

Percepciones sobre la imagen corporal de mujeres de Lima pertenecientes al movimiento Body Positivity

Alexandra Lucía Cervantes Medina
Pontificia Universidad Católica del Perú

Santosa Valeria Suarez Sotelo
Pontificia Universidad Católica del Perú

Karla Valeria Rodriguez Sarco
Pontificia Universidad Católica del Perú

Vanessa Alejandra Jibaja Cordova
Pontificia Universidad Católica del Perú

Sol Valeria Fabian Barrientos
Pontificia Universidad Católica del Perú

Andrea Mendoza Vidal
Pontificia Universidad Católica del Perú

Los estándares de belleza, los cuales son estereotipos vinculados al ideal de belleza que rige en la actualidad, se encuentran en los medios de comunicación (televisión y redes sociales) y en contacto directo con la población de mujeres, especialmente adolescentes y jóvenes (Afful, 2015; Gualdrón, 2020; Musell, 2000). Dada la naturaleza de estos y la internalización, diversos autores los vinculan con trastornos de conducta alimentaria (Guzmán y Salazar, 2016; Ministerio de Salud [MINSA], 2017; Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2021). Adicionalmente, se halló un vínculo entre dichos trastornos y la percepción de la imagen corporal, lo cual se refleja en la insatisfacción corporal por parte de la persona (Afful, 2015; Agesto et al., 2016; Gualdrón, 2020). En esta misma línea, la imagen corporal se entiende como aquella percepción que se tiene acerca del propio cuerpo, el cual está influenciado por factores internos y externos en la persona (Arindita, 2020; Bahr y May, 2018; Cruz y Maganto, 2003; Guzmán y Salazar, 2016; Infante y Ramírez, 2017; Moana, 2019).

A partir de ello, la imagen corporal se ha encontrado asociada a distintas variables como las representaciones sociales acerca de los ideales de belleza (Calle, 2018), insatisfacción corporal (Agesto et al., 2016; Godoy-Izquierdo et al., 2020), bienestar subjetivo (Prieto y Muñoz, 2015), internalización de la belleza y autocosificación (Buse, 2019), redes sociales (Pérez y Troncoso, 2019), *Body Positivity* (Tolentino, 2020), entre otros.

En este sentido, el movimiento *Body Positivity* se enfoca en la reevaluación de la imagen corporal desde una perspectiva más positiva y saludable. Ello debido a que propone un modelo estético inclusivo para todas las mujeres que incentiva la introspección para recalcar la autenticidad y originalidad de su propia belleza. Para ello, este movimiento funciona bajo cinco competencias que buscan oponerse a los ideales de belleza: “reclama tu salud”, “practica de forma intuitiva el autocuidado”, “cultiva el amor propio”, “declara tu propia belleza como auténtica” y “crea comunidad” (Bahr y May, 2018; Darnell, 2018). De esta manera, cada competencia engloba un proceso de aceptación de la imagen corporal que ha sido dañada por factores internos o externos a la persona, lo cual permite mejorar la salud física y mental, al igual que potenciar su bienestar integral (Kumar, 2020; Limatius, 2020).

Por todo ello, el objetivo de la presente investigación es explorar la experiencia corporal desde la perspectiva de mujeres que se identifiquen con el movimiento *Body Positivity*. Dado ello, se eligió un enfoque cualitativo, pues resulta una herramienta importante para explorar áreas que no han sido investigadas a profundidad con la finalidad de generar mayor conocimiento (Pistrang y Parker, 2012). De igual forma, este método permite un mayor alcance para la comprensión de aspectos más personales y singulares (Pistrang y Barker, 2012), lo cual se busca con el presente estudio. En adición, lo que se busca es conocer la imagen corporal a partir de las experiencias personales de la población elegida, aquello resulta posible desde el método cualitativo (Pistrang y Barker, 2012). Asimismo, en cuanto al diseño de la investigación, se ha optado por un análisis fenomenológico, ya que desde este enfoque se tiene como objetivo conocer y hacer énfasis en el entendimiento del mundo interno del participante, es decir, pensamiento, sentimiento y connotaciones de un tema específico (Pistrang y Barker, 2012).

Respecto al método, la muestra estuvo conformada por 6 participantes. Para los criterios de inclusión, se tuvo en cuenta a mujeres con edades entre los 18 a 25 años que residan en Lima Metropolitana y se identifiquen con el movimiento *Body Positivity*. Este último requisito se corroboró mediante un *Google Forms*, en el cual se les preguntó si pertenecían o se sentían identificadas con el *Body Positivity* y, en caso marcaran que sí, se les preguntó hace cuánto tiempo seguían al movimiento. Asimismo, se consideró que las participantes utilicen redes sociales. Mientras que, en los criterios de exclusión, se tomó en consideración que no estén atravesando un proceso de duelo y el tema no resulte incómodo (Instituto Provincial de Bienestar Social, 2009).

