



Universidad del Desarrollo
Facultad de Diseño

CORPO-REAL

*Programa que incentiva y promueve
el amor propio y la autocompasión en
mujeres adultas jóvenes.*

Zeinab Yazmín Sarras Saleh



CORPO-REAL

*Programa que incentiva y promueve
el amor propio y la autocompasión en
mujeres adultas jóvenes.*

Memoria presentada a la Facultad de Diseño
de la Universidad del Desarrollo para optar
al Título Profesional de Diseñadora Gráfica

Proyecto de Título
Zeinab Yazmín Sarras Saleh

Profesoras Guía
Teresita Silva
Mariluz Soto

Santiago de Chile, Diciembre, 2022

Img 2



AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer infinitamente a mis profesoras guía, ellas me acompañaron en este proceso con mucho cariño. A mis padres y abuelo por darme la tremenda oportunidad de estudiar la carrera de mis sueños. A mi hermana por siempre darme todo su apoyo. Y a mis amigas, especialmente a la Chofa por su compañía y consejos todos los lunes, que juntas nos pudimos apañar en cada momento y poder terminar nuestros proyectos juntas.

Muchísimas Gracias.



Fig. 1

MOTIVACIÓN PERSONAL

En más de una oportunidad durante mi vida, sobre todo en mi época de joven adulta, me vi afectada por el modelo de cuerpo ideal femenino imperante en nuestra sociedad. Desde pequeña sentí una extraña insatisfacción respecto a mi misma, cuyo origen no lograba averiguar. Así, durante años viví acompañada de esa incómoda y persistente sensación. Sin embargo, luego comprendí que dicho sentimiento se debía a mi físico, a mi cuerpo que no encajaba con los estándares de belleza que nos impone la sociedad, situación que experimentan miles de niñas, jóvenes y mujeres en nuestro país.

Como mujeres, siempre se nos ha impuesto como debemos hablar, lucir, vestir, figurar, todo bajo una óptica capitalista y patriarcal. Lo anterior, nos ha hecho ser más propensas a sufrir por comentarios en torno al físico, "likes", o falta de estos, en redes sociales y conversaciones cotidianas con nuestras familias o amigos. De igual manera, las campañas publicitarias incitan la gordofobia, idealizando los cuerpos delgados como sinónimo de belleza.

En vista de lo anterior, decidí desarrollar un proyecto que refuerce el amor propio y la auto-compasión, poniendo énfasis en los círculos de apoyo y la ayuda profesional como elementos fundamentales para lograr lo propuesto.

ÍNDICE

01.	
Índice de figuras	12-13
02.	
Abstract	14-15
03.	
Introducción	16-17
04.	
Preparación: Antecedentes y Marco Teórico	18-77
Cuerpo y Corporalidad	18
¿Qué es la Imagen Corporal?	19
¿Qué es la Insatisfacción Corporal?	20-21
¿Cómo son las mujeres con Insatisfacción Corporal?	22-25
Causas	26-47
Consecuencias	48-49
Terminologías relevantes	50-53
Amor propio y Autocompasión	54-64
¿Sirve realmente el Amor propio y la Autocompasión?	65-67
Diseño de experiencias	68-71

Aplicaciones móviles	72-75
Estudio de casos	76-77
06.	
Formulación del problema	78-79
07.	
Planteamiento de objetivos	80-81
08.	
Oportunidad de diseño	82-83
09.	
Metodología	84-87
10.	
Estudio de usuario	88-95
11.	
Antecedentes	96-101
12.	
Propuesta conceptual y formal	102-105
13.	
Propuesta y desarrollo formal	106-127
14.	
Producción	128-131
15.	
Propuesta final	132-155
16.	
Testeo con usuarios	156-167
17.	
Modelo de negocios	168-181
18.	
Conclusiones, resultados y proyecciones	182-185
19.	
Bibliografía	186
20.	
Anexos	187-213

ÍNDICE FIGURAS

FIGURAS

Figura 1: Collage de elaboración propia.

Figura 2: Collage de elaboración propia.

Figura 3: Gráfico, encuesta de elaboración propia.

Figura 4: Gráfico, encuesta de elaboración propia.

Figura 5: Collage de elaboración propia.

Figura 6: Collage de elaboración propia.

Figura 7: Collage de elaboración propia.

Figura 8: Collage de elaboración propia.

Figura 9: Collage de elaboración propia.

Figura 10: Collage de elaboración propia.

Figura 11: Collage de elaboración propia.

Figura 12: Collage de elaboración propia.

Figura 13: León, R. R. (2013b, junio 6). Diseño de Experiencia de Usuario: etapas, actividades, técnicas y herramientas. <https://www.nosolousabilidad.com/articulos/uxd.htm>

Figura 14: Barr, S. (2022, 15 julio). ¿Cuál generación te corresponde según tu edad? 'Millennial', generación X y Z. Independent Español.

Figura 15 y 16: Kemp, S. (2022, 4 mayo). Digital 2022: Global Overview Report. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>

Figura 17: Vargas, K. (2018, 1 noviembre). Los 3 atributos clave de una solución por Design Thinking y cómo lograrlos. Medium. <https://thinkondesign.medium.com/los-3-atributos-clave-de-una-soluci%C3%B3n-por-design-thinking-y-c%C3%B3mo-lograrlos-dc7c1e475732>

Figura 18: Collage de elaboración propia.

Figura 19: Collage de elaboración propia.

IMÁGENES

Imagen 1: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 2: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 3: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 4: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 5: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 6: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 7: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 8: Infobae. (2021). Las princesas de Disney. <https://www.infobae.com/cultura/2021/12/26/son-las-princesas-disney-buenos-modelos-de-liderazgo-o-simplemente-responden-a-un-estereotipo/>

Imagen 9: Decolornails. (2014). Reina de corazones. Blogspot. <http://decolornails.blogspot.com/2014/06/villanos-disney-reyna-de-corazones.html>

Imagen 10: Fandom. (2021). Ariel. Disney Wiki, <https://disney.fandom.com/es/wiki/Ariel>

Imagen 11: Cazallas, J. (2022, 29 marzo). La conversión de Low-cost Cosplay en Úrsula, de La sirenita, está completa con su última creación. Hobbyconsolas, <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/conversion-lowcost-cosplay-ursula-sirenita-completa-ultima-creacion-1035289>

Imagen 12: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 13: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 14: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 15: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 16: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 17: Metta Apps Company .(2018).Autoestima el amor verdadero, https://play.google.com/store/apps/details?id=com.metta.autoestima&hl=es_CL

Imagen 18: Metta Apps Company .(2021).Ser feliz reto 30 días. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.metta.psicologiapositiva&hl=es_CL

Imagen 19: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 20: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 21: Calm app screens on an iPhone. (2022, 2 febrero). CNBC. <https://www.cnn.com/2022/02/02/calm-app-acquisition-ripple-health-group-new-co-ceo.html>

Imagen 22: Municipalidad de Las Condes. (2022). Talleres Municipalidad de Las Condes. Las Condes. <https://www.lascondes.cl/noticias/las-condes-al-dia/detalle/827/inscripciones-abiertas-para-los-talleres-2022>

IMÁGENES

Imagen 23: Sally wong. (2021, 27 octubre). Behance. <https://www.behance.net/gallery/130125001/The-Self-Love-Kit-Let-Your-Brain-Breathe>

Imagen 24: Sotoluque,M.J.S.(2020). 365 Días de amor propio, <https://www.behance.net/gallery/105187747/Dia-de-Amor-Propio-MIPACAREU>

Imagen 25: Lacámara,M.J.L.(productor).(2022). Quiérete, cuídate y Abrazáte. María José Lacámara. <https://open.spotify.com/show/1FwuhFtZmWPXuWuHIIHhwB?si=53383b76c29c-41df>.

Imagen 26: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 27: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 28: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 29: Fotografía de elaboración propia.

Imagen 30: Fotografía de elaboración propia.



Palabras Claves

*Insatisfacción
Estigmatización
Imagen Corporal
Autocompasión
Amor Propio*

ABSTRACT

En la actualidad, siguen siendo miles las mujeres que sufren de baja autoestima, comportamientos de autoflagelación e insatisfacción corporal como consecuencias de la estigmatización que se le tiene a la mujer por parte de nuestra sociedad. Esta situación se vio agudizada producto de la pandemia a nivel mundial, que aumentó las cifras de trastornos alimenticios causados por la distorsión de la imagen corporal, siendo un factor relevante la exposición a las redes sociales y la constante necesidad de encajar en los parámetros de belleza predeterminados.

El objetivo de este proyecto es promover e incentivar el amor propio y la autocompasión, fortaleciendo una mejor percepción en la imagen corporal en mujeres adultas jóvenes (18-25 años). Este consiste en levantar un programa de acompañamiento, y un posterior seguimiento. En un comienzo contarán con una primera etapa colectiva, la cual incluye una sesión de 6 talleres presenciales guiados por profesionales, en los cuales se incentivara la reflexión y actividades grupales. En la segunda etapa se pretende reforzar el crecimiento personal mediante una aplicación móvil, la cual contará con una red de apoyo, para acompañar a estas mujeres en su proceso de cambio, y a la vez se podrá visualizar el proceso de crecimiento de las usuarias a través del registro de sus logros.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio se desarrolló a partir de la mirada personal de varias mujeres en relación con su autoestima, amor propio e influencia de los prejuicios y estigmas corporales en el diario vivir. De igual manera, desde la óptica teórica, se debió recurrir a múltiples literaturas, citando como algunos ejemplos, la “Ciudad de las Damas”, de Christine de Pisan (1405) o “Vindicación de los Derechos de la Mujer” de Mary Wollstonecraft (1792), quienes ya planteaban que el origen de sumisión de la mujer no habitaba en causas biológicas sino sociales. (Hendel, 2017)

En este orden de ideas, las autoras dejan en evidencia que, desde el inicio de la vida y por ende, del desarrollo de la mujer a lo largo de la historia, se le ha visto sometida, juzgada y valorada socialmente a partir de estigmas y paradigmas vinculados con su cuerpo, convirtiéndose estos parámetros en una señal de “opresión”. De esta forma, las mujeres han volcado su vida y felicidad a alcanzar estos ideales sin importar la forma de lograrlo, al punto de llevarlas muchas veces, al auto flagelado con el único objetivo de cumplir con estos parámetros sociales.

En vista de lo anterior, y el trabajo investigativo previamente desarrollado, lamentablemente, podemos afirmar que la mayoría de las mujeres a lo largo de su vida, ha vivido lo

que se presenta en esta memoria, ya sea en el núcleo familiar, en el colegio, en la calle, o en sus pensamientos internos.

“Creo que vivimos en una sociedad que desde muy chicas siempre se nos impuso un solo tipo de cuerpo perfecto, y estamos constantemente tratando de encajar.”

(Anónimo, 2022) (Ver más en Anexo 1, página 187)

“Lo peor es la autocrítica permanente, soy mi peor enemiga.”

(Anónimo, 2022) (Ver más en Anexo 1, página 188)

El proyecto que se desarrollará consiste en un programa que cuenta con dos etapas. Una primera etapa colectiva (presencial que responde a los talleres y charlas) y la segunda etapa de post-seguimiento (personal) que se desarrollara a través de una plataforma móvil digital, en la cual se otorgaran herramientas digitales y prácticas que promuevan e incentiven el amor propio, y que a la vez cuente con una red de apoyo generada por todas las entidades y personas que están interesadas en el tema.



Fig. 2

CUERPO Y CORPORALIDAD

“Cuerpo se define como una realidad objetiva que, a la manera de un objeto, posee una forma definida. Diversos modelos teóricos señalan que no tiene historia o historicidad, bastándole solo la espacialidad.”
(Montenegro et al., 2006)

“La corporalidad, en tanto, hace referencia más bien a la realidad subjetiva, vivenciada o experimentada; por ello está en la intencionalidad de la vida psíquica. La corporalidad es historia vital interna, madura hacia la diferenciación; en tanto cada cual tiene su propia historia individual”
(Montenegro et al., 2006)

¿QUÉ ES LA IMAGEN CORPORAL?

"La imagen corporal es un constructo complejo que incluye percepciones del cuerpo (componente perceptivo), actitudes, sentimientos y pensamientos (componente cognitivo-afectivo), así como las conductas derivadas de estas (componente conductual), que contribuyen a la formación del autoconcepto y forman parte de él. "En la formación de la imagen corporal existen dos variables importantes, por un lado la importancia de la imagen corporal para la autoestima y la satisfacción o insatisfacción con la misma." (Salaberria et al., 2007)

En esta compleja construcción de la imagen del individuo, la imposición de un modelo estético origina una inevitable comparación y discrepancia entre el cuerpo ideal (autoimagen ideal del cuerpo) que impone la sociedad y el cuerpo percibido (autoimagen percibida del cuerpo). De esta discrepancia y la comparación negativa puede surgir insatisfacción corporal, considerada una de las causas más destructivas de la autoestima.

Es precisamente la adolescencia uno de los periodos más críticos, ya que en estas edades se hallan los mayores índices de preocupación por el cuerpo, especialmente en las mujeres, lo que influye irremediamente en el autoconcepto, que son las que en mayor porcentaje recurren a dietas de control de peso y presentan variables cognoscitivas y conductuales de riesgo de trastornos de la conducta alimentaria (TCA).

