

**Percepción De Los Estereotipos De Belleza En Mujeres Jóvenes Del Distrito De  
Buenaventura.**



**Odalis Alexandra González Valencia  
Melissa Manyoma Valencia  
Marilin Riascos Rentería**

**Universidad del Valle-Sede Pacifico  
Facultad de Humanidades  
Trabajo Social y Desarrollo Humano  
Buenaventura Valle del Cauca  
2023**

**Percepción De Los Estereotipos De Belleza En Mujeres Jóvenes Del Distrito De  
Buenaventura.**

Odalis Alexandra González Valencia  
Melissa Manyoma Valencia  
Marilin Riascos Rentería

Monografía presentada como requisito académico para optar al Título de Trabajadoras  
Sociales

Tutora  
Dra. Yacira Johana Mosquera Mena

**Universidad del Valle- Sede Pacifico  
Facultad de Humanidades  
Trabajo Social y Desarrollo Humano  
Buenaventura Valle del Cauca  
2023**

## Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Jurado 1**

---

**Jurado 2**

## **Agradecimientos**

Uno de los principios fundamentales en la vida es ser agradecidos con todas y cada una de las experiencias que se nos presentan ya sean buenas o malas. Es por eso que al culminar este proceso de formación profesional debemos agradecer.

Primeramente, a Dios por prestarnos la vida y darnos espiritualmente la fortaleza necesaria para no desistir en este proceso.

A nuestros padres por ser nuestro más grande apoyo, por enseñarnos a nunca bajar los brazos y a luchar por nuestros sueños. Porque de su mano nos han demostrado que sin importar lo largo que sea el camino siempre es y será posible llegar hasta el final.

A nuestros hermanos que sin pensarlo en muchas ocasiones se convirtieron no solo en nuestro ejemplo a seguir, sino también en nuestra motivación para ser cada día mejores.

A nuestros compañeros; los cuales pese a que en el algún momento tomamos rumbos diferentes hicieron de esta una experiencia sin igual y mucho más llevadera.

A nuestros docentes los cuales fueron parte fundamental en este proceso, nos permitieron aprender día a día de ellos y nos enseñaron a dar en todo momento lo mejor de cada una de nosotras.

A la universidad del Valle sede Pacífico en general por abrirnos sus puertas, ser nuestro segundo hogar, Brindarnos una formación de calidad y ser los garantes de esta grandiosa experiencia.

**¡MUCHAS GRACIAS!**

# Contenido

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introducción.....</b>                         | <b>11</b> |
| <b>Resumen.....</b>                              | <b>13</b> |
| <b>1. El problema de investigación.....</b>      | <b>13</b> |
| <b>1.1. Planteamiento del problema .....</b>     | <b>13</b> |
| <b>1.2. Antecedentes .....</b>                   | <b>19</b> |
| <b>1.2.1. Internacionales.....</b>               | <b>19</b> |
| <b>1.2.2. Nacionales .....</b>                   | <b>24</b> |
| <b>1.2.3. Locales.....</b>                       | <b>30</b> |
| <b>1.3. Formulación del problema .....</b>       | <b>33</b> |
| <b>1.4. Objetivos.....</b>                       | <b>34</b> |
| <b>1.4.1. General.....</b>                       | <b>34</b> |
| <b>1.4.2. Especifico .....</b>                   | <b>34</b> |
| <b>1.5. Justificación .....</b>                  | <b>34</b> |
| <b>Capitulo II.....</b>                          | <b>38</b> |
| <b>2. Marcos de referencias .....</b>            | <b>38</b> |
| <b>2.1. Marco Contextual.....</b>                | <b>38</b> |
| <b>2.2. Marco Teórico .....</b>                  | <b>40</b> |
| <b>2.2.1. Estereotipos de Belleza .....</b>      | <b>41</b> |
| <b>2.2.2. Teoría de la identidad social.....</b> | <b>43</b> |

|                    |                                                                    |    |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.3.             | Una aproximación epistémica al concepto de juventud .....          | 44 |
| 2.2.4.             | Abordaje ontológico de la percepción .....                         | 45 |
| 2.2.5.             | La autoestima y su implicación en los estereotipos de belleza..... | 45 |
| 2.2.6.             | Imagen Corporal .....                                              | 46 |
| 2.3.               | Marco Legal.....                                                   | 48 |
| Capítulo III ..... |                                                                    | 53 |
| 3.                 | Diseño Metodológico .....                                          | 53 |
| 3.1.               | Enfoque de investigación.....                                      | 53 |
| 3.2.               | Método .....                                                       | 54 |
| 3.3.               | Nivel .....                                                        | 54 |
| 3.4.               | Paradigma.....                                                     | 55 |
| 3.5.               | Población, muestra y criterios de selección.....                   | 55 |
| 3.5.1.             | Población.....                                                     | 55 |
| 3.5.2.             | Muestra .....                                                      | 55 |
| 3.5.3.             | Tipo de muestreo .....                                             | 56 |
| 3.5.4.             | Criterios de selección .....                                       | 56 |
| 3.6.               | Técnicas e instrumentos de recolección de información.....         | 57 |
| 3.7.               | Aspectos éticos.....                                               | 58 |
| Capítulo IV .....  |                                                                    | 59 |
| 4.                 | Resultados y Análisis .....                                        | 59 |

|                                                                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1. Características de las participantes .....                                                                                                              | 59  |
| 4.2. Ideal de belleza corporal que poseen las mujeres jóvenes entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura .....                                          | 60  |
| 4.3. Modificaciones corporales como mecanismos de aceptación en la apariencia física de mujeres jóvenes entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura..... | 76  |
| 4.4. Factores influyentes que motivan a las mujeres entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura a seguir los estereotipos de belleza.....                | 84  |
| 4.5 Historia y Aportes del Trabajo Social como profesional a las lógicas de los estereotipos de belleza.....                                                 | 94  |
| Conclusiones .....                                                                                                                                           | 105 |
| Bibliografía .....                                                                                                                                           | 108 |
| Anexos .....                                                                                                                                                 | 113 |

## **Índice de Ilustraciones**

|                                                |                                      |
|------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Ilustración 1 Aplicación de instrumentos ..... | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
|------------------------------------------------|--------------------------------------|

## **Índice de tablas**

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 características de las participantes ..... | 59 |
|----------------------------------------------------|----|

## **Índice de Anexos.**

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| Anexo 1 consentimiento informado ..... | 113 |
| Anexo 2 Formato de entrevistas .....   | 113 |

## **Resumen**

Con el pasar del tiempo, la sociedad ha ido estableciendo estándares de belleza que delimitan lo que es o no atractivo, estas ideas han dado pie para que muchas mujeres se sometan a cambios físicos, ya que la sociedad actual se define por sus elevados estándares y su creciente obsesión por los cuerpos voluptuosos y sin defectos. Se realizó un estudio cualitativo ilustrativo de orientación fenomenológica. La información se recogió mediante un proceso de entrevista, que incluyó la formulación de preguntas clave y otras complementarias a partir de la información del entrevistado. Entre los hallazgos, se determinó que, en los últimos años, en el Distrito de Buenaventura, los estándares de belleza para los jóvenes han sido impuestos y contruidos implacablemente por los medios de comunicación.

**Palabras claves:** estándares, belleza, medios de comunicación, percepción.

## **Introducción**

Desde la segunda mitad del siglo XX, los canales de comunicación han experimentado una expansión global y los avances tecnológicos han conducido a una estandarización de los ideales de belleza en todas las culturas. Por ello, aunque la verdadera belleza es una cualidad emocional y evolutiva, su ideal se ha visto saturado a lo largo de todos los tiempos por los estereotipos, por lo que se busca una representación con cualidades fenotípicas increíbles que se relacionen con un componente típicamente despreciado como inexistente de cómo debe ser una dama o un caballero para ganarse el corazón social y emocional de los demás.

Cabe anotar que los estereotipos son típicamente comunicados, adelantados y aprendidos a través de la familia, los compañeros de trabajo y los medios de comunicación (Valdepea, 2005, por ejemplo, la televisión, las revistas y las organizaciones informales; también es de anotar que el uso en organizaciones interpersonales ha crecido en la población colombiana en los últimos tiempos, destacándose Facebook, Instagram y Snapchat) (Castro, 2015). Teniendo en cuenta lo anterior, la presente revisión pretende retratar la visión de los jóvenes del Distrito de Buenaventura (entre 15 y 25 años) con respecto a los ideales de belleza y los ideales de belleza.

Se trata de un estudio cualitativo ilustrativo de orientación fenomenológica. La información se recogió mediante un proceso de entrevista, que incluyó la formulación de preguntas clave y otras complementarias a partir de la información del entrevistado. Se buscó la participación intencionada de nueve mujeres, que la aceptaron, y todas ellas fueron seleccionadas en el momento óptimo con respecto a los modelos de incorporación.

A partir de los resultados de las entrevistas y, además, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la bibliografía con ayuda del programa informático Atlas Ti 7 y se seleccionaron los cursos de examen pertinentes para los auténticos estereotipos de belleza descubiertos por los científicos.

Entre los hallazgos preliminares, se determinó que, en los últimos años en el Distrito de Buenaventura, los estándares de belleza para los jóvenes han sido impuestos y contruidos implacablemente por los medios de comunicación. El cuerpo humano ha servido como una potente plataforma para la difusión de convicciones y fantasías relacionadas con el estilo, así como un objeto deseable para la promoción de una amplia variedad de productos y administraciones. Cabe señalar que, aunque cambiantes a lo largo del tiempo, los ideales de belleza femenina siempre han tratado de alterar o idealizar el cuerpo y el rostro de las mujeres afroamericanas para que fueran vistas como atractivas por la cultura dominante.

## **Capítulo I**

### **1. El problema de investigación**

#### **1.1. Planteamiento del problema**

Las sociedades desarrollan normas a lo largo del tiempo; estas normas se manifiestan en la práctica, es decir, se exponen y marcan o se escriben. Otras normas están implícitamente establecidas y arraigadas en las prácticas culturales; se construyen sobre la base de valores y creencias comúnmente aceptados que conforman las experiencias cotidianas de quienes las comparten, moldeando así la vida de quienes forman parte de ese grupo.

El concepto de belleza, que es una construcción social, evoluciona de tal manera que induce a los individuos a esforzarse por cumplir los ideales que definen lo que es bello y lo que no lo es.

A pesar de ello, la idea de belleza, como el tema del cuerpo en general, está sujeta a una variedad de juicios morales y estéticos que dan lugar a una construcción única del término. La evolución del estudio y análisis de la estética es lo que desencadena la reacción en cadena de cómo se define la belleza y su papel en la sociedad.

David Hume, un académico, hizo una afirmación en 1978 que fue citada en Prada (2017): "Los estándares de gusto de los hombres son probablemente (pero no ciertamente) ampliamente comparables". La idea de que debería existir un estándar universal de belleza o, al menos, que la integridad del gusto se establecería en la universalidad de la construcción causal del discernimiento humano de los sentidos, era un hilo conductor en la literatura inglesa

contemporánea. Además, si bien eso es lo que expresa Hume en medio de todo el surgimiento e impulso del gusto, sólo unas pocas estructuras o características, atribuibles al primer diseño de nuestra configuración interna, están destinadas a agradar y otras a decepcionar.

De este modo, puede demostrarse que, a pesar de las apariencias en contrario, la belleza es efectivamente subjetiva, en el sentido de que existe en la percepción de cada individuo como una construcción única, cuya evidencia se deriva de una experiencia estética placentera. Sin embargo, según la afirmación de Hume, los juicios de belleza pueden ser objetivos y estar formados por cánones sociales; las preferencias estéticas de muchas personas están moldeadas por estas normas.

Todas estas aplicaciones y funciones del juicio estético se están explorando ahora con mayor profundidad en todos los sectores de la sociedad, donde se tienen en cuenta no sólo para el análisis de la investigación científica, sino también en la vida cotidiana de los individuos a través de la lente de la belleza y la estética.

Los medios de comunicación han difundido incesantemente a lo largo de los años infinidad de estereotipos, muchos de los cuales se han incorporado a la vida cotidiana.

Los medios de comunicación proporcionan modelos que repercuten en el desarrollo del carácter social. La promoción proporciona a su audiencia modelos de conducta, o al menos figuras humanas ideales a las que admirar, imitar o con las que relacionarse. Experto que promueve y difunde creencias y valores comúnmente aceptados sobre hombres y mujeres con el fin de dar la impresión de que determinadas prácticas normativas son ventajosas para todas las partes implicadas. Los estereotipos son un conjunto de creencias o suposiciones predominantes sobre los rasgos que definen a un grupo o acontecimiento y sobre los que existe un acuerdo generalizado.

Valorados por su practicidad y adaptabilidad, clasifican y trabajan con una amplia variedad de expresiones para mejorar el conocimiento global. El cuerpo y la apariencia externa son análogos a los modelos impuestos por los medios de comunicación que dan credibilidad a los estereotipos sobre el atractivo físico de las mujeres (Loscertales, 2003).

Teniendo en cuenta el auge de la industria de la belleza en la sociedad actual, en la que los medios de comunicación han exhibido una serie de modelos idealizados en un esfuerzo por persuadir a los espectadores de que ellos también deben ajustarse a los cánones de belleza de la sociedad, podemos ver cómo muchas personas ponen en peligro su propia autoestima y felicidad para alcanzar los objetivos establecidos por los medios de comunicación y el público en general.

En este sentido, con el fin de alcanzar el ideal estético, aparecen los problemas alimentarios los cuales se constituyen como enfermedades crónicas caracterizadas en su mayoría por problemas de salud mental que se manifiestan principalmente en la adolescencia femenina o en la adultez joven. Al preguntarle a la Dra. Andrea Mosquera Pieros, dietista clínica e investigadora de Colsanitas - Bogotá, sobre la prevalencia de este problema, dijo que "la frecuencia es realmente bastante superior al 30% de las mujeres, y tener una determinación o una intervención en una etapa temprana es significativo." Esta cita fue hecha durante una reunión a puerta cerrada para la revista Medicina y Salud Pública. En el tiempo presente, debido a la influencia de las organizaciones interpersonales, es casi seguro que una mujer se vea influida a presentar una imagen falsa de sí misma, y una fracción considerable de estas mujeres recurre a tendencias dietéticas tabú como las dietas bajas en carbohidratos. El Dr. Mosquera advierte que "hay quienes no están preparados o no tienen la preparación adecuada y empiezan a ofrecer orientación dietética". Las cualidades clínicas de un paciente, sus necesidades nutricionales y la presencia o

ausencia de cualquier patología adicional son factores importantes a tener en cuenta a la hora de formular un plan de alimentación (Santos, 2022).

Por lo tanto, ha habido un aumento crítico en el número de problemas dietéticos como la bulimia, la anorexia, las formas de comportamiento relacionadas con la pérdida de peso, la fijación en la construcción del cuerpo ideal, y los regímenes dietéticos chocantes; lo relacionado con la autoevaluación y la autopercepción como la autoconciencia torcida, la baja autoconfianza y la insatisfacción corporal. Como resultado de esta línea de pensamiento, los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la promoción controlada de representaciones idealizadas del éxito; incluso se podría decir que se utiliza un engranaje mecánico para fomentar el consumo de la imagen representada, que se presenta de una manera más cercana a un ideal de perfección que a la realidad. Este ideal, que impregna todos los niveles de la sociedad, se utiliza para lograr el resultado final deseado: la promoción del éxito.

La mayoría de la población de Buenaventura se identifica como afrodescendiente, un grupo étnico caracterizado típicamente por líneas de cabello y labios prominentes, secciones medias más llenas y un físico socialmente reconocido; sin embargo, ahora se considera normal ver a personas que están íntimamente relacionadas con esta particularidad de someterse a procedimientos estéticos porque han sido sometidas a ellos (Castro, 2020).

Para el caso específico de Buenaventura, existe una mujer afrolatina prototípica dentro de este contexto, con orígenes en fantasías colectivas sobre la apariencia física de estas mujeres. Esto se hizo para elevar su estatus dentro de la comunidad, elevando los estándares por los cuales son juzgadas atractivas. Estas ideas han abierto la puerta a que muchas mujeres se sometan a

cambios físicos, ya que la sociedad actual se define por sus elevados estándares y su creciente obsesión por los cuerpos voluptuosos y sin defectos.

Como ciudad rica en diversidad cultural y expresiones plurales, Buenaventura ofrece un paisaje cultural en el que los y las jóvenes pueden articular sus valores y objetivos personales y conformar sus identidades, como individuos y como grupo. Esto los lleva a formar comunidades basadas en experiencias y valores compartidos, como expectativas, intereses, consumo, actividades, espacios y preferencias. Según Villegas (2002), podemos comprender mejor a las y los jóvenes identificando, describiendo e interpretando sus prácticas cotidianas, sus hábitos de consumo y sus expresiones. Esto nos permite conocer las estrategias concretas de los y las jóvenes para conformar su yo presente y futuro, y nos abre la puerta a esclarecer los efectos sociales y culturales que pueden tener estas tendencias.

Es importante mencionar los jóvenes de ambos sexos buscan hoy un ideal estético, lo que los ha llevado a utilizar diversas tácticas para imitar a la *it girl* del momento e introducirse en la industria de la moda, dejando de lado la opción de ser y sentirse auténticos y únicos. Por lo tanto, la gente imita las normas sociales que los animan a seguir prácticas corporales estéticas como las visitas frecuentes a "centros de acondicionamiento físico" (antes conocidos como clínicas ginecológicas), "centros de estética corporal", planes dietéticos específicos para ganar o perder peso y cirugía estética. Varias personas se han preguntado por qué la inmensa mayoría de los y las jóvenes de todo el mundo quieren conseguir una imagen acorde con el modelo actual, perseguir un ideal de belleza para mantenerse o entrar en la élite de la moda, a costa de su propio sentido moral del cuerpo y del ser.

Desde la colonización, el ideal blanco de belleza ha dominado el paisaje estético, y el aspecto racial se ha utilizado como herramienta de estratificación social. La autora sostiene (Schucman, 2013) que el privilegio blanco existe en los países europeos antiguamente colonizados no sólo porque la élite de esos países es blanca, sino también debido a los estándares de belleza y poder contruidos históricamente que situaban injustamente a las poblaciones no blancas e indígenas en relación con los blancos.

Así, se demostró que los medios de comunicación y los concursos de belleza eran en gran parte culpables del declive de la belleza afrocéntrica, ya que contribuyeron al auge de unos cánones de belleza racialmente excluyentes. Esto, a su vez, alimentó un aumento de los estereotipos de belleza, que sirvió para acelerar y anclar subjetivamente la aceptación social de los ideales de belleza.

Por el contrario, existe una clara reticencia a admitir en público las motivaciones que subyacen tras las transformaciones físicas de algunas mujeres afrodescendientes de la población indígena de Buenaventura. Estas mujeres se someten a estos procedimientos en un esfuerzo por cambiar su apariencia física e, idealmente, sentirse más aceptadas por la sociedad.

Debido a este problema, las y los jóvenes están cada vez más interesados en programas de fitness que prometen ayudarles a conseguir un determinado tipo de cuerpo para encajar en las normas sociales y obtener la aprobación social; sin embargo, para "vender" un cuerpo delgado, muchos han adoptado comportamientos que dañan su autoestima, sucumbiendo a la presión de los medios de comunicación para elegir alimentos poco saludables.

## **1.2. Antecedentes**

Con el interés de conocer los avances que se han hecho frente a los estudios sobre los imaginarios de belleza, se expondrán varias investigaciones con el propósito de ampliar un poco nuestro tema de investigación. De modo que con ello se elaborará un acercamiento que nos conduce a fundamentar metodológicamente dicha investigación, y en general tomar todo aquello que posibilite continuar con la reflexión sobre este tema que hoy se propone aportar al Trabajo Social en Buenaventura.

### **1.2.1. Internacionales**

En el estudio “La imagen estereotipada de la mujer en la comunicación visual y el diseño en Buenos Aires” Cecilia Napoli (2017) muestra lo que está sucediendo de la dama en curso proyectada por los medios de comunicación visual como las revistas sexuales y las revistas de farándula, en la que el creador hace un examen minucioso y similar del trasfondo histórico de los estándares de belleza contrastados con los exhibidos en los medios de comunicación de hoy en día, así como el impacto que los artífices de los medios de comunicación visual tienen en la sociedad y cómo inciden en cierta forma en los estereotipos y creencias de belleza (especialmente en las mujeres).

En la parte metodológica la investigadora utilizó el método histórico comparativo, el deductivo y el inductivo; en donde finalmente concluyó que las imágenes con las que han sido definidas las mujeres han subrayado su identidad sexual por encima de su identidad como ser humano. La utilización del erotismo en los medios visuales y de comunicación ha ido evolucionando conforme a los valores de la sociedad que se volvieron más tolerantes y abiertos a

las formas de comprensión de estos mensajes, pasan de ser una labor juzgada anteriormente a ser una situación acogida sin recelo por parte de la sociedad actual.

