallada y clara sobre los numerosos servicios ofrecidos por la clínica, así como sus respectivos precios. La exposición abarcó una amplia gama de opciones disponibles para los clientes.</p> <p>III. Durante mi experiencia, se observaron comentarios inapropiados por parte del personal, tales como sugerencias sobre la realización de determinados servicios para mejorar la apariencia de la piel. Estas observaciones podrían considerarse intrusivas y, posiblemente, podrían influir en la percepción del cliente.</p> <p>IV. Desde una perspectiva personal, los precios presentados en la clínica fueron percibidos como poco accesibles, especialmente dado que era mi primera visita a una clínica de depilación. Esta impresión inicial puede ser un factor crucial en</p>

	<p>la decisión del cliente de continuar o no con los servicios ofrecidos.</p> <p>V. En particular, los costos asociados con el servicio de depilación de cuerpo completo, el cual es altamente demandado, se presentaron como \$14,470 pesos mexicanos en total. Este precio comprende un paquete de 8 sesiones de depilación, a realizarse cada 21 días.</p> <p>VI En la información proporcionada por la recepcionista, se observó que la mayoría de los clientes que acuden a la clínica son mujeres con edades comprendidas entre los 23 y 34 años. Esta demografía puede influir en las estrategias de marketing y enfoques de servicio de la clínica para satisfacer las necesidades específicas de este grupo demográfico.</p>
<p>Yafah Express Santa Anita</p> <p>Dirección: Calz. Sta. Anita 186-Local C, Viaducto Piedad, Iztacalco, 08200 Ciudad de México, CDMX</p>	<p>I. A mi llegada a la clínica, experimenté una interacción positiva al recibir un saludo cortés por parte de la recepcionista, similar a la experiencia previa en otra clínica.</p> <p>II. Durante la recopilación de datos, enfrentamos interrupciones ocasionadas por la llegada de mujeres que ya contaban con cita para diversos servicios de belleza. Esta situación podría afectar la eficiencia en la obtención de información.</p> <p>III. La recepcionista proporcionó información clara y detallada sobre los servicios ofrecidos, así como sus respectivos precios, lo que me llevó a solicitar una cita para la depilación en la zona del bigote.</p> <p>IV. Los precios facilitados por la recepcionista fueron los siguientes: depilación corporal a \$170 pesos mexicanos por zona y sesión, aclaramiento de la piel en ingle a \$469 pesos mexicanos por sesión, y aclaramiento de rostro y axilas a \$350 pesos mexicanos por sesión.</p>

	<p>V. Según datos proporcionados por la recepcionista, la mayoría de los clientes frecuentes son mujeres con edades comprendidas entre los 16 y 40 años. Esta información demográfica puede ser relevante para entender la base de clientes de la clínica.</p> <p>VI. Durante mi cita de depilación en la zona del bigote, observé una falta de puntualidad, siendo atendida 30 minutos después de la hora establecida. Sin embargo, se destacó que los instrumentos utilizados estaban limpios, la preparación de la piel antes de la depilación llevó 20 minutos y se respetó el precio acordado. Además, recibí información sobre el cuidado posterior y un descuento para mi próxima depilación.</p> <p>VII. A lo largo de mi experiencia en la clínica, no recibí comentarios inapropiados por parte del personal, y su comportamiento se mantuvo respetuoso y profesional en todo momento.</p>
<p>Hairless Centro de Belleza & SPA</p> <p>Dirección: Abasolo, C. 2 de marzo, Moctezuma, 56140 Texcoco de Mora, Méx.</p>	<p>I. En mi llegada al establecimiento, la interacción con la recepcionista fue profesional y cordial, estableciendo un tono positivo desde el principio.</p> <p>II. La recepcionista proporcionó información de manera clara y detallada sobre los servicios ofrecidos, así como sus respectivos precios, facilitando la comprensión de la oferta de la clínica.</p> <p>III. En comparación con otras clínicas de belleza previamente analizadas, se observó que la clínica <i>Hairless Centro de Belleza & Spa</i> presenta tarifas más elevadas, cobrando \$3,620 pesos mexicanos por sesión de depilación, dividido en 8 sesiones.</p>

	<p>IV. Se destacó el respeto por los horarios establecidos para cada cliente, indicando un compromiso con la puntualidad y la eficiencia en el servicio.</p> <p>V. La clínica indica que la mayoría de los clientes son mujeres que buscan servicios de depilación, mientras que, para los servicios de spa, tanto hombres como mujeres asisten en porcentajes equitativos.</p> <p>VI Durante mi estancia, se hizo repetitiva la expresión "tu piel estará perfecta", sugiriendo un enfoque constante en la mejora estética de la piel como parte del mensaje publicitario.</p> <p>VII La publicidad de la clínica plantea preocupaciones, ya que se observaron frases como "la vida no es perfecta, pero tu piel sin vello puede serlo". Esta perspectiva podría generar expectativas poco realistas y contribuir a la presión estética.</p> <p>VIII Un aspecto significativo del establecimiento es la disponibilidad de descuentos en determinados meses del año, lo que podría influir en la decisión de los clientes al reducir los costos de los procedimientos.</p>
<p>Cebibe Body Spa</p> <p>Dirección: Calle Emiliano Zapata 201-Local D, Santa Ursula, 56150 Texcoco de Mora, Méx.</p>	<p>I. En la clínica objeto de estudio, se destacó un nivel excepcional de atención al cliente, evidenciando un trato profesional y amable durante mi experiencia y la observación participante. Este aspecto resalta la importancia del servicio al cliente en el contexto de la investigación.</p> <p>II. La clínica ofreció una proporción detallada de servicios y precios, destacando la diversidad de procedimientos disponibles. Además de los servicios de cuidado de la piel, se identificaron otras ofertas como microblading, colocación de pestañas, masajes y servicios relacionados con el cabello. Esta variedad amplía la gama de opciones para los clientes.</p>

	<p>III. La flexibilidad de precios en la clínica permite una adaptación según el servicio deseado. En mi caso, opté por la colocación de pestañas, cuyo costo fue de \$700 pesos mexicanos. Este enfoque permite una personalización de la experiencia según las preferencias y necesidades individuales.</p> <p>IV. A pesar del trato favorable, se identificó una falta de puntualidad en los horarios, siendo necesario esperar 40 minutos a mi llegada. Esta observación sugiere la necesidad de mejorar la gestión del tiempo para garantizar una experiencia más eficiente para los clientes.</p> <p>V. La atención proporcionada durante el servicio de colocación de pestañas fue altamente satisfactoria, destacando la calidad del servicio y el valor agregado al recibir herramientas de cuidado de pestañas como regalo. Estos gestos pueden contribuir significativamente a la fidelización del cliente.</p> <p>VI. Se observó que la mayoría de los clientes que asisten a la clínica son mujeres. Esta información es relevante para la comprensión de la base de clientes y la adaptación de estrategias de marketing.</p>
--	---

Fuente: Autoría propia con base en los datos obtenidos durante mi trabajo de campo.

Esta evaluación inicial proporciona un panorama general de la experiencia en las clínicas de belleza, destacando aspectos positivos, áreas de mejora y observaciones relevantes para la comprensión del contexto de la investigación.

Las clínicas de belleza visitadas presentaron diversas experiencias. La primera clínica mostró un trato cordial y la información fue clara, pero se evidenciaron comentarios inapropiados y los precios se percibieron como poco accesibles. Comentarios como: “Estas muy peludita”, “para que le gustes a los hombres”, “¿y salías a la calle con esas cejas?”, “si te quitas el vello del cuerpo te verás más limpia y bonita”.

La segunda clínica destacó por su eficiencia, variedad de servicios y precios, aunque hubo falta de puntualidad. La tercera clínica nos dejó ver en gran medida las vertientes poco incorrectas que se pueden presentar en aspectos de marketing, así como en aspectos de precios poco accesibles, pero con la facilidad de adquirir ofertas a lo largo del año. La cuarta clínica sobresalió por su excepcional trato y oferta diversificada, pero presentó desafíos en la gestión del tiempo. En general, se observaron aspectos positivos y áreas de mejora en cada clínica, resaltando la importancia de considerar diferentes aspectos para proporcionar experiencias completas y satisfactorias a los clientes.

El aspecto principal para destacar es el hecho de los precios, ya que no son accesibles para todo tipo de personas, lo que hace que su público meta no sea mucho más específico, y por lo tanto selectivo. Además, los objetivos principales es hacer modificaciones al físico, aunque no son intervenciones riesgosas, pueden llegar a serlo sin los cuidados adecuados.

Como un análisis más detallado hablaré sobre algunos puntos que me parecieron de gran importancia para entender el marketing de las clínicas visitadas.

Influencia de los Estereotipos de Belleza en la Asistencia a Clínicas de Belleza

Los estereotipos de belleza desempeñan un papel significativo en la razón por la cual muchas mujeres acuden a las clínicas de belleza. Estos estereotipos son ideales sociales y culturales que dictan cómo debería lucir una persona para ser considerada atractiva, y su influencia se manifiesta de diversas maneras.

Primero, la presión social es un factor clave, la constante exposición a imágenes de personas que cumplen con los estándares de belleza a través de medios de comunicación, redes sociales, publicidad y la cultura popular crea una presión para conformarse con estos ideales. Las mujeres pueden sentir la necesidad de someterse a tratamientos estéticos para cumplir con estas expectativas y ser aceptadas socialmente, es importante mencionar que no es así en todo los casos.

En segundo lugar, la internalización de estos estándares de belleza desde una edad temprana puede llevar a las mujeres a creer que su valor y éxito están intrínsecamente ligados a su apariencia física. Esta creencia puede impulsarlas a buscar procedimientos estéticos para mejorar o cambiar su apariencia, con el fin de aumentar su autoestima y autoconfianza.

