

**LA MODA Y SUS AFECTACIONES SOCIALES HACIA LAS MUJERES, DANDO
COMO RESULTADO EL DESARROLLO DE TRASTORNOS ALIMENTICIOS.**



Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Ruth Guevara Angola

Diseño de Modas

Bogotá D, C.

2020

RESUMEN

Para el desarrollo de este tema se inició con una metodología investigativa para reunir diferentes referentes, artículos, estudios realizados, información que permitiera desarrollar la pregunta problema de ¿Cómo la industria de la moda ha afectado la autoestima de las mujeres, al punto de propiciar desórdenes alimenticios? Y en base a esto se fueron desglosando partes importantes, que dejaron alcanzar el objetivo principal, el cual ayudó a realizar una reflexión e investigación, enfocada en los diferentes factores que desencadenan los trastornos alimenticios, desde el objeto de estudio de la moda, y conocer las consecuencias residuales que esto produce, no únicamente de forma social, sino en su parte física y psicológica por las que atraviesan las mujeres.

Como resultado se obtuvo un escrito enfocado en la investigación – creación, el cual evidencia diferentes aspectos a explorar, encontrando varios factores que influyen directamente en la creación de los trastornos de conducta alimentaria en las mujeres.

Se evidencian los factores sociales, culturales, psicológicos, mentales, y cómo estos cuando están permeados por los estereotipos impuestos socialmente, se crea un desbalance en la persona, que, al momento de enfrentar todos los sentimientos de inferioridad, baja autoestima y ansiedad, que vienen al momento de la comparación y clasificación propia por parte del individuo, la vía más propicia dada su perfil, es caer en conductas dañinas para el cuerpo y la mente.

De igual forma, se adjuntaron diferentes ejemplos que proyectan la cosificación de la mujer a nivel social, y esto da como resultado o conclusión, que la mujer hasta el momento presente ha sido clasificada en un ámbito cultural inferior al sexo opuesto, ella tiene la facultad tácita de ser señalada, catalogada, y vivir con la exigencia de estar configurada de una u otra forma, para obtener la aceptación que le enseñaron a necesitar desde su infancia, por eso se esfuerza por alcanzar esos cánones de belleza, que hablándolo de una manera más realista, no son sino el reflejo de una sociedad quebrada y fragmentada, que lo que más desea desde sus adentros es alcanzar la perfección y adquirir su tan anhelada “felicidad”.

ABSTRACT

For the development of this topic, a research methodology was started to gather different references, articles, studies carried out, information that allows to develop the problem question of How has the fashion industry affected the self-esteem of women, to the point of causing disorders food? And based on this, important parts were broken down, which allowed us to achieve the main objective, which will help to carry out reflection and research, focused on the different factors that trigger eating disorders, from the object of study of fashion, and to know the residual consequences that this produces, not only in a social way, but also in the physical and psychological part that women go through.

As a result, a paper focused on research - creation was obtained, which shows different aspects to be explored, finding several factors that directly influence the creation of eating disorders in women.

Social, cultural, psychological, mental factors are evidenced, and how these, when permeated by socially imposed stereotypes, create an imbalance in the person, who, when facing all the feelings of inferiority, low self-esteem and anxiety, which They come at the moment of the individual's own comparison and classification, the most conducive way given their profile, is to fall into behaviors that are harmful to the body and mind.

In the same way, different examples were attached that project the objectification of women at the social level, and this results in or conclusion that the woman until now has been classified in a cultural environment inferior to the opposite sex, she has the faculty tacit of being singled out, cataloged, and living with the requirement of being configured in one way or another, to obtain the acceptance that they were taught to need since childhood, that is why it strives to achieve those canons of beauty, which speaking it in a way More realistic, they are nothing but the reflection of a broken and fragmented society, which most desires from within is to achieve perfection and acquire its much desired "happiness".

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo se quiso exponer la temática de como la moda y los medios de comunicación influyen en las mujeres, en su autoestima y amor propio, dando como resultado los trastornos de conducta alimentaria. “Estos trastornos son psicológicos, que conllevan a alteraciones de la conducta alimentaria. La persona afectada muestra una fuerte preocupación en relación al peso, la imagen corporal y la alimentación (*¿Qué son los TCA?*, s. f.)”. Por ello se quiso utilizar una metodología investigativa, para reunir la información pertinente a este tema, y poder desarrollar el documento con buenos fundamentos.

De igual forma, se podrán observar los diferentes factores externos e internos, que afectan a las mujeres más jóvenes, ya que esta influencia viene perpetuada desde su infancia, y por ello se van desarrollando creencias culturales en base a los diferentes estereotipos establecidos por la sociedad.

Uno de los factores más afectados en estos casos, es la autoestima, ya que esta “es la valoración, percepción o juicio positivo o negativo que una persona hace de sí misma en función de la evaluación de sus pensamientos, sentimientos y experiencias (*Significado de Autoestima*, 2019)”.