Por otro lado, en su tesis, María Belén Balbi (2013), "Impacto de los modelos ideales de belleza y delgadez, propuestos por los medios de comunicación, en las mujeres juveniles de Argentina" muestra que, a partir de ahora, los medios de comunicación, revistas y programas de televisión, proponen una generalización social de la belleza en las mujeres con cuerpos "ideales" o "grandes", imaginando la delgadez como palabra equivalente de progreso y la hinchazón como palabra equivalente de decepción. Los jóvenes son los beneficiarios más débiles de estas generalizaciones óptimas, ya que en esta fase de la vida hay una ausencia característica de fuerza y conocimiento de sí mismos y están buscando modelos de personalidad, razón por la cual puede haber poca capacidad de soportar cualquier distinción que pueda introducir su autopercepción, contrastada con los diseños socialmente reconocidos.

En la parte sistémica, la metodología utilizada fue de tipo expresivo, a la luz de un enfoque subjetivo y cuantitativo de la información esencial, donde por fin presume que, al existir una angustia con la propia autopercepción del joven, y por lo tanto la correlación de su cuerpo con el de las mujeres con cuerpos despampanantes, puede desencadenar una fijación por la comida y el comer, que prácticamente no tendrá oportunidad de ponderar ser grande.

Por su parte, Eric Samso y Camila Muñoz Morillo (2015) Realizo la tesis "estereotipos de belleza femenina en la promoción y el gesto en los jóvenes de Ecuador. Uso de la Ley Natural de la Correspondencia en el campo de la promoción" nos muestra lo que la publicidad puede significar directamente o de manera indirecta para el enfoque de mirar, ser y actuar que la orientación femenina debe satisfacer. En los artículos publicitarios se suele mostrar a las mujeres

como un elemento sexual de beneficio. Esto se minimiza a partir de ahora en nuestro público general, en el que las generalizaciones de orientación están excepcionalmente presentes.

La ejecución de la nueva Ley Natural de la Correspondencia ha forzado algunas directrices en el universo de la correspondencia en general, y de la publicidad en particular. Esta proposición se centra en un examen total de la utilización de la nueva normativa. Este estudio muestra que la ley está cambiando ciertas partes de cómo se termina la promoción, pero todavía no se aplica completamente y su subjetividad, como demuestra esta exploración, es evidente.

Dicho lo anterior, podemos comprender la forma en la que la publicidad puede afectar la forma de ser y de actuar con las cuales según la sociedad deben cumplir las mujeres ya que la mayoría de las campañas publicitarias giran en torno a ellas mostrándola en algunas ocasiones como objeto sexual, todo esto con fines lucrativos y de cómo esto influye en la visión de las personas en temas como lo son la belleza y el consumo de X o Y producto.

Asimismo, encontramos el estudio “sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema, impuesto por los medios de comunicación y sostenidos por la sociedad” (Murolo, 2009), que presenta la verdad y la bondad como uno de los misterios inimaginables de la idea general. Los antiguos racionalistas, por ejemplo, Platón y Aristóteles, que intentaron dar sentido a todo, no pudieron ofrecer respuestas absolutas a estas cuestiones. En la disposición empresarial de normalización y reunión ilimitada, la belleza es un componente vital de la creación, la multiplicación y la sustentabilidad. La belleza es inconfundible, es producto y artículo, mientras que la belleza en esta situación, se convirtió en una charla, un referente silencioso, una historia de lo atractivo. El marco premia el desarrollo en un camino hacia la impecabilidad real. Ya es consciente de que los beneficiarios de los mensajes no se parecen, por lo general, a la generalización que hay que realizar.

Al mismo tiempo, da los componentes vitales para que todos acepten que pueden lograrlo. Por otra parte, cuando las comunicaciones amplias examinan estas cuestiones, lo hacen en su mayor parte reorientando el eje de la conversación. Es importante indicar con esta exploración pasada, como desde el marco industrialista se ve lo maravilloso como una variable crítica de creación y sustentabilidad, así mismo trayendo a colación lo encantador como todo lo sustancial, producto o artículo y la belleza como todo lo seductor y detectable por las facultades.

Por otra parte, encontramos un trabajo de exploración cuyo diseño fue decidir el impacto de los estereotipos de belleza y la autoevaluación de la autopercepción en adolescentes en el rango de 14 y 17 años de la escuela de horticultura Luis a. Martínez de la ciudad de Ambato. Este examen se realizó en Ecuador, consta de seis partes, donde se da sentido a la visualización de la circunstancia en torno a los estereotipos de belleza y la autoevaluación de la autopercepción, en los jóvenes del establecimiento, luego nuevamente el procedimiento que utilizaron constó de una encuesta llamada "Encuesta de Auto-Relación Corporal Multicapa (MBSRQ)" y una encuesta más para evaluar la auto-evaluación de la auto-percepción, teniendo una población de 66 individuos; A partir de ahí, tuvieron la opción de realizar una investigación de los resultados del programa SPSS, donde tuvieron la opción de deshacerse de la especulación que habían reconsiderado al principio, la cual mostró que los estereotipos de belleza no impactan directamente en la autoevaluación de la autopercepción de los adolescentes en el rango de 14 y 17 años de la Escuela Agraria Luis A. Martínez. Martínez.

Por último, las consecuencias del estudio mostraron que el 33% de los estudiantes tienen una estereotipia baja, lo que implica que un nivel de estudiantes no son impactados por lo socialmente establecido inexistente, seguido por una estereotipia alta (25,8%) y excepcionalmente alta (24,2%), lo que demuestra una mayor reunión donde se tiende a ver que los impactos sociales

son significativos para ellos, por lo tanto hay dos reuniones en límites excepcionalmente estampadas, en las que ocurren diferentes peculiaridades sociales.

Una revisión más conectada con nuestro punto de exploración fue llevada a cabo en 2005, llamada Stock de Autopercepción para Mujeres Juveniles, este estudio giró en torno a la cepa de entretenimiento virtual en ese año, que estaban conectados a la fijación de la delgadez y cómo esto afectó negativamente a la confianza de las mujeres jóvenes y por lo tanto en su auto-percepción. A través de esta revisión, se hizo un ejemplo de 102 mujeres jóvenes en el rango de 13 y 18 años, donde los resultados mostraron un enorme nivel de mujeres jóvenes que estaban decepcionadas con su autopercepción, entonces de nuevo, las mujeres comunicaron su afán de hacer cambios en sus cuerpos sin considerar los impactos en su bienestar.

Teniendo en cuenta que estos estudios aportan un conocimiento más amplio en lo que refiere a nuestro tema de investigación desde distintos enfoques o perspectivas, nos lleva a reflexionar acerca del papel que cumplen los adolescentes, ya que es una etapa en la que son fuertemente influenciados por la sociedad, al pasar del tiempo el ideal de belleza sigue consolidándose más perfeccionista, en donde la identidad de cada persona especialmente los jóvenes debe ajustarse o adaptarse a lo establecido socialmente, pero en muchas ocasiones esto los lleva a desarrollar ciertos grados de complejidad que repercuten en su salud física y emocional.

Todos estos antecedentes internacionales permiten comprender que a pesar de tener su origen en una matriz de la época colonial (las mujeres negras son vistas como seres hipersexuales y, por extensión, objetos sexuales), los estereotipos raciales y sexistas contemporáneos han adoptado formas más matizadas. Sin embargo, estos estudios se quedan cortos a la hora de comprender los diferentes estereotipos de belleza en mujeres jóvenes, ya que su visión es mucho más amplia y no logran demostrar que, aunque las mujeres afroamericanas han sido históricamente

objeto de prejuicios y estereotipos de belleza, no han dejado de contraatacar y construir una cultura en la que se las reconoce de nuevo como una población poderosa con varias características redentoras. Esto se consigue con el pelo y negándose a ajustarse a los cánones de belleza impuestos por la sociedad que es uno de los puntos fuertes de este estudio y lo diferente del mismo.

### **1.2.2. Nacionales**

En este proceso de consulta de antecedentes nacionales, encontramos la propuesta denominada "estereotipos de belleza actual en los medios de comunicación en las jóvenes, estudiantes universitarias de Villavicencio", Colombia en el año (2016). De los creadores Katherine Andrea Buitrago Hurtado, Dámaris Ulloa Ocampo, Erika Tatiana Vaca Blandón.

Este examen tuvo una metodología subjetiva, centrada en la representación de las maneras en que el mundo social es capaz, descifrado, comprendido y entregado, a la luz de los mensajes enviados por las imágenes distinguidas en las comunidades informales. Además, la exploración se basó en la información delicada adaptable y el establecimiento de estereotipos de belleza en los medios de comunicación.

La configuración del examen fue fenomenológica, la cual se percibe como la investigación distinta de la sustancia del conocimiento, o al menos, de lo que se aborda en él, los encuentros llamados intencionales por Husserl pueden ser el objeto de estudio, "están organizados en partes y puntos de vista, de modo que la tarea fenomenológica comprende el descubrimiento de esas partes".

A través de este estudio se encontró que más del 60% de las mujeres en el rango de 13 y 18 años de edad podrían querer parecer individuos que aparecen en los medios de comunicación;

donde los estereotipos de belleza están representadas por delicados reflejos faciales, especialmente latinos, piel blanca y cualidades corporales de esbeltez y altura; donde las mujeres declaran reverencia por las figuras introducidas en los medios de comunicación que se comparan con ciertos atributos de su fantasía de belleza real. No se reconocen contrastes significativos diferenciados por orientación o capa. En cualquier caso, es evidente que existe una conexión entre los medios de comunicación y la imagen de las mujeres, así como que la oportunidad a la que se presentan los medios y los datos que envían impactan en las inclinaciones de las mujeres.

De esta manera, en la representación de los estereotipos de belleza presentada por un similar hay una propensión hacia los límites, por ejemplo: "pelo rubio u oscuro", figura "agradable" o "seductora", "con una tonelada de cosméticos" o "con poco", asimismo en un punto de transición aluden al cabello representándolo como "semiondulado" y en la utilización del vestido manifiestan haber visto prendas "provocativas" o "casuales" en las mujeres presentadas en los medios de su inclinación.

En segundo lugar, la investigación titulada "estudio semiótico del cambio de la utilización de los estereotipos de belleza femenina en la publicidad televisiva colombiana desde la ciencia social del cerebro" compuesto por Grecia Yubiet Herrera Giraldo, del año 2022.

El interés fundamental de esta monografía fue diseccionar cómo ha sido el curso del cambio de los códigos utilizados en el lenguaje promocional relacionado con los estereotipos de belleza en la TV pública durante los más recientes 10 años, dando datos importantes y permitiendo la prueba reconocible de estas predisposiciones sociales para sumar al desarrollo de los estados de correspondencia y asistencia gubernamental para las mujeres

Este estudio utilizó el enfoque subjetivo, utilizando la estrategia de la fenomenología. Asimismo, se utilizaron enchufes de televisión, investigando los códigos predominantes, persistentes y emergentes de cada negocio para cada uno de los artículos que tienen un lugar con la clase de compradores.

En un orden específico de pensamientos, dentro del perfeccionamiento de esta exploración, se encontró que los códigos que surgen en los enchufes de la televisión colombiana en la clase de belleza y utilización de la consideración individual son: dama genuina, dama emocionante, dama más establecida, dama con coloración oscura, mujeres con varios tipos de cabello y sin esfuerzo. Asimismo, se observa que hay marcas en la promoción televisiva que siguen utilizando los códigos habituales imperantes, presentando los estereotipos de delgadez, juventud, piel maravillosa y pulcritud. Se ve cómo se sigue enviando el modelo de la dama maravillosa relacionado con la esbeltez, la juventud, la apariencia asombrosa y el estar continuamente impecable, ya que estos estereotipos son inseparables de la belleza y el logro.

El tercer examen fue "modelo presciente de decepción con la autopercepción" cuya creadora fue Martha Juliana Villegas Moreno de Pereira, Colombia, en el año (2021).

Fue un informe inequívoco con examen multivariado, a través del método de condiciones subyacentes (SEM), para obtener un modelo presciente, donde se buscó concentrarse en la conexión, así como la relación entre los factores para producir conjeturas y expectativas en los miembros.

Por otra parte, el examen mostró que el bienestar psicológico, el segmento y los elementos socioculturales dan sentido al 85% del cambio de la decepción con la autopercepción, lo que hace concebir la explicación de que la decepción con la autopercepción se anticipa a partir

de la conexión y que las circunstancias individuales, financieras y sociales se han relacionado individualmente con el tema de la autopercepción en las mujeres jóvenes. Posteriormente, la motivación de esta revisión fue distinguir los factores individuales (cuestiones dietéticas, tensión, abatimiento, edad, sexo, carácter de orientación, tutoría, estado conyugal y estado financiero), sociales (asimilación de los estándares de belleza y tensión de los medios de comunicación, familia y grupo de amigos) que en conexión anticipan la decepción con la autopercepción.

En la postulación denominada "Límites de la belleza femenina en el pago del daño por gusto en Colombia a partir de 1991". Compuesta por Jenny Fernanda Cumbal Burgos en el año (2021).

Fue creada a partir de una metodología socio-legal, a través de una estrategia subjetiva, donde en ese ciclo se diseccionaron las contenciones de las decisiones dadas por la Tercera Parte de la Dirección General de Asuntos del Estado, sobre el tema del examen para conectar las decisiones sobre remuneración con los límites de la belleza femenina que existen en Colombia.

La exploración tuvo la opción de descubrir que, con seguridad, los límites de la belleza femenina afectan a la evaluación de la remuneración por el daño del gusto obtenido del método de control de la devolución directa de la Junta de Estado. Esto se debe a que, evidentemente, los estereotipos de belleza femenina repercuten en el conjunto de la sociedad y, concretamente, en los jueces que son importantes para ella. Por lo tanto, los jueces son supuestamente impactados por las generalizaciones a la hora de hacer evaluaciones deducidas de los impactos y resultados estilísticos que podrían traer la existencia de una dama y un hombre. De este modo, esto afecta a la elección de los juzgadores a la hora de articular sentencias para las mujeres supervivientes de una decepción en la disposición de la ayuda clínica, mientras se confirma que los gestos estilísticos

o corporales ganan en las mujeres, debido a los estereotipos de belleza establecidas por la sociedad actual.

En la postulación denominada, "estereotipos de belleza: tipos de control hacia los cuerpos femeninos. Una metodología desde los procedimientos estéticos" compuesta por, Laura Daniela Gómez Zambrano, en el año (2020).

Se creó a través de la metodología mixta, donde se utilizaron estas dos estrategias ya que; en todo caso, se propuso la metodología subjetiva por ser un punto que iba más allá de los cuerpos de las mujeres y sus relatos, donde se requería un examen con una riqueza más profunda y más privada. Además, se propuso la metodología cuantitativa en vista de que se percibía que la belleza física es un desarrollo social y era importante dirigir una revisión más amplia para caracterizar si había una generalización prevalente en Bogotá y, asumiendo que así fuera, caracterizar cuál era. Ante esto, se utilizaron tres dispositivos de recolección de datos para avanzar hacia el tema según el punto de vista de las mujeres entre 18 y 55 años que viven en la ciudad de Bogotá y que han pasado o no por procedimientos médicos de nivel superficial y que, por cuenta de algunos, comprometen parte de su oportunidad en la práctica de sus cuerpos en centros de ejercicio.

A través de esta exploración se descubrió que la sociedad acepta que lo que está de moda es delicioso, tanto para las personas, el mercado y la publicidad ayudan a construir el ideal de belleza en el cuerpo femenino, en lo que respecta a los individuos que son responsables de los esfuerzos de publicidad, "En lo que los editores están, de alguna manera, obligados a decir con respecto a lo que los hombres necesitan de las mujeres, en realidad, lo que los patrocinadores necesitan de ellos" (Wolf, 2002, p. 94). El negocio no estaría terminado si por algún golpe de suerte las mujeres compraran el pensamiento respecto a la belleza en el cuerpo femenino, es

esencial que los hombres igualmente tengan ese ideal por lo que se podría decir que esto es lo que realmente buscan los hombres y en consecuencia las mujeres están más interesadas en lograrlo, necesitando estar a la altura de sus supuestos.

De igual manera se confirmó que el ideal del cuerpo femenino difundido por la sociedad y la promoción hace tensión en ciertos individuos para cumplirlos, en cuanto a las reuniones, siete individuos con los que se habló dijeron que sentían la tensión en el cuerpo femenino, los enfoques para sentirse constreñidos cambian según el individuo, se referían al peso tanto para ponerse más en forma como para engordar, los diseños, por ejemplo, cejas delgadas, el show, los cosméticos, el peinado, la piel y la ropa, particularmente la última opción se pide a las mujeres sólo por serlo.

En el examen denominado "Cuerpos Modelos, Cuerpos Moldeables" presentado por Lina Moreno Velásquez (2010). El objetivo fue investigar las inspiraciones que legitiman el procedimiento médico restaurador desde la experiencia de las personas que han pasado por una cirugía de este tipo. Se examinan desde el perspicaz modelo de Nancy Scheper Hughes y Margaret Lock del "Cuerpo Cognitivo" y se atienden los niveles individual, social y político del cuerpo.

Se dirigieron cuatro encuentros de arriba a abajo con mujeres de diversas edades que se han sometido a cirugías de estilo en varios momentos de su vida y en varias partes de su cuerpo, y cinco encuentros adicionales con profesores de bienestar y profesionales clínicos capacitados, con los cuales se rehízo el ciclo que incluye una cirugía de estilo por cuenta de dos establecimientos confidenciales de estilo en la ciudad de Bogotá y el programa de "Procedimiento médico social estetico" de la Clínica del Colegio San Ignacio. Las instancias de estas mujeres se presentan como un conjunto de experiencias y se legitima desde la hipótesis la conexión actual entre las representaciones sociales del cuerpo, ejemplificadas en las imágenes de impecabilidad y belleza y el cambio corporal para conseguir estas imágenes ideales.

Se presume que: una amplia gama de prácticas y conversaciones se graban en el cuerpo femenino; según cada segundo verificable estos grabados se cambian y permiten tomar una situación antes del procedimiento médico elegante y las conversaciones detrás de su ejecución. Este examen da un sueño de cuerpo y belleza a partir del procedimiento médico estético como una forma de lograr un ideal de cuerpo y belleza que impulsa a los individuos a pasar por métodos que cambian su imagen según sus creencias forzadas.

En el caso de los estudios nacionales, a diferencia de la presente investigación, estas no permiten ver claramente las percepciones, estereotipos y valoraciones sobre la belleza afro. Más aun cuando en el país se presta más atención a la blancura y a los cánones de belleza afrocéntricos cuando se habla de un pelo bueno y atractivo. Los cuerpos de las mujeres negras aparecen retratados negativamente en los medios de comunicación debido a las imágenes idealizadas que muchas han creado para sí mismas o que otros les han mostrado. Dado que es ampliamente reconocido que el concepto de belleza como simétrica excluye a las mujeres negras, se han tenido que desarrollar nuevos y alternativos estándares de atractivo. Continuando con el apartado anterior, la valoración en el discurso de las mujeres que se pasan al natural se caracteriza por enfatizar el efecto positivo que tiene en quienes lo ven.

### **1.2.3. Locales**

Dentro de la búsqueda de antecedentes a nivel local se encontró, la tesis titulada Factores Sociales Influyentes En La Realización De Cirugías Estéticas En Las Mujeres de Buenaventura escrita por Jenny Manuela Castro Muñoz, Mayra Alejandra Granados Alarcón y Evelin Samira

Riascos Ramírez para optar por el título de Trabajadora social, esta tiene por objetivo identificar la incidencia que tienen los estereotipos sociales de belleza en la realización de cirugías estéticas en las mujeres.

Los medios de comunicación son fundamentales en el proceso de aceptación de las cirugías estéticas puesto que estos se encargan de difundir o vender ideas que logran impactar a quienes tienen alguna inconformidad con su cuerpo. Las redes sociales, la televisión, la radio, entre otros medios no solo informan a la población sino que también promueven el consumo de este tipo de procedimientos quirúrgicos estéticos, pues son precisamente estos los que imponen una imagen o un ideal de belleza que termina por ser reproducido y socialmente aceptado, como son los modelos, actores, presentadores, las nuevas figuras de las redes sociales que incluyen los llamados youtubers, instagramers, en general los famosos, que te muestran una figura esbelta donde no hay cabida para otro canon de belleza, que no sea el predominante, estas figuras mediáticas inciden en el consumo de este tipo de cirugías, ya que ellos se muestran como referentes a la hora de venderlas haciendo que las personas que los siguen deseen entrar en estas dinámicas, convirtiéndose en agentes reguladores porque llegan hasta a decirte que es lo que está bien y lo que no.

Por otro lado, se muestra la incidencia de los imaginarios sociales en las mujeres, pues esto realmente las impulsa a querer llevar a cabo cambios de tal magnitud que implican incluso en ocasiones arriesgar su vida, y más aún en un contexto como Buenaventura, donde no se encuentran establecimientos especializados en estos procesos y donde el estereotipo de la mujer negra con busto y glúteos prominentes y cintura pequeña son el estándar implantado pues se considera que es así como debe ser una mujer del Distrito de Buenaventura. (Muñoz, Granado & Riascos, 2020).