La comparación social también juega un papel importante, compararse con personas que cumplen con los estándares de belleza, ya sea en la vida real o en las redes sociodigitales, o bien, actrices y modelos puede generar insatisfacción con la propia apariencia. Las clínicas de belleza ofrecen soluciones rápidas y visibles para cambiar aspectos físicos que no se ajustan a estos ideales, lo que puede resultar atractivo para muchas mujeres.

Además, las representaciones mediáticas a menudo promueven una imagen irrealista e inalcanzable de belleza, utilizando técnicas como el retoque fotográfico y la edición digital con mucha producción. Esto distorsiona la percepción de lo que es normal y deseable, llevando a las mujeres a buscar tratamientos estéticos para parecerse más a estas representaciones idealizadas.

La relación entre la apariencia física y el éxito o la aceptación es otro factor influyente, en algunas culturas y contextos profesionales, la apariencia física puede estar vinculada al éxito, la aceptación y las oportunidades. Las mujeres pueden sentir que mejorar su apariencia a través de tratamientos estéticos les proporcionará una ventaja en su carrera o en su vida personal.

Por último, las influencias personales y familiares también son relevantes, los comentarios y expectativas de familiares, amigos y parejas pueden influir en la decisión de someterse a tratamientos estéticos. La aprobación y la opinión de los seres queridos pueden ser un factor motivador importante en la búsqueda de estos procedimientos.

En resumen, los estereotipos de belleza tienen un impacto considerable en la decisión de muchas mujeres de acudir a las clínicas de belleza. Estas normas sociales y culturales generan una presión significativa para ajustarse a ciertos ideales físicos, llevando a muchas mujeres a buscar intervenciones estéticas como una forma de mejorar su apariencia y, a menudo, su autoestima.

¿Cómo te enganchan?

Las clínicas de belleza utilizan diversas estrategias de marketing y experiencia del cliente para atraer y retener a sus clientes. A continuación, se presentan las principales tácticas empleadas:

1. *Publicidad y Marketing*: Campañas atractivas con publicidad visualmente llamativa en medios tradicionales y digitales.
2. *Testimonios y Casos de Éxito*: Utilizan testimonios de clientes satisfechos y muestran imágenes de "antes y después" para demostrar la efectividad de sus tratamientos.
3. *Presencia en Redes Sociales*: con *Influencers* y Embajadores de Marca, los cuales colaboran con influencers y celebridades que promueven sus servicios en plataformas como Instagram y TikTok.
4. *Contenido Educativo*: Publican videos, blogs y posts informativos sobre procedimientos y cuidados de la piel.
5. *Promociones y Descuentos*: A través de ofertas Especiale en los que ofrecen descuentos en tratamientos populares y paquetes de servicios a precios reducidos.
6. *Programas de Fidelización*: Implementan programas de puntos y descuentos para clientes recurrentes.
7. *Experiencia del Cliente*: Esto lo buscan hacer implementando una decoración sobria Creando un entorno de relajación.
8. *Atención Personalizada*: Ofrecen consultas personalizadas y asesoramiento individualizado.
9. *Tecnología y Eficacia con un equipamiento de primera*: Con lo cual, promueven el uso de tecnología avanzada que garantiza resultados efectivos.
10. *Innovación en Tratamientos*: Introducen tratamientos exclusivos y novedosos.

11. Garantías y Certificaciones: Destacan sus certificaciones y acreditaciones para generar confianza.
12. Garantías de Satisfacción: Ofrecen políticas de satisfacción o reembolso.
13. Colaboraciones y Eventos: con alianzas estratégicas: Forman colaboraciones con marcas de belleza, moda y bienestar.
14. Eventos y Talleres: Organizan eventos y talleres educativos sobre cuidado de la piel y belleza.

Estas estrategias integrales no solo atraen a nuevos clientes, sino que también fomentan la lealtad y la repetición de visitas, asegurando una experiencia valorada y confiable para cada cliente.

¿Qué colores e imágenes se observó en las clínicas de belleza visitadas?

En el marketing de las clínicas de belleza se ha observado una evolución en el uso de colores predominantes, tradicionalmente, los colores rosa y blanco fueron los más utilizados. El rosa se empleaba para transmitir feminidad, delicadeza y calidez, creando un ambiente acogedor y suave que atraía principalmente a un público femenino. El blanco, por su parte, simbolizaba pureza, limpieza y simplicidad, proyectando una imagen de higiene y profesionalismo.

Sin embargo, en la actualidad, las clínicas de belleza han diversificado su paleta de colores para adaptarse a nuevas tendencias y audiencias. Esta evolución responde a la necesidad de destacar en un mercado competitivo y de ofrecer una experiencia visual que transmita diversos valores, desde la exclusividad y el lujo hasta la naturaleza y el bienestar.

En relación con las imágenes, las clínicas de belleza utilizan una variedad de imágenes en su decoración y marketing para crear una atmósfera atractiva y transmitir sus valores. Estas imágenes suelen incluir:

- Fotos de personas antes y después de tratamientos para mostrar resultados.
- Ambientes relajantes como spas y elementos naturales.
- Productos y equipos de alta calidad.
- Profesionales realizando tratamientos y consultas personalizadas.
- Interiores elegantes y minimalistas.
- Eventos y actividades especiales.

Estas imágenes son seleccionadas estratégicamente para atraer a clientes, comunicar los valores de la clínica y crear una experiencia visual coherente.

¿Qué discursos podemos encontrar dentro de las clínicas de belleza?

Las clínicas de belleza emplean una variedad de discursos para atraer a clientes potenciales y convertirlos en clientes regulares, estos discursos están diseñados para comunicar mensajes persuasivos que resuenen con las necesidades y deseos del público objetivo.

A través de slogan como “la belleza no es imposible”, “Luce una belleza natural de forma radiante al permitirnos ser tu clínica de belleza y clínica estética personal. Te guiaremos, ayudaremos y trataremos, de forma segura y eficaz”, “tratamientos especializados para tu belleza, “la belleza no se trata solo de la apariencia física, sino de un estado de bienestar integral”. solo por nombrar algunos.

Estos discursos se presentan a través de diversos medios, como anuncios publicitarios, redes sociales, sitios web y materiales promocionales, con el objetivo de persuadir a los clientes potenciales para que elijan la clínica de belleza como su destino preferido para tratamientos estéticos y cuidado personal.

En este capítulo tuvimos un recorrido por algunas tiendas de ropa de *fastfashion* y de clínicas de belleza, en todas podemos reconocer la prevalencia de discurso sobre la estética de las mujeres con estándares no realistas, y sobre todo para mejorar la apariencia física, y mantenerse joven. Sin vello corporal, ni acné facial. Por lo cual, aunque algunas tiendas tengan nuevas formas de entender la belleza de las mujeres, siguen perpetuando las prácticas de estereotipación occidental de la mujer, que no obedece a la realidad de las mujeres.

Capítulo 3. Conocer los cambios generacionales entre las mujeres al concebir su propio cuerpo

En este capítulo voy a dar cuenta de las vivencias y puntos de vista de las mujeres en relación con el entorno en el que han crecido, así como descubrir el tipo de estándares y exigencias que surgieron en generaciones pasadas (refiriéndome a las mujeres que serán entrevistadas con una edad que oscila de los 35 a los 60 años), y claro realizando una comparativa con las generaciones actuales (20 a 25 años). Con el fin de requerir un descubrimiento de distintas mujeres, con distintas edades, como también contextos históricamente distintos.

Para comenzar es necesario proporcionar un pequeño contexto sobre las ubicaciones elegidas para realizar este trabajo de campo en Texcoco, Estado de México e Iztacalco, Alcaldía de la Ciudad de México.

Texcoco, Estado de México:

Texcoco es un municipio ubicado en el oriente del Estado de México, en la región conocida como Valle de México. Limita al norte con los municipios de Tezoyuca y Ecatepec, al este con los municipios de Acolman y Chiautla, al sur con los municipios de Chimalhuacán y Los Reyes La Paz, y al oeste con el municipio de Atenco.

Texcoco es una de las ciudades más antiguas de Mesoamérica, con una historia que se remonta a la época prehispánica. Fue la capital del poderoso reino de Texcoco, parte de la Triple Alianza junto con Tenochtitlán y Tlacopan. Durante la época colonial, fue un importante centro agrícola y cultural. En la actualidad, conserva vestigios de su pasado prehispánico y colonial, como el ex convento de San Miguel Arcángel. A menos de 40 minutos se encuentran las pirámides de Teotihuacán, que por su importancia histórica y social son un punto de interés turístico.

Por su cercanía con la Ciudad de México, muchos de los habitantes de Texcoco viajan todos los días a trabajar y a estudiar a la ciudad, por lo cual, muchas de sus actividades económicas dependen de la capital del país. Aunque, también se combinan con

el trabajo agrícola, pues recordemos que la economía de esta región tiene relación con el Lago de Texcoco.

El número exacto de pobladores de Texcoco, Estado de México, puede variar según diferentes fuentes y estimaciones demográficas. Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2020, la población total del municipio de Texcoco era de aproximadamente 318,197 habitantes. Sus actividades económicas son: el manejo del barro, la vidriería y el aluminio, agricultura, ganadería, industria textil, vidrio soplado, bienes y servicios.

Alcaldía Iztacalco, Ciudad de México:

Iztacalco es una alcaldía ubicada en el centro-este de la Ciudad de México. Limita al norte con Venustiano Carranza, al sur con Benito Juárez y Coyoacán, al este con Iztapalapa y al oeste con Cuauhtémoc.

Iztacalco tiene una rica historia que se remonta a la época prehispánica, cuando fue parte del imperio mexica. Su nombre proviene del náhuatl "Iztac" que significa "blanco" y "calco" que significa "casa", lo que se interpreta como "en la casa blanca". Durante la época colonial, fue un importante centro agrícola y de producción de sal.

Según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2020, la población total de Iztacalco, una alcaldía de la Ciudad de México era de aproximadamente 404,695 habitantes.

Ahora, que conocemos un poco de la demografía de ambos contextos, presentaré los testimonios de las mujeres que radican en estos lugares, para saber cómo es su la relación con su cuerpo y si su contexto puede tener cierta incidencia en sus percepciones.