Y por ello cuando la persona no ha logrado desarrollarla de una forma estable y sana, se corre el riesgo de tener una mayor presión por la sociedad, infundiendo en la persona ideas incorrectas acerca de sí misma, provocando sentimientos de una valía baja, ansiedad, necesidad de control, y perfeccionismo acerca de su vida y sobre todo de su apariencia física. Por ello se quiso desarrollar este tema desde la investigación – creación, para dar a conocer un enfoque distinto de estos temas.

TEMA: LA MODA Y SUS AFECTACIONES SOCIALES HACIA LAS MUJERES, DANDO COMO RESULTADO EL DESARROLLO DE TRASTORNOS ALIMENTICIOS.

PREGUNTA:

¿Cómo la industria de la moda ha afectado la autoestima de las mujeres, al punto de propiciar desórdenes alimenticios?

OBJETIVO:

Realizar una reflexión e investigación, enfocada en los diferentes factores que desencadenan los trastornos alimenticios, desde el objeto de estudio de la moda, y conocer las consecuencias residuales que esto produce, no únicamente de forma social, sino en su parte física y psicológica por las que atraviesan las mujeres.

PALABRAS CLAVE: Moda, delgadez, Trastornos de Conducta Alimentaria, medios de comunicación, estereotipos, cuerpo.

“Los trastornos alimenticios son dados principalmente por la influencia de la moda, por el intento de proyectar una imagen personal perfecta, por alcanzar los estereotipos, la influencia de los medios de comunicación y por supuesto la postura social frente a este tema (Antolín, 2016)”.

Las mujeres desde que son niñas crecen con ideales surrealistas, estos los aprenden de forma inconsciente por medio de las películas, los comerciales, sus padres o cuidadores principales, familiares, y en los diferentes entornos en los que interactúan. Se van construyendo creencias distintas a la realidad como la perfección en su físico, aspiraciones laborales muy exigentes, los prospectos hacia una pareja comparados con el príncipe azul, su lugar en la sociedad, etc. y comienzan a asociar una gran cantidad de cosas con la delgadez, ya que, si lo logran alcanzarán la verdadera felicidad.



Hay un estudio que demuestra que el “número de mujeres que ocupan puestos de mayor responsabilidad, y las que son diagnosticadas con trastornos alimenticios, crece de forma directamente proporcional. Esto quiere decir, que existe una contrariedad, ya que entre más peldaños suban en el ambiente laboral, menos amor propio tienen, más dudan de su cuerpo, de la imagen personal que proyectan, y mengua la plenitud consigo mismas” (i-D Team, 2014). Esto no quiere decir, que una mujer que consiguió alcanzar el éxito laboral, necesariamente tenga que ser insegura de sí misma, sino que la exigencia por parte de la sociedad se vuelve más alta, ya que de una u otra forma se vuelve en un punto focal de críticas que no siempre son constructivas o positivas.

En base a esto y muchos otros factores más, se pueden desencadenar los trastornos alimenticios, y una de las características que a nivel social afecta a estas mujeres, es que se ha normalizado el tema. La sociedad afirma que eso es normal, hacer dietas extremas, que se sientan insatisfechas con su cuerpo, y que siempre estén buscando encajar en aquel estereotipo muy marcado desde los años 50. Por ello considero que este tema tiene un enfoque social, estético y psicológico. Ya que, de forma personal, la moda es una total expresión de lo que somos por dentro.

Nuestro cuerpo es un lienzo en blanco, y por medio de la moda podemos darle consistencia, cuerpo, expresividad y proyectar hacia fuera una pequeña parte de nuestro mundo interior.

Para contextualizar un poco más el tema, debemos conocer en primer lugar cual es el concepto de estereotipo. “Según Robyn Quin y Barrie McMahon encontramos la afirmación de que un estereotipo es una imagen convencional o un prejuicio popular sobre diferentes grupos de personas (Martínez Sánchez, s. f.). A partir de esto, se puede decir que es una categorización de diferentes grupos, ya sea por creencias, costumbres, ideales, cultura o género. Lo que ocurre en este caso es que se logra identificar los rasgos más característicos para representar su totalidad y generalizarlos, para determinar cuál es la manera más correcta o “normal” de comportarse (Martínez Sánchez, s. f.)”