Por medio de esta investigación se logró encontrar que los ideales de belleza socialmente aceptados y difundidos han implantado en el imaginario la necesidad de un cuerpo

perfecto, haciendo que muchos que no lo tienen busquen de todas las maneras posibles acceder a este.

Para finalizar, como resultado de este estado del arte, se encuentra que en los estudios tomados en cuenta se evidencia la existencias de diferentes ideales de belleza socialmente aceptados y difundidos han implantado en el imaginario la necesidad de un cuerpo perfecto, haciendo que muchos que no lo tienen busquen de todas las maneras posibles acceder a este, ambos estudios tienen en cuenta la voz de los actores al utilizar diferentes técnicas, permitiendo de esta forma develar la realidad de los mismos y en la construcción de variables de investigación, además en términos de marco teórico y planteamiento de problema, fueron de mucha utilidad, dado que sirvieron para aclarar asuntos con respecto al tema

La investigación “Lo Negro es Bello” Por Cárdenas, (2015). Es una reflexión teórica sobre el discurso y el papel que tienen los medios de comunicación en la construcción del discurso sobre lo bello. Para tal fin realizó una revisión bibliográfica, cuyo objetivo era describir la percepción de belleza como las representaciones estéticas que han construido la mujer afro entre 15 y 65 años de edad en Buenaventura como resultado de los discursos que sobre lo bello promueven los diferentes medios de comunicación.

Como conclusiones la autora plantea que las mujeres afrodescendientes en la actualidad han conservado ideales de belleza ajenos a su propio fenotipo étnico al dejarse seducir por lo convencional

De igual manera, con base en estos antecedentes, se encontró que; resulta ser complejo tener un sólo concepto de belleza, dado a que este suele ser subjetivo y depende del contexto en el que cada persona se encuentre, debido que cuando se habla de belleza y estereotipos se hace

alusión a la existencia de diferentes ideales que se establecen y la manera en que cada uno tiene su percepción del concepto, donde en muchos casos se llegan a desencadenar diferentes problemas como lo son los trastornos alimenticios que se pueden desarrollar en muchas personas e incluso un cambio en sus propias identidades, lo que podría llevar a un conflicto emocional, como también la realización de cirugías estéticas que pueden resultar ser riesgosas en cuanto a la salud y vida de las personas que se las realizan.

Finalmente, los estudios ponderados demuestran que diversos ideales de belleza socialmente aceptados y ampliamente difundidos han impreso en la mente la exigencia de un cuerpo impecable, incitando a muchos que carecen de este ideal a buscarlo por todos los medios. Ambos estudios tienen en cuenta la voz de los actores empleando diversas técnicas, lo que permite una comprensión más matizada de la cuestión. Sin embargo, se quedan cortos al momento de describir la percepción sobre los estereotipos de belleza en mujeres jóvenes afro lo cual necesariamente conlleva entender las normas convencionales se imponen a las mujeres negras como una especie de propiedad. No sólo en lo que se refiere a la sexualidad y al cuerpo en sí, sino también a las emociones y los sentimientos, y a la manipulación psicológica, entendiendo que esta última, en virtud de su carácter expansivo, ha contribuido a deformar el pensamiento de una generación a otra en pos de los ideales de belleza.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Cuál es la percepción de los estereotipos de belleza en mujeres jóvenes entre 15 a 25 años del Distrito de Buenaventura?

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. General**

- ✚ Describir la percepción de los estereotipos de belleza en mujeres jóvenes entre 15 a 25 años del Distrito de Buenaventura.

### **1.4.2. Especifico**

- ✚ Caracterizar el ideal de belleza corporal que poseen las mujeres jóvenes entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura.
- ✚ Comprender si las modificaciones corporales son mecanismos de aceptación en la apariencia física de mujeres jóvenes entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura.
- ✚ Indagar sobre los factores influyentes que motivan a las mujeres entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura a seguir los estereotipos de belleza.

## **1.5. Justificación**

Desde la perspectiva de los contextos sociales y culturales, la belleza ha sido el tema primordial para la generación de presión social, particularmente en la imagen del cuerpo de las personas, donde es más notorio que la presión se ejerce en contra de las mujeres. Esto se debe a que existe un conjunto de estándares a mantener que están estructurados según el ideal de

feminidad. Por lo tanto, hoy en día las mujeres son más propensas a someterse a procedimientos que resulten en un cambio o restauración de su apariencia.

Dada la amplitud de las posibles áreas temáticas del trabajo social, parece oportuno hablar de los ideales de belleza. Estos ideales actúan como poderosos catalizadores del cambio social, el desarrollo y la cohesión al garantizar el cumplimiento de la ley y proteger los derechos humanos fundamentales de las personas. Mientras que el debate sobre los ideales de belleza pondrá de relieve las características físicas únicas de los individuos y cómo estos ideales condicionan, limitan y contrarrestan el derecho al autodesarrollo individual que todos los ciudadanos comparten y que puede verse comprometido cuando se intenta encajar en la sociedad, como vimos en la sección anterior.

Desde el quehacer del Trabajo Social, es importante comprender que la presión social sobre las mujeres no es nueva; persiste en todas las culturas y a lo largo de la historia. Al crecer, las jóvenes o adolescentes, se ven influidas por sus madres, sus compañeros y los medios de comunicación. En la sociedad actual, los concursos de belleza y el modelaje se tratan con la misma reverencia que los rituales religiosos. Desde una edad temprana, se enseña a las niñas a no querer su cuerpo si no se ajusta a los ideales de belleza de la sociedad que, en el mejor de los casos, son poco realistas y, en el peor, totalmente contrarios a las experiencias vividas por muchas mujeres.

Cabe señalar que la cirugía estética está desempeñando un papel importante en el desarrollo y la aceptación de estos estereotipos; esta aceptación se refleja en la adopción de estándares de belleza, lo que a su vez revela cómo las culturas externas han influido en las concepciones internas de uno mismo y han dado lugar a un imaginario compartido en oposición a los estándares de belleza que deben mantenerse. Además, despertó nuestro interés el hecho de que estas creencias hayan contribuido a aumentar el número de mujeres afectadas, provocando

trastornos psicológicos relacionados con la alimentación y la autopercepción. Por ello, creemos que es esencial vincular nuestra investigación al entorno sociocultural en el que nos encontramos. Sólo así seremos capaces de captar todo el significado del tema de nuestro estudio.

Entre los objetivos de este estudio está demostrar cómo perciben los ideales de belleza las mujeres jóvenes de Buenaventura, entre 15 y 25 años.

Este es un tema importante porque permite enfocar el trabajo social en el estado actual de la sociedad, la cual es una sociedad hedonista preocupada únicamente por el bienestar de sus miembros y la búsqueda del placer a través del reconocimiento social y la adhesión a estereotipos culturales.

Dado que los procesos estéticos son cada vez más comunes en la sociedad actual y que el imaginario social de los individuos se ha vuelto más fijo en respuesta a los estereotipos de belleza de los medios de comunicación y su impacto en nuestras propias percepciones de la belleza, este estudio es muy relevante para el mundo en el que nos encontramos.

Como cuestión social, merece la pena investigar y abordar la alteración de las rutinas cotidianas positivas de los jóvenes de Buenaventura; este tipo de cuestiones tienen homólogos en el mundo real. Por lo tanto, el desarrollo de la autopercepción durante la adolescencia debe abordarse como una peculiaridad sociocultural en la que la belleza se busca como una peculiaridad social y los parámetros a seguir se difunden predominantemente a través de las interacciones que las personas mantienen con quienes las rodean, en las que los individuos plantean conceptualizaciones de naturaleza calificativa.

No menos importante el trabajo social debe analizar las cuestiones relacionadas con la presión que la sociedad moderna ejerce sobre sus miembros para alcanzar la "belleza física" es

especialmente intensa en las culturas occidentales, donde ha aumentado el valor de "estar delgado" (Taylor et al., 1998; Stice y Bearman, 2001). Como resultado de esta presión social, ha surgido una preocupación extrema por el propio peso, lo que demuestra que la propia imagen corporal está influida por varios factores a través de los espectros sociocultural, biológico y ambiental.

En ese mismo sentido, el término "imagen corporal" se refiere a "la imagen mental que creamos de nuestro propio cuerpo" o "la forma en que nuestros cuerpos expresan quiénes somos" (Rosen, 1995 citado por Cruz y Maganto, 2003). En consecuencia, la percepción que un individuo tiene de su propio cuerpo es más importante que cualquier medida objetiva de atractivo físico, y viceversa. Desde el Trabajo Social la percepción (del cuerpo como un todo o de una parte específica), la cognición (del valor del cuerpo), la emoción (de cómo uno se siente con respecto a su propio cuerpo) y el comportamiento (que se deriva de la percepción y valoración del propio cuerpo) contribuyen a la imagen corporal global (Cash y Pruzinsky, 1990; Thompson, 1990 citado por Cruz y Maganto, 2003).

Hoy en día, los cánones de belleza se basan a menudo en modelos que favorecen la figura esbelta. La interiorización de tales ideales es un factor de riesgo para la aparición de alteraciones de la imagen corporal. Cuando una persona compara internamente su cuerpo con el cuerpo ideal establecido por la sociedad, puede experimentar sentimientos de insatisfacción. Muchos estudios han demostrado que las tendencias occidentales están difundiendo más imágenes de obesidad por todo el mundo. Esto hace que la distorsión de la imagen corporal sea un problema global con una influencia creciente tanto en las naciones desarrolladas como en las que están en vías de desarrollo.

## Capítulo II

### 2. Marcos de referencias

#### 2.1. Marco Contextual

Cabe resaltar que el estudio está enfocado en Buenaventura el cual oficialmente es denominado un Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura, es una región y el principal puerto marítimo de Colombia y uno de los 10 puertos más importantes de América Latina. Limita al norte con la Rama del Chocó; al este con los distritos de Jamundí, Cali, Dagua y Calima Darién, al sur con la División del Cauca y al oeste con el Mar Pacífico. Sus ejercicios monetarios dependen de los negocios (la industria del turismo), el desarrollo, el ensamblaje, los factores coordinados y el transporte (Secretaría Distrital de Salud del Distrito de Buenaventura, 2021).

*Figura 1 Distrito de Buenaventura- Valle del Cauca*



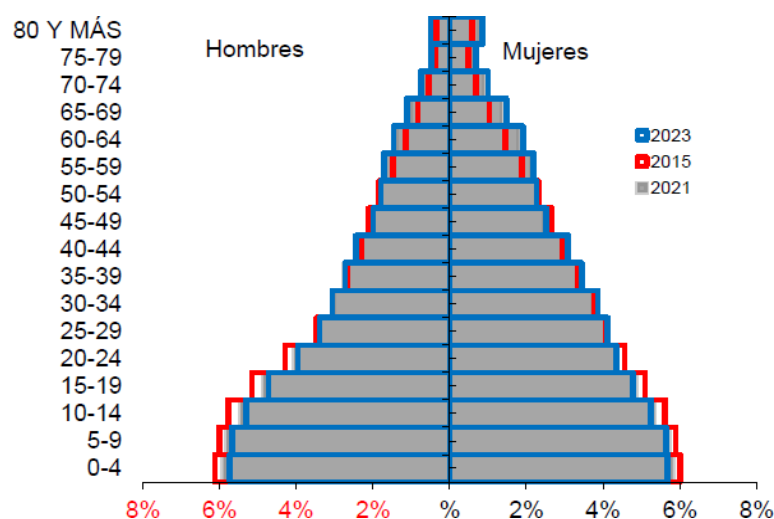
Fuente: Departamento Nacional de Planeación, 2018

Buenaventura tiene una extensión de 6.785 km<sup>2</sup> de los cuales el 99,6% (6.759 km<sup>2</sup>) es región provincial y el 0,4% (26 km<sup>2</sup>) es región rural.

Según datos del Registro DANE 2018, la Localidad de Buenaventura - Valle del Cauca para el año 2022, presenta una población extendida de 315.743 ocupantes, de los cuales el 76,7% (n= 242.174) habitan en la región metropolitana y el 23,3% (n=73.568) en la región rústica. Tiene una superficie completa de 6.785 kilómetros cuadrados, para un grosor de población de 59 ocupantes por cada kilómetro cuadrado. El transporte por sexo, el 47% (n=148.757) corresponde a mujeres y el 53% (n=166.986) a hombres.

En el examen de la circunstancia de bienestar de la Localidad para el año 2021, la pirámide poblacional de Buenaventura actúa de manera constrictiva, se evidencia una disminución de la riqueza y de la tasa de natalidad con una restricción en su base en contraste con el año 2015 y un mayor aguante de los individuos en los grupos de edad más maduros. Se proyecta que constantemente en 2023 la base seguirá restringiéndose, aunque de manera mucho más leve, y aumentará el número de habitantes en edades más avanzadas y disminuirá la mortalidad. (Secretaría Distrital de Salud del Distrito de Buenaventura, 2021)

*Figura 2 Pirámide poblacional del Distrito Buenaventura (Valle del Cauca), 2015, 2021 y 2023*



Fuente: DANE (2018)

De acuerdo con los resultados obtenidos en el registro de 2018, el 70% (n=224.331) de la población se percibe a sí misma como un rasgo de alguna identidad, dirigida principalmente por los racimos de población negra, afro, raizal y palenquera con el 70% (n= 220.399), seguida por los individuos nativos con el 1% (n= 3919) y la población Gitana o Rom con el 0,004% (n=13)

## 2.2. Marco Teórico

En este apartado se establecerán los referentes teóricos que nos ayudan al sostenimiento de nuestra investigación, teniendo en cuenta que estos aportan bases conceptuales para el desarrollo de esta misma. Tomamos en cuenta distintos autores que han convertido el cuerpo y la apariencia como un objeto de estudio, que permite adentrarnos y solidificar los distintos análisis que se manifiestan en la identidad de los jóvenes como tema de estudio.

### **2.2.1. Estereotipos de Belleza**

Durante esta exploración se han encontrado varios significados de lo que son los estereotipos; esto se difunde en 1922 cuando Lippmann, tal como lo vería (2004), las caracteriza como imágenes mentales descritas por un pseudo clima que impacta directamente el discernimiento que interviene entre las personas y la realidad.

En 1981 Ashmore y Broca caracterizaron los estereotipos como desarrollos mentales, por ejemplo, cualidades de carácter, que son esenciales para los créditos individuales de una reunión y se convierten en las convicciones comunes de esa reunión, que permiten dar sentido a su realidad social. Además, se denominan representaciones agregadas del individuo, de los establecimientos o de las reuniones que deciden las perspectivas, los sentimientos y la actuación (Amossy y Herchberg, 2001).

A partir de las definiciones anteriores se puede decir que los estereotipos son desarrollos sociales que impactan en el entendimiento entre las personas y la realidad (Murolo, 2009), que se convierten en cualidades compartidas de una reunión específica, a través de las cuales les resulta más sencillo asumir una situación agregada ante la sociedad. Estas pueden ser de tipo real, como la belleza, y escolar, como el razonamiento y la actuación. Según Ashmore y Broca, nos hacen saber que los estereotipos también asumen un papel clave en la caracterización del lugar que ocupan las reuniones a nivel social en la opinión pública.

Desde la perspectiva de Boduroglu, Yoon, Luo, y Park, 2006; Millard, J y Award, P. (2006), existen igualmente los estereotipos de belleza, que como indican Mejía, Rojas y Ordóñez (2012) son los límites de lo que un individuo debería necesitar para compararse con un ideal real forzado por la sociedad, que dependen de la instantánea verificable, social e individual del sujeto.

Según Murolo (2009), la belleza como aquello que es factible de conceptualizar, es una carga, un entendimiento que se cambia por la muerte de los años y los órdenes sociales, que está igualmente conectado a la empresa privada y "es un componente vital de la creación, la generación y la mantenibilidad. La belleza es sustancial, es producto y artículo, mientras que la belleza, en esta situación, se convirtió en una charla, un referente silencioso, un relato de lo seductor" (p.164).

En este orden de ideas, los estereotipos de belleza actual en el campo de la posmodernidad, ha introducido una imagen de una dama ideal, con cualidades específicas, "siendo delgada, rubia, sonriente, con piel suave, bien avenida, fructífera y juvenil" (Murolo, 2009, p. 2). Además: figura delgada y esbelta, con medidas 90, 60, 90, piel tersa y bronceada, ojos enormes, nariz pequeña, boca sonora y labios carnosos, pechos firmes, parejos y fuertes, barriga lisa, pelo largo, piernas largas... ser menor de treinta años... características actuales como poca talla (Pérez y Romero, 2010, p 378).

La distracción con la apariencia real, el autorretrato mental y la sobrevaloración del cuerpo influyen de manera similar en las personas. En los hombres, los estereotipos socialmente asentadas y comunicadas aplican una dificultad predominante más prominente hacia la actividad real que se inclina hacia una imagen de solidaridad y poder (mesomorfo) (De Gracia, Marcó, Fernández y Juan, 1999; Baca Lagos, 1993).

En este sentido, los estereotipos de belleza son percibidos como los límites que un individuo debe alcanzar ante la sociedad en cuanto a sus propiedades y características reales, que de igual manera influyen en todo tipo de personas, provocando posteriormente la deficiencia de personalidades sociales en áreas específicas, potenciando así la libre empresa, que se encarga de

realizar a través de la comercialización de la belleza, transformándola en una fantasía y antojo para la gran mayoría, sin embargo en una oportunidad para una pareja.

### **2.2.2. Teoría de la identidad social**

Según Henri Tajfel y John Turner, la Teoría de la Identidad Social sugiere el autoconcepto que cada individuo tiene sobre sí mismo, en función de grupos sociales en los cuales se identifica. En este sentido, la identidad social se determina cuando las personas reconocen su lugar en la sociedad dentro de esta teoría se encuentra la identidad la cual nos dice quiénes somos y la autoestima como punto de hacernos sentir bien con nosotros mismos.

Desde este enfoque se puede inferir que esta hipótesis trata de captar el arraigo de los sujetos a las agrupaciones, ya que generalmente se compararan a sí mismos con otros o que a través de las agrupaciones pueden reflejarse para ser equivalentes o muy superiores, en vista de que tolerar y relacionarse con las generalizaciones trascendentes en esa agrupación es un método para mantenerse coordinado dentro de ella.

Gómez (2006) afirma que, dentro de esta hipótesis, la idea de clasificación asume una parte fundamental, comprendida como un curso de reordenamiento y solicitud de la realidad social. Parcelar el mundo social en dos clasificaciones bastante separadas: nuestro endogrupo "nosotros" y diferentes exogrupos "ellos es la propensión". Además, es inequívocamente a través de esta interacción que las personas construyen su propia personalidad social, mejorando así su impresión de la realidad social.

### **2.2.3. Una aproximación epistémica al concepto de juventud**

El concepto de juventud puede tomarse desde la perspectiva institucional, pero también desde la social, cualquiera de estos dos enfoques permitirá abordar el fenómeno juventud con una dinámica muy particular, todo lo cual, dará lugar a interpretaciones distintas, así como formas de asumirla desde el punto de vista investigativo. A continuación, se evidencian las perspectivas a partir de las cuales podemos acercarnos a entender dicho concepto.

En primer lugar, se encuentra la perspectiva institucional, la cual se acerca a su definición a partir de los 14 a 26 años de edad, según la ley 375 de 1997. Desde este punto de vista se le da importancia a las dinámicas que posibilitan la construcción de identidad y la forma como se relacionan los jóvenes factor importante en su configuración.

Como indica la Organización Mundial de la Salud "la juventud es una fase de la vida comprendida entre los 19 y los 30 años, en la que los individuos disponen de las circunstancias idóneas para mejorar sus posibilidades físicas, mentales, laborales y conceptuales" (OMS, 2000, p. 128). Este punto de vista está relacionado con las obligaciones, capacidades y habilidades del sujeto, ya que la persona pasa de ser un joven dependiente a un sujeto proactivo, héroe de su vida y apto para crear y recrearse en términos naturales, pero además social y económicamente.

No obstante, lo anterior, Macassi (1999) llama la atención sobre que el joven es:

...un sujeto social en desarrollo de su carácter individual y de reunión. Desarrollo de su estatus en la opinión pública; de sus encuentros de referencia y de sus perspectivas inexistentes, en vista de las escasas elecciones, de sus relaciones sociales, de sus organizaciones y redes de traducción del mundo. Simultáneamente, los jóvenes desarrollan sus ideas

sobre la sociedad en general, su relación con los asuntos gubernamentales y su praxis social (p. 26).

Con esta definición el fenómeno juventud es entendido desde las relaciones que el individuo establece en sociedad, donde entran en juego las percepciones, imaginarios y políticas sociales que pueden incidir en que los jóvenes sean proclives o no a las nuevas expresiones emergentes, que pueden ir en contra de los valores culturales establecidos.