El cuerpo como una relación social: testimonio de mujeres

En este apartado se despliegan algunos fragmentos de entrevista que nos ayudarán a conocer los cambios generacionales entre las mujeres al concebir su propio cuerpo,

recordemos que esta relación es meramente social, pero también está mediada desde la subjetividad como lo dice el antropólogo Le Breton (2002).⁴

Para cuestiones prácticas primero voy a presentar a las mujeres de un rango de edad 23 a 78 años de edad, pertenecientes a la alcaldía Iztacalco, Ciudad de México y posteriormente a las mujeres de Texcoco, Estado de México.

Aida Guerrero Basáñez tiene 78 años, en la actualidad es jubilada. Ella vive en la Ciudad de México en la Alcaldía de Iztacalco, personalmente pienso que es una de las mujeres más sabias que he conocido, el acercamiento que tuve con mi entrevistada fue gracias a que es una ex compañera de trabajo de mi madre. Una entrevista que me ayudó a tomar otro punto de vista sobre el movimiento *body positive*. Y que más adelante conoceremos más su percepción.

Alicia Hernández Suarez tiene 40 años, se dedicó a la enfermería y ahora es dueña de un negocio. Ella vive en la Ciudad de México en la alcaldía de Iztacalco. Entrevistada por tener amigos en común con mi familia paterna, una entrevista altamente íntima al hablar sobre la vida de sus dos hijas, comparando así dos distintas generaciones.

Ana tiene 23 años, es estudiante que en la actualidad vive en la Ciudad de México en la Alcaldía de Iztacalco, la conocí gracias a Instagram accediendo a realizarle la entrevista, fue una entrevista con gran tristeza por los acontecimientos que tuvo que vivir, personalmente pude sentir la emoción que tuvo en ese momento. Esta entrevista fue especial al darme cuenta como muchas mujeres pueden abrirse así con una persona que puedan etiquetar como alguien desconocida

A continuación, se presenta al segundo grupo de mujeres de un rango de edad, el cual comprende de los 21 a 62 años de edad, pertenecientes al Municipio de Texcoco, Estado de México.

Elsa Villa nació en el Municipio de Texcoco Edo, de México, tiene una edad de 62 años, en la actualidad es jubilada y vive en el municipio de Texcoco. La oportunidad de entrevistar a Elsa nace de conocerla por razones de personas en común, la entrevista fue

⁴ Los nombres originales de las mujeres entrevistadas fueron cambiados por otro seudónimo para proteger su identidad.

una de las más sencillas de realizar gracias a la facilidad de la entrevistada de hablar sobre el tema.

La siguiente es Montserrat Flores Domínguez tiene 30 años, se dedica a la repostería. Ella vive en el Municipio de Texcoco Edo de México, tuvo la oportunidad de entrevistarla ya que pude asistir a su repostería por medio de recomendaciones de otras personas, una entrevista con mayor dificultad al inicio por la nula convivencia que habíamos tenido en un pasado, con el paso de los minutos Montserrat se fue abriendo cada vez más en explicar sobre temas de su vida relacionada con las preguntas hechas.

Mariel tiene 27 años, es trabajadora pública y en la actualidad vive en el Municipio de Texcoco, Edo de México. conocida de forma anónima que aceptó realizar la entrevista gracias a que me escuchó hablar sobre el tema con mi hermana y decidió colocar una fecha para vernos y ser mi entrevistada. Una gran mujer que realizó preguntas sobre el tema y así responder desde un punto de vista automático, mientras tomo la iniciativa de leer más sobre el tema después de la entrevista.

Lorena Luna García tiene 21 años, es estudiante, ella vive en el Municipio de Texcoco en el Edo de México. La entrevistada es hermana de una amiga cercana mía, facilitando la convivencia y la naturalidad de hablar sobre el tema, si pudiera proporcionar una dificultad sobre la entrevista puedo decir que Lorena tomaba su celular con mucha frecuencia haciendo un corte del tema que se hablaba en ese momento.

Ahora bien, ya pudimos ver cuáles son las principales características del movimiento en redes del “body positive” y también ya reconocimos algunas prácticas de venta y de mercado de las tiendas de ropa, así como de las clínicas de belleza, ¿pero de verdad éstas repercuten en las relación y concepción que las mujeres tienen de su cuerpo. En este sentido es necesario reconocer los testimonios que seleccione y que nos darán pautas sobre estas complejas relaciones.

Un ejemplo es el testimonio que nos dio Aida, y a continuación despliego un extracto en el que nos describe la relación con su cuerpo.

Actualmente, no aversiono a mi cuerpo como en el pasado no me he desecho de algunos prejuicios, porque por ejemplo la piel todavía no y lo estoy viviendo fuertemente porque en

un año he bajado 30 kg o por lo menos 35 yo creo porque antes pesaba 94 y ahora peso 59 entonces, este, pues, la piel se enjuta, pero no sé encontrar arrugas entonces sintió que se ve muy mal, me siento con "vergüenza" pero bueno afortunadamente pues la ropa tapa todo. Como voy a nadar, pues, se visualiza uno casi por completo, pero tampoco es algo que me preocupe así demasiado y que me cause repulsión o coraje.

Pero lo estoy aceptando, sólo ahora sí que el cuerpo es transitorio no tiene ninguna permanencia, o sea, que desde que nacimos estarás, este, y todo el tiempo está y cuando vengan estados de mayor edad o la muerte obviamente que el cambio es todavía más brusco verdad. Sobre todo, en la muerte ya el cuerpo va a tener totalmente un estado indeseable de todo, entonces siempre entiende a ver más su cuerpo porque, pues, está bombardeado por tantas ideas capitalistas consumistas, pero en el pasado cuando era niña estaba muy obesa es más yo nunca voy a tener una masa corporal como la que ahora tengo siempre fui gorda. Siempre sí llegué a bajar un poco en la adolescencia, porque me puse a hacer bastante deporte en realidad, pero después viendo el problema que yo tenía, pues, era la obesidad desde niña. Entonces, ahora como ya hay obesos no es tan grave la situación, pero en el tiempo en que yo viví creo que yo por lo menos de mi grupo cuando empecé a ir a la primaria, cuando iban entonces eso hace que a uno lo traten muy mal y rechazo, le pongan trabas a la convivencia entonces bueno, pues, uno no sabe no entiende.

Uno no entiende que "el cuerpo que un día va a dejar de ser cuerpo" va a ser tierra, va a ser sumiso, pero eso no lo entienden al ser una persona joven, el cambio es un proceso muy largo de todo de toda la vida entonces "cuando uno logra soltar ese esa aberración hacia el propio cuerpo empieza uno a percibir el cuerpo como cuerpo no como un elemento para poder convivir, ni para lucir, ni para vestirse con trajes bikinis o con trajes lindos para conquistar hombre" (Entrevista Aída Guerrero, 78 años. CDMX)

La entrevista con Aída Guerrero, de 78 años, destaca su proceso personal de aceptación corporal a lo largo de la vida. A pesar de haber experimentado cambios significativos en su peso, ha logrado superar prejuicios y "vergüenzas" asociadas a la imagen corporal. Reflexionando sobre la transitoriedad del cuerpo y la influencia de las ideas capitalistas y consumistas en la percepción de este. A lo largo de su vida, ha enfrentado la obesidad desde la infancia, lo que le generó experiencias negativas de rechazo y dificultades en la convivencia.

La entrevistada comparte su evolución hacia la aceptación, reconociendo que el cuerpo es temporal y eventualmente se transformará en tierra. Destaca la importancia de liberarse de la aberración hacia el propio cuerpo para empezar a percibirlo como un elemento fundamental para la convivencia, más allá de su apariencia o su función estética.

Este relato proporciona una valiosa perspectiva sobre la relación entre la autoimagen, la aceptación corporal y la influencia de los estándares culturales en la sociedad actual, siendo una contribución significativa para la comprensión de estos temas en el contexto de la tesis. Además, destaca que la relación con el cuerpo va cambiando, y sobre todo en los contextos donde el mismo es leído. Por ejemplo, nos dice que cuando era chica estaba mal ser “obesa”, pero que ahora no lo ve mal, pues considera que el cuerpo es “transitorio”.

En este sentido para ella el cuerpo es un transporte que la vida nos regaló, un transporte que todo los días cambia para llevarnos a vivir distintas experiencias en la vida, conforme crecemos nuestro cuerpo dejamos de poner altas expectativas tratando de encajar en los estándares de belleza. Así que cuando crecemos y somos pertenecientes a una edad adulta nuestro objetivo es mantener nuestro cuerpo de forma saludable, dejando atrás los estereotipos y reconciliándonos con lo que realmente somos.

En este sentido, reconocemos que el cuerpo, como lo presenta Le Breton es objeto de control y disciplina, tanto a nivel individual como social. Las prácticas de autocuidado, la preocupación tan enfática se refleja en una anatomopolítica del *cuerpo*. Pero también tiene una relación con el contexto, pues ella considera que ya son más aceptados los cuerpos “obesos”, esto sí tiene una relación con el movimiento *body positive*, en tanto, hay una mayor aceptación de la diversidad de los cuerpos y ella considera que su cuerpo comienza a ser más allá de lo visible.

Por otro lado, tenemos el testimonio de Elisa, el cual también nos habla de cómo ha transitado la relación con su cuerpo a través de los años, y cómo influye el contexto en la autopercepción y amor por el propio cuerpo.