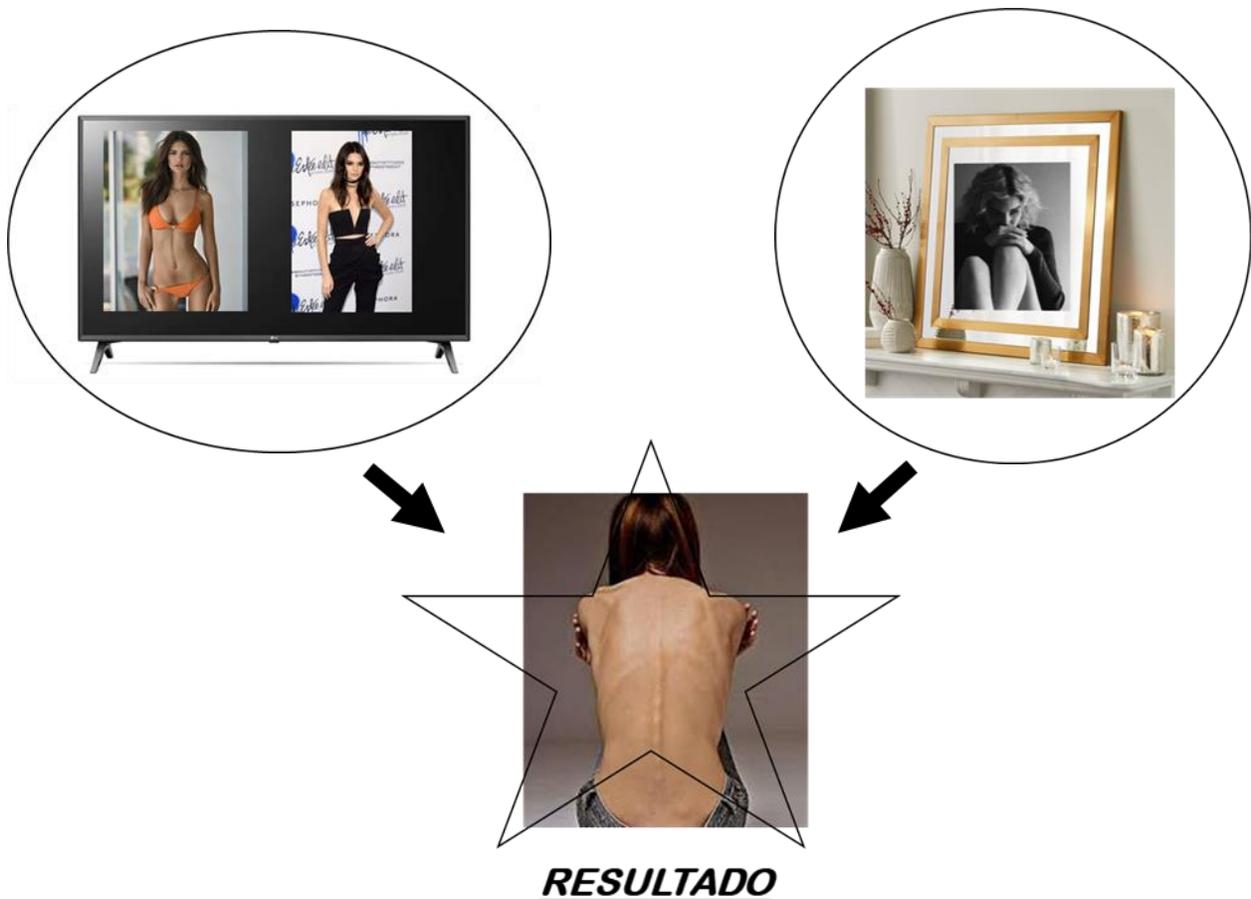
Por ello podemos afirmar que los estereotipos son creados principalmente por la sociedad, ya que está compuesta por seres individuales, y ellos realizan sus juicios de valor, los cuales en conjunto implementan categorizaciones frente a diferentes contextos, ya sean, sociales, económicos, estéticos, etc. y en el caso de esta investigación, es dirigido hacia la mujer y su involucramiento en ella.

El cine, la televisión, los libros, la publicidad, las redes sociales, la moda, etc. “cumplen una labor fundamental en la difusión de los estereotipos, ya que son vehículos de transmisión que abarcan a todas las personas, y son los que se encargan de transformarlos según las audiencias, y, por consiguiente, ayudan a la fomentación de nuevos estereotipos (Martínez Sánchez, s. f.)”. Lo que los medios nos quieren infundir de forma imperceptible, es la imagen de una persona “perfecta”, aquella mujer con curvas marcadas, delgada, sin ningún tipo de sobre peso, bronceada, y con su cabello largo y sedoso.

Según Trends Revista Central, redactó un artículo titulado de la siguiente manera: “Top 5: Las modelos más hermosas y delgadas del mundo de la moda. Lo que resalta en su parte introductoria, es como la moda actualmente exige modelos delgadas, aunque se haya abierto un espacio a las modelos plus – size, su primer concepto es siempre representar belleza, altura y delgadez (Central, 2017)”.



Más adelante muestran fotografías de cada una de estas modelos, con un pie de foto donde resaltan sus mayores atributos físicos, como lo son su esbeltez, su figura delgada, su rostro, lo favorecidas que son por su genética, y la gran posibilidad de tener un futuro prometedor, ya que, al estar configuradas de esta manera, no hay duda de que lograrán un enorme éxito. Esta parte se puede asociar al concepto antes visto del estereotipo y sus afectaciones sociales, en la mujer y su percepción de sí misma.