#### **2.2.4. Abordaje ontológico de la percepción.**

Como indican Dember y Warm (1990) "Una parte importante de la investigación de la percepción es comprender que estamos manejando los encuentros confidenciales de los individuos" p. 27. Los estatutos no son realidades aparentes, sino encubiertas, que no son impotentes a la percepción. La idea "discernimiento" implica el lugar coherente de un desarrollo mental, un sistema especulativo que se utiliza para dar sentido a las conexiones específicas entre la información y el resultado de las actualizaciones y la manera obvia de comportarse" (P. 28)

Estos dos teóricos se correlacionan ya que definen la percepción como la forma en la que los individuos comprenden los hechos visibles y algunas suposiciones usadas para explicar de cierta forma hechos o conductas, y así darle sentido a el mundo o simplemente a su realidad dándole una respuesta lógica y consistente desde su subjetividad a las causas tanto externas como internas.

#### **2.2.5. La autoestima y su implicación en los estereotipos de belleza**

La autoestima, según el punto de vista de Montoya y Sol (2001) y González-Arratia (2001), es la apreciación que cada individuo hace de sí mismo a través de un ciclo evaluativo-

colectivo, a la luz de la experiencia cotidiana y centrado en un yo continuo y omnipresente, pero impactado por la ordenación de las mentalidades diligentes a lo largo de plazos algo consistentes y duraderos.

Valencia (2007) sostiene que Maslow ha incluido la autoestima dentro de uno de los principales requisitos de la persona, el del reconocimiento, aludiendo a la consideración y la certeza que uno tiene en sí mismo. Esto se da a través del reconocimiento que los demás brindan al individuo, los logros que se alcanzan en el transcurso de la vida y los encuentros positivos o pesimistas que se viven, construyendo posteriormente valoraciones sobre lo que cada individuo ve.

Dentro de los estereotipos de belleza, la autoestima es considerada como la evaluación de uno mismo, incluye sentimientos, consideraciones, sentimientos, encuentros y mentalidades que el individuo recoge en su existencia cotidiana (Mejía, Pastrana y Mejía, 2011). Esta interacción se crea a lo largo del ciclo de la existencia, a la luz de las asociaciones que el sujeto tiene con los demás, lo que potencia el desarrollo del "yo", en razón del reconocimiento y la significación que los individuos se brindan entre sí (Naranjo, 2007).

#### **2.2.6. Imagen Corporal**

Es importante volver a la década de los 60 del siglo XX, donde Bruch (1962), que planteó los elementos psicopatológicos de las pacientes anoréxicas, destacó por primera vez la importancia de una modificación de la autopercepción en esta confusión, a partir de ese momento, el mundo lógico se hizo consciente de la necesidad de entender qué es la autopercepción y cuáles podrían ser las estrategias de evaluación para "atraparla".

Según Raich (2000), la autopercepción es la representación del cuerpo que cada individuo desarrolla en su cerebro. Henri Wallon la caracteriza como la secuela de la conexión entre el individuo y el clima.

Es vital que en este segmento destaquemos el contraste entre la apariencia real y la autopercepción, ya que podemos encontrar individuos con una apariencia real que no está conectada a los estereotipos de belleza y pueden sentirse mejor con su autopercepción, por lo que, la autopercepción es una construcción emocional.

Los creadores, por ejemplo, Pierre Vayer y Louis Pick la caracterizan como "la asociación de sensaciones conectadas con el propio cuerpo, correspondientes a la información del clima exterior". Teniendo en cuenta estos creadores del pasado, la idea de la autopercepción es intrigante a la luz del hecho de que descubre el discernimiento, la información y las sensaciones de cada joven en cuanto a su cuerpo.

Por otra parte (Schilder, 1953) en su libro *La imagen y la presencia del grupo humano* de 1935, propone la autopercepción como compromisos de la fisiología, el análisis y la ciencia social, caracterizándola como: "La imagen del cuerpo es la figura de nuestro propio cuerpo que estructuramos hacia nosotros, o al menos, la manera en que nuestro cuerpo se dirige a nosotros mismos" (Thompson, J.K., 1953).

Desde la perspectiva de Thompson, J.K., Heinberg, L.J., Altabe, M. es más, Tantleff-Dunn, S, (1988), recogen una progresión de significados de la autopercepción y términos relacionados, por ejemplo, "cumplimiento del cuerpo", "exactitud del discernimiento del tamaño", o "cumplimiento con la apariencia".

Por fin, esta idea según (Raich, 2000) es "la representación del cuerpo que cada individuo construye en su psique" esta creadora propone en su obra una ayuda que discute sobre la autopercepción, sobre cómo pensamos y actuamos con nuestro cuerpo. Para ser exactos, la autopercepción está inequívocamente conectada con lo que cada individuo piensa o siente sobre su apariencia, sin embargo, en muchos eventos esto puede ser impactado durante la pre-adulthood ya que "es una fase básica de la vida, en esta edad la apariencia real es muy posiblemente del tema más ridículamente estresante no del todo resuelto por los elementos internos y externos, por la orientación y por todas las cuentas de la belleza. Así, la autopercepción en la etapa juvenil es de esencial importancia por las progresiones que surgen en este periodo que pueden reflejarse de manera positiva o negativa, posteriormente pueden introducirse modificaciones mentales como el desencanto corporal o la contorsión" (Acosta, 2019).

### **2.3.Marco Legal**

En este apartado se establece el marco de referencias a nivel normativo que sirven como punto de partida para comprender el objeto de estudio en contexto.

En primera medida, es importante referir que con la Ley 51 de 1981, Colombia adoptó la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer y la Ley 248 de 1995, adoptó la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer. Por su parte, la Ley 1257 de 2008, consagra como objeto, la adopción de normas que permitan garantizar a todas las mujeres una vida libre de violencia y la adopción de las políticas públicas necesarias para su realización. Ahora la historia podrá escribir, que, en el año 2012, en Colombia se empezó a prohibir la discriminación de la mujer sometiéndola a

exámenes públicos sobre sus atributos físicos, eliminando el paradigma de ser reinas de belleza, garantizando la diversidad humana de la mujer, prescindiendo los estereotipos de “belleza”.

Por su parte, la Política Pública Nacional de Equidad de género para las Mujeres y el Plan Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencias. La formulación y ejecución de la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres, es un compromiso del Gobierno del presidente Juan Manuel Santos que se encuentra consagrado en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2010-2014 “Prosperidad para todos”. El PND consagra en los artículos 177 y 179 la obligación de construir de manera participativa, bajo la coordinación de la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (ACPEM), una Política nacional integral de Equidad de Género para garantizar los derechos humanos integrales e interdependientes de las mujeres y la igualdad de género. La adopción de estos artículos fue posible por la incidencia política de las redes y organizaciones nacionales de las mujeres en el Consejo Nacional de Planeación.

Adicionalmente, la Convención internacional sobre la eliminación de todas las formas de discriminación, en su Art. insta a los Estados miembros a erradicar todas las formas de discriminación racial, xenofobia e Intolerancia conexas. En relación con las mujeres plantea la urgencia de garantizar los derechos humanos, principalmente los relacionados con el trato igualitario y justo; recibir las mismas oportunidades de formación, capacitación; acceso y distribución a bienes y recursos, entre otros.

De igual forma, la declaración sobre la eliminación de la discriminación para la mujer en la Resolución 2263 (XXII) del 7 de noviembre de 1967, establece la importancia de la contribución de las mujeres en los ámbitos político, social, económico, cultural, destaca su papel en el Funcionamiento de la familia y define como injusta la discriminación contra las mujeres.

Solicita adoptar medidas para que la legislación de cada país propenda por la seguridad y protección a las mujeres y para educar la opinión pública con el fin de eliminar los estereotipos tradicionales sobre el papel social de las mujeres.

Es puntual en establecer la igualdad de derechos entre hombres y mujeres, por lo tanto, reitera la importancia de la declaración universal de Derechos Humanos, validando el derecho a la participación de las mujeres en escenarios políticos, sociales, económicos y culturales.

De igual forma, el Observatorio Asunto de Género Creado por la Ley 1009 de 2006. Es una instancia autónoma especializada, de carácter permanente, para la recolección, análisis, sistematización e investigación en asuntos de género, para la toma de decisiones que contribuyan al mejoramiento de la situación de las mujeres y la equidad de género en Colombia. El OAG contribuye a la socialización del conocimiento en asuntos de género facilitando el acceso a la información que se produce en el país relacionado con los asuntos de género.

De la misma manera, la Ley 22 de 1981 Ratifica la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial. Esta misma ley confirma la Convención Internacional sobre la eliminación de todas las formas de discriminación racial. Insta a los Estados miembros a erradicar todas las formas de discriminación racial, xenofobia e intolerancia conexas. En relación con las mujeres, plantea la urgencia de garantizar los derechos humanos, principalmente los relacionados con el trato igualitario y justo: recibir las mismas oportunidades desde formación, capacitación; acceso y distribución a bienes y recursos.

Por su parte, la Ley 51 de 1981, aprobó la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer

La Sentencia T-098 de 1994, hace un recuento de los hitos de la emancipación de la mujer colombiana, que hasta 1932 se la consideró incapaz, que se le concedió la calidad de ciudadana en 1945, pero tan sólo tuvo derecho al voto hasta 1957, en 1981 se reconoció legalmente su igualdad con el hombre y hasta 1988 se suprimió el artículo (de) en la cédula de las mujeres, que señalaba su pertenencia al marido

También se encuentra la Ley 375 de Julio 4 de 1997. Por la cual se crea la ley de la juventud y se dictan otras disposiciones. Como finalidad la presente ley debe promover la formación integral del joven que contribuya a su desarrollo físico, psicológico, social y espiritual. A su vinculación y participación activa en la vida nacional, en lo social, lo económico y lo político como joven y ciudadano. El Estado debe garantizar el respeto y promoción de los derechos propios de los y las jóvenes que le permitan participar plenamente en el progreso de la Nación. Para los fines de participación y derechos sociales de los que trata la presente ley, se entiende por joven la persona entre 14 y 26 años de edad. Esta definición no sustituye los límites de edad establecidos en otras leyes para adolescentes y jóvenes en las que se establecen garantías penales, sistemas de protección, responsabilidades civiles y derechos ciudadanos.

En cuanto a la percepción frente a los estereotipos de belleza, desde el ser adolescente, Si bien, la etapa de la adolescencia consiste en ser el periodo entre la niñez y la adultez y es en esta etapa donde las personas perciben diferentes cambios tanto físicos como psicológicos y a partir de allí se van moldeando sus respectivos aspectos. Por lo tanto, la imagen corporal en esta etapa, entra a ser motivo de autoanálisis para los y las adolescentes, donde a partir de lo que aquellos perciben asimismo encuentran satisfacción o en su defecto desencanto.

En los y las jóvenes sigue existiendo una gran preocupación respecto al peso corporal y a la figura, aunque hay estudios contradictorios al comparar la insatisfacción de los adolescentes y

los jóvenes y al fragmentarlos en función del género. Mientras que en varones se ha encontrado que los adolescentes están más obsesionados por la delgadez y sentimientos de ineficacia, aunque son los jóvenes lo que están más afectados por la influencia de los modelos sociales y la influencia de las situaciones sociales; en mujeres los datos son contradictorios. Por un lado, hay estudios que exponen que las jóvenes muestran mayor insatisfacción corporal que las adolescentes, mientras que otros encuentran que las adolescentes se perciben con mayor obsesión por la delgadez, insatisfacción corporal y sentimientos de ineficacia.\_(Etxanz, 2005)

Por otro lado, la Ley 1098 de 2006 por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia en todo el territorio nacional tomando en cuenta que la población objeto de este estudio son mujeres jóvenes y algunas se encuentran en la adolescencia. Este código tiene por finalidad garantizar a los niños, a las niñas y a los adolescentes su pleno y armónico desarrollo para que crezcan en el seno de la familia y de la comunidad, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión. Prevalecerá el reconocimiento a la igualdad y la dignidad humana, sin discriminación alguna. El presente código tiene por objeto establecer normas sustantivas y procesales para la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes, garantizar el ejercicio de sus derechos y libertades consagrados en los instrumentos internacionales de Derechos Humanos, en la Constitución Política y en las leyes, así como su restablecimiento. Dicha garantía y protección será obligación de la familia, la sociedad y el Estado.

## **Capítulo III**

### **3. Diseño Metodológico**

En este apartado se establecen los elementos relacionados con la metodología de estudio al tenor de la presente investigación dentro de los cuales se resaltan el enfoque cualitativo de investigación, el tipo de estudio, las técnicas de recolección de información propias de los estudios cualitativos, los instrumentos de recolección de información y cada una de las fases desarrolladas para la consolidación de la misma.

#### **3.1. Enfoque de investigación**

El presente estudio orientado a describir la percepción de los estereotipos de belleza en mujeres jóvenes entre 15 a 25 años del Distrito de Buenaventura bajo un enfoque cualitativo y un paradigma fenomenológico, dado que la información a recolectar involucra características propias de las dinámicas de las jóvenes en escenarios de interacción que terminan por configurar los estereotipos de belleza física.

El método cualitativo es el dispositivo lógico por belleza para quienes se preocupan por averiguar las implicaciones (notar, sintonizar y comprender). Requiere una profunda sistematización de los diversos procedimientos e instrumentos que conforman el legado estratégico y, posteriormente, una increíble información sobre las hipótesis (Sánchez, s. f).

Así mismo, se hará uso del tipo de investigación, denominada descriptiva, ya que se pretende plasmar la información recopilada para que el lector pueda obtener claridad frente a la temática e incluso implementar la propuesta didáctica a lo que según Tamayo y Tamayo (2006),

“comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos”

### **3.2. Método**

Tomando en consideración los planteamientos de Rodríguez y Pérez (2017), el método inductivo es una forma de razonamiento en la que el conocimiento de algunos aspectos particulares se lleva a un elemento más general, en ese sentido refleja lo que hay en común en los fenómenos individuales. En este sentido, la presente investigación se orienta a describir la percepción de los estereotipos de belleza en mujeres jóvenes entre 15 a 25 años del Distrito de Buenaventura desde la percepción de las jóvenes y posteriormente tener un conocimiento general que permita la reflexión y en análisis sobre lo que se encuentre en común, es decir, lo general de dichas experiencias individuales.

### **3.3. Nivel**

Es esencial especificar que la presente investigación se relaciona con un estudio de tipo Exploratorio - Descriptivo si bien el tema de investigación de esta exploración tiene precursores públicos y mundiales, vale la pena enfocar que a nivel cercano no hay muchas investigaciones realizadas, ya que las investigaciones encontradas se acercan según un punto de vista alternativo, sin destacar la mejora de las capacidades y el avance de los lazos afectivos en los jóvenes, lo que permite comprender que la forma de abordar el tema de estudio ha sido poco abordada, por lo que sus resultados comprenden una visión conjetural de este tema, es decir, un grado de información poco profundo.

Por su parte, esta investigación se hará de tipo descriptiva basada a su vez en el argumento de Ortiz, A. (2015), quien refiere que cuando el propósito del investigador es describir situaciones, problemas, acontecimientos, fenómenos o eventos, se puede desarrollar un estudio descriptivo, es decir, cuando se quiere decir cómo es ese evento o situación, cómo se manifiesta. Este tipo de estudio está encaminado a especificar las propiedades, cualidades, atributos o características significativas de determinado objeto o sujeto de investigación.

### **3.4. Paradigma**

Esta investigación se fundamentó desde el paradigma fenomenológico, el cual tiene como centro entender el significado que tienen las experiencias y los eventos para las personas estudiadas. En términos de Bogden y Biklen (2003), se pretendió reconocer las percepciones de las personas y el significado de un fenómeno o experiencia. Por medio de éste enfoque, se pudo estudiar a las mujeres jóvenes permitiendo enriquecer la mirada frente a este fenómeno en el contexto bonaverense.

### **3.5. Población, muestra y criterios de selección**

#### **3.5.1. Población**

Para efectos de la presente investigación la población está determinada por las mujeres jóvenes comprendidas entre los 15 y 25 años de edad que transitan el Malecón Bahía de la Cruz, Zona céntrica del Distrito de Buenaventura.

#### **3.5.2. Muestra**

Por su parte, la muestra estará determinada por 10 mujeres jóvenes comprendidas entre los 15 y 25 años de edad que transitan el Malecón Bahía de la Cruz, Zona céntrica del Distrito de Buenaventura con las cuales no se tendrá distinción de etnia, nivel de escolaridad, creencia o filiación religiosa.

### **3.5.3. Tipo de muestreo**

El muestreo se realiza de forma no probabilístico, los actores sociales se disponen a propósito y por comodidad lo que favorece el examen por su propia visión y sabiduría del ciclo y aquellas ocasiones que se funden y coinciden en el objeto de exploración, es relevante destacar que el examen realizado da permeabilidad a los defectos, pensamientos, aptitudes y alcances de los procesos en torno a la realidad social.

Este tipo de inspección se escoge en la medida en que el objeto de este estudio es perceptivo y no todos los individuos del total de la población bonaverense que cumplen con los criterios de inclusión participarán.

### **3.5.4. Criterios de selección**

Los criterios de selección emitidos para el desarrollo del presente estudio son los siguientes:

-  Mujeres jóvenes comprendidas entre los 15 y 25 años de edad.
-  Que transitan el Malecón Bahía de la Cruz.
-  Que pertenezcan a cualquier grupo étnico.
-  Que tengan cualquier creencia religiosa.

### 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Tomando en consideración los objetivos de la presente investigación, la entrevista se presenta como la mejor estrategia dentro de la investigación, ya que se pretende mediante la recolección de un conjunto de saberes privados, la construcción del sentido social de la conducta individual o del grupo de referencia del sujeto entrevistado y de esta manera, permitir la entrada en un lugar comunicativo de la realidad, donde la palabra es el vector vehiculizante principal de una experiencia personalizada, biográfica e intransferible. (Alonso, 1999, p. 228).

Entendiendo que en la interlocución que se suscite entre el entrevistador y entrevistado pueden surgir temas y/o información adicional que enriquezca la recolección de datos, o de otro modo, las preguntas no sean tan circulares, el receptor malinterprete la pregunta y se requiera emitir una adicional, se ha pensado en que la entrevista sea de tipo semiestructurada.

En el marco del enfoque metodológico de esta investigación, la entrevista semi estructurada fue capaz de adaptarse a las diversas personalidades en la cual se trabaja con las palabras del entrevistado y con sus formas de sentir, no siendo una técnica que conduce simplemente a recabar datos acerca de una persona, sino que intenta hacer hablar a ese sujeto, para entenderlo desde dentro (Corbetta, 2003)

Para el proceso de recolección de información, se implementarán los siguientes instrumentos:

**Formato de entrevista:** Se construirá un formato con preguntas claves obedeciendo a los criterios y los ejes específicos de la investigación, el cual guiará la entrevista que se realizará a los participantes de la investigación.

**Registro de notas:** Se registrará datos importantes que logren suministrar los participantes, asimismo, información que surja en las entrevistas y sea pertinente ampliar con datos secundarios.

### **3.7. Aspectos éticos**

La finalidad del marco ético de la presente investigación es lograr describir la percepción de los estereotipos de belleza en mujeres jóvenes entre 15 a 25 años del Distrito de Buenaventura. Por consiguiente, este marco aplica un proceso transparente en sus concepciones, diligenciamiento y análisis de los procesos y procedimientos investigativos. Teniendo en cuenta que es información confidencial de las participantes, se garantiza la confidencialidad y se asegura que la información solamente se utiliza para fines eminentemente académicos.

En este orden de ideas, se está garantizando que la selección de las personas participantes de esta investigación se hace con el mayor respeto, con el reconocimiento de sus derechos, el conocimiento de que hacen parte de la investigación y previo consentimiento informado, partiendo de su conciencia, sin ningún tipo de discriminación ni preferencia alguna.

## Capítulo IV

### 4. Resultados y Análisis

Aunque los ideales de belleza para la mujer (especialmente la mujer negra) han evolucionado a lo largo de los años, siempre han tenido el mismo objetivo: cambiar o idealizar el cuerpo y el rostro de las mujeres afroamericanas para que la cultura dominante las acepte como atractivas. En ese sentido, describir la percepción de los estereotipos de belleza en mujeres jóvenes entre 15 a 25 años del Distrito de Buenaventura es ideal para comprender los imaginarios que tienen las jóvenes sobre este fenómeno en contexto.