Consecuentemente, una imagen corporal negativa se relaciona con bajo autoconcepto, depresión y el impulso inicial de TCA, especialmente en mujeres adolescentes o adultas jóvenes." (Fernández et al., 2015)

¿SI ERES MUJER TE CONSIDERAS UNA PERSONA CON INSATISFACCIÓN CORPORAL?

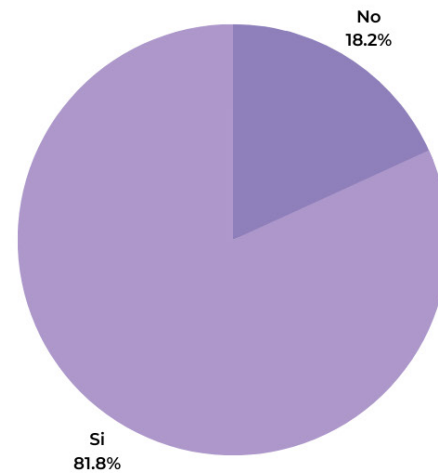
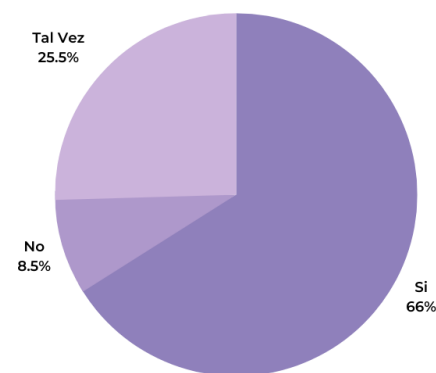


Fig. 3 (Ver más en Anexo 3, página 208)

¿TE HAS SENTIDO ESTIGMATIZADA POR LA SOCIEDAD?



¿TE CONSIDERAS SEGURA DE TI MISMA?

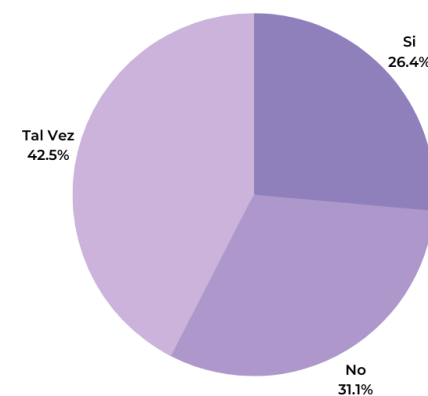


Fig. 4 (Ver más en Anexo 3, página 212)

INSATISFACCIÓN CORPORAL

Hablamos de insatisfacción corporal, cuando la visión del propio cuerpo es principalmente de descontento con nuestra apariencia general, o con una parte de nuestro cuerpo. Esta imagen cambia completamente el estado de ánimo. Con el tiempo, una persona puede autocategorizar su peso y forma corporal, convirtiéndose en el tema principal que rige sus pensamientos a diario.¹⁴ "La insatisfacción corporal se define como un malestar producido por la percepción evaluación estética subjetiva del propio cuerpo, es decir, una discrepancia entre el cuerpo percibido y el cuerpo ideal." (Toro et al., 1988)

Constituye un factor de gran importancia, para desarrollar un trastorno alimentario, especialmente cuando ocurre en la adolescencia o en la adultez temprana, por lo que es importante la detección lo antes posible y el tratamiento con expertos. (Clínica las Condes, 2022)

"En la sociedad occidental un tercio de las mujeres y un cuarto de los hombres presentan insatisfacción corporal. Pero esta insatisfacción y preocupación por el cuerpo se convierte en un trastorno, es decir en un malestar significativo, en un 4% de las mujeres y en menos del 1% de los hombres." (Salaberria et al., 2007)

"Existen diversas alteraciones de la imagen corporal, los síntomas se presentan en cuatro niveles de respuesta que se ponen de relieve especialmente cuando el paciente se enfrenta a situaciones en las que puede ser observado:

Nivel psicofisiológico: respuestas de activación del Sistema Nervioso Autónomo (sudor, temblor, dificultades de respiración, etc).

Nivel conductual: conductas de evitación, camuflaje, rituales de comprobación y tranquilización, realización de dieta, ejercicio físico, etc.

Nivel cognitivo: preocupación intensa, creencias irracionales, distorsiones perceptivas sobreestimación y subestimación, autoverbalizaciones negativas sobre el cuerpo. Las preocupaciones pueden ser patológicas, obsesivas, sobrevaloradas e incluso delirantes.

Nivel emocional: insatisfacción, asco, tristeza, vergüenza, etc." (Salaberria et al., 2007)

No hay cuerpo más bello
que aquel que se acepta

¿CÓMO SON LAS MUJERES CON INSATISFACCIÓN CORPORAL?

“No existe una regla general de cómo son las mujeres que sufren de insatisfacción corporal. Todas las mujeres que sufren de insatisfacción corporal somos distintas. Lo que tenemos en común es el contexto donde habitamos: capitalista y patriarcal.”

No es que por regla general las mujeres vamos a tener problemas de insatisfacción corporal por ser biológicamente mujeres, sino que tiene que ver con que justamente como nos han socializado, el cómo se es mujer (en base a estereotipos, roles de género, construidos social y culturalmente) la gran mayoría tenemos problemas de insatisfacción corporal.”

Entrevista personal a María Ignacia Oteíza, Psicóloga y Activista feminista, 5 junio 2022. (Ver más en Anexo 2, página 193)



Fig. 5



Actualmente la sociedad está pasando por un proceso de reestructuración para avanzar hacia una cultura libre de violencia de género, protegiendo así los derechos de las mujeres. Se pretende abandonar los cánones de belleza predeterminados, y a la vez visibilizar la diversidad corporal existente en las mujeres.

Se pretende dar a conocer que esta visión del cuerpo "ideal" sobre la mujer está idealizada y debido a esto muchas mujeres sufren de insatisfacción con sus cuerpos.

CAUSAS

Se han destacado varios factores por los que se puede desarrollar una insatisfacción o una imagen corporal negativa, a partir de esto la persona crea o construye su propia imagen corporal. Dentro de estos últimos destacan ideales y percepciones, los cuales se ven reflejados en sentimientos insatisfactorios que se traducen en actitudes negativas y perjudiciales para la salud propia. (Salaberria et al., 2007)

Para esta investigación se dividieron en tres grandes causales como factores de influencia directos:

Factor 1: Genética, crecimiento y eventos traumáticos

"Desarrollo físico y feedback social: los cambios de la pubertad, el desarrollo precoz o tardío, el índice de masa corporal o el peso y las características del cuerpo pueden ser factores predisponentes. La obesidad infantil, los accidentes traumáticos, las enfermedades, haber sido víctima de abuso sexual, haber fracasado en danza o en deportes, las experiencias dolorosas con el cuerpo, sensibilizan hacia el aspecto físico y hacen más autoconsciente a una persona sobre su apariencia física." (Salaberria et al., 2007)

Factor 2: (Interno) Familiar y amistades

La Familia y los amigos son considerados un factor muy relevante con respecto a la percepción personal, es una de las causas de porque se produce la insatisfacción corporal, especialmente cuando se generan ambientes tóxicos o cuando se ejerce mucha presión en las personas. Influyen factores tanto psicológicos, socioculturales, familiares y biológicos. La intervención y como es la relación familiar, es un punto importante para el desarrollo de su tratamiento.

Centrarse demasiado en la formación del cuerpo y el atractivo estético por parte de figuras importantes como son los padres, produce que los niños aprendan estas actitudes. Por otro lado, ser criticado o burlado por el cuerpo por parte de amistades cercanas, hacen a una persona más vulnerable, con respecto a su físico. (Salaberria et al., 2007)

Cuando la "disfunción familiar con la autoestima están entrelazadas con las preocupaciones familiares sobre la apariencia y el peso, y la insatisfacción con el cuerpo de las hijas, aumenta la probabilidad de desarro-

llar un trastorno alimentario."² Los núcleos familiares pueden ser dañinos porque con un simple comentario sobre la apariencia y el peso de un miembro de la familia, es más probable que se desarrolle una insatisfacción corporal. (Ruíz et al., 2013)

"La valoración que la familia le otorga a la apariencia física puede propiciar la preocupación en el peso y figura de las hijas. Se señala consistentemente que las burlas o críticas que recibe el individuo sobre su peso y apariencia física impactan en su imagen corporal y pueden reflejarse en síntomas de TCA, además este aprecio por una figura corporal esbelta sugiere que existe acuerdo en los valores estéticos de la familia, específicamente entre la madre y sus hijas. De igual manera, "la percepción que tiene la madre sobre el peso y la apariencia de sus hijas puede ejercer presión sobre la imagen corporal y hábitos alimentarios de estas últimas. Dicha influencia se concreta en conductas de supervisión y control de apariencia y peso corporales como sucede en las hijas con sobrepeso; mientras que en las hijas de bajo peso lo característico es la comunicación estresante a la hora de comer." (Ruíz et al., 2013)

Tipos de familia en las que se pueden presentar hijos/a con Insatisfacción corporal o TCA (trastornos de la conducta alimentaria):

"Aglutinamiento: Cuando la familia es tan unida que llega a ser entrometida con la vida de otro familiar.

Sobreprotección y excesivo control: Alto grado de control en las acciones de otro familiar y a su vez cuidar en exceso a otro familiar.

Rigidez: Les cuesta adaptarse a cambios en la familia.

Triangulación: Es cuando se involucra a los hijos en los problemas matrimoniales." (Alfonso, 2021)





Fig. 6

Factor 3 : (Externo) Social y cultural

El factor externo podría ser calificado como el más influyente en las mujeres, ya que aunque la sociedad está cambiando con respecto a la diversidad corporal, los cánones de belleza pre-establecidos están más presentes que nunca en las redes sociales e internet, por lo cual se tiende a generar una comparación del cuerpo propio con el cuerpo de las demás personas. "Proponen un ideal estético que se relaciona con la autoestima, el atractivo y la competencia personal lo bello es bueno, la adoración de la delgadez, la estigmatización de la gordura, la falacia sobre la manipulación del peso y del cuerpo." (Salaberria et al., 2007)

"La presión cultural sobre la mujer hacia la delgadez es un factor predisponente, para desarrollar una insatisfacción corporal." (Toro, 1988)

"En una Encuesta en el año 2015, en España, la Sociedad Española para el estudio de la Obesidad (SEEDO), entrevistó a 2944 mujeres cuyos resultados aseguran que ocho de

cada diez mujeres que hacen dieta para perder peso fracasan. Una de cada cien mujeres adolescentes sufre de anorexia nerviosa y el 4% sufre bulimia; además un 15% padece trastornos alimentarios significativos, según datos del Instituto de Salud Mental de los Estados Unidos. Según la Asociación Psiquiátrica Norteamericana, la anorexia nerviosa no solo es un trastorno de la alimentación sino una especificidad de género y es la enfermedad mental que presenta la más alta tasa de mortalidad: uno de cada diez casos fallece por desnutrición, insuficiencia cardíaca o suicidio." (Hendel, 2017)

Para contextualizar, en el recorrido histórico investigado encontramos a "Metrodora (c. 200-400 d.C.) una médica griega que ejerció la medicina en el Imperio romano y describió los primeros casos de anorexia nerviosa con rasgos que serían aplicables hoy, y dejar como legado un manuscrito denominado Sobre las enfermedades y las curaciones de las mujeres". (Hendel, 2017)

Datos extraídos de la séptima encuesta realizada por la organización La Rebelión del Cuerpo, la cual tiene como finalidad concientizar en cómo los roles y estereotipos de género impactan en la construcción de identidad de las mujeres. (La Rebelión del cuerpo, 2018)

84%

De las mujeres no tiene la silueta que le gustaría.

31%

La principal preocupación de la semana de las mujeres es su aspecto físico.

3,6

Horas al día pasan las mujeres pensando en su cuerpo.

86%

De las mujeres ha dejado de realizar actividades por como se siente con su cuerpo.





Img. 7

En la Edad Media, las mujeres que deseaban ser monjas practicaban el ayuno perpetuo, por lo que su cuerpo se fatigaba, adelgazaban y lograban no tener casi nada de grasa, hasta que desaparecía su menstruación y no había nadie que las quisiera como esposa. (Hendel, 2017)

"La Federación Española de Asociaciones de Ayuda y Lucha contra la Anorexia y Bulimia (FEACAB), y la Fundación y Autoestima llamaban la atención sobre los peligros de la falta de unificación en las tallas y su impacto en la salud de las personas." (Hendel, 2017)

Alrededor del mundo distintos "trends" revolucionan las redes sociales, en "China un desafío para las mujeres, trataba en medir su cintura con una hoja de papel de 21 centímetros: si su cuerpo no sobresale de los extremos, tienen las medidas "ideales". El diario Estatal Chino, lo describió como un "desafío para ponerse en forma". Fueron muchas las personas que advirtieron que esta moda ponía en riesgo la salud y presentaba una imagen distorsionada del cuerpo propio. (Hendel, 2017)

Liliana Hendel, en su obra Violencias de género las mentiras del patriarcado, comenta que, "diferentes organizaciones estiman que un 40% de las adolescentes están haciendo dieta y un 90% de las mujeres adultas desean perder peso". (Hendel, 2017)

Tras la pandemia, a nivel mundial se desencadenó un aumento considerable en el consumo de imágenes en redes sociales y buscar la anhelada perfección provocando totalmente lo contrario con información mágica, irreal, generando una distorsión en la imagen corporal de las mujeres.