Algo que me causa controversia, es la manera tan natural y provista de toda alabanza hacia estas 5 mujeres, ya que al parecer no son conscientes de que estos no son los cuerpos del día a día, no son los cuerpos de mujeres que han tenido varios embarazos, o tienen algún tipo de afectación en su tiroides, o tal vez han subido de peso por tener una gran carga de estrés laboral, y dificultades en su hogar. Las mujeres de a pie, como me gusta decirlo, no son perfectas, no tienen cintura de 60 cm, y mucho menos unos muslos de “gacela”, con un abdomen que no se inflama en ningún momento. Las mujeres reales, son aquellas que se sienten inseguras de sí mismas, y de su cuerpo, y de muchos aspectos que las hacen sentirse insatisfechas, porque no pueden alcanzar esa perfección con la que siempre las han cosificado.

Estas clasificaciones de igual forma las podemos ver a través de la historia. Y un claro ejemplo de ello, “es un filme llamado *Las mujeres perfectas* cuya trama gira en torno a la feminidad. Las mujeres de Stepford son cyborgs, les han integrado un mecanismo electrónico para controlar sus actos, sus emociones y sus cuerpos. La perfección es la normalidad en este lugar idílico, todas las mujeres son prácticamente iguales, se parecen físicamente y actúan de manera similar (Muñiz, s. f.)”. Esta historia fue escrita en 1975, y luego el autor quiso desarrollar una cinta similar a la anterior en 2004 titulada *The Stepford wives*, donde destaca diferentes aspectos “relativos a la sumisión, el control sobre la mujer y la exigencia de su belleza (Muñiz, s. f.)”. Estas cintas lo que nos permiten observar, es la imposición que la sociedad siempre le ha impuesto a la mujer. Y de esta posibilidad, es donde crecen y se exponen todos estos estereotipos hablados anteriormente.

La sociedad occidental ha tomado como ejemplo de mujer perfecta, a la reina Nefertiti, ella está catalogada como “el perfil más bello de la historia”, ya que según los historiadores afirman que siempre estuvo “obsesionada con su propia belleza, le gustaba crear aceites y cremas para su autocuidado, sus labios estaban perfectamente delineados, y eran muy carnosos. Y en sus pechos se podía observar un cuello de cisne (Muñiz, s. f.)”. Esta es una muestra clara, de cómo las sociedades contemporáneas, en este caso la occidental ha impuesto en gran manera en su cultura estos referentes que son ajenos a ella, pero que permiten tener una referencia de cómo debe ser la mujer actual.

Otro punto importante en la cosificación de la mujer, fueron los años 50, donde existían dos vertientes. “La primera era el rol femenino y su entorno familiar. El segundo, las grandes actrices de Hollywood que llenaban los sueños nocturnos de los caballeros y la envidia infinita de las damas decentes (Zuluaga & Monterroza, 2016)”. En este tiempo las actrices más representativas del modelo a seguir, eran las actrices Audrey Hepburn y Marilyn Monroe, las cuales crearon comportamientos y figuras sociales. Ellas estuvieron en la portada de la revista Life, pues eran consideradas como estrellas legendarias. Todo esto incluso cuando el género femenino era discriminado en el mundo de las artes escénicas enfocado hacia el cine, pues no eran vistas como mujeres de élite, como lo son hoy día. No eran consideradas mujeres admiradas, respetadas ni distinguidas. Esto se pudo evidenciar con el matrimonio de la actriz de Hollywood Grace Kelly, quien se casó con el príncipe Mónaco Raniero III, y por presiones sociales, de medios de comunicación y por supuesto la familia real, le tocó dar por terminada su carrera a los 26 años, ya que la familia del príncipe no se sentía orgullosa de esa unión.



“La especialista colombiana en cine, Sara Duarte, nos habla de la construcción de los roles desde la imagen audiovisual:

La mujer como género y como miembro de la sociedad se ha constituido culturalmente como un ser inferior y sumiso desde hace muchos años, incluso antes de la década del 50. Históricamente se habla de misoginia que inicia con el matriarcado y justificado por discursos como la mitología. En el cine se empieza a retratar esta problemática por medio de películas que juegan a devolverle a la mujer su empoderamiento en el juego de roles con el hombre. Un ejemplo claro es la lenta participación de la mujer en el derecho al voto que en Estados Unidos se hace efectiva en la década del 20, en Argentina en 1946 y en Colombia en 1952 (Zuluaga & Monterroza, 2016)”.