Considerando todo esto, se contactaron a las participantes a través de la técnica de autoselección mediante redes sociales en grupos conformados por miembros mujeres a partir de un post que contenía un link de *Google Forms* con los criterios antes mencionados.

Con relación a los criterios éticos, las participantes fueron informadas del objetivo de la investigación, la confidencialidad de los datos y su participación voluntaria mediante el consentimiento informado. Además, las grabaciones fueron eliminadas una vez finalizado el estudio. Por último, se preparó un protocolo de contención y se brindó los contactos de los docentes.

Sobre las técnicas de recojo de información, se empleó una ficha socio demográfica y se utilizó como técnica la entrevista semiestructurada. Para ello, se elaboró un instrumento que contiene 11 preguntas que fue piloteado con una entrevista y validado por 9 jueces. En cuanto al análisis de la información, para esta investigación de diseño fenomenológico, la técnica seleccionada fue el análisis temático de tipo inductivo según los seis pasos de Braun y Clarke (2006), ya que es flexible, accesible y permite acercarse a la data de diversas maneras.

Con respecto a los resultados y discusión, fue posible identificar dos grandes ejes temáticos, estos fueron: *La influencia del entorno en la percepción de la imagen corporal*, y *Resignificación de nuestros cuerpos*. El primer eje identifica y describe dos agentes que influyen de manera positiva y negativa en la percepción de la imagen corporal de las participantes. El primero está conformado por la familia y amistades que influyen de manera negativa y el segundo abarca el impacto de las redes sociales y toma dos perspectivas.

El primer subtema está relacionado con la influencia negativa de la familia y amistades en la percepción de la imagen corporal, donde se encontró que las participantes representan a la familia como un espacio de críticas y comentarios negativos, y atribuyen a las amistades juicios de valor negativos acerca de la imagen corporal. Estos hallazgos se alinean a otros estudios que los identifican como agentes importantes que influyen en la percepción de la imagen corporal (Bazán y Miño, 2015; Behar, 2010; Ramos, 2019; Ruiz et al., 2013).

El segundo subtema, en relación con la influencia negativa de las redes sociales en la imagen corporal, se halló que las participantes conciben a las redes sociales como espacios que difunden un ideal de belleza y reconocen que esto puede tener consecuencias negativas. Este resultado se vincula con diversos estudios que sostienen que las redes sociales reproducen los cánones de belleza, generan

insatisfacción corporal y resulta perjudicial para la salud (Agesto et al., 2016; Bello, 2019; Bucchianeri y Neumark, 2014; Godoy-Izquierdo et al., 2020; Guzmán y Salazar, 2016; Lopez et al, 2008; Pérez y Troncoso, 2019). Por último, el subtema vinculado a la influencia positiva del *Body Positivity* en las redes sociales, se encontró que las entrevistadas reconocen que estas también pueden ser un apoyo para reconciliarse con sus cuerpos. Ello debido a que el movimiento tiene mayor actividad en las redes sociales, lo cual permite tener un mayor alcance entre las jóvenes (Matheson, 2017; Puigcercós et al., 2019).

En el caso del segundo eje temático, este abarca las diferentes vivencias de las participantes que en suma ejemplifican una progresión hacia la resignificación de sus cuerpos. A partir de esto, se encontraron cinco subtemas: “un carrusel de subidas y bajadas”, “mi cuerpo me permite”, “cuidarme también es importante” y “nadie debería opinar sobre tu cuerpo”. En cuanto al primer subtema, este representa las experiencias personales de cada participante acerca de su aceptación corporal, las cuales suponen distintos cambios constantes respecto a la satisfacción y valoración de su imagen. Así pues, según varios estudios, el proceso de resignificación supone un proceso dinámico y complejo, donde las participantes experimentan distintas emociones acerca de su imagen corporal (Arindita, 2020; Bahr y May, 2018; Espósito, 2015; Kumar, 2020; Limatus, 2020; Mahlo y Tiggemann, 2016; Pasca, 2021).

El segundo subtema expresa las experiencias de las participantes respecto al reconocimiento de la funcionalidad de su propio cuerpo. Dicho reconocimiento de la funcionalidad se encontró acompañado de expresiones de agradecimiento. En este sentido, la funcionalidad corporal comprende todo lo que el cuerpo es capaz de hacer por una persona (Alleva y Tylka, 2021). Del mismo modo, en el tercer subtema se encontraron distintas expresiones y formas de autocuidado llevadas a cabo por las participantes. Estas prácticas se encuentran vinculadas a dos de las competencias que conforman el *Body Positivity*: “reclama tu salud” y “practica de forma intuitiva el autocuidado” (Darnell, 2018, Tylka, 2012).