Yo pesaba 40 kg muy muy delgada, no hacía ejercicio nada, así era de complexión y sí me costó un poco de trabajo cuando me casé y me embaracé. Por primera vez me acuerdo que ni una sola ropa me quedó después del embarazo ni una sola ropa me quedó. Y me causaba un poquito de pena cuando la gente me veía principalmente a la familia, pero quedaste bien gordita mira y ahora este cómo le vas a hacer para bajar no, no dale mucho tiempo pecho al niño para que tú estés delgada, pero sí me afectó porque yo de talla 7 y llegué a ser talla 36 y si sé si me sentía demasiado gordita, pero este decía bueno me quiere mi esposo y me quieren mis hijos me quieren mis papás y está bien me consolaba y esos comentarios que hacían las familias y llegó como afectar o puede de "okay" queda más como en ellos no sí me llegó a afectar porque me acuerdo

cuando estudié la licenciatura. y nos íbamos a graduar, para eso era como entre 34 y 36 y entre amigas nos dijimos, oye como va a ser tu vestido no así que no sé. (Entrevista Elsa Villa, 62 años. Texcoco)

La entrevista con Elsa Villa, de 62 años, arroja luz sobre su vivencia en relación con la imagen corporal, con énfasis en su delgadez antes del matrimonio y los desafíos posteriores al embarazo. A pesar de su transformación física durante la gestación, se vio afectada por los comentarios de la familia sobre su apariencia, lo que tuvo un impacto emocional. Aunque encontraba consuelo en el afecto de su esposo e hijos, los comentarios externos y la presión social influyeron negativamente en su percepción personal.

En su testimonio, destaca no solo lo que ella piensa, sino lo que los más cercanos pensaban sobre su cuerpo.

Pues uno desde que nace sabes que eres mujer a veces no, no estás muy a gusto con tu cuerpo ya sea porque estás bajita porque estás gordita o porque eres morena o porque no tienes bubis o pompis, pero finalmente llega una edad o un punto en el que tú dices es lo de menos tal vez eso yo creo que la mayoría de las mujeres nos pega más cuando estamos o muy niñas en la adolescencia o en la juventud.

Sí más joven este sí me gustaba de repente que ponerme nunca fui de maquillarme así mucho tengo por mi trabajo y bien sí yo nunca me gustó hace mucho el maquillaje este desde joven lo más que llegué a usar fue que el maquillaje el rímel, lápiz labial, pero hasta ahí y mejor ahora ya con los años. Yo digo que viene de la sociedad, viene desde sí ya es de generación porque tú en tu casa desde chiquita te vas aprendiendo ciertos estereotipos, desde pequeñito te enseñan que la niña se viste así (Entrevista Alicia Hernández, 40 años. CDMX).

La entrevista con Alicia proporciona una reflexión profunda sobre la relación de las mujeres con su imagen corporal a lo largo de las diferentes etapas de la vida. Pero sobre todo en la presión que desde la niñez comienza a estar presente, afectando la salud mental y emocional de las niñas. La entrevistada destaca que las inseguridades relacionadas con la estatura, peso, tono de piel, y atributos físicos son comunes, pero que, con el tiempo, se alcanza un punto en el que estas preocupaciones se vuelven menos relevantes.

En los testimonios anteriores también nos hablan del peso como un eje regulador de la relación con su cuerpo, además de los pensamientos de la gente que las rodea como un factor determinante, y que con el tiempo o en la edad adulta dejan de tenerle interés. Un punto nodal es el embarazo, ya que después de éste, dejan de tener una preocupación por el

peso, enfocándose principalmente en sus hijos, como sabemos la crianza de los hijos es una de las tareas más complicadas que existe, en que las madres suelen pasar a segundo plano para colocar el 100% de su atención en sus hijos, esto nos quiere decir mucho sobre la realidad que viven las mujeres con su cuerpo antes, durante y después del embarazo.

Por otro lado, también hay una relación con el maquillaje, señalando que, a pesar de no ser una entusiasta en su juventud, ha llegado a utilizar productos básicos como el rímel y el lápiz labial. De igual manera, asocia las expectativas sociales y los estereotipos transmitidos desde la infancia como influencias en la percepción de la feminidad y la apariencia personal.

Bueno hace unos años era muy estresante, ajá justamente, cuando yo iba en la prepa veía que muchas de mis compañeras tenían el busto grande y era así como que pues "chin", ellas son talla grande y yo soy talla súper chica. Y eso en algún momento dado si me incomodaba mucho porque yo decía no sea como qué onda no y más por el comentario de alguien cercano a mí, que era una amiga, así me hizo el comentario de que en ese entonces yo tenía una pareja, y pues por alguna u otra cosa la relación no se dio. Y ella sí me dijo que prácticamente era porque era pequeño, y yo me quedé de qué onda no, o sea, tú me estás hablando de busto pequeño cuando tú también lo tienes pequeño entonces ese comentario, pues, sí me lastimó ahí sí me quedé medio conforme, fue pasando el tiempo me di cuenta de que en realidad es el tamaño del busto de ahora, que del trasero no tiene absolutamente nada que ver no, pero en sí fue más que nada eso no sé el tamaño de mi busto en un momento dado si me sentía en conflicto.

La adolescencia yo siento que es el punto en el que, pues, te empiezan a gustar los chicos, quieres encajar y con tus amigas, en la sociedad, aunque no te guste, no sé, cierto tipo de música, aunque no te guste hacer mucho tipo de cosas que uno no está acostumbrado, pero por encajar lo haces no entonces yo la verdad es que, pues, yo llego a una edad en la que digo no o sea de plano o sea ¡ok no! (Entrevista Montserrat Flores, 30 años. Texcoco).

De nuevo encontramos en el testimonio de Montserrat Flores, de 30 años, la presión desde la niñez, y sobre todo de comentarios que hieren profundamente, por lo cual comienza una relación complicada y distante con el propio cuerpo. Además cuando una de sus compañeras con bustos más grandes, se sentía incómoda y recibía comentarios despectivos de una amiga relacionados con su apariencia física, vinculando el tamaño de su busto con el fin de una relación pasada. Con el tiempo, Montse reflexionó sobre la subjetividad de las preferencias y la falta de correlación entre el tamaño del busto y la valía personal. Destaca que la adolescencia, marcada por la necesidad de encajar, lleva a adoptar

ciertos comportamientos y gustos para cumplir con expectativas externas, pero con la madurez, ha optado por liberarse de estas presiones sociales.

Esto también nos da cuenta de cómo la visión social, es muy importante en la relación con el cuerpo, es lo que no solo vemos sino cómo nos ven los “otros”, soy consciente que no debemos depender del ojo exterior, aún con un pensamiento que se basa en gran medida en amor propio de forma inconsciente caemos en comentarios de personas externas a nosotros. Esto corresponde a lo que Le Breton (2008) presenta como la relación social del cuerpo.

A continuación, presento otro testimonio que nos habla de la reconciliación con el cuerpo, pues algunas mujeres con el paso del tiempo, y al construir una nueva relación con su cuerpo, dejan de lado la presión social.

La relación que tengo con mi cuerpo es mucho mejor en la actualidad, antes no quería a mi cuerpo, odiaba verlo en el espejo, porque sentía que no era tan bonito como los que veía en mis compañeras o en la televisión. Pero ahora es diferente así que no me gustaría hablar de algo que ya quedó en el pasado. Porque gracias a mis terapias decidí no hablar de cosas que en su momento me afectaron de gran manera, por el bien de mi persona. Pero si te hablara de la actualidad diría que cada día amo más mi cuerpo y en lo que se ha convertido gracias al amor que le he puesto y dedicación al darle todo lo que me pide y merece.

La verdad es que la relación con mi cuerpo cada día es mejor, pero gracias a muchos movimientos sí pero más porque siento que he agarrado lo que para mí es importante, y que me ayuda pero nunca me ha gustado seguir reglas, y creí que eso me ha ayudado a querer y ver mi cuerpo desde un amor sano (Entrevista Mariel, 27 años. Texcoco).

Aquí, no solo reconocemos la importancia de lo que otros opinan de nosotros, sino también de lo que los medios, como en este caso la televisión expone, qué cuerpos son los que se exhiben, haciendo una referencia en que estos son más “bonitos”, en otras palabras son cuerpos socialmente aceptados.

Sin embargo, Mariel con respecto a la relación con su cuerpo, en el pasado, experimentó descontento al compararse con estándares de belleza inalcanzables lo que afectaba su autoestima. Ahora, gracias a terapias y un enfoque consciente, ha decidido no revivir experiencias pasadas negativas. En la actualidad, su relación con su cuerpo se

caracteriza por el amor y la dedicación que le brinda, reconociendo su valía y atendiendo sus necesidades.

Mariel destaca la importancia de seguir su propio camino, evitando reglas impuestas por la sociedad, y encuentra apoyo en movimientos que promueven un amor sano hacia el cuerpo.

Ahora despliego el testimonio de Ana, con respecto a la relación con su cuerpo:

Es algo difícil de explicar sabes, hay momentos en los que amo mi cuerpo y todo el tiempo me veo en el espejo, incluso yo misma me hago muchos halagos me da mucho ánimo salir, arreglarme y siento que mi autoestima esta por los cielos. Voy por la calle y siento que puedo con todo. Pero también hay días en los que no odio mi cuerpo, pero no me siento totalmente a gusto de él, me siento inflamada y aunque me empiezo a vestir y maquillar no me siento satisfecha de la forma en cómo me visto y me siento.

Personalmente creo que la mayoría de las veces como te ves es la forma en cómo te sientes y me molesta porque la sociedad nos ha creado tanto el pensamiento de que el físico es lo más importante. Porque lamentablemente me doy cuenta de que es verdad eso que las personas “te tratan como te ven”. Pero si creo que mi relación con mi cuerpo es la mayoría del tiempo buena, pero si existen esos momentos en los que no te sientes a gusto con tu cuerpo y también es aceptable, no siempre tienes que sentirte cómoda con tu cuerpo, es como saber que no siempre tendrás el mismo tipo de ánimo sabes. (Entrevista Ana, 23 años. CDMX)

Ana describe una relación variable con su cuerpo, donde hay días en los que lo ama y se siente confiada, pero también momentos en los que no se siente completamente satisfecha. Reconoce la influencia de la sociedad en la importancia atribuida al aspecto físico y la conexión entre cómo te ves y cómo te sientes. Aunque la mayoría del tiempo tiene una buena relación con su cuerpo, acepta que es normal no sentirse siempre cómoda con él, comparándolo con la variabilidad en el estado de ánimo. Este relato destaca la complejidad de la relación con el cuerpo y la presión social, ofreciendo una perspectiva realista y comprensiva sobre la autoimagen. Esto nos ayuda a reconocer que aunque hablemos de querer a nuestro cuerpo, no siempre podemos quererlo, pues como en todas las relaciones, hay complejidades, en los cuales hay días en los que puedes llegar a no querer a tu cuerpo, otros que sí y está bien.