"En Chile el riesgo de padecer Trastorno de Conducta Alimentaria en los adolescentes fluctúa entre un 7,4% y 12%, con mayor prevalencia en mujeres. Datos que se han agravado durante la pandemia de coronavirus, alcanzado un aumento del 30% de los TCA." (Agenda País, 2021)

PRINCESAS V/S VILLANAS DISNEY

Desde pequeñas sin darnos cuenta nos han hecho internalizar que ser gordo está mal, y ser delgada es sinónimo de belleza.

En este ejemplo a simple vista se visualiza que las villanas tienen una masa corporal mucho más grande, eso representa maldad y terror a diferencia de las princesas que suelen ser representadas como "perfectas" recalcando su belleza y delgadez.

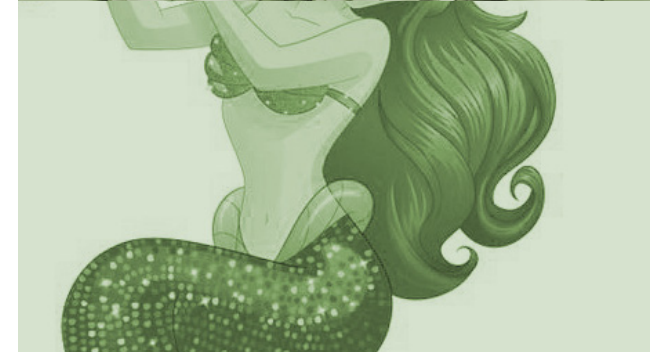
Img. 8



Img. 9



Img. 10



Img. 11

Con la finalidad de ahondar en la materia a exponer en la presente Memoria, resulta necesario generar y aclarar diversos conceptos y temáticas. Comenzaremos con la cita de Hedy Lamarr:

"Cualquier chica puede ser glamorosa. Lo único que tienes que hacer es quedarse quieta y parecer estúpida". La construcción de la belleza física y la búsqueda de la perfección, ha sido el principio inspirador para la mayoría de las mujeres a lo largo de su vida. "A través del tiempo se ha observado y escuchado a miles de mujeres respecto de los anuncios a solo un "click" de nosotras de realizar el sueño del cuerpo perfecto, O al menos de una solución para nuestro cuerpo, dando por descontado que existe un problema al cual darle solución." (Hendel, 2017)

En la sociedad de consumo existen prácticas ligadas a la estimulación de la belleza física y al consumo con esos fines y la publicidad con imágenes y promesas. "El concepto de belleza se ha ligado al concepto de "marketing", de manera que la belleza pasa ahora a representar un capital simbólico que puede adquirirse con esfuerzo personal, e incluso comprarse en el mercado para llegar a lo

"ideal", entendiéndose como una construcción cultural que cambia según las épocas." (Carosio, 2008)

"Es alarmante la facilidad con que rápidamente se instalan en los medios de comunicación de mayor circulación, "dietas mágicas", para perder peso y construir el cuerpo perfecto las cuales, muchas veces son insalubres." (Hendel, 2017)

Queda en evidencia que un gran porcentaje de las mujeres no están satisfechas con su imagen corporal. Cifras tan elevadas y distorsionadas nos llevan a pensar que el malestar es producto de un problema social.

Cabe recalcar, que los profesionales diagnostican cada vez más casos de niñas y jóvenes deprimidas y angustiadas por la necesidad de adaptarse a los cánones de belleza preestablecidos. Generar "una prevención efectiva, consistiría en desenmascarar esa construcción mental que lleva una promesa de felicidad efímera e instrumentar políticas públicas que contrarresten la mentira sostenida en estereotipos enfermizos, lo que implicaría enfrentar el capitalismo y el patriarcado." (Hendel, 2017)



Fig. 8



Cada vez y más tempranamente, las jóvenes se miran en el espejo y no se sienten cómodas con ellas mismas, el "Photoshop" es otro gran propulsor de la insatisfacción corporal, ya que logra incrementar esta imagen corporal distorsionada. Las niñas de acuerdo al masivo consumo de las redes sociales crecen con un modelo de referencia casi inalcanzable porque entre las cirugías y el Photoshop, la sociedad ha logrado definir que es bello y qué no.

"Una cultura obsesionada con la delgadez femenina no está obsesionada con la belleza de las mujeres, está obsesionada con la obediencia de estas. La dieta es el sedante político más potente en la historia de las mujeres: una población tranquilamente loca es una población dócil". (Wolf, 1992)

La Sociedad Internacional de Cirugía Plástica (ISAPS), tiene en su página web un apartado extenso denominada "Guía de Turismo Médico, que si bien aporta información acerca de riesgos y prevenciones, también pone en evidencia que las cirugías son un plan comercial. En el año 2013, se realizaron más de veinticinco millones de intervenciones estéticas quirúrgicas y no quirúrgicas según las

estadísticas difundidas por la ISAPS." (Hendel, 2017)

En estas intervenciones quirúrgicas, la mayoría de las mujeres se las realizan para parecerse a las demás mujeres que idealizan y lograr verse perfectas.

En esta etapa de la investigación es necesario precisar y conocer las palabras de Naomi Wolf: "Esta alucinación inconsciente se vuelve más y más influyente y penetrante cuando se transforma en manipulación mercantil consciente de las grandes industrias: la industria de las dietas (33 mil millones de dólares al año), la industria de los cosméticos (20 billones de dólares), la industria de la cirugía estética (300 millones de dólares) y la industria de la pornografía (7 mil millones de dólares al año). Todas estas industrias han florecido gracias a las ganancias que deja la ansiedad inconsciente; y a su vez pueden por su influencia en la cultura masiva, usar, estimular y reforzar la alucinación en una espiral económica ascendente". (Wolf, 1992)

El sentirnos perfectas, ha sido el punto clave como sinónimo de éxito en las mujeres. La construcción de la perfección es algo subjetivo. Desde la imperfección es de donde se debería crecer y fomentar el aprendizaje. El ser imperfectos es lo que nos convierte en seres humanos, justamente eso es lo que, como individuos nos hace únicos y perfectos. (Fariñas, 2021)

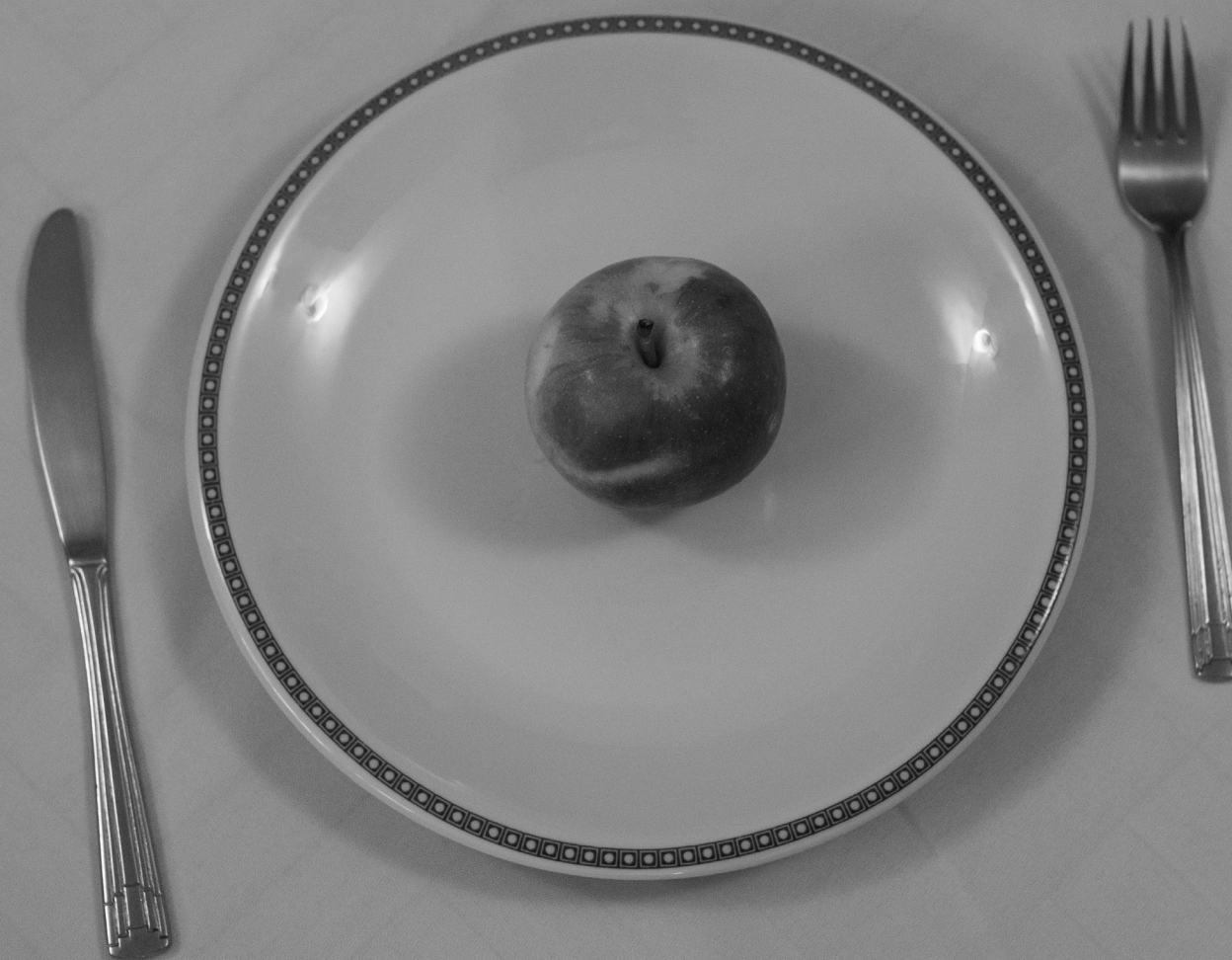
Para Tal Ben-Shahar, “la búsqueda de la perfección es el principal motivo de nuestra infelicidad y aprender a diferenciar entre el perfeccionismo neurótico y el perfeccionismo positivo u optimista”. (Ben-Shahar, 2011)

Las dietas restringidas son un factor que influyen directamente para el desarrollo de la insatisfacción corporal. Son un peligro para la salud porque generalmente promueven la pérdida de peso a corto plazo, el pasar demasiado tiempo ayunando, comiendo solo un alimento diario o consumiendo muy pocas calorías al día. Es peligroso la prohibición de ciertos alimentos, y es justamente lo que hacen las dietas restrictivas crean dietas desequilibradas y pone en riesgo la salud de las personas que las realizan. (Carbonell, 2019)

Estamos inmersos en una sociedad que difunde el miedo y el odio a subir de peso, a disfrutar la alegría de comer, la cual roba la autoestima e incentiva el pensamiento gordofóbico en las personas (ITEM, 2021), esto se puede ver reflejado en la escasez de autocompasión y amor propio que tenemos, tanto personalmente como sociedad.

Virgie Tovar, en su obra Tienes derecho a permanecer gorda, comenta: “El resultado entre la multimillonaria industria de las dietas lo que incluye las aplicaciones de fitness, las pastillas sin receta, los medicamentos que suprimen el apetito y se venden solo con prescripción médica, la cirugía bariátrica, los gimnasios y los fabricantes de ropa para gimnasio y la atmósfera social y cultural que normaliza el control de peso y la intolerancia gordofoba”. (Tovar, 2018)

Img. 12



Existen diversas terapias para tratar una insatisfacción corporal, prevenir un futuro TCA, y promover una buena autoestima, depende del tipo de terapia que prefiera el paciente y la cual sea más adecuado para él o ella.

“Más allá de un tipo de terapia, cualquier terapia que se haga tiene que tener de base una perspectiva de género que permita ver este problema: que la mayoría tengamos problemas de insatisfacción corporal tiene que ver con que hay algo estructural que lo sostiene, que lo alimenta, lo reproduce: nuestro contexto sociocultural- político.”¹

Entrevista personal a María Ignacia Oteiza, Psicóloga y Activista feminista, 5 junio 2022. (Ver más en Anexo 2, página 197-198)



Para entender la insatisfacción corporal es muy importante considerar el término de autoestima, el cual “responde a 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”. (Autoestima, s.f)

“Al tener una buena autoestima te sientes querida y aceptada por los demás, estás orgulloso de lo que haces y logras creer en ti misma. Al tener baja autoestima, te sientes mal contigo misma, eres dura y crees que no eres lo bastante buena.” La autoestima proviene de nuestra historia personal, las personas en nuestras vidas afectan cómo nos sentimos acerca de nosotros mismos. Nos sentimos bien con nosotros mismos cuando se enfocan en nuestras fortalezas. Si somos autocompasivos con nosotros mismos cuando cometemos errores, aprendemos a aceptarnos. Cuando tenemos amistades y tenemos una buena relación, nos sentimos aceptados. Pero es difícil sentirnos bien con nosotros mismos, si nos insegurizan en lugar de aportarnos. Dejar que tu núcleo cercano te intimide también puede dañar tu autoestima. "Las palabras dejan huella y se vuelven parte de tus pensamientos y sentimientos sobre ti mismo". Lo que te dices a ti mismo, tu voz interior, tiene un gran impacto en cómo te sientes contigo mismo y si son negativas pueden dañar tu autoestima. (Lyness, 2018)

Fig. 9



CONSECUENCIAS

"Las consecuencias de la insatisfacción con la imagen corporal son variadas, así cursa con pobre autoestima, depresión, ansiedad social, inhibición y disfunciones sexuales, desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria, inicio de tratamientos cosméticos, quirúrgicos, dermatológicos, capilares, etc, de forma reiterada y con demandas irracionales." (Hollander et al., 1993)

Los Trastornos alimenticios, se tratan de una ingesta insuficiente o excesiva de alimentos, que afectan tanto a una persona como a su entorno más cercano. (Méndez et al., 2008) "Los tipos de trastornos que existen son: Bulimia Nerviosa, Anorexia Nerviosa, Trastorno por atracón, TCA-NE (Trastorno de Conducta Alimentaria No Especificado), TCA-NE (TCA especificado, pero no cumple algunos de los criterios diagnósticos), Trastorno por Rumiación, PICA y Trastorno por evitación / Restricción de alimentos". (DSM-5, 2014)

Fig. 10



"Se ha descrito que la insatisfacción corporal es uno de los factores más consistentes y robustos para el desarrollo y mantenimiento de un trastorno alimentario"

(Olvera Ruvalcaba, Gómez-Peresmitré, 2021)



TERMINOLOGÍAS RELEVANTES RELACIONADAS A LA INSATISFACCIÓN CORPORAL

¿Qué es el Fat-Talk?