#### 4.1. Características de las participantes

*Tabla 1 características de las participantes*

| <b>Sexo /<br/>Género</b> | <b>Edad</b> | <b>Nivel de<br/>Escolaridad</b> | <b>Pertenencia<br/>Étnica</b> |
|--------------------------|-------------|---------------------------------|-------------------------------|
| Femenino                 | 15 años     | Secundaria                      | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 25 años     | Profesional                     | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 25 años     | Estudiante<br>universitaria     | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 25 años     | Estudiante<br>universitaria     | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 23 años     | Estudiante<br>universitaria     | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 20 años     | Estudiante<br>universitaria     | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 22 años     | Estudiante<br>universitaria     | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 17 años     | Secundaria                      | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 21 años     | Estudiante<br>universitaria     | Afrodescendiente              |
| Femenino                 | 15 años     | Secundaria                      | Afrodescendiente              |

Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de instrumentos

#### **4.2. Ideal de belleza corporal que poseen las mujeres jóvenes entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura.**

Los estereotipos pueden ser conocidos como algún tipo de prejuicio que tiene una persona o un grupo poblacional sobre algo, pero, dicho prejuicio se encuentra estrechamente ligado a la noción de que es la sociedad quien los construye a partir de su ideología y de las relaciones sociales que emergen como consecuencia de la interacción de los sujetos en un espacio determinado.

Cabe resaltar que las relaciones sociales, desde cualquier perspectiva en que se miren, necesariamente aluden a una serie de interacciones que se presentan entre individuos de una sociedad, comunidad, ciudad, establecimiento, etc. Que permiten el establecimiento de vínculos entre personas. Estas conexiones se basan predominantemente en los vínculos sociales que los individuos establecen o se establecen y que son importantes para la mejora individual y académica de las personas (Rodríguez, 2006).

En todos los espacios sociales y/o escenarios de la vida social cotidiana, el ser humano se muestra como un sujeto social, que posee las facultades y los elementos para cooperar y relacionarse con los demás y lograr construir valores y normas sociales en los diversos espacios donde este interactúa y se desarrolla, en este proceso, el ser humano va creando infinitas relaciones con los demás individuos con los que comparte dichos espacios.

La cotidianidad como escenario interacción no es ajena a esta realidad en la medida en que permite que converjan diversos grupos sociales en un mismo espacio de interacción, lo que genera que se cree toda una gama de relaciones las cuales son importantes para lograr entender las interacciones que se crean a partir de elementos como la belleza física.

Teniendo en cuenta lo anterior, debe notarse que la hipótesis de los retratos sociales de Sergé Moscovici surge como la recomendación adecuada para preguntarse por las consideraciones que nos llevan a percibir a la persona como sujeto social, lo cual, además de proponer que los dispositivos adecuados para su aplicación en el campo son los encuentros y la etnografía, teniendo en cuenta que al plantearla como "hipótesis", produce una manejabilidad y objetividad más destacadas, relacionadas con una pericia psicológica vinculada a las ideas de "cuadro" e "imagen"

Desde una óptica y al tenor de los elementos recabados en las entrevistas sobre los estereotipos que han construido entorno a la belleza física se puede constatar que la mayor parte de ellos enfoca el concepto más hacia el tema físico como elemento determinante dentro de la misma. Tal como lo manifiesta la entrevistada 1.

“... Pues para mí, la belleza es una clasificación de tipo físico que se le otorga a las personas para definir su posición a la sociedad de acuerdo a su fisiología... eso como que ayuda a determinar si las personas lo consideran bonitas o feas”

Entrevistada 1

Sin embargo, la influencia de los estereotipos sociales sobre las mujeres también es evidente, ya que es lo que impulsa a muchas de ellas a buscar experiencias que les cambien la vida a pesar de la falta de instalaciones especializadas en Buenaventura y de la prevalencia de normas sexistas de género.

Por otro lado, hay quienes le agregan nuevos elementos que van más allá de lo físico.

“La belleza es un concepto que se ha impartido mucho en la sociedad y se han dado nuevos modelos físicos entorno al peso, Etc.”

Entrevistada 4

Un factor común que presenta este concepto se refiere al concepto de belleza desde lo fisiológico – corporal. Sin embargo es importante acotar que desde la teoría de las representaciones sociales, es posible abordar la representación de la imagen corporal a partir de los conocimientos que comparten las jóvenes entorno a la misma y el uso de prácticas de belleza que han construido a partir de las opiniones, discursos, creencias y valoraciones que son mediadas por componentes sociales que determinan ideales de belleza a partir de un discurso aceptado frente a “lo bello y lo feo”, lo que está “bien visto y lo que no”, es por esto que la imagen corporal con base al discurso de las participantes está influenciada tal vez por los medios de comunicación; la preocupación por la imagen ha prevalecido en la sociedad, debido a las ideologías y modas.

Es importante recordar que el concepto de raza se ha utilizado como herramienta de estratificación social desde el colonialismo, y que esto ha contribuido a cimentar el ideal de belleza blanco como el estándar por el que se juzga a todos los demás. Según el autor (Schucman, 2013), en los países europeos colonizados, la hipervaloración de la blancura tiene sentido no solo porque la élite de estos países es blanca, sino también porque se trata de estándares de belleza y poder contruidos históricamente que posicionaron a las poblaciones negras e indígenas de manera desigual en relación con el color de piel.

Uno de los elementos claves tiene que ver con la construcción de la identidad; la identidad enmarcada en un contexto situacional específico, es decir, que se construye una nueva

perspectiva de las representaciones sociales al momento en que la identidad se ve contrapuesta por una situación como la imagen corporal y esta a su vez se representa de forma totalmente libre.

Tal como lo dirían algunos de los entrevistados;

“Hay un ideal de belleza que normalmente están basado en un cuerpo esbeltico en la proporción de las caderas, senos y en una cara bonita.... En el caso de los hombres la belleza es más muscular”

Entrevistada 3

“La mujer físicamente debe ser contextura mediana, cintura delgada, que no tenga facciones muy pronunciadas”

Entrevistada 5

En vista de lo anterior, se podría decir que las propensiones a la belleza son las actividades de mal gusto que realizan los jóvenes para la consideración y el mantenimiento de su autopercepción, las cuales surgen de la información previa en el ojo público, por ejemplo, los valores, las implicaciones y la información sobre el cuerpo dada por otros, donde los programas de televisión se convierten en el medio fundamental responsable de producir creencias de imagen y una administración adecuada del cuerpo.

Partiendo de aquí, es fundamental considerar desde los retratos y en la iluminación de los relatos que el sujeto no existe en separación de su circunstancia actual; se conecta con ella, la impacta y a la vez es afectado por ella (Heller, 1977). El término sujeto está conectado con la idea de abstracción, subjetivismo y subjetividad como tipos de desarrollo del mundo real.

Sí, yo pienso que si, en mi colegio eso sirve mucho porque yo he visto que las niñas que son más lindas pues son

más amigueras o tiene más amistades que otras entonces yo creo que eso sí es primordial para nosotros hacer amigos

Entrevistada 6

Asis y Canen (2004) afirman que la escuela desempeña un papel importante en esta evolución al contribuir a difundir prejuicios y estereotipos, lo que a su vez impide que algunos niños pertenecientes a minorías se sientan bien acogidos en su centro escolar. Algunos de ellos luchan todo el tiempo por ser aceptados reafirmando su negritud por sí mismos; otros demuestran que prefieren no formar parte de ningún grupo ni parecerse a las personas de su entorno inmediato; y otros desean parecerse a sus amigos blancos, investidos de representaciones sociales asociadas a la belleza y la inteligencia, a los ojos de la escuela.

Por otro lado, es responsabilidad del gobierno, la sociedad civil y las instituciones educativas trabajar juntos para garantizar que el sistema educativo y todas las instituciones educativas cumplan los mandatos legales establecidos para combatir los prejuicios, el racismo y la discriminación, de modo que todos los niños puedan acceder a una educación de calidad y participar plenamente en la sociedad.

Uno de los elementos que hay que entrar a considerar es que las construcciones sociales no solo tienen que ver con aquello que las personas piensan, interiorizan o consideran, sino que, también equivalen a una serie de “prácticas sociales” construidas por individuos que comparte un mismo espacio social.

Un factor importante a resaltar es la influencia de la tecnología en la percepción de la belleza, según estudios realizados por Louise, Kretz, (2015), Casas, (2012), S. Goldstein, S. Usdin, (2014), presenta efectos positivos y negativos que tiene en la juventud a nivel cognitivo, emocional, social y en la salud. Así mismo, Piotrowski, Vossen, Valkenburg, (2015), Vandenbosch, (2014), Rollins, (2014), mencionan los cambios que ha presentado la televisión y como estas transmiten imágenes y programas que tienden a sexualizar y generar ideales en la sociedad.

Al igual que las mujeres los hombres también se ven fuertemente influenciado por los nuevos elementos y tendencias de belleza que establece la sociedad.

“es muy fácil dejarse llevar por lo que dicen las redes en cuanto a los estereotipos”.

Entrevistada 7

Se reconoce el impacto de los medios de comunicación en el perfeccionamiento de las representaciones sociales de la belleza en los jóvenes, pero no muestran lo que éstas significan para sus propensiones a la belleza en cuanto a su percepción, mentalidades, valoraciones y actividades que tienen sobre su cuerpo y su representación.

En la actualidad, este fenómeno ha ido surgiendo gradualmente, lo que ha despertado un interés generalizado. Se supone que ha sido introducido por diversos canales de comunicación que ofrecen distintos ideales de belleza, lo que ha llevado a muchas mujeres negras a sentirse inadecuadas respecto a sus atributos físicos. Como consecuencia, muchas mujeres han optado por modificar sus peinados y, en consecuencia, se han popularizado diversas variaciones de cortes de pelo y tratamientos de coloración.

Teniendo en cuenta lo anterior y lo que Moscovici (1979), es esencial decir que la idea de representación social varía de la representación agregada en el sentido de que la anterior tiene una persona más singular, lo que implica que son elementos mentales, así como desarrollos representativos que se realizan y reproducen a través de conexiones amistosas. En función de lo anterior, una de las entrevistadas agrega:

“... Pues uno mantiene mucho en las redes sociales y ahí uno ve que la modelo, que el tipo de la propaganda y esas cosas y tienen como una cosa bien definida... es casi como una tendencia... como que los medios de comunicación y las redes sociales influyen mucho en esas cosas de moda, tendencia y belleza.”

Entrevistada 8

Perales y Pérez (2008), por su parte, aluden a que estos medios son responsables de dar información, valores, mentalidades y normas de conducta personal, creando así generalizaciones y "diseños de personajes". Una técnica crucial en cuanto a la recopilación de datos en esta exploración se centró en la introducción de los volantes de los jóvenes, lo que nos permitió examinar las implicaciones actuales del cuerpo y la imagen de estos jóvenes.

A la luz de lo anterior, los retratos se convertirían en un arreglo de valores, pensamientos y prácticas conectadas con elementos, perspectivas o aspectos del clima social, que no sólo permite el ajuste del sistema de vida de las personas y las reuniones, sino que además comprende un instrumento de dirección de la impresión de las circunstancias y la elaboración de reacciones (Moscovici, citado por Salcedo:135).

Los medios de comunicación se han empeñado en plantear objetivos respecto a la belleza del cuerpo: "el cuerpo como algo apto para reflejar los inicios y las convicciones de un

público general a través de las señales, el enfoque del vestir, la apariencia y los ensayos corporales" (M. Delboni dos Pasos, Gugelmin, Rugani y VeigaSoares 2013, p. 2389). La autopercepción, por lo tanto, decide la relación con los demás, y el cuerpo femenino tiene tres regiones en relación estable: estilo, sexualidad y asociación.

“... La forma en la que se arregla la gente es decisiva a la hora de uno pensar en meterse con ella... imagínese. una persona que no se cuida o no se interesa por sí misma, menos se va a interesar por otros... así que yo no podría estar con un alguien que de entrada anda mal arreglada”

Entrevistada 9

“...Definitivamente, que este arreglado es importante para uno poder hasta entablar una conversación...”

Entrevistada 10

No obstante, según la perspectiva mental, Piaget alude a la representación social como una inspiración que el individuo hace de los artículos sociales, independientemente de que estén disponibles, y esta percepción le permite acabar con la información aludida de objetos no aparentes en la actualidad; posteriormente, contiene una disposición de implicaciones que incorporan una separación entre el significante y el connotado que alude directamente a una imagen psicológica.

Está claro que el pelo blanco y los cánones de belleza europeos ocupan un lugar más destacado en las valoraciones de los buenos peinados. La imagen corporal de las mujeres negras se ve negativamente afectada por las imágenes idealizadas que muchas han construido para sí mismas o que otros les han presentado. Existe la conciencia de que el concepto de belleza como simetría excluye a las mujeres negras, lo que ha llevado al desarrollo de nuevos y alternativos

estándares de atractivo. Siguiendo con el apartado lingüístico anterior, la valoración de las mujeres que optan por la naturalidad se caracteriza por centrarse en el efecto positivo que tienen en los demás que las ven.

Por otra parte, la idea de belleza alude a lo corporal, a lo bonito y al espectáculo que debe tener el individuo, es decir, a la forma en que se viste, se peina, se maquilla y trata su cuerpo (Brenton, 2002). En definitiva, las propensiones a la belleza fueron un componente de examen de extrema importancia a la hora de representar las representaciones sociales de la belleza que los jóvenes han fabricado, ya que son las actividades que los jóvenes realizan para lucir "estupendos" y estar a la altura de las suposiciones que han hecho ante los estereotipos de belleza socialmente caracterizadas, como el vestido, los peinados, los cosméticos, entre otros.

Es evidente hasta este punto la labor de los medios de comunicación en la autopercepción como especialistas que inciden en la preocupación por la imagen de los jóvenes, no del todo fijada por Baquero, Reyes y León (2014), son responsables de dar datos a la multitud, y se han convertido en un medio generalizado que da diversión y relajación, No obstante, se han preocupado por producir ventajas monetarias, lo que deja de lado los componentes instructivos, ya que los medios de comunicación se han centrado en dar datos sobre los objetivos de la autopercepción, punto de vista que crea preocupación, permitiéndoles fabricar su carácter, según lo que ven y oyen en los medios. En función de lo anterior, una de las entrevistadas agrega:

“.... Pues uno ve que para vender algo está el chico o la chica uff... mejor dicho... y se convierte en algo que uno quiere alcanzar”

Entrevistada 6

“... Tanto así que la gente algunos quieren ser modelos, pero para hacerlo hay que seguir unos requisitos específicos y pues imagínese o a veces más a un por el tema de tener pareja”

Entrevistada 1

“Eso de modas, cosas y tendencias... eso es lo que uno ve hoy en día.”

Entrevistada 3

A la luz de lo anterior, las mujeres han reconocido cada vez más la importancia de la noción de belleza femenina, que ha evolucionado a lo largo de la historia en respuesta a los cambios en las normas culturales, las costumbres sociales, los avances tecnológicos y las redes interpersonales. Esto lleva a algunos a concluir que la belleza es muy subjetiva, mientras que otros señalan que toda mujer se identifica a sí misma como negra cuando la percepción se alinea con la cosmovisión imperante en su entorno inmediato, el grupo con el que interactúa y comparte valores.

Es fundamental hacer referencia a que dentro de los medios de comunicación hay varios tipos, pero este examen se centró en los más atractivos para los jóvenes, o al menos, los proyectos televisivos y las organizaciones interpersonales Leticia García Reina (2004) los caracteriza como un medio que tiene una tonelada de fuerza en el ojo público, permitiendo fabricar factores reales en los sujetos, por lo que cuentan, convirtiéndose en un espejo para el desarrollo de la información, en el que se involucra el discernimiento, la personalidad y la mejora de los jóvenes. María Cáceres y Paloma Díaz (2008) advierten que el cuerpo es impactado por una visión social, en gran medida emergente de los medios de comunicación, de los programas, la música, los locales web, etc. "La televisión nunca ha sido una impresión devota de la sociedad, sino de lo que las amplias comunicaciones querrían que fuera la sociedad" (Serrano, 2006, p. 17).

“.. uno ve a una supermodelo ahí y obviamente uno no deja de pensar que ese es el tipo de mujer que uno quiere ser...

## Entrevistada 2

No se debe dejar de recordar que los programas de televisión y la web asumen una parte en el desarrollo del carácter al ampliar la información en el perfeccionamiento de los jóvenes y en el desarrollo de los retratos sociales que tienen de su autopercepción sin fin, a través de perspectivas socialmente compartidas, incluyendo convicciones, metas, datos sustanciales sobre el estar en contacto con el cuerpo, enviados por esta situación a los programas de televisión o a un comercial en la web que dan una charla particular a los jóvenes, produciendo consecuentemente sueños y normas, donde se adelantan enfoques de ser, actuar, pensar y vestirse (Zubieta, 2002), en este sentido, teniéndolos como componente esencial para el examen de los retratos, es factible diseccionar cuáles son las prácticas cotidianas que utilizan para mantener su cuerpo y su imagen a la luz de lo socialmente anticipado.

Sea como fuere, las representaciones sociales de la belleza en los jóvenes nos permiten percibir cómo los jóvenes han asimilado las normas y los imaginarios sobre la imagen a la luz de lo que los medios de comunicación muestran y envían como anticipado de estética se considera esencial ampliar el impacto que la familia y las comunidades informales tienen en el desarrollo de dichas representaciones, ya que asumen un papel importante en las elecciones que los jóvenes hacen respecto a su imagen, ya que como muy bien se puede ver en los resultados, estas organizaciones construyen las propensiones a la belleza llevadas a cabo por ellos.

Por otra parte, recordando lo anterior, esta cuestión de las representaciones sociales de la autopercepción podría ser atendida a nivel interdisciplinario, enseñanzas como la ciencia social,

la correspondencia, la etimología, el razonamiento, entre otras, para desarrollar la sustancia de los mensajes, imágenes, charlas que son enviadas por los medios de comunicación que planean hacer, reflejar y cambiar la información, las evaluaciones y las implicaciones en los jóvenes.

“Para mí la belleza física es muy importante porque eso te ayuda a sentirte bien contigo mismo”

Entrevistada 5

La mayoría de ellas cuando se informan sobre el ideal de belleza forzado por la sociedad subrayan la impecabilidad, donde se ve un físico de dios, un pelo maravilloso, una piel asombrosa, dejando a un lado el interior. Se muestra a la dama del "bienestar" y todo lo que incorpora su modo de vida, centrándose en algo más superficial.

“Yo creo que para mí todo lo que has mencionado hace parte de la belleza. Pero si tú me dirías cuál. También te diría que el color de piel, el que tenga una nariz perfilada bonita, unos dientes perfectos”

Entrevistada 8

“Yo sí considero que, si son un problema porque muchas veces nosotros como jóvenes no sabemos cómo reaccionar ante el bullying en el colegio, muchas veces si sufrimos, pienso las chicas delgadas y bonitas no sufren de bullying en el colegio”

Entrevistada 9

En general, hay una inclinación a considerar la belleza algo físico, en cualquier caso, un número significativo de ellos no dejar de lado el carácter o el interior. En cualquier caso, para algunos de ellos, la belleza depende de algo más interior que superficial, donde el conocimiento, la confianza o el carácter en lo cotidiano son lo primero.

Por otra parte, dos de los sujetos confirman que no se sienten tan contentos con su aspecto real, pero que han descubierto cómo supervisarlo a lo largo de su vida. Eso es lo que expresó la entrevistada que a pesar de sentirse mejor consigo misma, siente que de vez en cuando no se estima lo suficiente, siente que necesita confiar en que alguien le aconseje que se ve muy bien para que se sienta como tal. Todos los sujetos creen que los demás los ven en función de lo que reflejan y que creen que reflejan algo grande para los demás

“Yo he sido motivada por eso y no solamente yo, sino también mi madre porque yo he querido bajar de peso y mi madre también me ha obligado a no comer tanto, entonces yo creo que eso en parte ha sido una motivación a verme un poco más delgada”

Entrevistada 10

“Yo creo que esta pregunta siempre para mí ha sido difícil de responder porque yo creo que el ser humano no es conforme. Te contaré algo breve, hace un par de años, yo era muy delgada, eso me acomplejaba, para eso y tuve que tomar algunos suplementos para subir de peso, pero estos suplementos con el tiempo hicieron más efecto de lo que

esperé y ahora se me dificulta poder bajar de peso. Entonces respondiendo a tu pregunta, me siento poco conforme con mi cuerpo”

Entrevistada 4

Según lo establecido por Salazar (2008), donde en su revisión llevada a cabo en Costa Rica disecciona el significado de la autopercepción en la juventud en una cultura donde el ser delgado está conectado con la calidad de atractivo, podemos relacionar lo que se ve en este estudio donde se expresa que socialmente el físico endiosado sugiere el ideal de belleza, en todo caso, esto es posiblemente dado por la sociedad ya que al obtener alguna información sobre lo que es maravilloso para ellos generalmente respondieron que era algo más interior, menos superficial, conectado con el carácter, el conocimiento, la simpatía.

“Para mí una persona bella físicamente. Es la que se ve bien, luce bien... Una persona que ande muy bien arreglada, una persona que disfrute plenamente de sus de sus atributos”

Entrevistada 3

“En ocasiones si pueden ser hasta un problema hasta para nuestro bienestar emocional”

Entrevistada 1

Las jóvenes de este estudio mostraron una perspectiva extremadamente edificante hacia su apariencia real y su autopercepción, donde en general se sentían contentas consigo

mismas, a pesar de que generalmente expresaban que había cosas que mejorar, no era evidente la decepción con su apariencia. En consecuencia, según estas dos investigaciones, es muy posible que se confirme que los jóvenes se sienten más felices con su físico o autopercepción que los adolescentes.