Por último, en esta sección presento lo que Lorena me comentó con respecto a la relación con su cuerpo:

Bueno mi relación con mi cuerpo diría que es un poco difícil, he pasado por momentos difíciles en los que no he aceptado mi cuerpo. Cómo me gustaría hacerlo por estereotipos que nos ha impuesto la sociedad, en mi caso por redes sociales, fotos específicamente en *insta* que es la red social que utilizó casi todos los días, pero sí es un poco complicado el cómo nos han hecho sentir con los cuerpos que tenemos.

Ha sido un camino muy complicado, porque muchas veces ves cuerpos y piensas que el tuyo no es lo suficiente. Muchas veces yo me sentía de esa manera sentía que mi cuerpo no era completamente perfecto siempre que sentía que lo era veía imperfecciones, mis lonjas, mi acné, lo malo incluso con mi color tenía mucho problema porque cuando era niña me hacían comentarios un poco racistas, si lo veo desde este punto ya siendo más consciente de varios conceptos que si me afectaron en el que quería yo ser pues más güerita más bonita porque sentía que ese color estaba bien. Porque cuando iba a la escuela me decían que me bañara para que se me quitara lo sucio de mis brazos, cuando eso era el color que yo tenía. Pero sí fue un camino complicado un camino difícil, mi relación con mi cuerpo ha ido mejorando, y pues no solamente físicamente sino mentalmente, porque siento que el hecho de ello y visitar una psicóloga también me ha ayudado a aceptarme en mejorar mi autoestima y mejorar mi seguridad siento que aunque tengas el mejor cuerpo y eso lo diría entre comillas. Porque en este punto cada uno tiene un significado una imagen de lo que es como un cuerpo de su gusto, y no estás bien psicológicamente nunca estarás como muy satisfecha, pero sí siento que en esta generación hemos impuesto mucho el alzar la voz para reconocer la diversidad de cuerpos que tenemos (Entrevista Lorena Luna, 21 años. Texcoco).

Lorena describe una relación desafiante con su cuerpo, influenciada por los estándares sociales, especialmente a través de las redes sociodigitales. Señala la dificultad de aceptar su cuerpo debido a la presión de la perfección impuesta por la sociedad, destacando la influencia negativa de comentarios racistas que recibió en su infancia. A lo largo de un camino complicado, Lorena reconoce una mejora tanto física como mentalmente. E incluso nos habla sí de una presión social, pero sobre todo de racismo en el que también las mujeres racializadas tienen que padecer, por lo tanto, también los estándares de belleza tienen repercusiones raciales en nuestra sociedad.

Destaca la importancia de la atención psicológica y la voz colectiva para promover la aceptación de la diversidad de cuerpos en la actual generación, una perspectiva profunda

sobre los desafíos y avances en la relación con el cuerpo, resaltando la importancia de la salud mental y la diversidad corporal. La relación entre las personas y sus cuerpos es un tema complejo que está influenciado por una serie de factores sociales, culturales y personales. En la mayoría de los casos, el peso juega un papel central en esta relación, ya que está estrechamente ligado a normas y expectativas sociales sobre la apariencia física. La presión del "qué dirán" y la opinión de los demás ejercen una fuerte influencia en cómo percibimos y nos relacionamos con nuestros cuerpos, especialmente en contextos donde la imagen personal se valora de manera significativa. En el caso de Lorena, la información y la terapia psicológica le ha ayudado a tener una mejor relación con su cuerpo.

Con el propósito de esclarecer y profundizar en las afirmaciones de Le Breton sobre el cuerpo, me he dedicado a analizar y presentar los resultados obtenidos en las entrevistas. Este análisis permite una comprensión directa de los conceptos teóricos discutidos a lo largo de la investigación. Al revisar los testimonios recogidos, se facilita la claridad y la aplicación práctica de dichas teorías, logrando así una mayor precisión y entendimiento de los aspectos explorados en el estudio, de una manera similar a las que se observan anteriormente:

Recordemos que Le Breton observa al cuerpo en distintos conceptos, por una lado observamos el cuerpo desde una construcción social hasta llegar a un punto de fragmentación. Para comenzar, consideremos la construcción social del cuerpo a lo largo del tiempo. A medida que transcurren las épocas, las percepciones y representaciones del cuerpo evolucionan, reflejando los cambios culturales y sociales de cada período

Por ejemplo, tenemos el caso de Aida, Elsa y Alicia. Tres mujeres que podemos considerar personas de una edad cercana mencionan que:

1) Sabes que no estás cumpliendo con el estereotipo lo que esperan las demás personas de ti sobre todo los hombres no al punto que a veces, pues, no sé te quieres poner o *bubis* o te quieres operar a alguna parte del cuerpo, tuve la oportunidad de que, pues, no falta que está el cirujano plástico y tú te acercas y le dices oiga este, pues, como cuates no cuánto me cobras y tuve compañeras que se hicieron muchos arreglos, pero a final de cuentas esos arreglos te van haciendo que te pierdas más tu esencia.

Esa dieta que yo hice la más digamos la más dura fue después de que nació mi segunda hija, pues, sí quedé con muchos kilos de más, pero más que nada ahí era porque ya no estoy bien

gorda al grado de que tú me ves soy bajita y pues llegué a comprar una talla 36 y pues me quedé de los hombros me sobraba del frente no me cerraba la falda no me cerraba y decían sea como que me entró así como esa angustia esa premura, de estoy demasiado gorda, no era tanto por agradecerle a otra persona, era como me sentía yo en ese momento entonces sí fui a un centro de esos donde te llevas la dieta rigurosa (Entrevista Alicia Hernández, 40 años, CDMX).

2) La carrera de cumplir con los hijos con el trabajo ahí se va todo el tiempo y hasta con estudios tal vez que uno quiere realizar más allá de los que ya hizo para poder salir adelante entonces se tiene la concepción de yo y no mi cuerpo, no importa, o sea, yo ahorita tengo que terminar y tengo que ponerme a hacer esto no hay presencia mental, muchas veces no hay presencia mental cuando uno va de compras por qué porque a veces uno va con hambre va con prisa etcétera. Veamos al cuerpo sólo como cuerpo y no como objeto de lucimiento como objeto de conquista como objeto de costo y felicidad porque tampoco el cuerpo lo que hay una idea también entonces con esta mentalidad que tenemos no hay un sí es que existe algo ya se ve.

Nunca pensé en cirugía, prótesis que se ponen pechos artificiales, nalgas artificiales, ahí de cómo se llama eso de silicona, o de que se inyectan algo que se ponen ahora ya ves que ya hay esos calzones con nalgas. Pero no jamás pasó por mi mente y mucho más allá de eso no existían tantos cirujanos y más de la mitad de la población no contaba con la mejor economía para gastar en una operación de ese tipo. No se veía como algo estético porque los hombres siempre mencionan que las mujeres que valían la pena solo eran las mujeres “naturales”. Entonces yo diría, hay que cuidar el cuerpo, apreciarlo, hay utilizarlo, disfrutarlo biológicamente a gusto, también todo entonces siempre nos deseamos felicidad, sabemos que aquí hay mucho dolor y sufrimiento, pero incluso eso también debemos disfrutarlo, pero si uno la acepta todo lo que viene con la vida las cosas son muchísimo mejores (Entrevista, Aida Guerrero, 78 años. CDMX).

3) Yo siempre fui una persona "delgadita" yo pesaba 40 kg muy muy delgada no hacía ejercicio nada, yo así era de complejión y sí me costó un poco de trabajo cuando me casé y me embaracé. Por primera vez me acuerdo que ni una sola ropa me quedó después del embarazo, ni una sola ropa me quedó, y me causaba un poquito de pena cuando la gente me veía principalmente a la familia hay, pero quedaste bien gordita mira y ahora este cómo le vas a hacer para bajar no, no dale mucho tiempo pecho al niño para que tú estés delgada, pero sí me afectó porque yo de talla 7 y llegué a ser talla 36 y si sé si me sentía demasiado gordita, pero este decía bueno me quiere mi esposo y me quieren mis hijos me quieren mis papás y está bien me consolaba.

Me acuerdo que este que una de mis amigas tenía hermana doctora le robó una receta y ella dijo yo sé de unas pastillas, y no sé el nombre, *redoxon* creó, una tableta y ya compramos una caja que nos tomamos y queríamos repetir porque sí adelgazamos, pero en la segunda repetida mí me empezó a temblar todo el cuerpo con la primera pastilla. Yo creo que era muy fuerte o era muy rápido para como para repetir la dosis, y dije no mejor ya no, pero sí me sirvió primero para adelgazar segundo para aprender que, pues, uno a lo mejor si quiere hacer una dieta o quiere utilizar un medicamento, pero con supervisión médica porque sí dije no yo creo que me voy a morir porque todo el cuerpo me tembló y dije no yo ya no. Sí me afectó en los

comentarios porque cuando mis compañeras me veían, que deje de verlas cómo unos 3 años dijeron, ¿qué te pasó?, mira cómo estás tan delgada te ves muy flaca seguramente has de tener alguna enfermedad

Yo creo que no ahora ya habiéndolo de ahorita más maduramente no existe un cuerpo perfecto es la perfección tampoco porque yo creo que uno debe de aceptar los cambios que uno va teniendo y de alguna manera lo mejor tampoco dejarse y a lo mejor involucrarse desde jovencitos uno al ejercicio para poder este, pues, que el metabolismo del cuerpo también vaya esté funcionando se vaya adaptando (Entrevista Elsa Villa, 62 años. Texcoco).

