



XXIX
COLOQUIO
DE ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA

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

Valeria Suarez (20163416)
Alexandra Cervantes (20153489)
Andrea Mendoza (20181368)
Sol Fabian (20182191)
Vanessa Jibaja (20180268)
Karla Rodriguez (20163515)

Esquema

1. **Introducción**
 - a. Marco teórico
 - b. Justificación
 - c. Revisión empírica
2. **Método**
3. **Resultados y Discusión**
 - a. La influencia del entorno en la percepción de la imagen corporal
 - i. La influencia negativa de la familia y amistades en la percepción de la imagen corporal
 - ii. La influencia negativa de las redes sociales en la imagen corporal
 - iii. La influencia positiva del *Body Positivity* en las redes sociales
 - b. Resignificación de nuestros cuerpos
 - i. “Un carrusel de subidas y bajadas”
 - ii. “Mi cuerpo me permite”
 - iii. “Cuidarme también es importante”
 - iv. “Nadie debería opinar sobre tu cuerpo”
4. **Conclusiones, Alcances y Limitaciones**

1

Introducción

Marco teórico



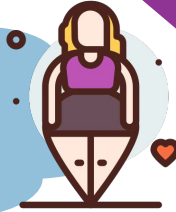
Imagen corporal

Percepción acerca del propio cuerpo que no solo implica cómo uno es físicamente, sino también la parte subjetiva: lo que se siente o piensa de la propia apariencia (Arindita, 2020; Sánchez, 2019).

1. Factores internos:
 - a. C. perceptual
 - b. C. cognitivo-afectivo
 - c. C. conductual

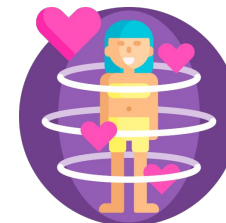
1. Factores externos:
 - a. Relaciones cercanas de la persona
 - b. Contenido reproducido en redes sociales

Body Positivity (BP)



Se enfoca en la imagen corporal y el cambio de emociones y pensamientos negativos influenciados por los estándares de belleza (Kumar, 2020; Limatius, 2020).

Competencias del BP (Darnell, 2018)



“Reclama tu salud”

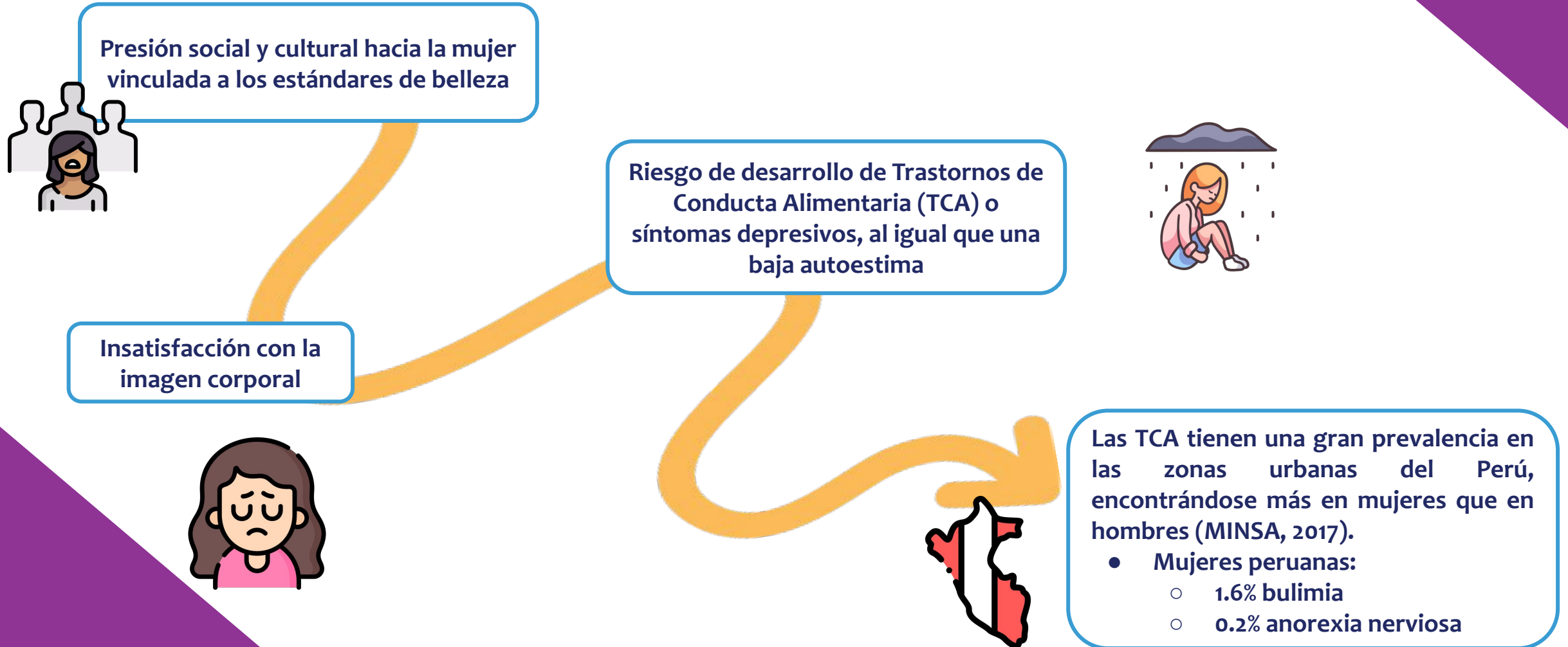
“Practica de forma intuitiva el autocuidado”