Con los ejemplos anteriormente mencionados, se quiere mostrar que los estereotipos no son un tema exclusivo de la actualidad, sino que también en cada tiempo, y en las diferentes culturas, existentes de la evolución humana, se han desarrollado e impuesto referentes que clasifican y generalizan a un todo en la sociedad femenina. De igual forma, se quiere hacer referencia a un acontecimiento que ocurrió con la marca de lencería Victoria's Secret. Esta es una de las más famosas del mundo, no solo por sus elaboradas creaciones y desfiles despampanantes, sino porque las verdaderas protagonistas son sus modelos, es un grupo de élite llamado los Ángeles de Victoria's Secret, siendo estas las modelos más cotizadas del mundo. Esta marca en el año del 2014, lanzó una campaña donde promocionaba una línea de sujetadores *Body by Victoria*, y como poster publicitario utilizaron un grupo de mujeres luciendo la colección de cuerpo completo. Lo que generó en este caso polémica y hasta demandas, fue su eslogan “el cuerpo perfecto”. Se generó una gran controversia en torno a esto, y “las redes sociales empezaron con mensajes como este: ¿Quién le ha dado a Victoria's Secret el derecho a decidir lo que es un cuerpo perfecto? ¡Dejemos de avergonzarnos de nuestro cuerpo! (Álvarez, 2014)”. De igual forma, se levantaron oponentes para detener la campaña. Uno de ellos fue Frances Black, un estudiante de la Universidad de Leeds, en su petición afirmó “que estas campañas atentan contra la autoestima de muchas mujeres, y también añadió que hoy en día, las mujeres son bombardeadas por campañas de publicidad que les hacen sentirse inseguras con su cuerpo. Así, las firmas consiguen su objetivo, que es que las mujeres gasten más dinero en productos que les hagan sentirse más bellas y más felices. La campaña de la nueva línea de sujetadores de Victoria's Secret utiliza esta estrategia y difunde un

mensaje perjudicial al usar las palabras "El cuerpo perfecto" refiriéndose a modelos muy delgadas que tienen el mismo tipo de cuerpo (Álvarez, 2014)".

En la actualidad, las mujeres más jóvenes, aproximadamente en edades de los 11 a los 20 años, están creciendo con una preocupación por su imagen, por alcanzar los cánones de belleza que imponen las grandes industrias, y esto desemboca que padezcan complejos, inseguridades y trastornos patológicos. "La marca Dove realizó un estudio donde se concluyó que el 36% de las mujeres admiten sentir vergüenza de su cuerpo (La Vanguardia, 2014), y según el estudio de Harvard, solo el 2% de las mujeres se sienten guapas (Zuluaga & Monterroza, 2016)". Esto permite tener un panorama mucho más claro de cómo los medios de comunicación, la moda, la televisión, redes sociales. etc. afectan en gran manera la autoestima de estas. Permite ver cómo permean en sus mentes, y logra desarrollar creencias limitantes acerca de su cuerpo, de su imagen personal, de su proyección social. Anteriormente veíamos en los años 50, como la mujer de una u otra forma solo tenía el derecho de ocupar un lugar en específico, concedido por la sociedad en ese tiempo, no siendo el más valorado e igualitario de todos. Las mujeres siempre han tenido que lidiar con este tipo de cosas, y aunque en la actualidad el género femenino haya logrado alcanzar el respeto a sus derechos y equidad, aún se siguen sobrellevando los fantasmas de los años 50, donde en un poster publicitario se exponía a la mujer como alfombra, arrodillada ante un hombre que las sometía bajo sus pies. Los estereotipos no son únicamente impuestos en la parte física, estética y social de la mujer, sino que también afectan su psicología, su mente, sus emociones, y pareciera que aún no llega el día en que pudiéramos librarnos del pie de la opresión social.



Para conceptualizar: “Los trastornos alimenticios enmarcan varias enfermedades crónicas y progresivas, de carácter psicosomático, y a pesar de que se manifiestan a través de la conducta alimentaria, en realidad consisten en una complejidad de síntomas entre los que prevalece una alteración o distorsión de la auto-imagen corporal, un gran temor a subir de peso y otros problemas relacionados con la aceptación por parte de otras personas (Clínica Universidad de La Sabana, s. f.). Estos trastornos están combinados por varios factores, que son los biológicos, interpersonales, emocionales, sociales, pero sobre todo los psicológicos que pueden contribuir a los trastornos alimenticios, como la baja autoestima, los sentimientos de insuficiencia o falta de control de su vida, la depresión, ansiedad, enojo y/o soledad, las dificultades en las relaciones personales y familiares, la dificultad para expresar sentimientos y emociones, el haber recibido rechazo por el peso, algún antecedente de abuso físico o sexual, presiones culturales que enaltecen la figura delgada y rechazan el sobrepeso, definiciones muy concretas de belleza que incluyen solamente mujeres y hombres con ciertos pesos y figuras y normas culturales que valorizan a la gente en base a su apariencia física y no a sus cualidades y virtudes internas (Clínica Universidad de La Sabana, s. f.)”.