En relación con las reflexiones de Le Breton sobre el cuerpo, el testimonio destaca la presión social y personal que las personas, especialmente las mujeres, enfrentan para conformarse con ciertos estándares físicos, es importante mencionar que Alicia, Elsa y Aida son madres, haciéndose evidente el simbolismo de la maternidad, y cómo el proceso de embarazo modifica el cuerpo, y al ser una situación natural para ellas, no lo cuestionan. Sin embargo, posteriormente buscan bajar de peso.

Además, el embarazo y cómo este proceso estuvo lleno de retos en las mujeres, ya que al convertirse en madres suele afectar en gran medida en su identidad, aquí el cuerpo se presenta como identidad, tal como lo menciona Le Breton (2008). De igual manera los testimonios nos demuestran la importancia de un cuerpo fragmentado, que no solo es manipulable por ellas mismas, sino, por médicos y sus hijos durante la gestación y la ayuda alimentaria de la leche materna.

La búsqueda de cumplir con estos estereotipos, a través de cirugías estéticas y dietas estrictas, puede llevar a una pérdida de la esencia individual y un sentimiento de alienación respecto al propio cuerpo. Este fenómeno subraya la visión de Le Breton sobre cómo el cuerpo no solo es una entidad biológica, sino también un constructo social que refleja y responde a las normas y expectativas culturales, a menudo a expensas del bienestar y la autenticidad personal.

En los tres testimonios encontramos la práctica de dietas con exceso de restricciones, y con nulo acompañamiento médico, por lo cual el cuerpo es sometido a cambios drásticos de alimentación, por lo tanto, las consecuencias a la salud fueron visibles. Es por ello que las mujeres abandonan las dietas restrictivas. Y esto nos habla de cómo las mujeres

podemos llegar a ser capaces de someter a nuestro cuerpo a situaciones adversas, sobre todo con la alimentación, la cual debería ser un elemento fundamental en la vida de todas las personas y no debería estar superpuesta a la estética.

Como otro ejemplo, observamos a Montserrat, Mariel, Ana y Lorena, mujeres que no son madres posicionadas en una generación distinta a las mujeres que se presentaron anteriormente:

1) Te puedo decir que ahorita en este momento estoy conforme con mi cuerpo, digo, la verdad no me gustaría cambiar absolutamente nada, porque al final de cuentas ninguna mujer es perfecta. Hice dieta no bueno un momento dado, sí quise en ese caso por moda este ser vegetariana, pero la verdad no me resulta no sea y a la fecha este no sé no que voy a algún lugar y digo bueno qué ensalada de tofu, pero ya es con más conciencia, no es tanto por seguir así la hace la moda de ejercicio, no sin cirugía tampoco nunca cruzó por mí por mi mente. La gente siempre va a hablar bien o mal de ti, entonces te digo que hablen o sea lo importante es que tú te sientas bien contigo misma y con las decisiones que tú tomas sobre tu cuerpo.

Sí cambiaras una parte de tu cuerpo te haría sentir mucho mejor o eso es completamente innecesario en mi caso yo siento que no, no sé yo creo que en esa parte viene la aceptación no que tú dices, bueno, ok, tal vez me voy a hacer un retoque de nariz de busto, pero ya es porque tú así lo decides, el problema es que si te empiezas por una cirugía pequeñita después puede que vayas escalando

Pero podría decirte que en relación con el movimiento estoy de acuerdo siempre y cuando seamos conscientes de todo lo que conlleva, me gusta que cada día nos aceptemos más y comencemos a dejar de darle el gusto a la sociedad con sus etiquetas y eso es bueno porque todos hemos pasado por disgustos con nuestro cuerpo, pero muy aparte de solo hablar y preocuparnos por nuestro cuerpo sería importante hablar también sobre cómo estamos psicológicamente claro que el cuerpo es importante pero no lo primordial (Entrevista Montserrat Flores, 30 años. Texcoco).

2) Esa inconformidad que ha existido durante años y que en la actualidad aún existe, pero siento que hemos avanzado en muchas cosas. Pero si hablará de mí diría que mi relación en estos momentos ha mejorado a comparación de hace algunos años por vídeos de motivación y mis visitas con una nutrióloga, también el asistir a un gimnasio para sentirme bien con mi cuerpo y tratar de tener el cuerpo que para mí es perfecto.

No me importaba si me sentía mal pero el hecho de verme al espejo y verme delgada era lo que me hacía sentirme bien, y más cuando mis amigos me hacían comentarios de te ves más delgada te ves más bonita con mayor razón sentía que sí yo era delgada, sería más bonita como ellos lo decían, aunque por dentro sentía que ni siquiera podía con mi cuerpo. Y también consumía té para adelgazar, algunas veces sólo, o masticaba chicle y tomaba agua, que era lo que me hacía mantenerme sin ganas de comer, o ya cuando tenía mucha hambre prefería comer hielo con sal y limón me saciaba mucho el hambre.

En la actualidad sigo comparándome, aunque no quisiera hacerlo pero pues las redes sociales son muy influyentes en las personas actualmente entonces todo lo que ves chicas delgadas o ahorita muy fitness, pero en cada vídeo en cada foto en un punto llegas a comprarte aunque sea un poco como diciendo ah yo quisiera eso o yo quisiera aquello pero puedo decir que con mis terapias debemos saber que no todo lo que vemos en las redes sociales es real y que la diversidad de cuerpos es mucha.

-Es bueno aceptar que no existe un cuerpo perfecto y para ser sincera no creo que exista algo perfecto en la vida, la sociedad aún sigue siendo una asquerosidad y más contra las mujeres, pero espero que eso cambie en un tiempo no muy largo. Sé que las luchas siempre tienen cosas buenas y malas, pero personalmente creo que tiene más aspectos positivos porque nos hace visibilizar todos los cuerpos que existen y no solo los cuerpos delgados, aunque es bueno reconocer que no porque seas delgada no tengas inseguridades (Entrevista Lorena Luna, 21 años. Texcoco).

-Tenía muchas inseguridades de mi cuerpo por comentarios por parte de mi familia y amigos, que según ellos los hacían en forma de broma, pero bueno, si te digo, que cuando salía de vacaciones me daba pena ponerme a veces trajes de baño y trataba de cubrirme lo más que podía para que la gente no me viera. Sentía como si las personas me juzgaran y hablaran sobre mi cuerpo.

Pero yo digo que el patriarcado tiene la culpa de todo, ellos decidieron que cuerpo tenían que tener las mujeres, hacen comentarios de odio hacia cuerpos gordos, a la celulitis, se ríes si una mujer tiene vello y ellos son los principales en tenerlos, entonces provocan que a nosotras no nos guste el cómo nos vemos y nos de vergüenza mostrarnos como somos.

No sé, si me gusta hasta cierto punto en su objetivo de aceptarnos poco a poco y amarnos, pero creo que sus reglas como tal están mal puestas y no toman en cuenta por lo que debemos pasar para lograr querernos, claro depende la persona. Me gusta, pero no me siento parte del “body positive”, creo que muchas veces los movimientos se hacen muy tóxicos y comienza la división de las personas (Entrevista Ana, 23 años. CDMX).

-Mi peso no es totalmente aceptado por la sociedad, muchas personas solo dicen que los mejores cuerpos o son delgados,” gordibuenos” y ahorita muchos ya son muy *fit*. Entonces si no tienes ese cuerpo no suele ser muy aceptado, pero si te digo sobre vergüenza es porque tengo kilos de más eso hace que mucha ropa no se me vea como quisiera

Antes me ponía dietas muy restrictivas para poder bajar de peso y me obligaba a ir al gimnasio matándome hasta poder tener un cuerpo que tanto había querido hasta que me di cuenta de que cuando lo tuve eso no me daría la felicidad que yo pensé que me daría.

Yo creo que si no sabes usar las redes sociales de formas inteligente estas pueden acabar contigo porque a veces la sociedad nos hace no querernos tanto que el autoestima que cada uno tiene baja muchísimo por este tipo de publicaciones que hablan sobre cosas de “perfección”

Para mí el movimiento fue bueno al inicio, soy consciente del objetivo que se tenía para poder aceptar los cuerpos gordos y poco a poco comenzar a querer todos los tipos de cuerpos que existen en el mundo, incluso yo leía mucho sobre el tema y defendía muchos sus puntos, pero de ahora en adelante todo se ha vuelto muy tóxico y un poco *mal vibroso* en cuanto sentir esa obligación de tener que amarme cuando a veces ni siquiera me dan ganas de levantarme de la cama (Entrevista Mariel, 27 años. Texcoco).

Las entrevistas revelan una profunda interconexión entre la percepción del cuerpo y las influencias sociales, resonando con los conceptos de Le Breton sobre la construcción social del cuerpo. Le Breton argumenta que el cuerpo no es solo una entidad biológica, sino un constructo social moldeado por normas y expectativas culturales. En los tres casos se puede encontrar que la mayoría de comentarios negativos hacia el cuerpo de las mujeres es por parte de las personas cercanas, ya sean familiares y amigos, lo cual les hiere de una manera muy profunda emocionalmente, destacando cómo las presiones sociales y las influencias de los medios afectan la autoimagen y la autoestima de las personas.

Las mujeres entrevistadas mencionan la búsqueda de cirugías estéticas, dietas estrictas y la constante comparación con estándares de belleza inalcanzables, lo cual refuerza la idea de que el cuerpo es un reflejo de las dinámicas sociales y culturales. La necesidad de cumplir con estos estándares puede llevar a una pérdida de la esencia individual y a un sentimiento de alienación, y aquí de nuevo reconocemos cómo el cuerpo cumple una función de identidad.

Sin embargo, también se observa un creciente movimiento hacia la aceptación y el amor propio, donde se reconoce que no existe un cuerpo perfecto y que la diversidad corporal debe ser celebrada. Este cambio hacia la aceptación personal y la crítica a los ideales impuestos refleja un desafío a las construcciones sociales tradicionales del cuerpo. Como mencioné anteriormente, esto puede deberse a que cada vez se tiene mayor información sobre la diversidad corporal, en este sentido las mujeres jóvenes como Lorena de 21 años y Ana de 23 años refieren una aversión hacia los estereotipos de mujeres y reconocen la importancia de entender el cuerpo más que una imagen.