Si, desde pequeña creería que somos motivadas para cumplir con ciertas características que se consideran aceptables”

Entrevistada 5

“Si, es un problema porque muchas veces es tanto el estrés por vernos y lucir bien, por seguir cómo está la otra persona, que es lo que está de moda, infinidad de cosas que traen problemas psicológicos. Yo he vivido en ocasiones, donde me siento bastante deprimida por no poderme realizar ciertas ciertas modificaciones corporales, te explico rápidamente, yo no puedo hacerme cirugías, anteriormente te mencioné un poco mi enfermedad, por esta condición los médicos no me recomiendan que yo me realice cualquier cirugía, más que todo también porque yo sufro de la presión entonces esto sería un riesgo para mi salud, es por este motivo que a veces yo creo que sí es un problema fuerte de que nosotros queramos como seguir ciertos estándares de belleza. Entonces para las personas que no podemos realizarnos algún cambio corporal si nos genera algún trauma”.

Entrevistada 8

Hoy en día vivimos en un público en el que la apariencia es vital y los principios de belleza son muy distintos. Numerosas mujeres no pueden resistir el impulso de sentirse obligados a ajustarse a estos ejemplos de compulsividad del cuerpo y la presentación de estas personas a las dolencias de la cuestión de la dieta, como la anorexia. "En la población femenina juvenil, las formas y el peso del cuerpo afectan directamente a las convicciones sobre sí mismas, a las maneras en que se piensan y se imaginan a sí mismas indicadas por la presencia de su cuerpo" (Muñoz 2012: 15). En función de lo anterior, una de las entrevistadas agrega:

“...Si, definitivamente por lo que ya te he dicho anteriormente sí me siento motivada de hecho hasta ahorita y no pierdo la esperanza con que algún día los médicos me den otra opinión acerca de realizarme la cirugía que tengo en mente”

Entrevistada 7

Finalmente, es importante comprender que el ideal de la belleza femenina es el pensamiento socialmente construido de que "la calidad real atractiva es uno de los principales atributos de las mujeres, y algo que todas deberían esforzarse por lograr y mantener". Los objetivos de belleza se establecen en las convicciones heteronormativas y afectan inequívocamente a las mujeres de cualquier orientación sexual. Estos estándares, que incorporan la forma del cuerpo femenino, difieren de una cultura a otra.

#### **4.3. Modificaciones corporales como mecanismos de aceptación en la apariencia física de mujeres jóvenes entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura.**

Como paso inicial, debe establecerse que los cambios corporales son cambios que rompen con los pensamientos y grupos socialmente especificados. Estas prácticas se alejan de los ejemplos de conducta y sentimiento que se han establecido socialmente como suficientes o correctos, sin embargo, al romper con estos estándares proclamados en su totalidad, los cambios modifican los pensamientos de estilo y belleza. Esto cambia los imaginarios sociales de la apariencia real, que empiezan a ser considerados desde la variedad y sus numerosos signos. En función de lo anterior, una de las entrevistadas agrega:

Bueno, no me agrada mi estómago. Siempre he vivido acomedida de mi estómago, de mis dientes porque no están bien formados de hecho, ya le he dicho a mi madre para que me lleve donde el odontólogo tampoco me gusta mi frente.

Entrevistada 1

Por el momento estoy haciendo una dieta sin orientación profesional, mi mamá me ha ido mermando ciertas cantidades en mi comida y me ha restringido comer muy de seguido comidas chatarras.

Entrevistada 2

Este diseño social trabajado por la variedad de implicaciones individuales y agregadas recae sobre la persona; de modo que el cambio permite la separación con el otro y consigo mismo; pero justo a los diferentes sujetos que han pasado por la experiencia y descifran sus imágenes (López, Ricardo 2007).

Para diseccionar los cambios corporales, el término cuerpo debe ser conceptualizado y figurado más allá de un diseño actual, para considerarlo como un entramado necesario, emocional, como un material cargado de articulaciones e impresiones del mundo, como la carta de entrada con la que cada sujeto se distingue y se percibe a sí mismo previamente y en el ojo público; es el valor adicional que el sujeto hace sobre lo que elige, posterior a tener unos pensamientos, diseños y modelos. Asimismo, es importante hacer un concentrado punto por punto de la persona y su relación con la sociedad; caracterizar, explicar y distinguir las características y formas de comportarse que tiene un ser ante el entorno social y su giro social y filosófico.

Bueno, pues yo por ahorita no tengo la mayoría de edad. Entonces cuando sea mayor de edad, me gustaría hacerme una lipo, porque las mujeres quedan muy bonitas quedan con el estómago delgado

Entrevistada 3

Por otra parte, en la cultura occidental se pueden ver determinados tipos de cambios corporales que son reconocidos en su totalidad, por ejemplo, los procedimientos médicos de estética en los que se eliminan o añaden componentes al cuerpo real y que son vistos por la mayoría de la población sin ningún tipo de renuncia o peligro. En consecuencia, las alteraciones corporales

de cualquier tipo han sido importantes para la persona a lo largo del tiempo, aunque algunas sean socialmente reconocidas y otras no. En consecuencia, como se ha referenciado, las alteraciones corporales más extremas, por ejemplo, las inserciones subdérmicas, las escarificaciones, las penetraciones, los tatuajes, tendrán generalmente una visión negativa en Occidente, a la luz del olvido. No obstante, como se ha subrayado, este tipo de alteraciones que rompen con la visión mundial de la belleza o el estilo cambian los discernimientos y modifican las perspectivas, por lo que lo gustoso se vuelve relativo y abstracto. En función de lo anterior, una de las entrevistadas agrega:

Una liposucción, pero me da miedo. Me encantaría, verme y sentirme bien con mi cuerpo. Dejar estos kilitos de más a un lado.

Entrevistada 4

El cuerpo se convierte así en un espacio donde se muestran las subjetividades y se escudriñan los límites sociales. Donde los cambios inusuales se convierten en manifestaciones representativas que intentan crear cierta distancia con el dominio y la normalización de la cultura actual, estas prácticas manifiestan un sentido de orgullo del cuerpo, de articulación abierta, ya sea individual o social, a través del cuerpo y de oportunidades adicionales de orientación, sexualidad e incluso carácter. (Celis, K. , 2011, p. 17).

Si claro, las modificaciones corporales facilitan a la creación de nuevos vínculos sociales, por supuesto que sí, yo creo que las modificaciones corporales abren muchas

puertas. No, solamente en las amistades, sino que también en lo laboral...

Entrevistada 5

A partir de estos cambios, como se ha confirmado, el cuerpo tiene otra importancia, comienza a tener una centralidad crítica y esencial, el mundo occidental contemporáneo se retrata como una situación en la que el desarrollo de cada sujeto sucede, haciendo alteraciones corporales regulares, por ejemplo, tareas y cambios sobrenaturales, desalojando orígenes del cuerpo de lo sagrado, para comprenderlo como un artículo manchado, que está en continua evolución. (Chomnalez, 2013. p. 87).

Sí, por lo menos. Yo conozco un caso de una persona que antes estaba muy gorda y no tenía amistades y tampoco tenía personas que de pronto la enamoraran o le coquetearan. La persona se hizo dos procedimientos quirúrgicos, la persona bajó tanto de peso que por lo menos cuando bajó de peso, ella tenía el cuello, las axilas, las entre piernas, las tenía toda negra, negra, negra, negra, negra y cuando bajó de peso, eso se le empezó a aclarar, la cara le cambió y entonces ya empezó como... o sea, hubo como más gente que empezó a acercarse a enamorarla, hablarle para salir. Entonces, eso hace que ayude en cuanto a los vínculos y también a que la persona se sienta mejor consigo misma, o sea que tiene algún impacto en la autoestima de la persona.

Entrevistada 6

Es importante comprender que las modificaciones corporales se han convertido en un sistema significativo que les permite enmarcar una personalidad, y a través de ellos pueden conseguir un cuerpo con el que se sientan reconocidos y abiertos, utilizando diversos adornos como gemas o cuidando todo su cuerpo con tinta. Algunos incluso sienten que esto no es suficiente, por lo que optan por la extirpación o algún cambio irreversible en algún trozo del cuerpo, por ejemplo, eliminar un trozo de la nariz o de las orejas, para ellos su cuerpo es su santuario, en el que pueden exponerse y examinarse; los sujetos alterados se apropian tanto de estas prácticas ya sea de forma genuina, profunda o sincera que consiguen un apoyo en su carácter. En función de lo anterior, una de las entrevistadas agrega:

Yo no estoy tan gorda, todavía no, pero casi siempre intento bajar de peso para colocarme un vestido de baño que me guste, para ponerme un vestido que me guste o ropa pegada al cuerpo. Por lo menos, la gente se ve al espejo y no le gusta lo que ve, o si la gente se pone alguna ropa y no le gusta cómo le queda, la gente se siente mal. Pero si vos bajas de peso, bien sea por cirugía, ese pantalón que nunca te quedó ahora te queda bien, entonces vos te vas a sentir bien.

Entrevistada 7

Me haría aumento de senos, para sentirme bien, tanto por autoestima, y como para no usar brasier también.

#### Entrevistada 8

La oportunidad de cada individuo para cambiar su cuerpo es importante para su propio espacio, por lo tanto, es bueno que la duración de estas actividades no influyen en las personas a su alrededor, por ejemplo, en el caso de que empezamos desde el más esencial con los procedimientos médicos plásticos que rastrear las mediaciones de vez en cuando escandalosa y arriesgada, sin embargo, ya que son propensos a satisfacer la pauta de la belleza reconocido por la sociedad, entonces no se escandaliza. Sin embargo, los diferentes cambios se piensan de acuerdo con una perspectiva similar, sería sin duda más estrecha de miras, entendiendo que cada individuo vive para su propia realidad y no en ese marco de la mente para satisfacer la sociedad.

Dieta con orientación profesional, no. Ejercicio con orientación profesional, sí. Dieta SIN orientación profesional, no. Ejercicio SIN orientación profesional, no. Otro.

#### Entrevistada 9

Me haría una suave brisa y una reducción de implantes mamarios sin implantes de silicona.

#### Entrevistada 10

Así, con la creciente presencia de estas prácticas, se abren las puertas de entrada para que diversas áreas y subculturas de la población rompan con los esquemas de estética que han sido asentados socialmente y hagan de la autopercepción un espacio de creación, de desarrollo, de articulación de un relato, de un mensaje no verbal, cuyo objeto es buscar que el cuerpo sea

percibido como ese material que ilumina, comunica y/o contagia. Los cambios en el cuerpo son la salida de consideraciones, pensamientos o cualidades que se tienen y se desean captar respecto a cada asunto, por ejemplo, un tatuaje cuenta una historia o transmite una historia; es un libro donde se escribe la vida de diversas maneras, se utiliza tinta, hay correcciones y frecuentemente errores.

Si, mayormente los estándares de belleza son manipulados por el área del entrenamiento y mucho de los procedimientos estético que se realizan hoy en día se basan en el hecho de querer lucir como un determinado actor o persona vinculada al entrenamiento con el objetivo de tener aceptación social.

Entrevistada 3

De esta manera, el cambio corporal o el cambio en la población adulta y juvenil adquiere otro significado, que va más allá de los diseños o patrones, para asegurarse como un plan de existencia diario en el que la mejora de la evaluación y la oportunidad de la articulación adquieren una importancia crucial. Con el desarrollo relevante y verificable, se ha demostrado el cambio que ha tenido el cuerpo y el valor que se le ha dado con los ajustes, que en primer lugar estaba comprendido como un retrato social y que en las circunstancias actuales se plantea desde una asociación cercana y fundamental con el discernimiento independiente, el enfoque de discutir y la forma de vida de la persona que lo ensaya o potencialmente lo realiza. En función de lo anterior, una de las entrevistadas agrega:

Una lipectomia con amarre muscular para que no me volviese a crecer el abdomen y una rinoplastia para mejorar

el aspecto de mi nariz. porque son las partes de mi cuerpo con las que me siento menos conforme y quisiera mejorarlas en algún momento.

Entrevistada 5

El cuerpo tal y como ha sido descubierto, dentro de los cambios, empieza a ser visto en exceso de un diseño orgánico, el cuerpo con la alteración es percibido y vivido como una necesidad extrema de transmitir, de comunicar mensajes discretos se puede dar imaginativamente, como la hoja clara a través de la cual y profunda. Aunque se sabe poco con exactitud sobre el inicio de estas alteraciones corporales, se tiende a confirmar que han sido importantes para diversas sociedades, avances humanos y clanes a lo largo de todo el tiempo.

Sí, porque pienso que a uno como lo ven así lo tratan y si hablamos de la apariencia pues aún más porque es el primer impacto que se lleva el otro cuando nos ve. Por eso debemos vernos siempre bien porque es lo primero que transmitimos y todo entra por los ojos.

Entrevistada 6

Finalmente, habría que comprender que en el cambio que cualquier individuo hace de su cuerpo, la persona empieza a reconsiderar su importancia, imaginándolo como un espacio para la correspondencia del carácter y la representación social y cercana. En consecuencia, es fundamental investigar y presentar este tipo de signos desde pensamientos abiertos y sociales más profundos, para hacer notar esta peculiaridad y que sea percibida con menos olvido y sesgo en la cultura occidental, ya que en ésta, "el cuerpo se convierte en una carta de presentación, una imagen pasajera que debe dar los datos más extremos concebibles en una mirada, y que para ser reconocida

debe ser normalizada y controlada (o será vista como diversa y socavada) como si fuera un informe de carácter humano" (Rojo, 2013; p. 17).

#### **4.4. Factores influyentes que motivan a las mujeres entre 15 y 25 años del Distrito de Buenaventura a seguir los estereotipos de belleza.**

Dado que las mujeres negras han sido las más estereotipadas y victimizadas en la industria de la belleza debido a sus características físicas o a la textura de su cabello, comprender sus perspectivas es crucial para el crecimiento del fenómeno, como sostiene la autora: "Lo único que se ha conseguido con todo este engaño es perpetuar estereotipos dañinos". Cuando hablo del blanqueamiento de la piel, no encuentro demasiada resistencia. Al menos no tanta como cuando hablo del pelo postizo; "Una persona que decide hacer algo así se está defraudando a sí misma por dos razones: (a) odia su pelo y/o su piel natural, y (b) no se acepta a sí misma". De este modo, muchas mujeres negras han cedido a los estereotipos sociales sobre el color del pelo y de la piel, con el resultado de que algunas de ellas han perdido la esencia de su belleza natural en el proceso. Esto se debe a que la sociedad ha demostrado que un "buen" peinado es aquel que es lacio, mientras que la belleza se consigue teniendo un tono de piel lo más neutro posible.

En la actualidad por medio de las redes sociales y la publicidad, la cuestión fundamental de esto es que hay generalizaciones de belleza sobre los cuerpos y que las fundaciones, a través de la sociedad, se las imponen a las personas, lo que a veces hace que se planteen problemas de auto-reconocimiento y las mantiene en una caza constante para lograrlas, incluso a través de métodos que ponen en peligro sus propias vidas. El anhelo de seguir las generalizaciones se considera de

una manera excepcionalmente emocional, siendo una cuestión del individuo y su confianza y quitando la responsabilidad de la sociedad, las organizaciones y el marco político-monetario.

El ideal de belleza femenina es un desarrollo social establecido en discernimientos que estructuran lo que se conoce como la generalización de la belleza. "Maravilloso, así como suave, bonito, o probablemente magnífico, grandioso, brillante, y articulaciones comparables es una palabra descriptiva que usamos frecuentemente para calificar una cosa que nos gusta". (Eco, 2004, p.8).

“Como te decía ahora; el cabello, si es una persona negra ojalá tuviera el pelo crespo, si es una persona blanca pues su pelito bien liso, pero así bien liso, una india Catalina, que se vista bien, tenga buen olor, las cejas, las pestañas. Mejor dicho, todo”

Entrevistada 1

De ahí la importancia de examinar los discernimientos y las generalizaciones del ideal de belleza femenina que tienen las clientas jóvenes en las redes sociales. En la actualidad, los escenarios virtuales han trazado un modelo de mujeres que descubre la imagen femenina en su más destacada e inalcanzable impecabilidad.

Cabe resaltar que categorizar a un conjunto de personas por un único atributo (pertenencia a una misma generación) sin considerar las dimensiones que separan (distancias sociales objetivas, condicionantes de modos diferentes de entender, valorar y actuar en la realidad) a los diferentes grupos, lleva a la construcción de taxonomías reduccionistas y, por lo tanto, erróneas: “Homogeneizar los diferentes grupos juveniles sobre la base de una pertenencia generacional suele

ser una falacia analítica habitual [...] No existe una cultura juvenil única como factor condicionante del ser joven” (Epelbaum, citado por Bolsi, 2009, p. 115).

Se ha llegado a considerar a la juventud como mero signo, una construcción cultural desgajada de otras condiciones, un sentido socialmente constituido, relativamente desvinculado de las condiciones materiales e históricas que condicionan a su significante: “la juventud es un concepto esquivo, construcción histórica y social y no mera condición de edad” (Margulis, 2008; citado por Bolsi, 2009, p. 115).

“la juventud” se presenta en escena en la cultura actual, privilegiando su aspecto imaginario y representativo: la juventud no aparece “como una edad sino como una estética de la vida cotidiana [...] Las generaciones comparten códigos, pero también se diferencian de otras generaciones, y al coexistir en el interior de un mismo grupo social, por ejemplo, una familia, las diferencias generacionales se expresan, frecuentemente, bajo la forma de dificultades y ruidos que alteran la comunicación y, a veces, en abismos de desencuentro, que en gran parte tienen que ver con que no se comparten los códigos (Margulis y Urresti, s.f., pp. 2-3).

El ser joven se describe como una edad privilegiada representada estéticamente en una sociedad que exige su físico; su cuerpo, su vitalidad y belleza, adicionado a una generación que estadísticamente se cuenta como población que funda conflictos, violencias, problemas, estigmatizando su proceder y no contando con que es un segmento poseedor de sus propios códigos de comunicación y actuar. En que los adultos no han podido penetrar en estos símbolos (Ley 375 de Julio 4 de 1997)

Otro estándar se impone al público femenino, apoyando las fragilidades y presentando una maravilla increíble. Instagram ha impactado por un enorme alcance la existencia cotidiana de sus clientes y a pesar de que es visto como un instrumento en giro consistente, se ha confirmado que la utilización de este entretenimiento en línea podría influir en la confianza, el carácter y la decepción de las mujeres en torno a su apariencia real, perspectivas que están directamente conectadas con la correspondencia de las generalizaciones, forzando un ideal de belleza.

“Porque en realidad hay cosas que realmente motivan o ameritan a las personas, por ejemplo, cuando uno va a las empresas ¿Quiénes son las secretarias? Son mujeres altas, esbeltas, cuando uno va a casi todos los espacios la mayoría de mujeres que uno ve son altas y flacas, entonces uno se va como mentalizando de que, para poder ocupar esos puestos, de lo que sea uno también debe de estar en esos parámetros”

Entrevistada 2

Hoy en día, a través de las organizaciones interpersonales y la promoción, los individuos están en constante correlación con los demás y como el cuerpo es la principal carta de presentación para otras personas, la preocupación por la apariencia real se ha expandido en las personas; el principal problema de esto es que hay estereotipos de belleza sobre los cuerpos y que las fundaciones, a través de la sociedad, las están forzando en las personas, lo que a veces hace que los problemas de auto reconocimiento y los mantiene en una búsqueda constante para lograrlos, incluso a través de estrategias que ponen sus propias vidas en peligro.

El ansia de ajustarse a las generalizaciones se considera de una manera excepcionalmente emocional, dejándolo como una cuestión del individuo y su confianza y quitando responsabilidad a la sociedad, a las instituciones y al marco político-financiero.

“Aunque no lo haría por otras personas, para ser aceptada por otros, sí influye”

Entrevistada 3

Los estereotipos de belleza provocan correlaciones con diferentes mujeres, con observaciones negativas sobre los conjuntos de otras. Con respecto a la contención entre las mujeres, tiende a tener sentido que a través del legado transmitido por la eliminación a la que fueron oprimidos por un tiempo realmente largo.

La dama generalmente se quedaba en casa, no estudiaba y no trabajaba, y el hombre era la persona que salía a colaborar con el mundo, la dama estaba separada de diferentes mujeres y hombres, así como de sí misma, por lo que la mejor manera de enterarse de cómo debía mirar su cuerpo y el de los demás y cómo debía actuar era a través de su pareja y su familia, que como se ha referido anteriormente replican el marco severo sobre ellas.

Las mujeres crecían sin personalidad ni conciencia, ni capacidad básica para su situación, pensando en el otro como su oponente (De Beauvoir, 1999), no sólo esto, los hombres tenían el mando sobre la sociedad, eran los que estaban en los círculos de fuerza y, por lo tanto, caracterizaban la apariencia y conducta de las mujeres.