“Cultiva el amor propio”

“Declara tu propia belleza como auténtica”

“Crea comunidad”

Justificación

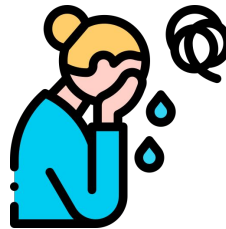


Revisión empírica

Cánones de belleza socialmente aceptados
(Agesto, 2016; Calle, 2018)

Difusión de los cánones de belleza en medios de comunicación
(Bello, 2019; Infante y Ramirez, 2017)

Valoración positiva y negativa del cuerpo trae consecuencias
(Buse, 2019; Godoy-Izquierdo, 2020; Perez y Troncoso, 2019; Prieto et al., 2015)



Body Positivity y la imagen corporal

Efectos del Body Positivity en Instagram

Mayor empoderamiento, mayor autoestima y satisfacción con la imagen corporal de mujeres (Alentola, 2017)

Body Positivity a través de fotos en Instagram

Promueve la aptitud física y un estilo de vida saludable, así como un sentido de confianza entre la audiencia (Toletino, 2020)



Objetivo de investigación:
Explorar la experiencia corporal
desde la perspectiva de mujeres
que pertenecen al movimiento
Body Positivity



2

Método

Participantes



18 a 25 años



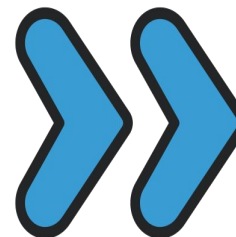
Lima
Metropolitana



Proceso de duelo en
los últimos 6 meses



Incomodidad por la
imagen corporal



Criterios éticos

Consentimiento oral y escrito

- Objetivo del estudio
- Participación voluntaria
- Grabación o toma de notas
- Confidencialidad de la información
- Protocolo de contención



Método

Técnicas recojo de datos

- Ficha sociodemográfica
- Entrevista semiestructurada de 11 preguntas

1. Familiarización
2. Imagen corporal propia
3. Influencia agentes socializadores
 - a. Redes sociales y estándares de belleza
 - b. Familia y amistades
4. *Body Positivity*
5. Cierre