Los testimonios confirman la perspectiva de Le Breton de que el cuerpo es un escenario de significados sociales y culturales en constante negociación. Las experiencias de las entrevistadas muestran cómo la identidad corporal se construye y reconstruye a través de la interacción con el entorno social, y cómo la aceptación de uno mismo y el cuestionamiento de las normas establecidas son pasos cruciales hacia una relación más saludable y auténtica con el propio cuerpo. De tal manera que las redes sociodigitales sí han tenido cierta influencia positiva, al brindar información y diversificar los relatos sobre el cuerpo, además de cuestionar los paradigmas del cuerpo perfecto.

Sin embargo, esta relación puede cambiar en diferentes etapas de la vida de una persona. Por ejemplo, durante el embarazo, el cuerpo experimenta cambios significativos que pueden alterar la percepción de uno mismo y la relación con el propio cuerpo. Este período puede ser tanto un desafío como una oportunidad para aceptar y valorar el cuerpo en un nuevo contexto.

En este sentido, las personas de mayor tamaño corporal pueden haber logrado una mayor reconciliación con sus cuerpos a través de un proceso de aceptación y empoderamiento personal. Esto puede ser resultado de un viaje de autodescubrimiento y autoaceptación, así como de una resistencia activa a las normas de belleza convencionales y a la presión social.

Por otro lado, los medios de comunicación, especialmente la televisión y otros medios visuales, desempeñan un papel importante en la construcción de ideales de belleza y en la influencia sobre la percepción que tenemos de nuestros cuerpos. La representación de

cuerpos diversos y realistas en los medios puede contribuir a promover una mayor aceptación y valoración de la diversidad corporal.

La relación entre las personas y sus cuerpos está moldeada por una interacción compleja de factores sociales, culturales y personales. A través de un proceso de reflexión, resistencia y aceptación, es posible alcanzar una mayor reconciliación. Los testimonios confirman la perspectiva de Le Breton, de que el cuerpo es un escenario de significados sociales y culturales, no solo en tiempo sino también en espacio. Las experiencias de las entrevistadas muestran cómo la identidad corporal se construye y reconstruye a través de la interacción con el entorno social, y cómo la aceptación de uno mismo y el cuestionamiento de las normas establecidas son pasos cruciales hacia una relación más saludable y auténtica con el propio cuerpo. Aunque se debe entender que esa relación no es fácil, puede haber días de complejidades y eso también debería ser aceptado.

A continuación, presento las conclusiones, las cuales se basan también en mi perspectiva personal y experiencias en el trabajo de campo. Aunque he tratado el tema de manera objetiva, estoy abierto a comentarios y debates que enriquezcan la comprensión del movimiento "Body Positive". El objetivo es avanzar en la comprensión y aplicación efectiva del "Body Positive" en la sociedad.

Conclusiones

Como resultado de plasmar cómo el “*Movimiento Body Positive*” ha logrado cambiar el pensamiento de las mujeres hacia la visión de su propio cuerpo, teniendo así una mayor aceptación a la gran diversidad de cuerpos o que incluso el “movimiento” no haya tenido un impacto positivo o simplemente un impacto personal hacia las mujeres, derrocando el pensamiento patriarcal sobre la idea que ha tenido sobre ser el propietario de los cuerpos femeninos imponiendo estándares de belleza para que las mujeres “tengan el derecho” de ser aceptadas por la sociedad simplemente por su cuerpo.

El movimiento *Body Positive* ha surgido como una respuesta a las normas culturales y sociales que promueven estándares de belleza poco realistas y excluyentes. Su objetivo es fomentar la aceptación y la celebración de todos los tipos de cuerpos, promoviendo la autoestima y la confianza en uno mismo independientemente de la forma o tamaño corporal. Sin embargo, a pesar de sus nobles intenciones, existen críticas y debates sobre si el "Body Positive" realmente cumple su propósito o si queda en un mero discurso.

Desde una posición inicialmente entusiasta y romántica hacia el movimiento *Body Positive*, mi investigación ha revelado una serie de matices que han transformado radicalmente mi perspectiva. Inicialmente, abracé la noción de que el amor propio debería ser una práctica diaria, considerando que aquellos que no lo ejercen carecen de autoestima. Sin embargo, conforme profundicé en mi indagación, me percaté de la presencia de conductas que me resultaron incómodas, evidenciando una tendencia hacia lo que podría denominarse "*positivismo tóxico*".

¿A qué se le considera como *positivismo tóxico*?

En el contexto del movimiento *Body Positive*, el positivismo tóxico se refiere a la insistencia excesiva en la positividad y la felicidad, sin dejar espacio para emociones negativas o experiencias difíciles. Lo cual, es complicado, porque como mencioné anteriormente, la relación de las personas con el cuerpo es compleja y no suele ser homogénea todo el tiempo. Esto puede manifestarse de las siguientes maneras:

Negación de Emociones Negativas: Insistir en que las personas deben sentirse siempre positivas con su cuerpo, invalidando sentimientos legítimos de insatisfacción o tristeza.

Presión para Sentirse Bien: Crear una presión social para que todos se sientan completamente cómodos y felices con su cuerpo en todo momento, lo cual es poco realista.

Superficialidad del Mensaje: Promover la aceptación corporal de manera superficial, sin abordar problemas más profundos como la discriminación por peso o la salud mental.

Ignorar Realidades Personales: No reconocer las experiencias únicas y los desafíos individuales en el viaje hacia la aceptación corporal.

Minimización de Problemas Reales: Sugerir que una perspectiva positiva puede resolver todos los problemas relacionados con la imagen corporal, minimizando las dificultades reales.

Para evitar este *positivismo tóxico*, el movimiento *Body Positive* tiene que realizar primero una autocrítica sobre los mensajes de aceptación y amor propio con una comprensión realista y compasiva de las dificultades que muchas personas enfrentan en relación con su imagen corporal. Además de seguir proporcionando información sobre la diversidad corporal para no caer en estereotipos, además, cada persona tiene que ser selectiva con la información que recibe, ya que en muchas ocasiones los mensajes son cooptados por empresas que tergiversan los movimientos.

En este sentido, una observación recurrente fue la reducción del discurso sobre el *Body Positive* al peso corporal, en mi trabajo de campo, noté que la mayoría de las mujeres participantes tendían a focalizar sus mensajes en torno al peso, ignorando otras dimensiones importantes de la autoimagen y la autoaceptación. Esta simplificación del discurso, aunque inicialmente bienintencionada, puede tener consecuencias negativas al perpetuar la obsesión por el peso como único indicador de valía personal.

Con cada paso que daba comencé a ser más consciente sobre la importancia que el *body positive* tenía para las mujeres que son consideradas por la sociedad como “gordas”, por lo que me enfoqué en seguir investigando de forma externa a mi investigación encontrándome con distintos comentarios tanto presenciales como en redes sociales y aquí tiene algunos de los comentarios que encontré en videos y Twitter:

-Promueve la inclusión y la diversidad: El *Body Positive* fomenta la aceptación de todos los tipos de cuerpos, independientemente de su forma, tamaño, peso o apariencia. Esta filosofía impulsa la idea de que todos los cuerpos son válidos y merecen respeto y reconocimiento.

-Mejora la autoestima y la salud mental: Al abrazar la diversidad corporal y desafiar los estándares de belleza irrealistas, el movimiento *Body Positive* ayuda a las personas a desarrollar una relación más saludable con sus cuerpos. Esto puede conducir a una mayor autoestima, confianza y bienestar psicológico.

-Reduce la vergüenza y el estigma: La cultura dominante a menudo estigmatiza ciertos tipos de cuerpos, lo que puede provocar sentimientos de vergüenza y culpa en quienes no se ajustan a esos estándares. El *Body Positive* desafía estas nociones al celebrar la diversidad y alentando la autoaceptación, lo que ayuda a reducir el estigma asociado con la imagen corporal.

Inspira cambios en la industria de la moda y los medios de comunicación: A medida que el movimiento *Body Positive* gana fuerza, está generando un cambio significativo en la representación de la diversidad corporal en los medios de comunicación y en la industria de la moda. Cada vez más marcas y medios están optando por mostrar una gama más amplia de cuerpos, lo que refleja una mayor inclusión y empoderamiento.

-Promueve la aceptación y el respeto mutuo: Al desafiar los estándares de belleza restrictivos, el *Body Positive* fomenta una cultura de aceptación y respeto mutuo. Esto no solo beneficia a las personas individualmente, sino que también contribuye a la construcción de comunidades más compasivas y empáticas.

En resumen, el enfoque *Body Positive* ofrece una perspectiva alternativa y que promueve la aceptación, la inclusión y el respeto de todos los cuerpos. Al desafiar los estándares de belleza convencionales y alentar la autoaceptación, este movimiento tiene el potencial de mejorar significativamente la salud mental y el bienestar de las personas, así como de promover un cambio cultural más amplio hacia la diversidad y la inclusión.

Puntos que considero “desventajas” sobre el *Body Positive*:

Potencial para ignorar problemas de salud legítimos: Al centrarse en la aceptación del cuerpo tal como es, el *Body Positive* podría desalentar a las personas a buscar cambios que sean

beneficiosos para su salud, como adoptar hábitos de vida más activos o mejorar la nutrición. Esto podría resultar en la ignorancia o minimización de problemas de salud legítimos que podrían beneficiarse de intervenciones médicas o cambios en el estilo de vida.

Posible exacerbación de la comparación social: Aunque el objetivo del *Body Positive* es fomentar la aceptación personal y la diversidad corporal, algunas personas podrían sentirse aún más presionadas para cumplir con los estándares de belleza alternativos que surgen dentro del movimiento. Esto podría conducir a una mayor comparación social y a sentimientos de insuficiencia en aquellos que no se sienten representados por los modelos de cuerpo que se celebran en la comunidad *Body Positive*.