Finalmente, en el último subtema se refleja el respeto que las participantes mostraban frente al cuerpo de los demás. En este sentido, se puede explicar como la externalización del proceso interno de la aceptación del propio cuerpo en las participantes, lo cual es promovido por el *body positive* en lo que respecta a la idea del respeto por otros cuerpos como contraparte del surgimiento del *body shaming* hacia mujeres (Alentola, 2017; Cwynar, 2016; Guerrero, 2020).

Respecto a las conclusiones, una primera conclusión del presente estudio es que la familia y las amistades actuaron como agentes de riesgo con respecto a la imagen corporal, lo cual supone que las participantes reconocieron solo el impacto negativo de estos en la percepción de su imagen corporal. Una segunda conclusión es que las redes sociales resultaron tener una influencia ambivalente en la construcción de la percepción de la imagen corporal, que termina configurando un doble rol según el tipo de publicaciones y contenido que consume el usuario. Por último, la conclusión más relevante es que la experiencia de aceptación del propio cuerpo no se encuentra exenta de la insatisfacción corporal, sino que se sitúa como un proceso dinámico y cambiante.

En cuanto a los alcances, un primer alcance es que esta investigación es novedosa, pues en el contexto peruano no se han realizado estudios con una muestra perteneciente al *Body Positivity*. Otro

alcance es el dinamismo del proceso de aceptación del cuerpo que conlleva a repensar y tener una mirada crítica sobre el impacto de algunos movimientos.

Finalmente, en relación con las limitaciones, una primera limitación fue la dificultad para encontrar a participantes que fuesen universitarias y pertenecientes a este movimiento. La otra limitación fue que ciertas participantes tuvieron problemas de conexión.

Referencias

- Afful, A., y Ricciardelli, R. (2015). Shaping the online fat acceptance movement: talking about body image and beauty standards. *Journal of Gender Studies*, 24(4), 453–472.
- Agesto, P., Becerra, B., y Mejía, A. (2016). Influencia del modelo estético e insatisfacción corporal en adolescentes mujeres de una institución educativa estatal de Lima este, 2016. *Revista Científica de Ciencias de la Salud*, 10(1).
- Alentola, A. (2017). *Changing the narratives of marginalised bodies-a study about body positivism* [Tesis de maestría]. Stockholm University.
- Alleva, J., y Tylka, T.(2021). *Body functionality: A review of the literature*. *Body Image*, 36, 149–171. doi:10.1016/j.bodyim.2020.11.006
- Arindita, R. (2020). #BodyProudMums: Promoting Body Positivity through Brand Storytelling on Social Media. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 319–341. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1321>
- Bahr, N., y May, A. (2018). #Effyourbeautystandards: Message Construction in the Body Positivity Movement on Instagram. *ProQuest Dissertations and Theses*, 103.
- Bazán, C. I., y Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*, 15(1), 23-42.
- Behar, R. (2010). La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria. *Revista chilena de neuro-psiquiatría*, 48(4), 319-334. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-92272010000500007>
- Bello, E. (2019) *La retórica visual en Instagram y su impacto en el estereotipo de belleza femenina entre las jóvenes limeñas* [Tesis de bachiller].Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Braun, V., y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <http://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bucchianeri, M., y Neumark, D. (2014). Body dissatisfaction: an overlooked public health concern. *Journal of Public Mental Health*, 13(2), 64–69. doi:10.1108/jpmh-11-2013-0071
- Buse, S. (2019). *La internalización de ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo en mujeres adolescentes de Lima* [Tesis de bachiller].Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Calle, D. (2018). *Representaciones sociales sobre ideales de belleza en redes sociales y su relación con el autoconcepto físico: estudio de caso con jóvenes universitarias de la ciudad de Medellín* [Tesis de bachiller]. Universidad EAFIT
- Cruz, S., y Maganto, C. (2003). El test de siluetas: un estudio exploratorio de la distorsión e insatisfacción con la imagen corporal en adolescentes. *Investig. psicol*, 79-99.
- Cwynar, J. (2016). Documenting Femininity: Body Positivity and Female Empowerment on Instagram. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53, 9. Universidad York.
- Darnell, L. (2018). *An Introduction to Feminism and Cross-Cultural Body Image in the United States* [Tesis de Bachiller]. Eastern Michigan University.
- Espósito, D. (2015). Influence of prevalent aesthetic body model and body dissatisfaction in high school students. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 6, 91-96.
- Godoy-Izquierdo, D., González-Hernández, J., Rodríguez-Tadeo, A., Lara, R., Ogallar, A., Navarrón, E., Ramirez, M., Lopez-Mora, C., y Arbinaga, F. (2020). Body satisfaction, weight stigma, positivity, and happiness among Spanish adults with overweight and obesity. *International journal of environmental research and public health*, 17(12), 1-12. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124186>
- Gualdrón, T. (2020). Anorexia y bulimia nerviosa asociadas a estereotipos de belleza en mujeres adolescentes de 13 a 17 años de edad.