Procedimiento

- Metodología cualitativa de tipo fenomenológico

1. Guía de entrevista
2. Plantilla de Canva y Google Forms
3. Convocatoria en redes sociales
4. Contacto con las entrevistadas vía correo o número telefónico
5. Entrevistas por zoom

Análisis de información

- Análisis temático según las 6 pasos de Braun y Clarke (2006)
- Uso de Word y Excel

3

Resultados y Discusión

La influencia del entorno en la percepción de la imagen corporal

3 subtemas

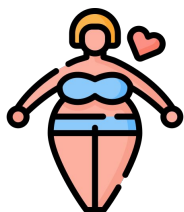
- I. La influencia negativa de la familia y amistades
- II. La influencia negativa de las redes sociales
- III. Body Positivity en las redes sociales

I. "La influencia negativa de la familia y amistades"



Amistades

Juzga, realiza comparaciones de las figuras corporales y emite juicios de valor negativos acerca de la imagen corporal



Familia

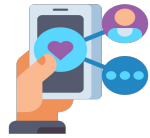
Representa un espacio de críticas y comentarios negativos



Esto es novedoso, pues mayormente los estudios indican que deberían ser un soporte social (Kenny, et al. , 2016; Ata et al., 2006), sin embargo, en nuestra investigación resultaron ser un factor de riesgo respecto a la imagen corporal para las participantes.

"Sobre todo en las reuniones familiares cuando vas y te hacen comentarios sobre tu cuerpo (...) Entonces, sí la familia, este, se vincula bastante con la percepción de bienestar de tu cuerpo porque un simple comentario te puede llegar a cambiar todo tu comportamiento y te puede cuestionar" (María, 20 años).

II. “La influencia negativa de las redes sociales”



Redes sociales



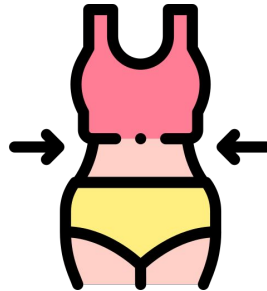
Espacios que difunden un ideal de belleza específico.



Consecuencias negativas

- **Trastornos alimenticios**
- **Dificultades en la salud mental**
- **Variaciones en el estado de ánimo.**
- **Sentimientos de tristeza**
- **Suicidio**

Influencia negativa



Percepción de la imagen corporal de las entrevistadas.

Estudios →



(Agesto et al. , 2016; Bello, 2019; Buse, 2019; Infante y Ramirez, 2017; Pérez y Troncoso, 2019)

"Entonces era como que yo me acomplexaba, porque quería ser muy flaquita porque seguía a influencers y modelos y veía que eran super flacas super así delgaditas con una cintura wow y yo me veía en el espejo y como que realmente muchas veces yo me ponía a llorar, hasta hace poco yo me ponía a llorar (...)" (Beatriz, 20 años).

III. “Body Positivity en las redes sociales”

Body Positivity
“Crear comunidad”

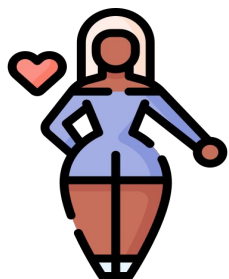
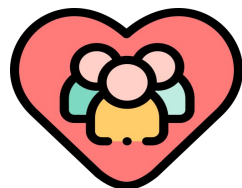
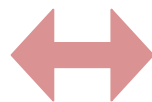


Imagen corporal positiva
Aceptación del cuerpo propio

"[Con respecto al Body Positivity] Relacionarte a veces te ayuda, porque es alguien que está viviendo por lo mismo que tú y vas a vincularte en ese paso (...) informar a más personas sobre ese aspecto, y que más, o sea te ayuda bastante en la parte, como que en la parte inicial sobretodo de deconstruir tus pensamientos acerca de los estándares de belleza y lo que dicta la sociedad sobre los cuerpos" (María, 20 años).