Dificultad para diferenciar entre la promoción de la autoaceptación y la glorificación de estilos de vida poco saludables: A veces, el mensaje *Body Positive* puede ser interpretado de manera incorrecta como una promoción de la autoaceptación a expensas de la salud y el bienestar. Esto puede ser especialmente problemático en un contexto en el que los problemas de salud relacionados con la obesidad y los trastornos alimentarios son una preocupación importante.

Exclusión de otras formas de diversidad corporal: Aunque el *Body Positive* ha avanzado en la celebración de una gama más amplia de tipos de cuerpos, todavía podría haber ciertas formas de diversidad corporal que no se sientan representadas o incluidas en el movimiento. Esto podría resultar en sentimientos de exclusión entre aquellos cuyas experiencias no se alinean con la narrativa predominante del *Body Positive*.

Es importante abordar estas preocupaciones de manera equilibrada, reconociendo tanto los aspectos positivos como los desafíos del movimiento *Body Positive* en el contexto de la salud y el bienestar general.

Como último punto me gustaría hablar sobre un tema de suma importancia que es “La percepción del movimiento *Body Positive* en relación con la decisión de perder peso” puede variar según la interpretación individual y el contexto cultural. Algunas personas pueden percibir la decisión de bajar de peso como una traición a los principios del *Body Positive*, mientras que otras pueden verla como un acto de autocuidado y autonomía personal

Aquí hay algunas consideraciones para entender este movimiento, aunque, sin duda debemos tener en cuenta que la salud mental y física debe ser prioridad, también la forma en la que vemos y percibimos el cuerpo debe cambiar, pues como vimos en los testimonios, la mayoría de los comentarios que las mujeres reciben sobre su cuerpo es de personas cercanas.

Es por ello, que la concientización sobre nuestra concepción del cuerpo debe estar presente en nuestro contexto social. Ya que ha sido una lucha de muchas mujeres a lo largo de la historia y que ahora tiene una mayor difusión.

También el contexto individual, pues la relación de una persona con su cuerpo y su decisión de bajar de peso puede estar influenciada por una variedad de factores, como la salud, el bienestar emocional y las experiencias personales. La interpretación del movimiento *Body Positive* es siempre cuestionada, por ejemplo cuando una persona que vierte un discurso del cuerpo positivo desde el privilegio de ser una mujer que cumple o que está más cercana de los estándares estéticos, buscan difundir el mensaje de amor propio, ante esto, las personas que no poseen estos atributos suelen criticar enfáticamente estos discursos pues no tienen coherencia.

Como vimos a lo largo de este texto las tiendas de ropa, las clínicas de belleza y las redes sociodigitales tienden a perpetuar las prácticas de estereotipación de la belleza, en sus tallas, sus prendas y su trato al cliente, sin embargo se cobijan en discursos de aceptación de todos los tipos de cuerpos y la promoción de la autoestima y el respeto propio, independientemente del peso o la apariencia física. Por lo tanto, debemos ser críticos ante estos discursos.

Los testimonios que expuse son profundamente llenos de heridas en la infancia y en la juventud, sobre todo, no obstante, algunas mujeres con el paso de la edad comienzan a reconciliarse con su cuerpo, además de aceptar su relación con el mismo, hay una tendencia a dejar de importarles los comentarios externos.

Sin duda, también las redes sociodigitales cobran importancia, ya que a través de ellas se difunde información sobre la diversidad corporal, aunque hay riesgos de tener sesgos, cada persona debe saber elegir y ser crítica de lo que se expone en los medios digitales y en los consumos de productos de mujeres.

Referencias bibliográficas:

- Alptraum, L. (2017). A short history of “body positivity”. Fusion Media Group.
- Barreiro, A. M. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. *Papers: Revista de sociología*, (73), 127-152.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Buenos Aires-Barcelona: Paidós.
- Cwynar-Horta, J. (2016). Documenting femininity: body positivity and female empowerment on Instagram. Retrieved 3 March 2019, Toronto.
- García-Deister, V., y López-Beltrán, C. País de gordos/país de muertos: Obesity, death and nation in biomedical and forensic genetics in Mexico. *Social Studies of Science*, 45 (6) (2015): 797-815.
- Guerrero Mc Manus, F. “Avatares, subjetividades y mundos virtuales”. En *TRAMAS: Subjetividad y Procesos Sociales* 36 (2012): 71-98.
- Le Breton, D. (2002). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Le Breton, D. (2008). *La Sociología del Cuerpo*. Argentina: Ediciones Nueva Visión.
- Penchansky, M. C. (2021). Reflexiones en torno a la propiedad del cuerpo en clave feminista. *La ventana. Revista de estudios de género*, 6(53), 111-146. Epub 23 de febrero de 2021.
- Posada Kubissa, L. (2015). Las mujeres son cuerpo: reflexiones feministas. *Investigaciones Feministas*, 6, 108-121.

Ruiz, M. (2010). El cuerpo humano como objeto estético. *Revista A Parte Rei*, (5).

Ripollés, M. S. A. "Otras voces de mujer: el feminismo de la diversidad funcional". En *Asparkía. Investigación feminista* 16 (2005): 15-26.

(1996) <https://thebodypositive.org/about-us/>

Urrutia Gómez, Andrea. (2020) *Modelos y prácticas de belleza entre los trabajadores formales en venta y aplicación de maquillaje en Ciudad de México*. Tesis para obtener el grado de Doctorado en Ciencias Antropológicas. UAM-Iztapalapa. Ciudad de México.

Facebook:

Clinic Dermo Zone. (s.f.). Servicio de depilación. Facebook - log in or sign up. <https://www.facebook.com/people/Clínica-DerZone/100069678376515/?mibextid=ZbWKwL>

Lipocerox Clínica de belleza Corporal & Facial. (2016, 19 de diciembre). Facebook - log in or sign up. <https://www.facebook.com/Lipocerox?mibextid=ZbWKwL>

Beauty Center and Spa Z&C Nezahualcóyotl. (s.f.). Facebook - log in or sign up. <https://www.facebook.com/people/Beauty-Center-and-Spa-ZC-Nezahualcóyotl/100088945677561/?mibextid=ZbWKwL>

Depilación con cera CDMX. (2021, 3 de abril). Facebook - log in or sign up. <https://www.facebook.com/professionalwax?mibextid=ZbWKwL>

Cuentas de Instagram

#Amatucuerpo hashtag on Instagram • Photos and videos. (s.f.). Instagram. <https://www.instagram.com/explore/tags/amatucuerpo?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Salander, J. (2023, 26 de abril). Júlia Salander on Instagram: "Tratamientos de belleza y Autocuidado". Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CrQJyZmKb3W/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

#Bodypositive hashtag on Instagram • Photos and videos. (s.f.). Instagram.
<https://www.instagram.com/explore/tags/bodypositive?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

#Bodypositivemovement hashtag on Instagram • Photos and videos. (s.f.). Instagram.
<https://www.instagram.com/explore/tags/bodypositivemovement?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

#Bodypower hashtag on Instagram • Photos and videos. (s.f.). Instagram.
<https://www.instagram.com/explore/tags/bodypower?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

#Bodypositivefashion hashtag on Instagram • Photos and videos. (s.f.). Instagram.
<https://www.instagram.com/explore/tags/bodypositivefashion?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

#Cuerpopositivo hashtag on Instagram • Photos and videos. (s.f.). Instagram.
<https://www.instagram.com/explore/tags/cuerpopositivo?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

S, G. E. O. R. G. I. E. T. H. O. M. A. (s.f.). G E O R G I E T H O M A S on Instagram:
"Comment 'ME' if you're ready to rewrite your mindset and I'll give you access to my free workshop which will take you through every step. I promise, your body is not the problem....#bodypositive #bodypositivity #confidence #love". Instagram.
<https://www.instagram.com/reel/CqAXJ4BDRzB/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

Sindwani, S. (s.f.). Sakshi sindwani on instagram. Instagram.
<https://www.instagram.com/reel/CrplChwgfHS/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

Journey , T. G. U. (s.f.). The Glow Up Journey  on Instagram:
"Am I the only one? #bodydysmorphia #bodypositive
#plussize #weightlossjourney #healthjourney
#weightlossproblems". Instagram.
<https://www.instagram.com/reel/CpTIy5YjXpZ/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

Carlos, S. (s.f.). Sol Carlos on Instagram: "Compartí con todes tus amiguis 

argentina #mexico #venezuela #colombia #vestido #transition #ootd". Instagram.
<https://www.instagram.com/reel/CJE56uJIAgv/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

, A. (s.f.). Arled  on Instagram: "TE HE FALLADO#comedy #comedia #humor #latina #latin #girls #bodypositive #mexico #viral #trend". Instagram.
<https://www.instagram.com/reel/CmArk9g5Vi/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng==>

Tiktok

Ahora entiendo on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7amo1/>

Keysha Naomi on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7xRXk/>

Kazzandra on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7WcM8/>

Laurr  on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7gEAc/>

tiCCy on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7bNv5/>

Miriam Lara-Mejia -Amor Propio on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7Go6A/>

Šénix on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S75hwr/>

Fernanda on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7vGqv/>

Hypatia Rosado on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7xsbU/>

Namester Personalized Notebooks. (2019). Lizette: Personalized notebook - leopard print (animal pattern). Blank college ruled (lined) journal for notes, journaling, diary writing. Wildlife theme design with your name. Independently Published.

Ontas El Podcast on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7ubng/>

Pris on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S7exp7/>

Viridiana on. (s/f). TikTok., de <https://vm.tiktok.com/ZM2S73hDw/>

Los colores del Marketing (III)

<https://www.microbio.tv/blog/colores-mkt-amarillo-morado-rosa-negro/#:~:text=Es%20un%20color%20que%20se,a%20trav%C3%A9s%20de%20sus%20emociones.>