Este término es uno de los grandes propulsores de la insatisfacción corporal, el cual recoge todos los comentarios, descalificaciones y actitudes que promueven la belleza como sinónimo de delgadez. (Melio, 2020)

“Estoy hecha una vaca”

“Qué suerte, ni se le nota que tuvo una guagua”

“Estás muy flaca, te ves estupenda”

(Melio, 2020)

¿Qué es la Gordofobia?

El concepto de gordofobia responde a la violencia que sufren a diario las personas gordas. Una mirada basada sobre la salud y los hábitos de las personas gordas o con sobrepeso, que tiene como base que los cuerpos gordos responden a la falta de voluntad de las personas o la poca importancia que le dan a sus cuerpos. (Piñeyro, 2020)

Prácticamente plantea, que al no ser lo suficientemente delgado, mereces ser rechazado o discriminado. Esta visión considera que la grasa corporal de más es el resultado de flojera, sin tener en cuenta el contexto en el que el cuerpo lo crea o influye, ni con todos los factores que influyen en sí una persona es gorda sana o delgada.

"Las personas gordas sufren diariamente de acoso por parte del entorno en el que viven" (Piñeyro, 2020), son discriminadas hasta al postularse para alguna oferta laboral. "Vivimos en una sociedad que los rechaza, les hace sentir culpa y vergüenza", causando en ocasiones más extremas, problemas de salud mental. "El buscar ropa de su talla, tener que aguantar chistes y personas gordofóbicas, son algunas de las cosas que viven el día a día" aun así sin ellos tener la culpa de que estén normalizadas estas conductas. "La gordofobia es una segregación estructural y sistemática". Y "usar la palabra gordo/a como insulto es un acto gordofóbico". (Piñeyro, 2020)

¿Qué es el Body checking?

El body checking incluye varias conductas de revisión corporal diarias como: probarse ropa de talla pequeña, compararse, medirse distintas partes del cuerpo, mirarse el estómago reiteradamente en el espejo, pesarse, entre otras. Se puede traducir como un escaneo corporal.

Este sentimiento de alivio es temporal, son actitudes que hacen ineficaz la necesidad de satisfacción en un paciente que presente un TCA o una insatisfacción corporal. (Citema, 2021)



Fig. 11

AMOR PROPIO Y AUTOCOMPASIÓN

Al pensar en maneras para tratar una imagen corporal negativa o distorsionada, y al hablar de una autoestima baja, podemos encontrar el término de amor propio, el cual se define como “un conjunto de emociones y predisposiciones mentales, las cuales se relacionan con la autoevaluación que un individuo hace de sí mismo. Se trata de la forma en que nos evaluamos a nosotros mismos, incluyendo la evaluación sobre nuestro autoconcepto”. (Avances Psicólogos, 2022)

Cuando hablamos de amor propio, nos referimos a autoestima. Cabe recalcar que “El amor propio se construye tanto en colectivo como personalmente, tenemos que aceptar que somos luz y que somos vulnerables en lo que seremos necesitados, aceptados y amados. Para amarte a ti mismo, tienes que conocerte muy bien, entender por qué sientes ciertos sentimientos, y no reprimirlos, sino vivirlos”. (Lacámara, 2021)



Img. 15

Hay que tener en cuenta que influyen diversos aspectos tanto emocionales, como físicos y mentales.

“Aceptar tu cuerpo es un paso más de muchos otros que no tienen que ver con lo físico; tu temperamento, tu personalidad, tus emociones, sentimientos, reconocer tus talentos, virtudes y defectos, por mencionar solo algunos aspectos que van más allá de lo aparente y que se relacionan con nuestra área más interna y emocional. De hecho nuestra imagen es el reflejo de nuestro interior, por eso cuando no estamos bien muchas veces es imposible ocultarlo por más que lo intentemos”. (Blanco, 2021)

Cabe destacar la cita de María José Lacámara psicóloga Chilena especialista en temas de autoayuda:

“No será un camino recto, y tampoco finito, el amor propio es una constante, algo diario, uno no nace queriéndose, uno construye ese amor y ese amor esta supercondicionado a cómo te hablas”.
(Lacámara, 2021)

“En una sociedad que se beneficia de tus inseguridades, amarte a ti misma es un acto revolucionario”.

(Plata, 2019)

Tú eres más
que suficiente



Tenemos que tener en cuenta la importancia del amor propio y como puede aportar en una insatisfacción corporal, para esto hay que “reconceptualizar lo que entendemos por amor propio, porque es un concepto que nuevamente nos han vendido como “bienestar y empoderamiento femenino”. Los medios de comunicación se han apropiado del amor propio para vendernos nuevamente, es cosa de ver en las farmacias este espacio que se llama “bienestar y amor propio” donde nos venden la crema para las estrías, para las arrugas y los mil tratamientos para básicamente todo el cuerpo.

Es conflictivo hablar de amor propio sin tomar en cuenta el contexto, porque si no lo pensamos así, podemos caer nuevamente en una exigencia: “ámate, ámate, ámate”, “ama tus imperfecciones” y mensajes de ese estilo, porque te hacen creer que si no logras amarte “es porque no te estás esforzando lo suficiente” y entonces “tienes que tener amor propio, tienes que amarte”

Hay que reivindicar lo que entendemos como amor propio, verlo como un acto de resistencia. Entender que si no me amo no es que “no tenga amor propio”, **es que literalmente me enseñaron a odiarme. ¿Cómo me voy a amar si me enseñaron constantemente a no hacerlo?** Por eso, reivindicar el amor propio tiene que ver con:

-Dar paso a un pensamiento crítico, a una reflexión colectiva que te permita visualizar las problemáticas con perspectiva de género, entender los mandatos y presiones de género a través de nuestra propia historia y de las mujeres de mi vida y con las que no conozco.

-Concientizar sobre los efectos negativos que las presiones hacia nuestros cuerpos producen en nuestra salud física y mental.

-Reconceptualizar y repensar el concepto de belleza, desde una perspectiva de salud integral.

-Promover conceptos de belleza basados en la diversidad existente, en la globalidad de lo que implica ser mujeres.

-Reivindicar lo que nos han enseñado como “imperfecciones o defectos” como parte de la gran diversidad corporal que existe.

-Dar paso a la rabia, para dejar de sentirnos culpable. Muchas mujeres sienten rabia al ser conscientes cómo el sistema les ha hecho creer que había algo malo y a “corregir” en sus cuerpos y en su forma de ser. Rabia por haber perdido tantos espacios y experiencias solamente por vergüenza a “cómo se veían”

-Fomentar la auto observación y el autococonocimiento: empezar a descubrir que podemos estar enfocadas en otras cosas que no sea nuestra apariencia física: nuestras necesidades corporales, de placer, aprender a observar nuestro cuerpo como un todo que integra capacidades, posibilidades, habilidades.

-Incrementar la autovaloración frente a la validación externa.

-Repensar la feminidad, como algo compatible con diferentes formas, diferentes tamaños, diferentes intereses, diferentes corporalidades.

-Investigar, educarse sobre cómo los roles de género y la construcción social del ser mujer ha limitado nuestra vida.

-Poner énfasis en lo que el cuerpo nos permite hacer y no solo en el aspecto físico que tiene.

-Entender que no nos podemos amar todos los días, porque nunca hemos estado acostumbradas a valorarnos, querernos, aceptarnos, entender que no todos los días nos amamos y nos gusta nuestro cuerpo, pero si entender que podemos respetarlo, nutrirlo.

-Entender que el camino del amor propio es un proceso único.

-Reconceptualizar el amor propio no como una nueva exigencia del ser mujer, sino como un acto de resistencia frente a un sistema”.

Entrevista personal a María Ignacia Oteiza, Psicóloga y Activista feminista, 5 junio 2022. (Ver más en Anexo 2, página 199-200)



“No se trata de ser perfectas, ni menos de encajar en los absurdos estereotipos, sino de desarrollar una relación positiva, sana y de amor con tu cuerpo e imagen”.

(Blanco, 2021)

La autocompasión es otro punto importante al hablar de autoestima e insatisfacción corporal, Se trata de relacionarse con uno mismo de una forma más afectiva, con respeto, de manera amable y por sobre todo cuando algo no funciona, son esas las situaciones en donde uno más se autocritica. Somos parte de una sociedad compartida, cada uno vive sus propias batallas a su forma. Nos ayuda a sentirnos humanos, una humanidad compartida. Es más fácil aliviar el dolor de los demás, pero el dolor personal es más difícil de superar. Fomentamos una sociedad que valora la competencia y el éxito. (Lacámara, 2022)

Se ha investigado el efecto de la autocompasión en la conducta alimentaria problemática y la insatisfacción corporal. “Se ha observado que niveles altos de autocompasión predicen menores preocupaciones hacia el cuerpo, menores niveles de culpa por la comida, menos sentimientos de vergüenza, psicopatología alimentaria menos severa, mayores niveles de alimentación intuitiva, mayor tolerancia al estrés, una imagen corporal más positiva y menos actitudes negativas hacia la comida”. (Olvera Ruvalcaba, Gómez-Peresmitré, 2021)

“El camino a la autoaceptación es un proceso maravilloso que puede ser gratificante y significativo. Estamos todos tratando de vivir en un mundo más empático, tolerante y diverso y aceptar las diferencias es el paso para crear sinergia y unión. La propia aceptación también incluye la aceptación de otras posturas y realidades” (Blanco, 2021)

Lo que tienen como finalidad estos conceptos son la aceptación corporal, lo que implica "tratar de vivir en paz con nuestros defectos y virtudes. Y lograr captar que siempre tendremos deficiencias físicas, pero también atributos." (Rubio, 2021)

Existen programas certificados de amor propio y autoestima como lo son “The body image program” que recién se están insertando en Chile. Mucha gente elige como camino de cambio el amor propio y la autocompasión, ya que realmente logran comprenderse y interiorizarse con ellos mismos. Es una manera más empática de trabajar en nosotros mismos, y lograr aceptarnos. (The body image program, 2022)

¿SIRVE REALMENTE EL AMOR PROPIO Y LA AUTOCOMPASIÓN?

“Puedo hablar desde mi propia experiencia, desarrollé un TCA (trastorno de conducta alimentaria) con el paso del tiempo y no fue hasta que me encontré con la terapia feminista y con enfoque de género que realmente pude entender de dónde venía, por qué me sentía así, por qué tenía una lucha constante con mi cuerpo, por qué me dificultaba comer, y empecé a ver las conductas que estaban por encima del iceberg para luego aventurarme en las que están más abajo como la necesidad de control, la baja autoestima, situaciones traumáticas como abusos, entre muchas otras cosas.

Los problemas de insatisfacción corporal se trabajan desde un enfoque feminista, no pesocentrista, con un trabajo enfocado en la salud en todas las tallas y la diversidad corporal, donde se reivindique el amor propio como una resistencia al sistema que te ha llevado a odiar tu cuerpo. Hay muchas personas que desde ese trabajo, con un equipo multidisciplinario, han logrado respetar, querer y nutrir sus cuerpos. “

Entrevista personal a María Ignacia Oteiza, Psicóloga y Activista feminista, 5 junio 2022 (Ver más en Anexo 2, página 200-201)

¿SIRVE REALMENTE EL AMOR PROPIO Y LA AUTOCOMPASIÓN?