Esto tiene sentido en base a que esencialmente no hay una manera particular de comportarse de las mujeres y de los hombres, no es algo con lo que se conciba al individuo, algo

se adelanta por ser importante para la sociedad, es algo que la sociedad ensambla y por lo tanto al ser esencial para ella se gana y se anticipa de los demás (Siervo de la cabeza, 2007).

“Sí, porque hay veces las personas se preocupan más por demostrar lo externo y no por las cosas internas, entonces es por ello que cuando las personas ven que no están cumpliendo con estos estándares se les baja la autoestima, porque como no se sienten dentro de este círculo pueden atentar hasta en contra de su vida”

Entrevistada 4

En general, el cuerpo femenino ha estado en el punto de mira de la sociedad, que se ha encargado de determinar lo que es correcto y lo que ocurre con el cuerpo de las mujeres. En el área pasada, se aclaró la obligación de los establecimientos en el control de la sociedad y la forma de comportamiento de las personas. En el área actual se introducirá la forma en que el control practicado por diferentes entidades, ha sido generalmente más revolucionario con las mujeres.

“Sí, de pronto cuando mi mamá me dice que estoy muy gorda, aunque de pronto ella me lo dice por salud y para evitar problemas de pronto de presión, de salud, problemas respiratorios, pero ella sí me dice que baje de peso”

Entrevistada 5

Al dar otro valor al cuerpo, se elevó la importancia de la apariencia real de los individuos, y se empezó a juzgar a los cuerpos que no eran iguales a la generalización establecida. Hoy en día, las culturas actuales han sellado firmemente grupos de belleza que pueden influir enfáticamente o negativamente en las rutinas regulares de los individuos, particularmente en las de las mujeres. Los resultados de tal tensión sobre el cuerpo femenino van desde cuestiones financieras y sociales hasta condiciones médicas que ocasionalmente podrían causar la muerte;

anorexia, bulimia, procedimientos médicos en lugares de inicio horrible, penetraciones con componentes venenosos, entre numerosos otros.

“Sí me ha pasado, sin embargo, estoy tratando de mejorar por y para mí y esto ha pasado comparándome en redes sociales”

Entrevistada 6

El ideal de lo bonito ha sido una idea forzada por nuestros factores ambientales. La cultura, la sociedad y cada individuo son esenciales para la formalización de lo que se considera bonito y lo que no. Sin duda, la belleza ha estado siempre asociada al cuerpo, a la apariencia real, a la forma de mirar o de vestir, y a pesar de que los tiempos han ido cambiando y la generalización se ha ido deformando, ha tenido siempre la capacidad de caracterizar lo que la sociedad podría considerar, por las generalizaciones femeninas, la dama ideal. Sin duda, la impecabilidad reside en el discernimiento.

“Me siento conforme con mi cuerpo porque puedo realizar todas y cada una de las actividades que me proponga, mi apariencia física me gusta, la capacidad que tiene mi cuerpo de reaccionar y reponerse a enfermedades es algo lo cual valoro y me hace sentir afortunada”

Entrevistada 7

El cuerpo femenino ha sido visto como un artículo, algo que puede ser vendido, descubierto y comprado, las mujeres han tenido constantemente más tensión en lo que respecta a sus cuerpos y han sido directamente y de manera indirecta convencidos de impactar la forma en que buscan a fondo en la solicitud para satisfacer a los demás, posteriormente, el consentimiento

a los grupos de la belleza forzada por el público en general a la que tienen un lugar, esto debe ser visible en los esfuerzos de promoción, desafíos de belleza, programas de televisión, películas, revistas, listas de ropa y numerosos otros. Se está enfatizando la forma en que el cuerpo femenino es accesible al mercado, considerando que el mercado sólo busca vender y no le importa la persona, que es la fundamental impactada por la presencia de las generalizaciones.

“Si ya que muchos de esos estándares de belleza llegan a generar no solo problemas alimenticios, sino que también problemas psicosociales ya que estos estándares están impuestos por un minino porcentaje de persona que cuentan con los beneficios económicos o aquellos que pertenecen a la industria de la belleza”

Entrevistada 8

Las redes sociales y los medios en línea contribuyen a la presentación y el significado de los estándares de belleza que influyen en el autorretrato mental y la seguridad de las mujeres que utilizan comunidades informales como Instagram. Preferir, comentar o compartir varias distribuciones, permite a las comunidades informales lograr una situación de gran alcance de un ejemplo de belleza debido a su alcance y la apertura incesante de sus clientes. Instagram, es un método por el cual su notoriedad e influencia, ha tenido la opción de exponer y difundir un origen de belleza inauténtico. A través de la aplicación, se han creado objetivos restringidos y generalizaciones en las que se impide a las mujeres percibir y participar del atractivo en ellas mismas y en los demás.

“Desde pequeña me vi presionada por mi entorno familiar a adquirir una contextura corporal delgada, en un tiempo pasado quise seguir aquel estándar de belleza que era

más aceptado en mi zona, el de ser delgada con caderas y nalgas pronunciadas. Ya ahora la experiencia y los diferentes sucesos de mi vida me han llevado a tener un concepto un poco diferente”

Entrevistada 9

Con el desarrollo de los estereotipos sobre la belleza del cuerpo, los individuos comenzaron a buscar formas de consentir lo que la sociedad dirigía, con los avances innovadores y la posibilidad de cambiar el cuerpo, los procedimientos médicos correctivos se convirtieron en una acción socialmente reconocida y progresivamente normal. Hoy en día, cualquier parte del cuerpo puede ser ajustada por lo que el paciente elige y desde una edad inexorablemente más joven.

“Sí. Momento en el que digamos, en un trabajo, donde se fijan mucho, depende en el trabajo en que vos estés, se fijan mucho en que, si una persona es gorda o flaca, si sos flaca de pronto tenés más movilidad, podes hacer las cosas más rápido, sin mantener tanta pereza. Si vos vas a ser secretaria, por lo general, cuando piden una secretaria la piden con cuerpo bonito, cara bonita. También por lo menos, si vos te fijas en la universidad las personas obesas (gordas) casi siempre uno las veía solas, porque por lo general le hacen bullying o a la gente le agrada más estar con personas delgadas”

Entrevistada 10

Otra acción que es famosa en la opinión pública es el trabajo activo en lugares específicos, los centros de recreo se han introducido en los órdenes sociales occidentales como un rasgo de la cultura del bienestar, que ofrece una condición de bienestar y salud real para cualquiera

que lo ensaye, sin embargo, algo está apoyando las generalizaciones sobre el cuerpo, por ejemplo, el pensamiento de vanguardia de que la esbeltez es inseparable del bienestar. Hay individuos que mantienen la disciplina de ir al centro de ejercicios y se someten a este entrenamiento, es fascinante explorar si realmente es algo que logra el equilibrio en los individuos sobre el reconocimiento de sus cuerpos ya que es una pieza desconcertante que hay individuos que van al centro de ejercicios constantemente y sin embargo practican procedimientos médicos restaurativos.

“Para mí una persona bella, puede ser una persona que se mantenga siempre arregladita, oliendo bien, su pelito siempre arreglado, unos buenos zapatos, unos buenos aretes, si es de usar reloj, su reloj y así”

Entrevistada 4

El cuerpo es el lugar donde nos distinguimos y somos reconocidos; es probable que impulse las relaciones y se le ha dado un sentido de relación social. El cuerpo humano fue visto recientemente como el dispositivo más memorable de las personas a la hora de nacer, un aparato para el trabajo y la proliferación, sin embargo, a lo largo del tiempo se le han añadido nuevas implicaciones, una de ellas es la de un cuerpo reificado: "en la sociedad actual, al cuerpo se le otorga un valor focal, es una indicación de estatus y una imagen de progreso o decepción y un objeto mediático que se utiliza para vender artículos" (Buñuel. 1995. P. 99).

#### **4.5 Historia y Aportes del Trabajo Social como profesional a las lógicas de los estereotipos de belleza.**

La profesión del trabajo social, tuvo sus orígenes en los Estados Unidos en el siglo XIX, surge en una época con grandes problemas sociales que ocasionó la revolución industrial como la migración, hacinamiento, epidemias, trabajo infantil, condiciones laborales inhumanas, pobreza, etc, en un principio comenzó como una acción social para los pobres, enfermos y desvalidos donde se trataba de suplirles sus necesidades materiales a través de limosnas, posterior a ello, las y los encargados de esta labor tuvieron que organizarse con el fin de impulsar métodos apropiados para tal fin, para esto la iglesia católica se encargó de dar estas ayudas bajo la virtud teológica: la caridad.

Bajo este giro, se podía entender la caridad en hacer el bien por amor a Dios, cabe resaltar que algunas pioneras del trabajo social participaron por varios años en la Organización Social de la Caridad, que fue promovida por el pastor Henry Solly, donde se les denominó “visitadoras de la caridad”, así mismo Octavia Hill y Mary Richmond. Posterior a ello la Organización Social de la Caridad, creó la escuela de filantropía como iniciativa de Richmond de Nueva York En 1898, se comprende el concepto de filantropía en hacer el bien por amor al hombre, sus aportes al trabajo social se derivaron a partir de varios libros, pero el que la consagró como “la madre del trabajo social” fue “diagnóstico social”. Según sus propias palabras “con todo ello se alcanza un enfoque concreto dentro de las Ciencias Sociales, es decir: ha nacido una PROFESIÓN, una DISCIPLINA: EL TRABAJO SOCIAL”. (Richmond, 1917) De esta forma la filantropía pasó a llamarse escuela de trabajo social en 1918. Con el pasar de los años, a nivel mundial se fueron dando cambios tanto económicos como sociales, en donde los gobiernos crearon instituciones que estuvieran creadas

en para ejecutar políticas sociales. Con esto podemos reconocer que la realidad social determina el Trabajo Social, es por esta razón que la intervención social ha evolucionado con el pasar del tiempo, teniendo como objetivo reconocer a las personas como sujetos de derecho, siendo ellos los protagonistas de transformación de su propia realidad.

Los estereotipos y estándares de belleza propugnados por la sociedad pueden tener una relación complicada con los cuerpos, donde estos pueden afectar tanto lo emocional como lo físico, donde en algunos casos incluso llegar a promover al desarrollo de enfermedades a corto o largo plazo. Esto significa que nuestra imagen personal incluye nuestra imagen interior, imagen exterior e imagen ideal. La frustración que provoca el juzgar mal la imagen personal y nuestra obsesión por sobrevalorar nuestro cuerpo en lugar de perfeccionar nuestras propias cualidades nos lleva a una gran decepción y resignación, obligándonos a vivir y afrontarlo.

La adolescencia es un período del ciclo de vida de los seres humanos, sino también desde el punto de vista de la configuración de la personalidad, con procesos importantes como los símbolos y las identidades, pero estos factores vienen dados por el entrenamiento para crear interacciones en un contexto social. Porque en esta etapa las personas también necesitan ser conscientes de que son miembros de un grupo diferente al núcleo familiar, por consiguiente, es una necesidad social de adoptar niños y también es una necesidad de descubrimiento. Las experiencias que influyen en la realidad muestran que los niños pequeños son psicológicamente susceptibles a la influencia. La nueva generación está más inmersa en el uso de la tecnología, las redes sociales son un nuevo escenario de interacción entre individuos, e incluso estudios demuestran que el uso de estos escenarios ya no se ve obstaculizado. La adquisición de habilidades sociales interactivas se manifiesta en diferentes comportamientos internos, y si las redes sociales

influyen en varios rasgos de personalidad de las y los jóvenes, si este efecto es positivo o negativo, depende del contenido al que están expuestos los y las jóvenes.

Por otro lado, nos encontramos con las distintas formas de satisfacción que posee el ser humano y aquí uno de los principales psicólogos que identificó la necesidad humana de logro Más que satisfacer necesidades biológicas como comida, agua, refugio, Karl Rogers argumenta que el respeto positivo debe ganarse aceptando y respetando a los demás. De ahí la decepción, el dolor, la inadecuación y otros sentimientos resultantes. Por un lado, el desacato a las normas sociales o la renuncia a valores afecta un sentido de egoísmo debido a la falta de estima positiva en los demás.

Es pertinente mencionar que la profesión del Trabajo Social tiene como principio básico la intervención social, salvaguardando los derechos humanos al igual que el sostenimiento de una justicia social, donde el individuo pueda gozar de una mejor calidad de vida, por lo tanto, toda dificultad que esté ligada con estos principios, se toma como asunto de investigación dentro de la profesión, donde el experto tendrá como finalidad brindar posibles soluciones a estas problemáticas, aún si aquellas están asociadas a la corporalidad.

La comprensión del trabajo social como una profesión inserta en la división sociotécnica del trabajo es una premisa que, influenciada por la tradición marxista, permite abordar la historia de la profesión y sus mediaciones con las contradicciones sociales, políticas y económicas inherentes al modo de producción capitalista (Iamamoto y Carvalho, 1984).

Desde este punto de vista analítico, la naturaleza ambigua de la profesión puede ser vista como un subproducto inevitable de las contradicciones sociales dentro de las cuales opera, rompiendo así los supuestos insulares y autorreferenciales que han dominado la interpretación histórica del trabajo social en América Latina y, en particular, en Colombia.

Para examinar los antecedentes históricos de un campo como el trabajo social, primero debemos señalar la ubicación geográfica de los países que proporcionaron los fundamentos teóricos y filosóficos del campo. También es importante definir y separar el ámbito del trabajo social del de otras ciencias sociales. Esto puede hacerse mediante un examen en profundidad de los principios rectores de la profesión, las leyes categóricas, las metodologías y otros elementos epistemológicos (especialmente frente a los estereotipos de belleza) (Ander- Egg, 1994).

Tomando en cuenta las lógicas de género y estereotipos de belleza, las y los trabajadores sociales se enfrentan al doble reto de adaptarse a la inevitable transición del campo hacia las ciencias sociales y satisfacer las crecientes demandas de asistencia en general en un momento en el que los recursos financieros son escasos y el estado del bienestar está en desorden. Es decir, se consolidan nuevas representaciones sociales en torno al tema.

Hablar de estereotipos de belleza en un escenario como Buenaventura es complejo y más aún en un escenario tan machista y radicalista como el bonaverense. Donde se apersonan de imágenes estéticas que lo hacen parte de su vida cotidiana y en esa misma línea se puede evidenciar como un mecanismo de poder por el seguimiento de estos patrones, pues porque ciertamente se despliega un tipo de imagen de lo que es llamado lo perfecto, y aquí entre más similitud tenga la mujer con esa imagen más es exaltada. Pero, por otro lado, es ahí donde las personas no tienen en cuenta que todo esto puede desencadenar distintos problemas en aquellas personas que no poseen las similitudes que los estereotipos dibujan,

donde esas pueden ser; problemas de discriminación y en muchos casos llegar hasta a ser de exclusión y pues es aquí donde esas personas en búsqueda de obtener dicha aprobación llegan a realizarse procedimientos riesgosos que pueden atentar contra sus vidas.

Trabajadora Social #1 – Buenaventura, 2023

Para hacer frente a los retos del campo del trabajo social actual, hay que comprometerse con un mundo en el que todas las personas reciban un trato justo y equitativo, y en el que se les garantice la libertad de buscar su propia felicidad sin temor a persecuciones o represalias. Y es que un trabajador social es un agente de cambio, alguien cuya vocación es servir a su comunidad.

Yo creo que aún hay que trabajar más el tema de género y más aún el tema de los estereotipos de belleza, como trabajadores sociales y como agentes de cambio tenemos esa responsabilidad. Es aquí donde uno como Trabajador Social asume su postura de interventor frente a la problemática, ¿ya? Pues porque dado a que es algo que se transmite con tanto auge en la actualidad resulta siendo un patrón que muchos tienden a seguir. Entonces nuestro trabajo consiste aquí en proponer diferentes estrategias, donde permitamos enfrentarnos a esta problemática... Que se lleve como un tipo de mensaje resaltando que existen distintos modelos de cuerpos y

que cada uno de estos deben ser aceptados por las personas que lo poseen, que dejen de ver como necesidad esas prácticas de lo que encamina belleza, ya que a partir de esto hará que las mujeres tengan autoaceptación y construcción de una identidad propia, y pues ya a partir de allí se evitan trastornos alimenticios, al igual que los anímicos, también disminuye la discriminación y la exclusión.

Trabajadora Social #1 – Buenaventura, 2023

Comprender y analizar las identidades, prácticas y demandas y necesidades sociales emergentes desde las lógicas de los estereotipos de belleza es una parte crucial del trabajo social, ya que constituyen los cimientos del futuro Estado del bienestar. Para lograr este objetivo, hay que centrarse en los niveles micro y local para fomentar una comunidad más aceptante y acogedora en la que se respeten y valoren los derechos y libertades de todos en un ambiente de convivencia productiva (Ander- Egg, 1994).

Cabe señalar que la discusión profesional en el campo del trabajo social ha girado en torno a la cuestión de si el trabajo social constituye o no una actividad científica, teniendo en cuenta que sus raíces se encuentran en el "quehacer de la ayuda, la caridad y la filantropía", ejercido por bienhechores no capacitados. El hecho de que Guatemala sea un país latinoamericano con alta pobreza y exclusión social, donde el poder y el capital son los principales generadores de explotación, bajo un sistema capitalista, es una realidad que obliga a una perspectiva global y tiene impacto en el ámbito internacional.

Hablar de estereotipos de belleza es un tema complejo en una sociedad como la bonaverense en la que hay carencia de oportunidades, donde se tiene un índice de necesidades básicas insatisfechas tan alto y en el que las jóvenes y o adolescentes creen que teniendo un mejor aspecto físico pueden conquistar un hombre que les ayude a subsanar esas necesidades y carencias... y más allá de charlas, hace falta un ejercicio de deconstrucción para quitar esos imaginarios y generar cambios verdaderos.

Trabajadora Social #2- Buenaventura, 2023

A lo largo de la historia de la humanidad, los estereotipos de género han sido reconocidos como una bomba que amenaza los derechos humanos y las libertades básicas. Estas construcciones sociales han dado lugar a la aparición de roles de género diferenciados para hombres y mujeres.

Por ello, Vélez et al. (2009) afirman: "Con el tiempo, las ideas estereotipadas se naturalizan, es decir, las personas olvidan que son construcciones sociales y en su lugar las tratan como verdades absolutas sobre cómo deben comportarse hombres y mujeres"; de igual forma, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 2018 identificó los ideales de belleza como un "problema global que tenemos que resolver."

Según Fernández (s.f.), la relación entre mujeres, sexualidad y consumo es muy complicada a pesar de los importantes avances hacia la no estereotipación de las mujeres desde su reconocimiento como sujetos de derecho. Las mujeres han sido vistas históricamente como

ciudadanas de segunda cuyos derechos no se pueden hacer valer. A lo largo de la historia de la humanidad, los estereotipos de género han sido reconocidos como una bomba que amenaza los derechos humanos y las libertades básicas. Estas construcciones sociales han dado lugar a la aparición de roles de género diferenciados para hombres y mujeres.

Los estereotipos de género, porque en la sociedad actual existe la paridad entre ambos sexos, un ejemplo es en el ámbito laboral, en lo político, sin embargo no se puede decir que en los momentos actuales esta problemática está erradicada, por cuanto se continua en la lucha por reducir las brechas de desigualdad existentes en la comunidad, manifiesta además que el Trabajador Social intervendría con un equipo interdisciplinario a través de la información, orientación participando en programas, capacitaciones que se encaminen a minimizar estos estereotipos de belleza e incluso se puede optar por realizar proyectos de sensibilización, utilizando las redes sociales, asimismo por los medios de comunicación que pueden ser una alternativa para difundir temas de igualdad, también agrega que se trabajaría con programas masivos , campañas que hagan publicidad sobre la temática tratada.

Trabajadora Social #2- Buenaventura, 2023.

Según Fernández (s.f.), la relación entre mujeres, sexualidad y consumo es muy complicada a pesar de los importantes avances hacia la no estereotipación de las mujeres desde su reconocimiento como sujetos de derecho.

Con una perspectiva académica, los trabajadores sociales se comprometen con las comunidades tanto a nivel individual como social para arrojar luz sobre las realidades sociales y abordarlas a través de los procesos de investigación e intervención. Esto permite comprender mejor el problema en cuestión y las medidas que pueden adoptarse para paliarlo. Según la Federación Internacional de Trabajadores Sociales, el trabajo social "es una profesión basada en los principios de justicia social, derechos humanos, responsabilidad colectiva y respeto a la diversidad como componentes esenciales del trabajo social" (Ander- Egg, 1994).

Esto significa que un trabajador social es alguien que enseña y guía a otros para que puedan tomar la iniciativa en la realización de cambios positivos en sus propias vidas; esta persona centra sus esfuerzos en revitalizar y animar un entorno social haciendo uso de todos los recursos disponibles para ello. Al respecto, Martínez (2017) menciona que "la intervención social puede facilitar no solo una mejora sobre la percepción que las mujeres tienen de sí mismas, sino también en su posición social y la distribución del poder con el objetivo de alcanzar la equidad entre los sexos".