Una parte importante de este estudio acerca de cómo se desarrollan los trastornos alimenticios, es la autoestima. “Según Maslow, la autoestima se refiere a la necesidad de respeto y confianza en uno mismo. La necesidad de la autoestima es básica, todos tenemos el deseo de ser aceptados y valorados por los demás. Satisfacer esta necesidad de autoestima hace que las personas se vuelvan más seguras de sí mismas. El no poder tener reconocimiento por los propios logros, puede llevar a sentirse inferior o un fracasado (Párraga & Adeva, s. f.)”.

“El desarrollo de una autoestima adecuada está íntimamente ligado al desarrollo de la personalidad, estos procesos comienzan desde la infancia y en estas primeras fases estarán condicionados por las características de su estructura familiar. La infancia y los mensajes del entorno familiar comenzarán a definir cuál será el camino del desarrollo de la autoestima y condicionará un adecuado desarrollo de la personalidad, como mencionó Erikson “confianza básica contra desconfianza (Párraga & Adeva, s. f.)”.

Por ello una baja autoestima propicia los trastornos, ya que, sin estos principios desarrollados de forma correcta y estable desde la infancia, no se va a tener un criterio personal, para que la moda, los medios de comunicación, las redes sociales, no sustituyen las falencias que se tienen con creencias y estereotipos muy lejanos a la realidad. “Esto en conjunto con otras

dificultades vividas como la burla por el sobrepeso, por cualquier rasgo físico o una relación problemática con los familiares, influyen la aparición de estas enfermedades, pero claramente uno de los principales culpables de esto es la sociedad y la imagen de belleza impuesta por ella (Modarteweb, 2016)”.

Como se habló anteriormente, existen diferentes factores que permiten el desarrollo de los TCA, entre los principales se encuentran una baja autoestima, falta de amor propio y una poca estabilidad en la personalidad, que, siendo carente de esta, no permite soportar y solucionar las diferentes situaciones adversas de la vida. Estas se fomentan y construyen en la infancia, pero en algunos casos no se logra desarrollar de una forma óptima, y al llegar a cierta edad, en su adolescencia o adultez, se empieza a generar una ansiedad y angustia, que crea toda una serie de fobias en torno a la obesidad. En el caso de la anorexia es un temor a subir de peso, una obsesión por el número de calorías consumidas, y se crea una distorsión en el cerebro acerca de su imagen corporal. Se cree con total certeza, que está gordo, aún si tiene un peso muy bajo. En base a esto es que se empiezan a utilizar diferentes métodos como lo son dietas extremas, vómitos inducidos, ejercicio extremo, laxantes, medicamentos y diversas cosas que les permitan alcanzar su objetivo.

En el caso de la bulimia, la falta de autocontrol genera atracones compulsivos, y para repararlo se acude a métodos dañinos para la salud, como el uso de laxantes, ayunos, vómitos, y ejercicio en exceso.

AUTOESTIMA SANA

*“He recorrido un largo camino hasta estar donde estoy, y merezco valorarme por ello”
Psicología Online.*



TCA

“Un caso alusivo al tema es la modelo Essena O’Neill de 19 años. Ella en el 2015 tenía en su cuenta de Instagram más de 600.000 seguidores y en noviembre de ese mismo año, decidió dejar de publicar fotografías y eliminó su perfil (Cadena Ser, 2016)”.

Las razones por las cuales hizo esto, fue porque su vida mostraba una “perfección artificial hecha para llamar la atención que estaba convirtiendo su vida en miserable (Cadena Ser, 2016)”. Ella eliminó más de 2000 fotografías y las 96 que dejó en su cuenta, editó sus pies de foto, expresando la realidad detrás de ella.

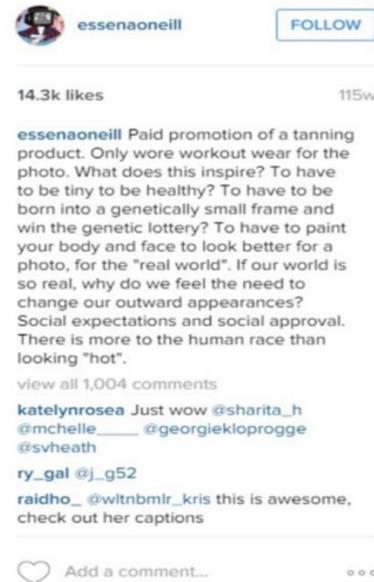
Essena O’Neill, comenta que ella siempre quiso buscar la aprobación de las otras personas, y encontró en las redes sociales, la posibilidad de adquirir la atención de muchas personas, por eso se dedicaba exclusivamente a su apariencia física. Para salir perfecta en las fotos, muchas veces, comenta ella que dejaba de comer todo un día, cosa que, al momento de tomarse la foto del día, su abdomen salía plano. En otras ocasiones se tomaba muchas fotos, durante horas, para poder elegir la foto perfecta, y después de realizar ediciones de todo cuanto fuera un defecto, se la mostraba al mundo, diciendo de forma intrínseca, AQUÍ ESTOY, préstame atención ya que represento lo que te gusta ver.