La autocompasión y el amor propio, se construyen tanto colectivamente como personalmente, esto tiene una relación directa con la insatisfacción corporal. Estos conceptos pueden aportar positivamente en las mujeres, pero hay que considerar algunos puntos relevantes:

“El camino a la aceptación y nuestro amor propio es de idas y venidas, implica mirarse y reflexionar en lo que somos, en lo que pensamos, en lo que irradiamos y en lo que hacemos. Implica mirar de quienes nos rodeamos, a quienes elegimos querer y a quienes decidimos amar sin límites. Todo desafío y todo cambio implica un poco de miedo, porque es básicamente irrenunciable”. “El camino de amarnos no es un resultado de un proceso individual y aislado. El amor propio surge del espacio vincular, de un tú y un yo que lo conforman, el camino a conquistar este propio amor se recorre en colectivo y no podemos dejar de mirar a todos aquellos que nos rodean” “Es difícil salir de la comodidad si no asumimos que tendrá que ser con miedo y muchas veces será sin sentirnos preparadas y sostenernos en esa incomodidad; no será agradable, al menos por un tiempo”. (Lacámara, 2021)

CONCLUSIONES

Podemos concluir que la insatisfacción corporal, es un problema presente hoy en día en la mayoría de las mujeres, sea cual sea su estrato social o nacionalidad, puesto que se ha convertido en una situación a nivel mundial, donde las mujeres carecen de herramientas y apoyo concreto al no comprender que esta insatisfacción es resultado de un problema social y no propio de su identidad. Esto repercute directamente en la escasez de amor propio, y autocompasión en ellas mismas.

Por esta razón, se busca proponer la autocompasión y el amor propio como incentivo, para generar un factor protector que evite que se generen problemas más graves a futuro, como trastornos psicológicos, alimenticios, autoflagelaciones, entre otros. Queda en evidencia que la promoción e incentivo de estas dos, podrían lograr generar una mejor percepción de la imagen corporal en las mujeres.

DISEÑO DE EXPERIENCIAS

El diseño de la experiencia se centra en los resultados humanos. En particular, el nivel de compromiso y satisfacción que los usuarios reciben de un producto o servicio, y la relevancia de la experiencia para sus necesidades y contexto.

Recuerda que las experiencias se pueden diseñar para persuadir, estimular, entretener o informar. Es la práctica de diseñar productos y servicios, medios, información e interacciones para humanos. En muchos casos, el diseño de experiencias produce resultados precisos.

Diseño de experiencia del cliente

El pensamiento centrado en el ser humano es imprescindible para diseñar mejores experiencias de usuario.

Las experiencias exigen que cada detalle y momento esté centrado en el ser humano. Significa cambiar el pensamiento de lo que podemos construir a lo que la gente quiere y necesita. Conocer a sus usuarios, escuchar sus necesidades y considerar su contexto y contexto son formas de mover la experiencia al centro del producto.

Un buen diseño de experiencia significa que cada interacción está bien pensada, y todo esto debe coordinarse e implementarse estratégicamente para alinearse. Desde el empaque hasta las aplicaciones móviles, cada punto de contacto con el cliente es una oportunidad para comunicar su visión de diseño de experiencia.

El diseño de experiencias, no solo está enfocado en el producto, sino toda la experiencia, en brindar una solución y un viaje al usuario. (Ortega, 2022)

Al diseñar en torno a una experiencia para el usuario, se tiene que pensar muy bien en cada detalle para que sea lo más amena posible. Se entrega y se genera la mejor solución potencial.

A continuación se muestra un gráfico con las cuatro grandes etapas del diseño de experiencia.

DISEÑO DE EXPERIENCIAS

Fig. 13



APLICACIONES MÓVILES

Una aplicación móvil es una aplicación diseñada para ejecutarse en un dispositivo móvil, como un teléfono inteligente o una tableta. Aunque las aplicaciones suelen ser pequeñas piezas de software con una funcionalidad limitada, aún brindan a los usuarios servicios y experiencias de alta calidad. A diferencia de las aplicaciones de escritorio, las aplicaciones móviles no están disponibles en los sistemas de software integrado. En cambio, cada aplicación móvil proporciona una funcionalidad aislada y limitada. Por ejemplo, puede ser un juego, una calculadora o un navegador web móvil.

Tipos de aplicaciones móviles:

Las aplicaciones móviles vienen en todas las formas y tamaños. Estos son algunos de los tipos de aplicaciones móviles:

Aplicaciones de juegos:

Esta es la categoría más popular de aplicaciones móviles. Miles de usuarios instalan el juego en sus teléfonos. Las empresas dedican cada vez más tiempo y recursos a desarrollar versiones móviles de juegos y títulos de escritorio conocidos, ya que este es un mercado muy lucrativo.

Según un estudio reciente, los juegos móviles representan el 33% de todas las descargas de aplicaciones, el 74% del gasto de los consumidores y el 10% de todo el tiempo de uso de las aplicaciones. Los juegos móviles más exitosos como Candy Crush Saga o Angry Birds son conocidos en todo el mundo.

Aplicaciones comerciales:

Estas aplicaciones tienen una gran participación de mercado en estos días, ya que las personas utilizan cada vez más los teléfonos inteligentes y las tabletas para realizar muchas tareas complejas sobre la marcha. Por ejemplo, las aplicaciones pueden ayudarlos a reservar boletos, enviar correos electrónicos o ejecutar un seguimiento de su trabajo. Las aplicaciones comerciales están diseñadas para aumentar la productividad y reducir los gastos, lo que permite a los usuarios proceder una amplia gama de tareas.

Aplicaciones educativas:

Esta categoría incluye aplicaciones móviles que ayudan a los usuarios a aprender nuevas habilidades y conocimientos. Por ejemplo, las aplicaciones de aprendizaje de idiomas como Duolingo se han vuelto muy populares porque brindan a los usuarios la flexibilidad de elegir lo que quieren aprender. Las

aplicaciones de juegos educativos son excelentes herramientas para los niños. Muchas aplicaciones educativas también han demostrado ser populares entre los profesores que las usan para organizar mejor el proceso de aprendizaje o para mejorar su educación.

Aplicaciones de estilo de vida:

Esta amplia categoría incluye aplicaciones de compras, moda, ajuste, acondicionamiento físico, citas y dietas. Estas aplicaciones básicamente se enfocan en todos los aspectos del estilo de vida de una persona.

Aplicaciones de comercio móvil:

Las aplicaciones de compras populares como Amazon o eBay ofrecen una experiencia de escritorio a los usuarios móviles. Brindan a los clientes un fácil acceso a los productos y métodos de pago sin complicaciones para mejorar la experiencia de compra.

Aplicaciones de entretenimiento:

Permiten a los usuarios de la app transmitir en vivo, chatear o ver contenido en línea. Buenos ejemplos son las aplicaciones de redes sociales como Facebook o Instagram. Las aplicaciones de transmisión de video como Netflix o Amazon Prime Video tam-

bién se han vuelto muy populares entre los usuarios de todo el mundo. Estas aplicaciones a menudo aumentan la participación de los usuarios al informar a los miembros sobre actualizaciones y nuevos productos.

Aplicaciones de Utilidad:

Son tan obvias que apenas nos damos cuenta de que las estamos usando. De hecho, tienden a tener los tiempos de sesión de usuario más cortos: las personas las utilizan para hacer las cosas y luego seguir adelante. Los tipos de utilidades más populares son los escáneres de códigos de barras, los escáneres o las aplicaciones de salud.

Aplicaciones de viaje:

La idea principal detrás de esta categoría es ayudar a los usuarios a viajar con facilidad. Las aplicaciones de viaje convierten los teléfonos inteligentes o las tabletas en diarios y guías de viaje que ayudan a los usuarios a descubrir todo lo que necesitan saber sobre los lugares que visitan. La mayoría de los turistas son viajeros con conocimientos digitales que saben cómo utilizar las aplicaciones en su beneficio. (Herazo, 2022)



APLICACIONES MÓVILES

- Para utilizar una aplicación móvil necesitas descargarla en tu dispositivo.
- Son piezas de software que puedes descargar.
- Se instala en el dispositivo móvil, después de haberla descargado.
- Deben actualizarse constantemente, por lo que a menudo llegan notificaciones de actualización en el dispositivo.
- Se diseñan diferentes versiones para los diversos dispositivos móviles.

(The cloud group, 2020)



APLICACIONES WEB

- No es necesario descargarla, puedes acceder desde internet.
- Se alojan en un servidor, por eso siempre necesitan de internet para funcionar.
- Una app web se asimila a una página web, pero se ha modificado para verse correctamente en todos los dispositivos.
- No necesitan ser actualizadas, los usuarios no necesitan realizar ninguna acción para disfrutar siempre de la última versión.
- El diseño es estándar, ya que funcionan desde los navegadores.

(The cloud group, 2020)

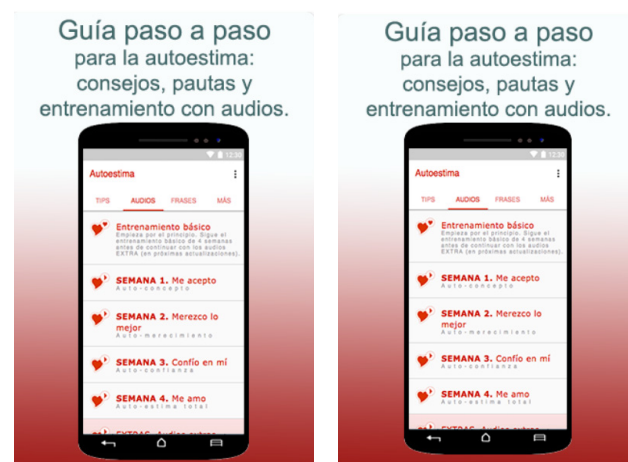
APLICACIONES MÓVILES

AUTOESTIMA, EL VERDADERO AMOR

Aplicación que contiene más de 25 tips de autoayuda y autoestima basados en la psicología general y la psicología positiva. Guía de autoayuda completa para seguir paso a paso los consejos y lograr la felicidad, la autoconfianza, la seguridad personal y el auto amor.

Fortalezas: Interfaz limpia y simple, se adapta a distintos dispositivos.

Debilidades: Los tips que se dan en la aplicación son buenos, y están respaldados por especialistas, pero es difícil que impacte en el pensamiento de una persona y que cambie su actuar solo con simples frases. Es poco cercana con el usuario, ya que no tiene un público específico, sino que es más general.



Img. 17

SOBRE AMOR PROPIO Y AUTOCOMPASIÓN

SER FELIZ RETO 30 DÍAS

Aplicación móvil que entrega más de 100 tips de felicidad basados en la ciencia, la psicología, la neuropsicología, estudios e investigaciones. Es una guía de autoayuda para seguir paso a paso los consejos para ser positivo, optimista, proactivo y feliz para lograr tu crecimiento personal.

Fortalezas: Promueve la psicología positiva, lo cual es un aporte para la sociedad. Tienes tips paso a paso, logrando incentivar al usuario. Al ser paso a paso se genera un hábito, el cual hay que seguir para lograr el objetivo. Interfaz simple y clara, se adapta a distintos dispositivos.

Debilidades: No es muy empática con el usuario, ya que es muy general y no tiene un público definido, logra generar un alivio en el minuto, pero no tiene un fin a largo plazo.



Img. 18

PROBLEMA GENERAL

Existe una gran falta de autocompasión y amor propio en las mujeres actualmente, esto se debe a que tienen una imagen corporal distorsionada y generalmente negativa de ellas mismas, debido a factores internos y externos que influyen directamente en su propia percepción, tales como; el entorno que las rodea, la estigmatización social que se le tiene a la mujer y a lo que se exponen en redes sociales. Al ser un problema de insatisfacción corporal, muchas mujeres se sienten solas y poco acompañadas, ya que no se atreven a comentar el tema por vergüenza, miedo al que dirán, entre otros. Es un proceso muy difícil de abordar solitariamente.





Img. 20

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

Objetivo General

Incentivar, promover y sostener el trabajo de autocompasión y amor propio en mujeres jóvenes de 18-25 años, para lograr fortalecer una mejor percepción de la imagen corporal en ellas.

Objetivos Específicos

- Incentivar, promover y mantener el trabajo de amor propio y autocompasión a través de una aplicación móvil que fomente el desarrollo de esta.
- Visualizar el proceso de crecimiento de las usuarias de la aplicación a través del registro de sus logros.

OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Las redes sociales son grandes propulsores de la insatisfacción corporal, y ultimamente debido a la pandemia han aumentado las cifras de TCA, debido a estas. (Ver más en Página 35)

En Chile el medio con mayor influencia en las distintas generaciones, son las redes sociales (Cadem, 2022) y los que más hacen uso de ellas son la **generación Z** que responde a las personas nacidas entre (1997-2012). (Barr, 2022)

En nuestro país, justamente son las mujeres las que lideran el uso de Instagram con un 54.2% de audiencia versus un 45.8% en el sexo masculino. (Way2net, 2022)

“Los contenidos de vidas perfectas o cuerpos cincelados en Instagram pueden cambiar la percepción de las mujeres jóvenes al compararse constantemente.” (Romero, 2021)

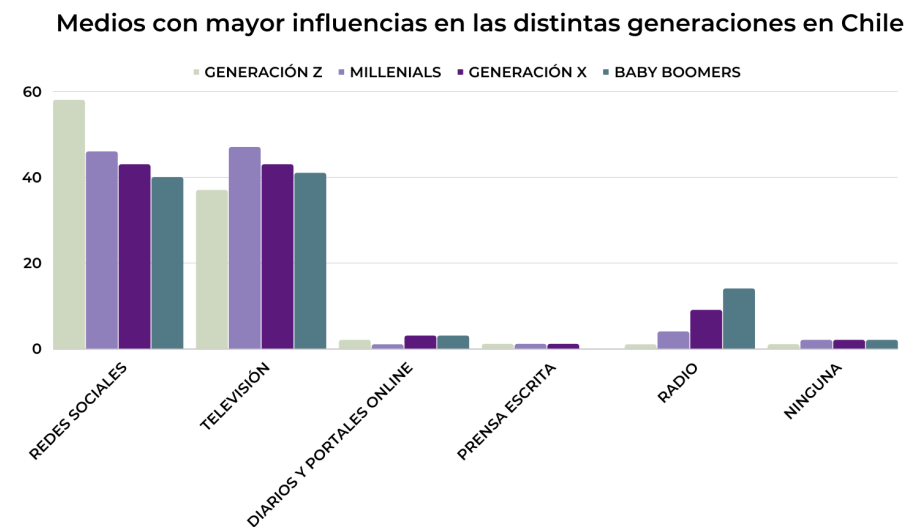
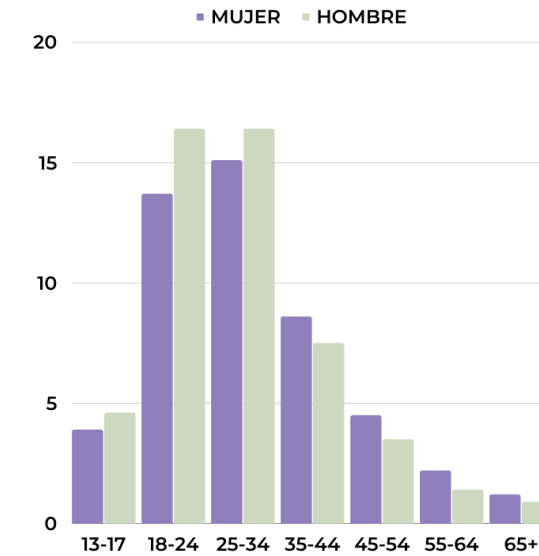


Fig. 14

A NIVEL MUNDIAL

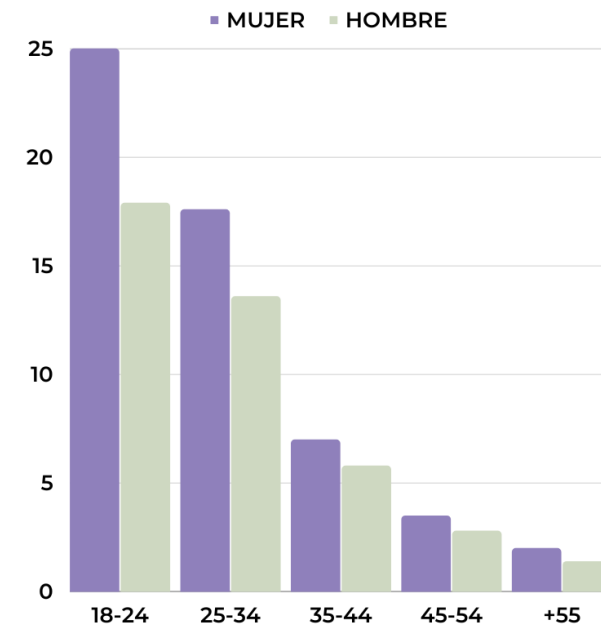
Audiencia Instagram

Fig. 15



Audiencia Tiktok

Fig. 16



HUMAN CENTERED DESIGN

Para desarrollar este proyecto se utilizó la metodología del human centered design, la cual está enfocada principalmente en las personas, centrandolo la solución en una necesidad real del usuario. Esta se divide en 3 etapas: **mirar, entender, hacer**. Para llevarla a cabo se realizaron entrevistas a profesionales, como psicólogos, nutricionistas y activistas feministas. Además, se realizaron encuestas al usuario del proyecto y se recopiló información de noticias, papers y artículos.

Mirar: Se observó y analizó al usuario, a través de sus respuestas en las encuestas, entrevistas y testimonios realizados, para lograr entender como pensaban estas mujeres, y cuáles eran las principales causas de su insatisfacción.

Entender: Con las respuestas abiertas en las encuestas se logró entender más en profundidad al usuario, al generarse una baja de autoestima, desencadenaban en ellas muchos miedos e inseguridades. Para lograr despejar sus mentes practicaban alguna actividad (meditar, pintar, leer de amor propio, etc.) para remediarlo. Ver más en Anexo 3. Se logró comprender como piensan, sus debilidades, sus miedos, lo que le genera paz y comodidad.

Hacer: Para lograr incentivar y promover la autocompasión y el amor propio en mujeres jóvenes, se pretende levantar un programa de acompañamiento y posterior seguimiento respaldado por profesionales, la cual a la vez reúna a todas las entidades y personas interesadas en el tema.

HUMAN CENTERED DESIGN

La solución que se debiese de generar utilizando la metodología del human centered design, debiese de ser deseable, respondiendo a la necesidad o el problema, factible y viable económicamente.

Para esto es necesario entender en profundidad al usuario objetivo para llegar a una solución acorde a sus necesidades.

Fig. 17

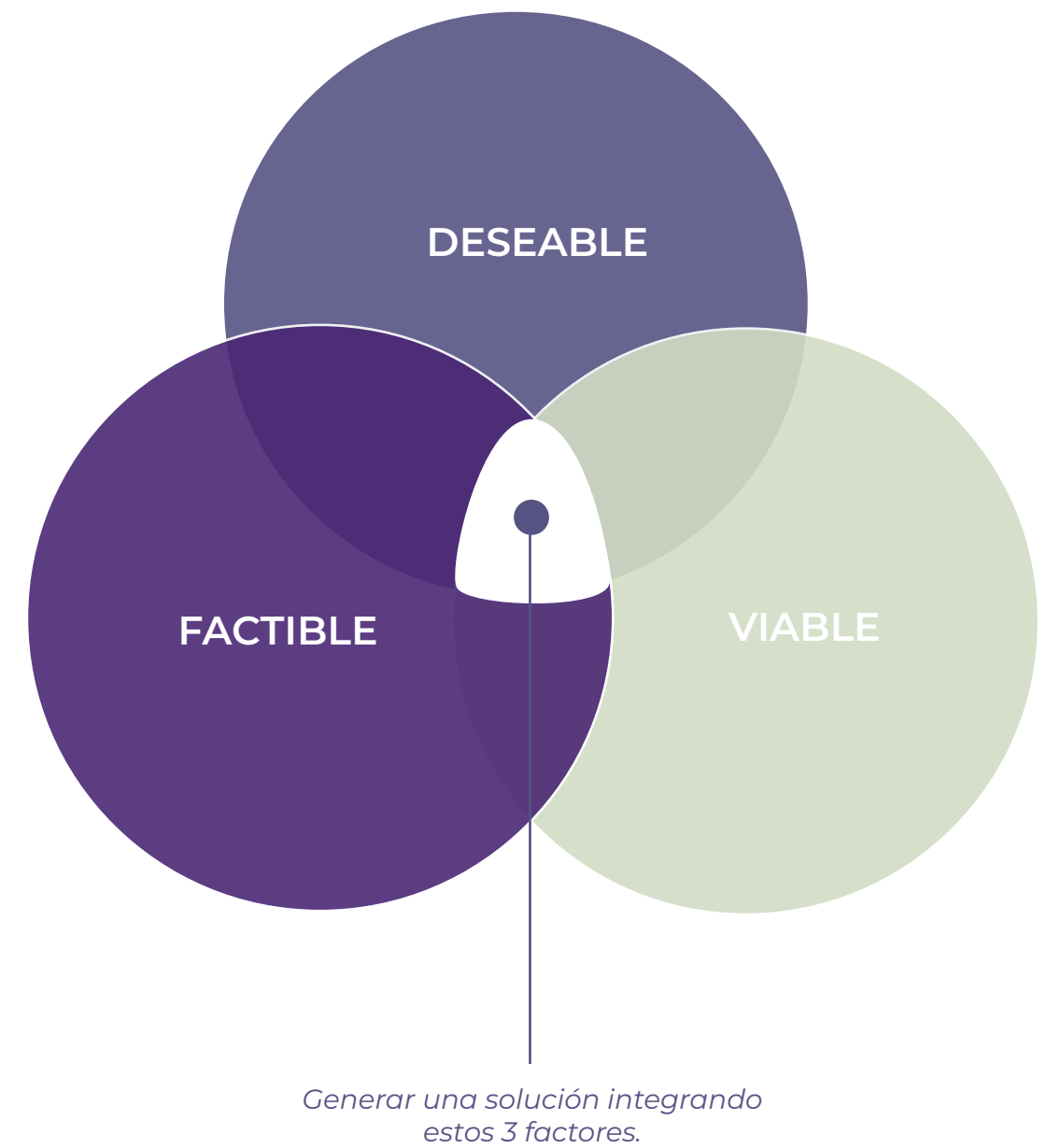


Fig. 18



Soy la mujer poderosa

que siempre soñe

ESTUDIO DE USUARIO

Mediante el Human centered design y análisis de encuestas, testimonios y entrevistas de elaboración propia, se llegó al usuario el cual se puede explicar como:

Mujeres Adultas jóvenes de 18-25 años que tengan una gran falta de amor propio y autocompasión en ellas, debido a la insatisfacción corporal generada como consecuencia de la estigmatización que se le tiene a la mujer en la sociedad y los parámetros de bellezas preestablecidos.

¿Por qué mujeres de 18-25 años?

Las mujeres en este rango etario, están buscando y construyendo su identidad propia. Están en una etapa en la cual "aún está presente la necesidad de responder a los deseos del entorno para encajar, pero a la vez se empiezan a trazar límites sobre lo que la persona no va a sacrificar para agradar a otros." (Castro, 2021)

Sumándole que en Chile el sexo femenino tiene una mayor audiencia en Instagram que el sexo masculino, siendo esta una causa de la insatisfacción corporal en las mujeres.

ESTUDIO DE USUARIO

Motivaciones: La sociedad está avanzando hacia una cultura libre de violencia de género, cada vez se visibiliza más que esta errónea está estigmatización social que se nos impuso a las mujeres, se está aceptando y normalizando la diversidad corporal que existe. Esto es una motivación y hasta un alivio para la mayoría de las mujeres, sobre todo, para las que son usuarias de las redes sociales, ya que son muy influyentes en ellas.

Necesidades: Necesitan aceptarse, existe una falta muy grande de amor propio y autocompasión, aprender a aceptarse tal y como son, darse cuenta de que es un proceso. Ver que toda esta mirada del "cuerpo perfecto" y los parámetros que se establecieron como aceptados en la sociedad, están bajo una mirada patriarcal y capitalista que se retroalimentan entre sí, por lo cual no es culpa de las mujeres que exista esta falta de autoestima, necesitan entender que es un problema social.

Dolores: Constante insatisfacción con cómo se ven, se sienten desencajadas de la sociedad, miedo al qué dirán, sentimiento de vergüenza, poca cosa, y conlleva a miles de descalificaciones como: gorda, fea, flaca, flácida, etc.

ESTUDIO DE USUARIO

ISIDORA OTERO, 25 AÑOS

El usuario se ajusta al grupo de edad universitaria, pasa la mayor parte del día en las redes sociales y es consciente de los estereotipos femeninos.

Presenta gran interés por este tema y dedica su tiempo de ocio a la búsqueda del amor propio y la felicidad.

Perfil

Isidora es una joven adulta de 25 años, actualmente está cursando su último año universitario. Estudia diseño gráfico en el DUOC.

Tiene 2 hermanos, ella es la mayor y la única mujer.



Intereses

Le encanta el diseño, la ropa y la fotografía.

Es una persona muy autoexigente con ella misma, por lo cual en sus proyectos todo tiene que ser muy meticulosa.

Frustraciones

Se frustra fácilmente, ya que es una persona muy autoexigente.

Le carga que la gente externa opine de los cuerpos ajenos, es algo que le frustra y le preocupa que a futuro siga ocurriendo.