Se están realizando esfuerzos a escala mundial, nacional y local para abordar esta cuestión a través de los medios de comunicación; mientras tanto, se pide a las familias y a las instituciones educativas que guíen a los jóvenes y a la sociedad en general a través de debates sobre la igualdad de género y los ideales de belleza, los trabajadores sociales pueden llevar a cabo campañas educativas en diversas instituciones locales utilizando los planes,

programas y proyectos existentes destinados a mitigar este problema.

Trabajador Social #3 -Buenaventura, 2023

Resulta fascinante conocer los puntos de vista de los autores a la hora de debatir esta cuestión social, ya que algunos de ellos creen que estos temas son especialmente pertinentes para las mujeres porque son más propensas a sufrir prejuicios que acaban aceptando como algo común, llegando a verlos como una realidad llena de ideales y características que sólo deberían ser suyas.

En la misma medida, dentro de los estereotipos de género y belleza hay que reconocer el lugar histórico otorgado a las mujeres en el cuidado relacionado con el hogar, lo doméstico, lo privado, entre otros, y que dificulta la posibilidad de generar nuevas ideologías frente al tema de la belleza

Trabajadora Social #3 - Buenaventura, 2023.

El trabajo social es un enfoque de la resolución de problemas que pretende reunir a personas e instituciones para abordar cuestiones sociales como la pobreza y la desigualdad, centrándose en las normas universales de justicia y derechos humanos y haciéndolas cumplir. Al adaptar su práctica a las necesidades de los tiempos, estas profesionales están en mejores condiciones para "producir un efecto multiplicador en las posibilidades del ejercicio... y desarrollar un aspecto crítico que destierre los estereotipos y el sexismo de género y belleza" (Pastor & Sánchez, 2014).

En este sentido, es importante lo que expresa (Gómez, 2015) al manifestar que “se debe fomentar el conocimiento a la población general de su significado peyorativo para conseguir eliminarlos de nuestro vocabulario o pensamiento , es evidente entonces que el Trabajo Social, tanto en su intervención como en su faceta de investigador, busca trabajar por la igualdad de género, se caracteriza por intervenir a través de la coeducación, que es la inclusión de la perspectiva de género dentro de la educación.

En ese orden de ideas, para Buenaventura, es notorio el alto porcentaje de necesidades básicas insatisfechas en la población, así mismo condiciones como la feminización de la pobreza, que hace que entre la población más pobre se encuentren las mujeres, limitando aún más la posibilidad de cambiar los estereotipos de género.

## Conclusiones

La sociedad reprenderá constantemente al otro, asumiendo que esto entra en conflicto con lo que un individuo similar piensa sobre lo correcto, esto se aplica en la perspectiva, convicciones y, sorprendentemente, de manera similar de actuar, sin ofrecer la oportunidad de conocer el fundamento de las cosas. De esta manera, es vital que los individuos se eduquen sobre estos cambios y comprendan que no son de ahora, sino que tienen su conjunto de experiencias, donde en los clanes eran vistos como sanadores, se mantenían alejados de lo aborrecible y eran verdaderamente significativos a la luz del hecho de que podían reconocer a uno de otro.

Frente a esto, hoy en día puede que no tengan una importancia similar para los individuos que los practican, sin embargo siguen siendo de una estimación increíblemente cercana para estos sujetos, ya que pueden comunicar a través del cuerpo lo que no pueden comunicar a través de la voz; no es tanto que esa sociedad lo reconozca absolutamente, en razón de que hay individuos que son moderados, hay religiones que están absolutamente en contra de cualquier cambio que se haga al cuerpo ya que hace daño, hay varias consideraciones, es sólo la realidad de respecto a lo que es único.

De la misma manera, la autopercepción puede desfigurarse y convertirse en una cuestión difícil que puede influir negativamente en su bienestar físico, cercano y mental. Esta cuestión puede cambiar a las personas impactadas por los medios de comunicación y sus objetivos erróneos de lo que los individuos deben ser para adquirir el reconocimiento social y de sí mismos.

Los sujetos que siguen estas generalizaciones de la belleza son en su mayoría compensados por la sociedad, con factores que incluyen un infame bienestar económico,

reconocimiento individual, comentarios positivos en cuanto a su apariencia real, entre diferentes ocasiones que hacen de este tipo de conducta algo deseado entre la gente y su anhelo de fisonomía humana.

La belleza ha cobrado una extraordinaria legitimidad en los vínculos relacionales, por lo que puede impactar en la seguridad de desempeñar una mediación corporal para encajar en las diferentes generalizaciones sociales, por lo que nos propusimos distinguir el significado de la belleza de las mujeres de Buenaventura que han pasado por un procedimiento médico superficial, para ello consideramos la idea de belleza que tiene cada una de las mujeres con las que se habló, lo que por regla general impactó en la elección de pasar por una cirugía de estética.

En este estudio, la belleza ha sido considerada como una subcategoría ya que a partir de la implicación que las mujeres le dan a la idea, comienzan a buscar ese ideal de belleza que les permita encajar por los principios que se han establecido socialmente, donde el cuerpo tiene una significación única ya que se cambia y a través de él se aborda lo encantador y lo no encantador.

Es obvio que el clima social afecta significativamente a la existencia cotidiana regular, a cuenta de la exhibición de procedimientos médicos de estética se pueden encontrar un sinnúmero de circunstancias que saturan el imaginario de los individuos, impulsándolos con un objetivo específico en mente para realizar actividades que se coordinan para seguir lo que la sociedad obliga.

Los imaginarios sociales vistos como enfoques para abrumar y solicitar a la sociedad pueden encajar de manera impecable con la forma en que los medios de comunicación venden a los individuos la posibilidad de un físico esculpido, que necesitan perseguir la dirección para verse bien, para ser "encantadores".

El efecto que la sociedad tiene sobre las singularidades puede ser de tal magnitud que hace que los individuos se cuestionen a sí mismos y empiecen a hacerse imágenes en sus cimas de la manera en que deben o no deben ser. En un orden específico de pensamientos, las comunidades informales también afectan extraordinariamente al enfoque de la percepción del "físico divino", ya que las creaciones que se cuidan como las imágenes y los modos de vida que se proyectan son excepcionalmente reveladores, acabando por incrustar perspectivas en las que se intentan cumplir normas específicas, ya que la sociedad intenta mostrar la impecabilidad como modelo a seguir, reafirmando igualmente la comercialización de artículos de belleza es inequívocamente a través de estos medios, organizaciones informales, donde modelos, animadores y grandes nombres, convencen a sus seguidores sobre lo que es grande, estupendo o encantador.

## Bibliografía

Acosta, M. D. (2019). *Percepción de la imagen corporal entre adolescentes universitarios*.

Valencia: Instituto de Investigaciones en Nutrición.

AGUILAR, L. A. (2004). *La hermenéutica filosófica de Gadamer*. Sinéctica, Revista Electrónica de Educación.

Arias, C. (2006). *Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas*.

BURGOS, J. F. (2021). *PARÁMETROS DE BELLEZA FEMENINA EN LAS INDEMNIZACIONES POR DAÑO ESTÉTICO EN COLOMBIA A PARTIR DE 1991*. Popayán.

Dayana Zarith Ariza, C. J. (2018). *Interpretaciones que tienen un grupo de adolescentes de la fundación Zoe de Bucaramanga acerca de los estereotipos de belleza*. Bucaramanga.

Etxanzl, I. E. (2005). *IMAGEN CORPORAL y MODELOS ESTÉTICOS CORPORALES EN LA ADOLESCENCIA Y LA JUVENTUD*. Lejona.

Giraldo, G. Y. (2022). *Análisis semiótico de la transformación del uso de los estereotipos de género de belleza femenina en los comerciales de la televisión colombiana desde la psicología social*. La Dorada.

GONZALEZ, C. (2010). *La estética como un “deber ser”*. Revista Digital PTO VITAL.

JENNY MANUELA CASTRO MUÑOZ, M. A. (2020). *FACTORES SOCIALES INFLUYENTES EN LA REALIZACIÓN DE CIRUGÍAS ESTÉTICAS EN LAS MUJERES DE BUENAVENTURA ENTRE 23 Y 40 AÑOS, PREDOMINANTEMENTE*

*AFRODESCENDIENTES CON UN NIVEL EDUCATIVO PROFESIONAL.*

Buenaventura.

Katherine Andrea Buitrago Hurtado, D. U. (2016). *Estereotipos de belleza física en medios de comunicación en mujeres jóvenes, estudiantes universitarias en Villavicencio.*  
Villavicencio.

LOSCERTALES, F. (2003). *“El lenguaje publicitario: estereotipos discriminatorios que afectan a las mujeres”*. Madrid.

Moreno, M. J. (2021). *Modelo predictivo de insatisfacción con la imagen corporal*. Pereira.

Morillo, E. S. (2015). *Estereotipos de belleza femenina en publicidad y afectación en jóvenes del Ecuador: aplicación de la ley orgánica de comunicación en el ámbito publicitario*. Quito.

MUROLLO. (2009). *SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA CRRADOS POR EL SISTEMA, IMPUESTOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOSTENIDOS POR LA SOCIEDAD.*

Murolo, L. (abril de 2009). *sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema, impuesto por los medios de comunicación y sostenidos por la sociedad”* . Argentina.

Ortiz, V. (2013). *Percepciones y prácticas corporales estéticas de un grupo de*. Cali.

Prada, J. M. (Octubre de 2017). *Scielo*. Obtenido de  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-43602017000100259#fn8](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-43602017000100259#fn8)

Raich, R. M. (2000). *Imagen corporal. Conocer y valorar el propio cuerpo*. . Madrid: Ediciones Pirámide.

- Rojas, A. S. (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. *POLIS*.
- SALAMANCA, CAMILA & ROJAS L, ANA M. (2012). *ESTEREOTIPOS DE BELLEZA FÍSICA QUE TIENEN LOS ADOLESCENTES DE*.
- Santos, E. (23 de Enero de 2022). *Trastornos alimenticios son reforzados por estereotipos sociales de belleza, según experta*.
- Schilder, P. (1953). *The Image and Apperance of the Human Body*. Mexico: Routledge; 1er edición.
- Secretaría Distrital de Salud del Distrito de Buenaventura. (2021). *Análisis de Situación de Salud del Distrito de Buenaventura*. Distrito de Buenaventura.
- SURIA, R. (2010). *PSICOLOGÍA SOCIAL (SOCIOLOGÍA)*.
- Thompson, J.K., Heinberg, L.J., Altabe, M. Y Tantleff-Dunn, S. (1988). *Exacting Beauty. Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance*. Washington: American Psychological Association.
- Trabajo, O. I. (2008). *ABC de los derechos de las trabajadoras y la igualdad de género*.
- Villafuerte, D. B. (s.f.). *MANUAL METODOLÓGICO PARA EL INVESTIGADOR CIENTÍFICO*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS%20DE%20INVESTIGACION.htm>
- Zambrano, L. D. (2020). *Estereotipos de belleza: formas de control hacia los cuerpos femeninos. Un acercamiento desde las cirugías estéticas*. Bogotá.

### ***Trabajos de Grado.***

BALBI, Ma. Belén. (2013). “Influencia de modelos ideales de belleza y delgadez, propuestos por los medios de comunicación, en adolescentes mujeres.”. TESIS DE GRADO. Universidad del salvador. Pregrado en Licenciatura en Psicología. Argentina 2013. Tomado de: [http://www.usal.edu.ar/archivos/di/balbi\\_ma\\_belen.pdf](http://www.usal.edu.ar/archivos/di/balbi_ma_belen.pdf).

CARDENAS, Diana Patricia. (2015). “Lo negro es bello.” TESIS DE GRADO. Universidad del Pacifico. Pregrado en Sociología. Buenaventura 2015.

GARCÍA, Camilo. (2008). La creación del ser ideal, el fin del ser humano. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

LÓPEZ, Ángela Maria. (2010). Corporalidad e identidad juvenil [Recurso electrónico] la construcción del ideal de cuerpo juvenil femenino en la Revista Tú. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

MORENO, Lina. (2010). Cuerpos modelos, cuerpos moldeables. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia

NAPOLI, Cecilia. (2007). “La imagen estereotipada de la mujer en la comunicación visual y el diseño.”. TESIS DE GRADO. Universidad Abierta Interamericana. Licenciatura en Diseño Gráfico. Buenos Aires Argentina, Mayo del 2007. Tomado de:  
<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC077384.pdf>.

## Anexos

### *Anexo 1 consentimiento informado*



**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO**

**Fecha:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

### **CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Yo \_\_\_\_\_ certifico el uso de esta información para fines académicos y acepto ser encuestado (a) por la Trabajadora Social en formación \_\_\_\_\_ esto con el fin de analizar la percepción de los estereotipos de belleza en las mujeres jóvenes entre 15 y 25 del Distrito de Buenaventura.

De igual manera, afirmo que he sido informado con claridad sobre los objetivos y metas de esta investigación con fines académicos.

Por lo anterior mencionado, hago constar que el presente documento ha sido leído y entendido por mí en su integridad. De esta manera, hago constar que he sido informado a satisfacción sobre los procesos, procedimientos o pruebas que se realizarán por parte de los profesionales participantes en el proyecto como investigadores y, por tanto, doy mi consentimiento.

\_\_\_\_\_  
Firma del encuestado

### *Anexo 2 Formato de entrevistas*



**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACIFICO**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL Y DESARROLLO HUMANO**

La presente tiene como objetivo analizar la percepción de los estereotipos de belleza en las mujeres jóvenes entre 15 a 25 años del Distrito de Buenaventura.

**Elaborado por:** Odalis Alexandra González, Melissa Manyoma Valencia, Marilin Riascos Rentería.

**FECHA:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**FORMULARIO:** \_\_\_\_

**DATOS PERSONALES**

1) EDAD: \_\_\_\_ 2) SEXO F \_\_\_\_ M \_\_\_\_

3) Teniendo en cuenta sus costumbres, raza, religión etc, usted se auto reconoce como:

Afrodescendientes \_\_\_\_ Indígena \_\_\_\_ Mestiza/o \_\_\_\_ Otra \_\_\_\_

**I CORPORALIDAD**

4) Qué tan conforme se encuentra con su cuerpo

a) Muy conforme \_\_\_\_ b) Conforme \_\_\_\_ c) Poco conforme \_\_\_\_ ¿por qué?

5) Qué es lo que más le agrada de su cuerpo

\_\_\_\_\_

6) Qué es lo que menos le agrada de su cuerpo

\_\_\_\_\_

7) Qué hace para tener un cuerpo que le agrada:

| QUÉ HACE                          | SEÑALE |
|-----------------------------------|--------|
| Dieta con orientación profesional |        |

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| Ejercicio con orientación profesional |  |
| Dieta SIN orientación profesional     |  |
| Ejercicio SIN orientación profesional |  |
| Otro                                  |  |

8. Se ha realizado alguna cirugía estética?

**a)** Si \_\_\_\_\_ **b)** No \_\_\_\_\_

8.1. En caso de que la respuesta haya sido si \_\_\_\_\_ ¿Qué le motivó a hacerla? \_\_\_\_\_

8.2. En caso de que la respuesta haya sido no. ¿Si tuviera la oportunidad, qué cirugía estética se realizaría y por qué? \_\_\_\_\_

8.3. ¿Consideras que la apariencia física es primordial a la hora de relacionarte socialmente?

a) Si b) No ¿por qué? \_\_\_\_\_

8.4 Considera que las modificaciones corporales facilitan la creación de nuevos vínculos sociales?

a) Si b) No ¿por qué? \_\_\_\_\_

## II. ESTEREOTIPOS DE BELLEZA

9) Para ti, ¿qué es una persona bella? \_\_\_\_\_

10) ¿Qué tan importante es para usted la belleza física?

a) Muy importante \_\_\_\_\_ b) Importante \_\_\_\_\_ c) Poco importante \_\_\_\_\_

¿Por qué?

---

11) Piensa usted que su arreglo personal es:

a) Importantísimo \_\_\_\_\_ b) Necesario \_\_\_\_\_ c) No me preocupa \_\_\_\_\_

12) ¿Qué características influyen para que consideres bella una persona?

a) Cabello \_\_\_\_\_ b) Cuerpo \_\_\_\_\_ c) Rostro \_\_\_\_\_ d) Todos \_\_\_\_\_

e) Otros ¿Cuál? \_\_\_\_\_

13) ¿Por qué crees que las personas siguen ciertos parámetros, ideas o imágenes de belleza que se difunden como las mejores, o las más adecuadas a seguir dentro de una sociedad?

---

14) ¿Qué crees que influye más en la creación de los estereotipos de belleza?

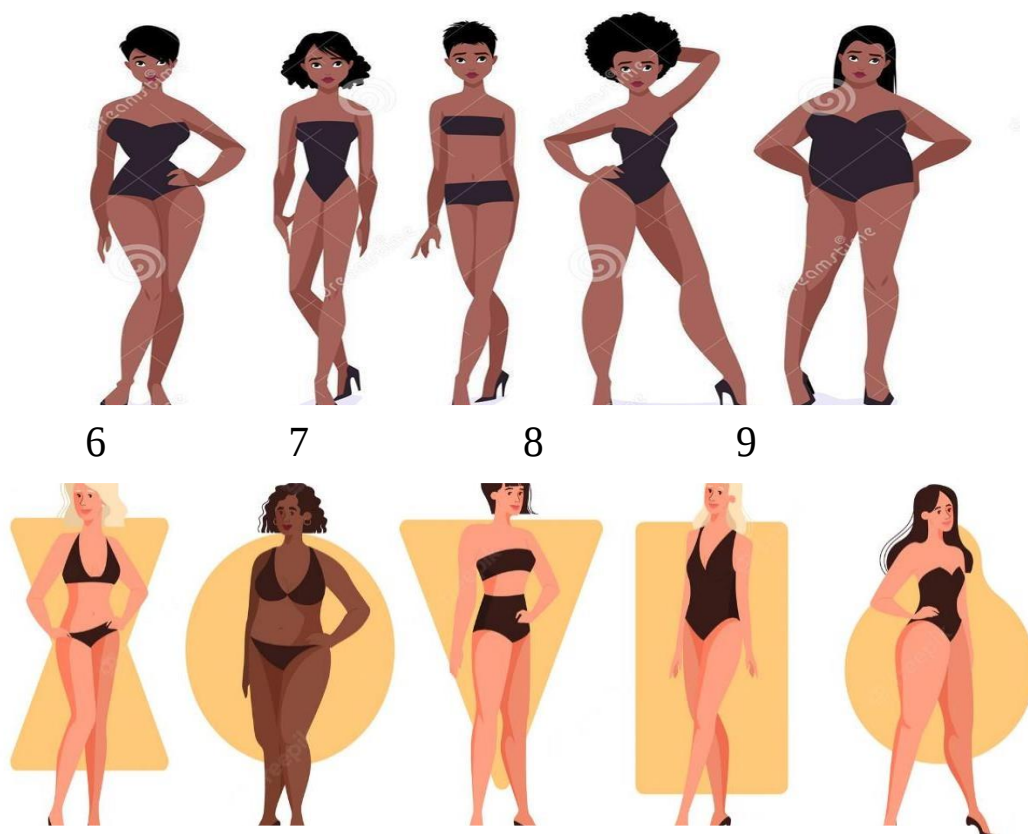
a) Amigos b) Redes sociales c) Familia  
d) Sociedad en general e) Programas de televisión f) Otro

15) Teniendo en cuenta que el ideal de belleza está arraigado a distintas percepciones de la sociedad por considerar alguien atractivo en cuanto al aspecto físico y corporal; señale qué influencia cree que tienen los siguientes aspectos para que usted se considere una persona atractiva.

|                                                  | M<br>ucha | F<br>oca | Ni<br>nguna |
|--------------------------------------------------|-----------|----------|-------------|
| <b>Opiniones de mi círculo de amistad</b>        |           |          |             |
| <b>Opiniones de mi familia</b>                   |           |          |             |
| <b>Redes sociales/ artículos de revista/ TV.</b> |           |          |             |
| <b>Pareja</b>                                    |           |          |             |

16) Responde las siguientes preguntas según la imagen

1                      2                      3                      4



Fuente: recuperado de [https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/tipos\\_de\\_cuerpo.html](https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/tipos_de_cuerpo.html)

|                                                                                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|---|---|
| C<br>uál tipo<br>de<br>cuerpo<br>consider<br>a que se<br>parece<br>más al<br>suyo |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | 1 |
| C<br>uál<br>consider<br>a más<br>atractivo                                        |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | 1 |
| C<br>uál<br>consider<br>a que es<br>más<br>atractivo<br>en el                     |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 0 | 1 |

|                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| contexto<br>local |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

17. ¿Considera los estándares de belleza como un problema para la sociedad y por qué?

18) Has sido motivada a seguir los parámetros de belleza para cumplir con lo “ideal”?

a) Sí                      b) No                      c) Tal vez ¿De qué manera? \_\_\_\_\_

**¡Gracias por tu disposición!**