A continuación, se verán algunos ejemplos de fotografías resultantes como una explicación realista detrás de las fotografías:



“Estar parada allí luciendo bonita es lo que una vez aspiraba hacer cuando era niña. En nuestra sociedad, si eres gente bonita, te dan atención; así que hice de mi apariencia, mi valía. Estoy escribiendo este texto para mostrar la realidad de lo que me consumía. Los seres humanos son

mucho más que como lucen sus formas físicas. ¿Por qué aspirar a esto cuando podrías seguir una vida de aprendizaje, investigación, arte, diseño, desarrollar, innovar?... Sé el cambio que deseas ver, jaja sonó a cliché, pero lo digo en serio (Urdaneta, 2015)”.



“Promoción de un producto de bronceado pagada. Sólo llevaba ropa de entrenamiento para la foto. ¿Qué inspira esto? ¿Tener que ser súper flaca para estar sana? ¿Tener que nacer con un cuerpo genéticamente delgado para ganar la lotería? ¿Tener que pintar tu cuerpo y cara para verse mejor para una foto, para el ‘mundo real’? Si nuestro mundo es tan real, ¿por qué sentimos la necesidad de cambiar nuestra apariencia externa? Por las expectativas sociales y la aprobación social. Hay más para la raza humana que solo busca verse “hot” (Urdaneta, 2015)”.



“TITULAR REAL EDITADO: Me pagaron por esta foto. Si ustedes se encuentran mirando “las chicas de Instagram” y deseando que su vida sea como las de ellas... dense cuenta que ustedes solo ven lo que ellas quieren. Si etiquetan a una empresa, el 99 % de las veces es pagado. No hay nada malo con apoyar a las marcas que te gustan, PERO esta foto, esto no tiene ningún propósito. No hay propósito en una sonrisa forzada, o en lucir ropa diminuta o que te paguen para verte “bonita”. Somos una generación a la que se le ordena consumir y consumir, sin pensar de dónde viene todo y a donde todo va (Urdaneta, 2015)”.

Estos son algunos de los ejemplos que nos permiten visualizar de forma más cercana, que influencia tiene la moda, los medios de comunicación, los estereotipos impuestos por la sociedad, las creencias culturales adquiridas desde pequeñas, todos estos factores que han creado estragos en las mujeres, sin importar su edad, nivel social, profesión, etc. Afortunadamente esta modelo pudo adquirir mayor consciencia no solo del daño que se estaba provocando a sí misma, sino también la influencia que tenía sobre otras jovencitas, y por ello decidió crear un sitio web llamado “Let’s be game changers” (vamos a cambiar el juego) para ayudar a todas las jóvenes, que, como ella, tienen la necesidad de aprobación mediante likes (Cadena Ser, 2016)”.

En conclusión, podemos entender que los estereotipos siempre existirán en las sociedades modernas, ya que es el sistema que se encuentra operando actualmente, el clasificar y generalizar a los individuos. Haciendo de lado sus características propias, su personalidad y su libertad de expresión en la totalidad de su persona. Pero se puede considerar, que en este sentido es cada uno de nosotros si deciden o no continuar con la perpetuación de estos movimientos y comportamientos, que está muy lejos de hacernos sentir completos, felices y exitosos.

“De igual forma, los trastornos alimenticios son causados por una compleja interacción de factores personales, psicológicos y sociales. Estos trastornos son muy complejos una vez que se desencadenan. Ya que no suelen tener una única causa. De esta forma se comprende que, lo mejor, es intentar prevenirlos. No conviene obsesionarse con una alimentación rígida y extrema, pero está claro que debemos estar alertas y vigilantes. Si bien cualquier persona puede sufrir de un trastorno alimentario, son más comunes entre las mujeres adolescentes y jóvenes. Además de tener un impacto negativo en la salud del individuo y la calidad de vida, los trastornos de la alimentación también afectan a la autoimagen, las relaciones con familiares y amigos, y el rendimiento en la escuela o en el trabajo (Soto Martínez, 2014)”. En base a esto podemos concluir que los trastornos alimenticios siempre vendrán ligados a las presiones sociales, influencias y dictámenes de la

sociedad, la moda y los medios de comunicación. Y existe una gran posibilidad de padecerlos en la adolescencia o en la juventud, sino se desarrolla una autoestima equilibrada, un amor propio fuerte, una relación social y cultural con el entorno, teniendo creencias y argumentos fundamentados en ideales realistas y verdaderos. Todo se trata de perspectiva, de cómo hemos decidido ver el mundo y sobretodo qué postura hemos adquirido al momento de vernos al espejo, y crear conceptos e ideas propias o impuestas por el resto de nuestra vida.