“La adolescencia es una etapa de intensos cambios (...) Marca el inicio de la independencia personal construida sobre la base de la auto identidad en la estructuración de la personalidad, para lo cual es fundamental lograr el adecuado desarrollo del “yo” mediante el fortalecimiento del autoconocimiento. El desarrollo de la autoestima tiene su inicio en la infancia, sin embargo, la adolescencia es uno de los períodos más críticos para su desarrollo. Esto se debe a la búsqueda de la identidad en un proceso de cambios, tareas evolutivas e interacción social activa”

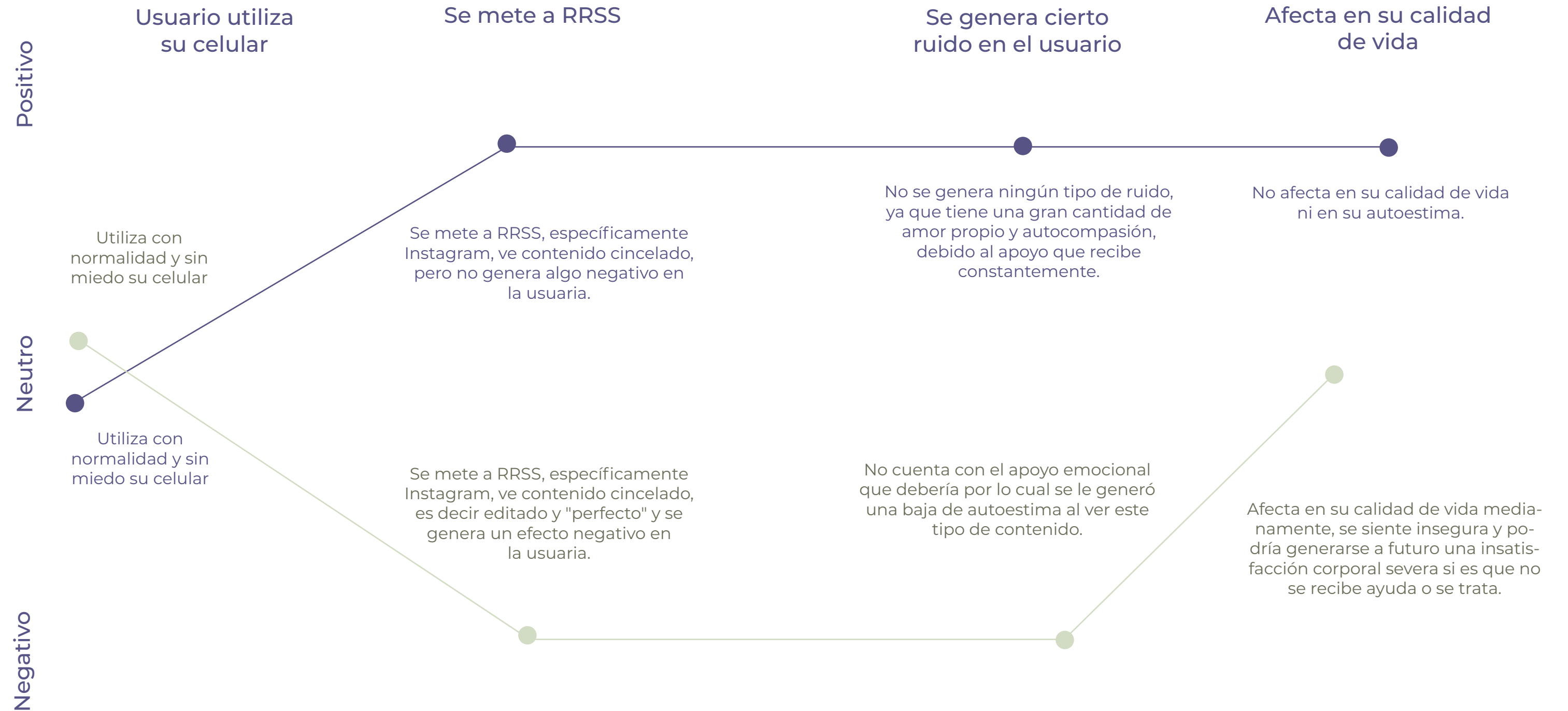
(Díaz Falcón, 2018).

VIAJE DE USUARIO



/ Estudio de usuario

A continuación podrás ver un mapa del viaje al observar contenido que genera insatisfacción corporal en redes sociales por parte del usuario de este proyecto.



Fuente: elaboración propia 2022

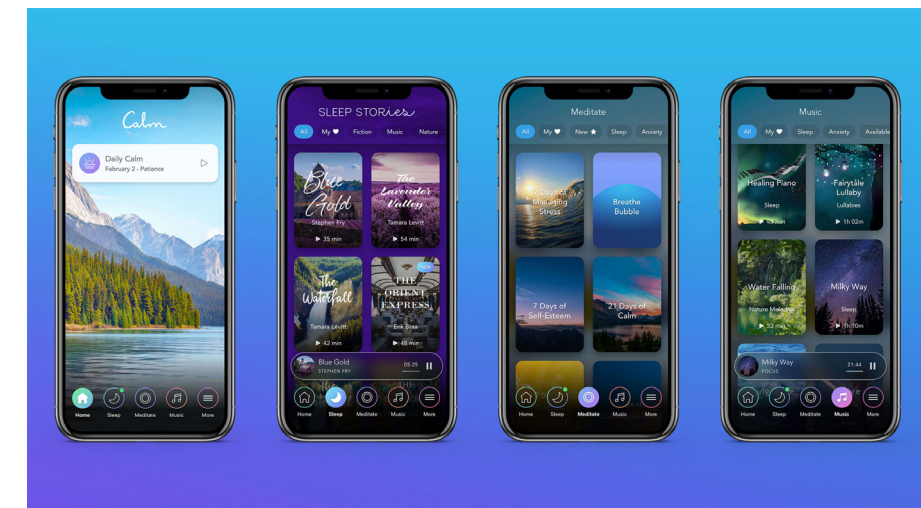
ANTECEDENTES

CALM, MEDITACIÓN Y SUEÑO

Calm es una aplicación para meditar y dormir, cuenta con sonidos, historias, música para lograr generar una mejor meditación y un mejor sueño. No tiene un público específico, y es de las mejores aplicaciones de su categoría. Se utilizó calm como referente directo de usabilidad e interacción con el usuario y su interfaz.

Fortalezas: La aplicación te deja ver tu progreso y como vas evolucionando semanalmente, lo que hace que el usuario se motive a seguir avanzando.

Debilidades: Cuenta con poca actualización y el contenido es siempre el mismo, y el audio no es el mejor.



Img. 21

TALLERES MUNICIPALIDAD LAS CONDES

Las municipalidades ofrecen talleres presenciales u online de distintas temáticas, en este caso se observó el taller de cerámicas y manualidades que ofrece la municipalidad de Las Condes. Este es un referente directo para el desarrollo e idea-ción de mi proyecto, ya que se logró observar la dinámica que se genera en los círculos presenciales.

Fortalezas: Se generan lazos grupales y las interacciones en persona.

Debilidades: La debilidad que podrían tener estos talleres es que no cuentan con un proceso post seguimiento cuando finalizan los talleres, y tienen alguna finalidad de progreso.



Img. 22

LET YOUR BRAIN BREATHE, KIT DE AMOR PROPIO

Let Your Brain Breathe es un set de cuidado personal creado por la diseñadora gráfica Sally Wong, para regenerar una mente sana a través de la ayuda del amor y la felicidad. Los artículos incluidos en el kit son instrucciones, suero, bálsamo labial, humectante, mascarilla facial, fragancia y vela. El folleto incluye información detallada sobre cada producto y el desafío de amor propio de 31 días para completar después.

Fortalezas: Tiene una temática femenina y está pensado para mujeres, lo cual lo hace más llamativo para el usuario objetivo.

Debilidades: Falta una interacción mayor con el usuario, algo en el que puedan ver su progreso, y a la vez 31 días es un período corto de tiempo para lograr progresar.



Img. 23

365 DÍAS DE AMOR PROPIO

Es una herramienta terapéutica, la cual ofrece 365 días para trabajar, de forma integral en ti, tu autoestima, amor propio, autoaceptación y más. La idea es que puedas disfrutar de un proceso de crecimiento y transformación personal, de forma práctica.

Fortalezas: Es el primer diario de amor propio lo cual lo hace único, tiene gráficas llamativas, y logra empatizar con el usuario. El diario tiene un trayecto de duración de 1 año, es un proceso, lo cual es justamente lo que se necesita para lograr el amor propio.

Debilidades: En cuanto a referentes, es la solución que mejor cumple su propósito, ya que tiene una duración de 1 año y demuestra que el amor propio toma tiempo y no es de un día para el otro, pero le falta complementarlo con una parte más colectiva, ya que el amor propio se logra tanto personalmente como colectivamente.



Img. 24



QUIÉRETE, CUÍDATE Y ABRÁZATE

Es un podcast dirigido por María José Lacámara, psicóloga clínica de adolescentes y adultos, especialista en terapia breve con diplomado en trastornos alimentarios. El podcast está dividido por capítulos, en los cuales se tocan temas relacionados con el bienestar emocional.

Fortalezas: Al ser un podcast, el usuario puede escucharlo en cualquier minuto y volver a reproducirlo las veces que quiera, ya que no tienen que estar conectados en el momento de la emisión. Tiene respaldo de una profesional experta en el tema, lo cual hace que el contenido sea fidedigno.

Debilidades: No se logra tener un espacio interactivo con el usuario, ya que queda grabado y no se genera una conversación o un minuto para aclarar dudas.



Img. 25

PROPUESTA CONCEPTUAL

Programa que promueve e incentiva el amor propio y autocompasión en mujeres adultas jóvenes (18-25 años), generando una mejor percepción de la imagen corporal en ellas.

PROPUESTA FORMAL

Aplicación móvil de acompañamiento y posterior seguimiento, la cual incentivará, sostendrá y promoverá todos los aprendizajes obtenidos en la primera etapa del programa.

Fig. 19





PROPUESTA Y DESARROLLO FORMAL

NAMING

La palabra CORPO-REAL, responde al juego de palabras cuerpo real y corporalidad, ya que a estas mujeres no se les puede olvidar que sus cuerpos son perfectos tal y como son, cuerpos reales, todos tan distintos y únicos a la vez.

Con respecto a las decisiones gráficas se utilizó la tipografía Fake-Smiths, en mayúsculas y minúsculas para lograr un efecto de diversidad en la palabra, dado que cada una de sus letras tiene distintos pesos visuales.

CREACIÓN LOGO

corporeal

Corpo
REAL

CORPOREAL

Tipografía original mayúscula

CORPO-REAL

Logo final con modificaciones

Fuente Fake-Smiths

MOODBOARD VISUAL / LÍNEA GRÁFICA



Fotos sacadas de Behance

Fuente: elaboración propia 2022

PALETA CROMÁTICA Y TIPOGRAFÍA

#d2dcc4

R: 210 C: 22
G: 220 M: 7
B: 196 Y: 28
K: 0

#696f5a

R: 105 C: 57
G: 111 M: 40
B: 90 Y: 60
K: 29

#565384

R: 86 C: 76
G: 83 M: 70
B: 132 Y: 23
K: 7

#4b2775

R: 75 C: 87
G: 39 M: 100
B: 117 Y: 14
K: 4

Psicología del color:

El color morado en la actualidad representa el movimiento feminista, desde hace años varios atrás se utilizaba para marchas y actividades. Según la activista Emeline Pethick simboliza "la sangre de cada luchadora, su derecho a voto, su libertad y dignidad". (Ochoa, 2022)

El feminismo incentiva y promueve la diversidad corporal, queriendo generar una mirada más real en la sociedad, esto tiene directa relación con la finalidad de mi proyecto.

El color verde según la psicología, representa estabilidad, esperanza, sanación y tranquilidad. (Juárez, 2021)

#565384 #4b2775

#d2dcc4 #696f5a

Para el desarrollo de la aplicación y gráficas se utilizó la tipografía Montserrat, ya que es de fácil legibilidad y estéticamente apta para el proyecto.

Se aplicó en sus distintas variantes tales como: regular, medium, semibold e italic para lograr jerarquizar la información.

Montserrat Regular

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

Montserrat Medium

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

Montserrat SemiBold

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

Montserrat Italic

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

ESTILO GRÁFICO

¿POR QUÉ COLLAGES?

Se entiende por collage "una forma artística de expresión contemporánea." "Es una técnica que ensambla lenguajes gráficos de diferentes naturalezas, un lenguaje completamente abierto y libre, que carece de normativas y que a menudo se vincula a lo cotidiano." "El collage como concepto artístico permite anclar distintas capas de significados y referencias en un mismo plano". (Tournier, 2016)

Al ser abierto y libre es llamativo para el receptor, también tiene algo de cotidiano lo cual lo hace más cercano al usuario. Es una forma de expresión muy adecuada para mostrar el amor propio y la autocompasión, ya que existen diversas maneras de representarlo.



COLLAGES / ILUSTRACIONES PROPIAS







REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

A continuación se expondrán los requerimientos de diseño que tiene el proyecto, los criterios, los problemas, los efectos que tienen en el usuario y sus insights.

Todo esto para brindar una experiencia acorde y amena al usuario, lograr que estas mujeres se sientan cómodas y se pueda cumplir el objetivo propuesto.