- Guerrero, S. (2020). Léxico e ideología sobre la gordofobia en la comunicación digital. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 83, 93-107. <https://doi.org/10.5209/clac.70566>
- Guzman, J., y Salazar, K. (2016). Presión sociocultural hacia la imagen corporal de la mujer y cómo afecta en el desempeño académico. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 26(2), 11-41.
- Infante, J., y Ramírez, C. (2017). Uso de Facebook y la autopercepción de la imagen corporal en estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana. *Avances en psicología*, 25(2), 209-222.
- Instituto Provincial de Bienestar Social. (2009). *Guía de Intervención Psicosocial y Cuidados de duelo*. Diputación de Córdoba. <https://www.cop.es/uploads/PDF/GUIA-DE-INTERVENCION-PSICOSOCIAL-E-INTERVENCION-EN-DUELO.pdf>
- Kumar, T. (2020). The Revolution on Instagram: The Body Positive Movement. *International Journal of Educational Science and Research (IJESR)*, 10(2), 1–8.
- Limatius, H. (2020). 'I think she's truly beautiful': Celebrity, gender and body positivity in plus-size fashion blogs. *Participations Journal of Audience y Reception Studies*, 17(2), 929–930. [https://www.participations.org/Volume 17/Issue 2/19.pdf](https://www.participations.org/Volume%2017/Issue%202/19.pdf)
- López, P., Prado, J., Montilla, M., Molina, Z., Da Silva, G. y Arteaga, F (2008). Insatisfacción por la imagen corporal y la baja autoestima por la apariencia física en estudiantes de la Facultad de Medicina de la Universidad de los Andes del estado de Mérida- Venezuela. 5(1),1-14. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=237017527001>
- Mahlo, L., y Tiggemann, M. (2016). Yoga and positive body image: A test of the Embodiment Model. *Body Image*, 18, 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.06.008>
- Matheson, M. (2017). *Women 's Body Image in the Media: An Analytical Study of Recent Body Image Movements across Media Platforms*. In *Virtual Commons* [Tesis de Bachiller]. Bridgewater State University.
- Ministerio de Salud (2017). Situación de la Salud de los adolescentes y jóvenes en el Perú. Documento técnico.
- Moana, A. (2019). *#Bodypositive: Performances of body positivity by influencers on Instagram* [Tesis de Maestría]. Massey University. <https://mro.massey.ac.nz/handle/10179/15302>
- Musell, M., Binford, R., y Fulkerson, J. (2000). Eating Disorders. *The Counseling Psychologist*, 28(6), 764–796. doi:10.1177/0011000000286002
- Pan American Health Organization [PAHO] (2021). The burden of mental disorders in the Region of the Americas, 2000-2019. Revisado el 10 de octubre de 2022. <https://www.paho.org/en/enlace/burden-mental-disorders>
- Pasca, A. G. (2021). La percepción del “Body Positive” en las redes sociales y su impacto entre los jóvenes. Universitat Jaume.
- Perez, P., y Troncoso, M. (2019). *Influencia de la red social Instagram en la percepción de la imagen corporal en adolescentes* [Tesis de bachiller]. Universidad Católica de San Pablo.
- Prieto, A., y Muñoz, A. (2015). Bienestar subjetivo e imagen corporal en estudiantes universitarias de Arequipa. *Liberabit*, 21(2), 321-328.
- Puigcercós, R. M., Vargas, P. R., y Cano, C. A. (2019). Virtual communities: Emerging dynamics of social participation and learning among youth. *Education in the Knowledge Society*, 1–12. https://doi.org/10.14201/eks2019_20_a21

- Ramos, I. (2019). El papel de las relaciones y la satisfacción vital en la percepción de la auto-imagen en una muestra de adolescentes mexicanos. *Archivos de Medicina (Manizales)*, 19(1), 111-123.
- Ruíz, A., Vázquez, R., Mancilla, J., Viladrich i Segué, C., y Halley, M. (2013). Factores familiares asociados a los Trastornos Alimentarios: una revisión. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 4(1), 45-57.
- Tolentino, M. (2020). *Fitspiration and Body Positivity: The Relationships of Body-Focused Instagram Trend and Movement, Self-Objectification, and Gender Stereotypical Beliefs* [Tesis de Bachiller]. University of the Philippines Open University country. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23616.15363>
- Tylka, T. (2012). Positive Psychology Perspectives on Body Image. *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, 657–663. doi:10.1016/b978-0-12-384925-0.00104-8