Referencias

- Álvarez, P. (2014, 30 octubre). *El cuerpo perfecto: la campaña más polémica de Victoria's Secret*. enfemenino. <https://www.enfemenino.com/tendencias/el-cuerpo-perfecto-la-campana-mas-polemica-de-victoria-s-secret-s1098516.html>
- Antolín, M. (2016, 29 marzo). *Influencia de la moda en TCA*. Cómete el mundo. El blog de los trastornos alimenticios. <https://cometeelmundotca.es/index.php/blog/item/60-que-influencia-tiene-la-moda-en-los-trastornos-alimentarios>
- Cadena Ser. (2016, 28 diciembre). La modelo que dejó Instagram para huir de la falsedad de las redes sociales explica las mentiras detrás de su mejor foto. SER. https://cadenaser.com/ser/2016/12/28/gente/1482925992_455790.html
- Carrasco Rozas, A. (2017, 31 mayo). *Tóxicos textiles: Lo que esconden tus prendas de ropa*. FASHIONUNITED. <https://fashionunited.es/noticias/moda/toxicos-textiles-lo-que-esconden-tus-prendas-de-ropa/2017053123996>
- Central. (2017, 21 noviembre). *Top 5: Las modelos más hermosas y delgadas del mundo de la moda*. Trends Revista Central. <https://www.revistacentral.com.mx/trends-revista-central/moda/notas/top-5-las-modelos-mas-hermosas-y-delgadas-del-mundo-de-la-moda>
- Clínica Universidad de La Sabana. (s. f.). ¿Qué es un trastorno alimenticio? Recuperado 6 de octubre de 2020, de

<https://www.clinicaunisabana.edu.co/pacientes/educacionalpaciente/articulos-de-educacion/psicologia/trastornos-alimenticios/>

Gema Lucero Sánchez, D. (2018, 6 marzo). La influencia de la moda en los trastornos de la conducta alimenticia. Revista Gente Sinaloa. <https://gentesinaloa.com/la-influencia-de-la-moda-en-los-trastornos-de-la-conducta-alimenticia/>

H.. d.e. . L. (2018, 13 marzo). ¿Hasta qué punto la moda influye en el trabajo de las mujeres? El Mundo.

<https://www.elmundo.es/yodona/lifestyle/2018/03/13/5a9eb5fc22601d5e088b468f.html>

i-D Team. (2014, 26 diciembre). ¿Cómo afecta la industria de la moda a la autoestima de las mujeres? i - D. <https://i-d.vice.com/es/article/9kybkv/cmo-afecta-la-industria-de-la-moda-a-la-autoestima-de-las-mujeres>

Martínez Sánchez, N. (s. f.). Comienzo e instauración de los estereotipos en la sociedad. La teoría de la desinformación imperante. Comienzo e instauración de los estereotipos en la sociedad. La teoría de la desinformación imperante. Recuperado 7 de septiembre de 2020, de <http://webs.ucm.es/BUCM/revcul/e-learning-innova/155/art2076.pdf>

Modarteweb. (2016, 11 diciembre). El mundo de la moda fomenta la aparición de trastornos alimenticios. ESTILO CRÍTICO. <https://estilocriticoblog.wordpress.com/2016/12/11/el-mundo-de-la-moda-fomenta-la-aparicion-de-trastornos-alimenticios/>

Muñiz, E. (s. f.). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. Scielo. Recuperado 6 de octubre de 2020, de https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922014000200006

Párraga, M., & Adeva, C. R. (s. f.). LA MODA, COMO AFECTA Y SE REFLEJA EN NUESTRA PERSONALIDAD, DESAROLLO Y AUTOESTIMA. Adal - Psicólogos. Recuperado 6 de octubre de 2020, de <http://adal-psicologos.com/moda-nuestra-personalidad-desarollo-y-autoestima/>

¿Qué son los TCA? (s. f.). Asociación contra la anorexia y la bulimia. Recuperado 3 de noviembre de 2020, de <https://www.acab.org/es/los-trastornos-de-conducta-alimentaria/que-son-los-tca/>

Significado de Autoestima. (2019, 9 enero). SIGNIFICADOS. <https://www.significados.com/autoestima/>

Soto Martínez, M. J. (2014, 30 octubre). Ensayo de Trastornos Alimenticios. Slideshare. <https://es.slideshare.net/marijosesotomartinez/ensayo-de-trastornos-alimenticios#:~:text=CONCLUSI%C3%93N%20Los%20trastornos%20alimenticios%20son,lo%20mejor%2C%20es%20intentar%20prevenirlos.>

Urdaneta, K. (2015, 3 noviembre). Essena O'Neill: La estrella de Instagram nos advierte acerca del engaño de las redes sociales. <https://entaconadas.co/essena-oneill-la-estrella-de-instagram-nos-advierte-acerca-del-engano-de-las-redes-sociales/>

Zuluaga, Y., & Monterroza, A. (2016, 26 abril). La imagen de las mujeres en la posguerra – Parte

2. OUTFEARS. <https://outfears.com/mujeres-decada-50/>