Crear comunidad es generar un espacio cálido para la conexión con los demás a través de un acercamiento positivo a la idea de belleza saludable (Coyne et al., 2021; Darnell, 2018)



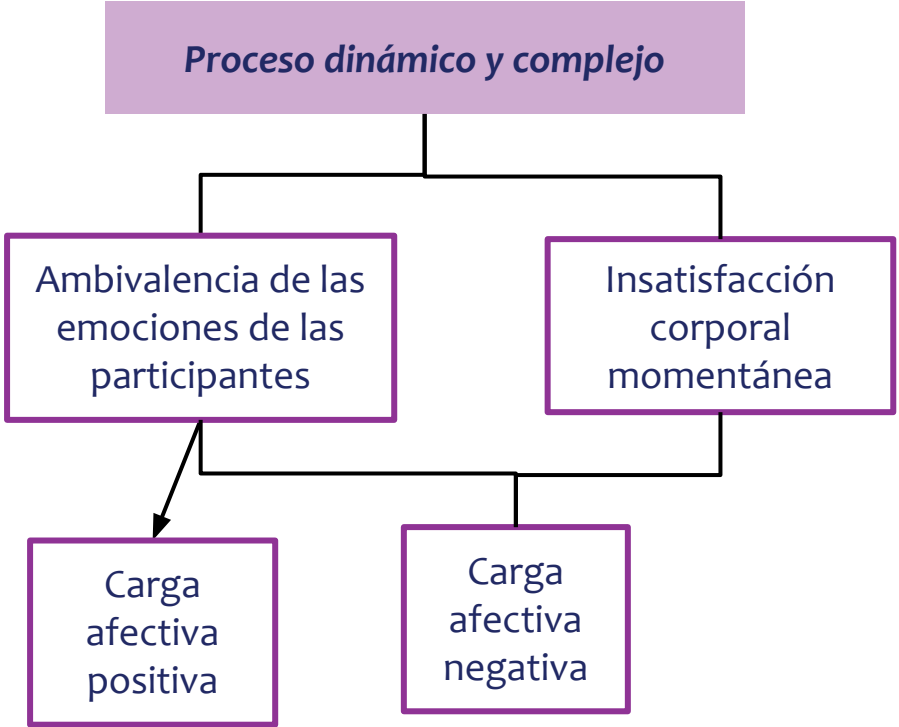
La aceptación del cuerpo propio es experimentar lo agradable y amable del cuerpo, aunque uno no esté totalmente satisfecho con el aspecto físico (Arindita, 2020; Bahr & May, 2018; Kumar, 2020; Mahlo & Tiggemann, 2016)

La resignificación de nuestros cuerpos

4 subtemas

- I. “Un carrusel de subidas y bajadas”
- II. “Mi cuerpo me permite”
- III. “Cuidarme también es importante”
- IV. “Nadie debería opinar sobre tu cuerpo”

I. “Un carrusel de subidas y bajadas”



Se contrapone a lo que el movimiento BP espera

Concepción negativa que se tiene sobre el propio cuerpo que puede generar un rechazo en la imagen corporal (Espósito, 2015)

Aceptación plena del cuerpo a pesar de no contar con una satisfacción física (Arindita, 2020; Bahr y May, 2018; Mahlo y Tiggemann, 2016)



II. “Mi cuerpo me permite”

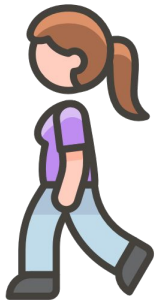
A partir de la resignificación de su cuerpo



Reconocer la importancia de lo que su cuerpo les permite hacer, es decir, su funcionalidad..

Mayor satisfacción con su propia apariencia cuando tomaban en cuenta la funcionalidad de su cuerpo y mostraban una mayor tendencia a aceptar sus imperfecciones que ellas percibían (Arindita, 2020; Cohen et al., 2020).

“[Mi cuerpo] me ayuda a realizar las cosas que deseo y (silencio) y que osea las cosas que tienes es por algo. Hay una una razón por la que tengo cada cosa en mi cuerpo (...) es como me ha ayudado bastante como les mencionaba a aceptar cada partecita de cuerpo y como la funcionalidad que tiene” (María, 20 años)



III. “Cuidarme también es importante”

Al iniciar proceso de aceptación de su cuerpo y reconocen su funcionalidad

Comprenden la necesidad e importancia del autocuidado.

Incorporan diversas actividades en su rutina



Competencia “Reclama tu Salud”

- Visión más neutral de las prácticas de autocuidado.
- Son conscientes: Beneficio para su salud y no vías para obtener un cuerpo “perfecto”.

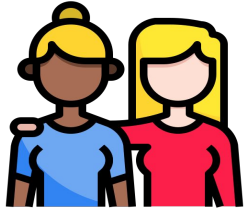
Competencia “Practica de forma intuitiva el autocuidado”

- Incorporación de actividades en la cotidianidad con el fin de obtener un bienestar general.
- Cuidarse a sí mismas de manera integral.

A partir de actividades específicas como la meditación o el baile

- Formas novedosas de autocuidado. Representan actividades de disfrute y que les generan placer
- Relacionado con las 2 competencias: No solo por salud, sino para alcanzar un bienestar mental al ejecutar ejercicios agradables

IV. "Nadie debería opinar sobre tu cuerpo"



Proceso de aceptación
(proceso interno)

Exteriorización

Respeto hacia el
cuerpo de los demás

Como resultado de todo el proceso
dinámico de aceptación del propio cuerpo.

2 ideas centrales

1

- El camino de aceptación del propio cuerpo de las participantes ha resultado en la realización de que:
 - "mi cuerpo es valioso, también lo es tu cuerpo"
- Contraparte del *body shaming*
- ¿Cómo lo aplico? ❌
 - NO juzgar, NO criticar

"Nadie debería opinar sobre tu cuerpo, es tuyo, a no ser que te lo pidan y eso, uno debe ser muy cuidadoso porque uno no se sabe por el proceso interno que está pasando cada persona" (María, 20 años).

Respeto hacia los otros cuerpos mediante la abstención de críticas o juicios, guarda relación con 3 aspectos:

La esencia del BP:

fomentar la aceptación de todos los tipos de cuerpo, no solo el propio cuerpo

Propósito de la 5ta competencia:

Crear un espacio que promueva el amor propio de manera inclusiva

Nuevas evidencias

- Interiorización del mensaje del BP
- Tiene un impacto beneficioso en las relaciones con otras mujeres

2

Proceso de concientización en las participantes: aplican el mensaje del *Body Positivity* en la interacción social con otras mujeres

4

CONCLUSIONES

i.

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.

ii.

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.

iii.

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.



ALCANCES

- Investigación novedosa, pues en el contexto peruano no se han realizado estudios con una muestra perteneciente al *Body Positivity*.
- Rol de familia y amistades: Futuras intervenciones para sensibilizar a estas poblaciones sobre el impacto negativo que pueden tener en la percepción de la imagen corporal
- Rol de redes sociales: Sus efectos no pueden ser generalizables, sino que dependen del contenido que consumen las usuarias
- Se evidencia el dinamismo del proceso de aceptación del cuerpo, el cual conlleva a repensar y tener una mirada crítica sobre el impacto del *Body Positivity* y movimientos afines (*Body Neutrality*)

- Dificultad para acceder al contacto con participantes que fuesen universitarias y pertenecientes al movimiento *Body Positivity*.
 - Se eliminó el requisito de ser estudiantes universitarias.
- En el transcurso de las entrevistas, algunas participantes tuvieron problemas de conexión, lo cual generó que en algunas partes se perdiera información.

LIMITACIONES

Referencias

- 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.
- 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.
- 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.
- 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
- 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.

Referencias

- 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>
- 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.
- 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>
- Pasca, A. G. (2021). La percepción del “Body Positive” en las redes sociales y su impacto entre los jóvenes.
- Parillo, 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.
- 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>

MUCHAS
GRACIAS