PROBLEMA	EFEECTO EN EL USUARIO	INSIGHT	REQUERIMIENTO	COMPONENTE	ATRIBUTO
-Insatisfacción corporal en mujeres, debido a la estigmatización social que se le tiene a la mujer.	-El usuario sufre síntomas y sentimientos que afectan en su autoestima.	-“Siento que no encajo en los parámetros de belleza”.	-Derribar esta mirada del "cuerpo perfecto" y lograr visibilizar la diversidad corporal existente.	-Información clara y verídica sobre el problema de la insatisfacción corporal y como se instaló en la sociedad.	-Sabio -Fidedigno -Cercano.
-Falta de apoyo concreto hacia las mujeres para prevenir a futuro problemas más graves, como un TCA.	-El usuario se siente sin el apoyo necesario, debido a diversos factores, monetarios, seguridad, etc.	-“Me he llegado a pesar más de 5 veces diarias”.	-Apoyo concreto hacia las mujeres, programas que impulsen la prevención de un TCA.	-Comunidad -Guía -Plataforma -Información	-Seguridad -Confianza -Conexión -Empatía.
-Falta de comunidad y redes de apoyo, para mujeres con insatisfacción corporal.	-El usuario no sabe a qué personas acudir para pedir apoyo.	-“Nose en donde buscar apoyo, ni que entidades me lo pueden brindar”	-Informar sobre redes de apoyo disponibles.	- Contenido - Guía - Plataforma con información	-Informativo -Educativo -Participativo
-Falta de círculos comunitarios y espacios de confianza para tocar estos temas personales.	-El usuario tiene dificultad para hablar de esto con gente cercana, por miedo a que la juzguen.	-“Me gustaría poder expresar como me siento sin tener vergüenza”.	-Herramientas grupales y colectivas para fortalecer el amor propio y aceptación.	-Contenido -Talleres y charlas. -apoyo de comunidad presencial colectiva	-Empatía -Seguridad -Interactivo

COMPONENTES DEL PROYECTO

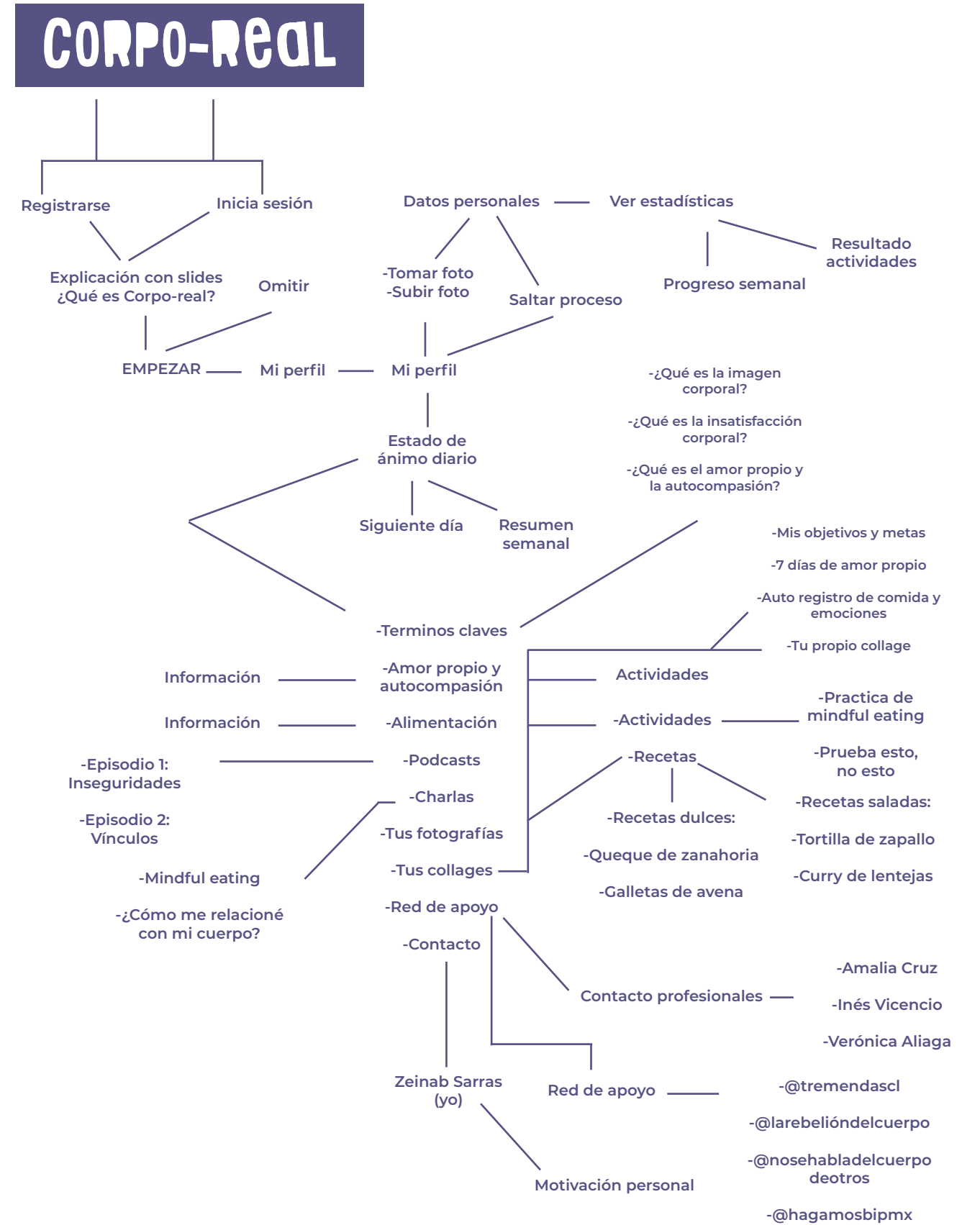
En la página que se presenta a continuación se indican los ámbitos de diseño que formarán parte del proyecto y las distintas piezas que se deberán llevar a cabo.

ÁMBITO	PIEZAS
Marca / Branding	-Logo -Manual de Marca -Publicidad RR.SS
Digital	-Diseño aplicación -Programación -RR.SS
Producto / Objeto	-Talleres presenciales actividades, etc

MAPA DE CONTENIDOS

El mapa de contenidos sirve para demostrar todos los ítems que contendrá el proyecto.

En el caso de CORPO-REAL, se representará el contenido que estará en la aplicación. Esta cuenta con 8 pilares fundamentales (Términos claves, Amor propio y autocompasión, Alimentación, podcasts, charlas, collages fotográficas, red de apoyo y contactos), y dentro de estos se encuentran diversos tipos de contenido, sumándole a la vez la parte en la cual se puede visualizar el proceso de crecimiento de las usuarias de la aplicación a través del registro de sus logros.



MUNICIPALIDAD DE RECOLETA

Para llevar a cabo el proyecto, se le hizo una propuesta al alcalde de Recoleta, Daniel Jadue, sobre insertar el programa en su municipalidad y poder ser un aporte para las mujeres de su comuna.

La Municipalidad de Recoleta es reconocida a nivel nacional por sus grandes proyectos sociales, los cuales son replicables a lo largo de Chile en los distintos municipios.

La reunión con Daniel Jadue consistió en contarle y explicarle la idea de proyecto. Quedó impresionado y encontró que la solución era adecuada para el usuario objetivo. Me comentó que en la Municipalidad de Recoleta no existe ningún programa que ofrezca algo similar, por lo cual lo encontré muy innovador y realmente aplicable a la comunidad.

Luego de una extensa charla con Daniel, me derivó a las distintas áreas para seguir investigando y concretando el proyecto. Me contactó con Eduardo Sendra, director del área de salud, y Catalina Zuñiga, psicóloga feminista. En el área de programas sociales, Fares Jadue, concejal, y Cristian Peña, personal, fueron mis contactos cercanos. Para ya testear y presenciar los talleres que se realizan en la municipalidad. María José Maldonado, jefa de círculos comunitarios, fue mi guía.



Reunión con Daniel Jadue, alcalde de la Municipalidad de Recoleta. (Septiembre, 2022)

MUNICIPALIDAD DE RECOLETA

Se utilizó a la municipalidad de Recoleta como punto de partida para iniciar el desarrollo del proyecto. Luego de una ardua investigación se recopilaron datos para lograr saber más de las mujeres de 18-25 años que viven en la comuna de Recoleta. Todos los datos de información relevante pasan por los diversos CESFAM que existen en la comuna.

Los datos fueron información fidedigna, enviados por Catalina Zuñiga Referente de salud mental de la Municipalidad de Recoleta.



Catalina Zuñiga Valdebenito <czuniga@recoleta.cl>
para Luis, mí ▾

📧 lun, 3 oct, 10:23 ☆ ↩

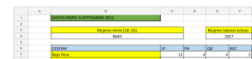
Buen Día Zeinab

Te reenvío los datos solicitados.

Saludos



Un archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ



DATOS DUROS

9697

Mujeres de 18-25 años viven en la comuna de Recoleta.

CESFAM	JP	PH	QB	REC
Bajo peso	13	4	4	5
Sobre peso	41	15	20	65
Obesidad	90	2	38	5

CESFAM	JP	PH	QB	REC
Trastornos de la alimentación, no especificado		1	2	1
Otros trastornos de la ingestión de alimentos				1
Trastornos de la ingestión de alimentos		1	1	

CESFAM	JP	PH	QB	REC
Nutricionistas	69	56	4	165
Psicólogo	135	48	92	122

Fuente: Municipalidad de Recoleta, 2022

PRODUCCIÓN

En esta etapa llegamos a la producción final de las piezas gráficas que componen el proyecto CORPO-REAL, el cual se divide en dos etapas.

La primera consiste en una sesión de 6 talleres presenciales guiados por profesionales, (cada uno con un fin distinto) de círculos de mujeres, en los cuales se prioriza los ejercicios y reflexiones como grupo, fortaleciendo en ellas una mejor visión de su imagen corporal.

La segunda etapa responde a un proceso personal a través de una plataforma digital, en este caso una aplicación móvil, que promueve e incentiva el amor propio y la autocompasión en mujeres adultas jóvenes, mediante actividades, charlas, podcasts, videos e información respaldado por una red de apoyo y especialistas interesados en el tema.

En las siguientes páginas se presentan las soluciones finales y puestas en escena para ejemplificar como serian en la vida real:

ETAPA 1: PREVIA (COLECTIVA)

La primera etapa del sistema CORPO-REAL, responde a una etapa colectiva y presencial, cuenta con una duración de 6 meses de talleres y charlas grupales (uno al mes).

Los talleres serán guiados por profesionales y especialistas expertos en los temas. Se tocarán diversas temáticas con la finalidad de generar reflexiones y actividades didácticas y grupales, todo esto para lograr crear lazos de apoyo emocional y sentimental en las mujeres, y que logren sentir que están acompañadas y no es un proceso solitario.

Se generarán espacios de confianza para que las mujeres puedan expresarse libremente sin ser juzgadas, la idea es causar instancias en las cuales se refuercen las conexiones entre pares.

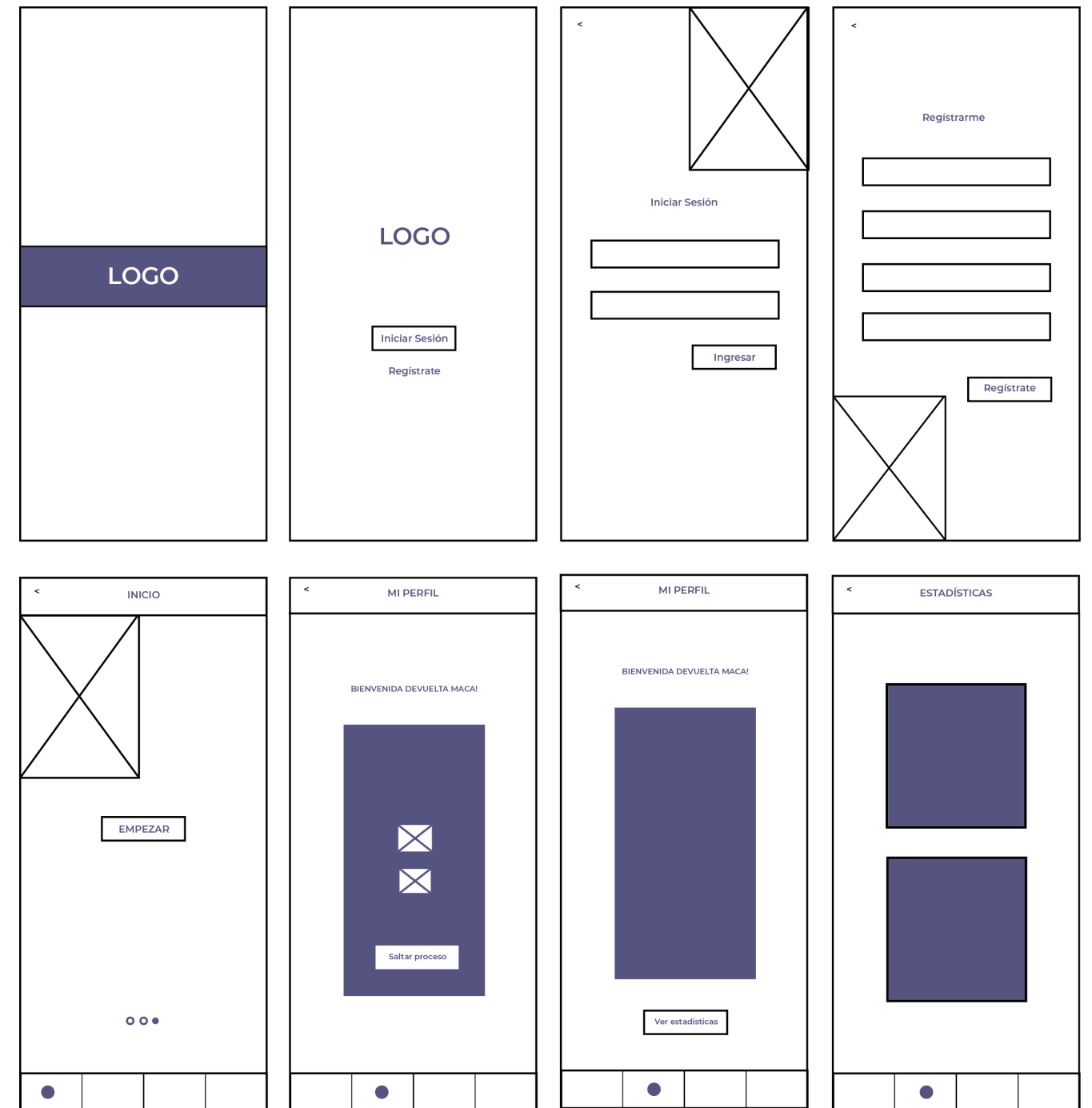
ETAPA 2: POST-SEGUIMIENTO (PERSONAL)

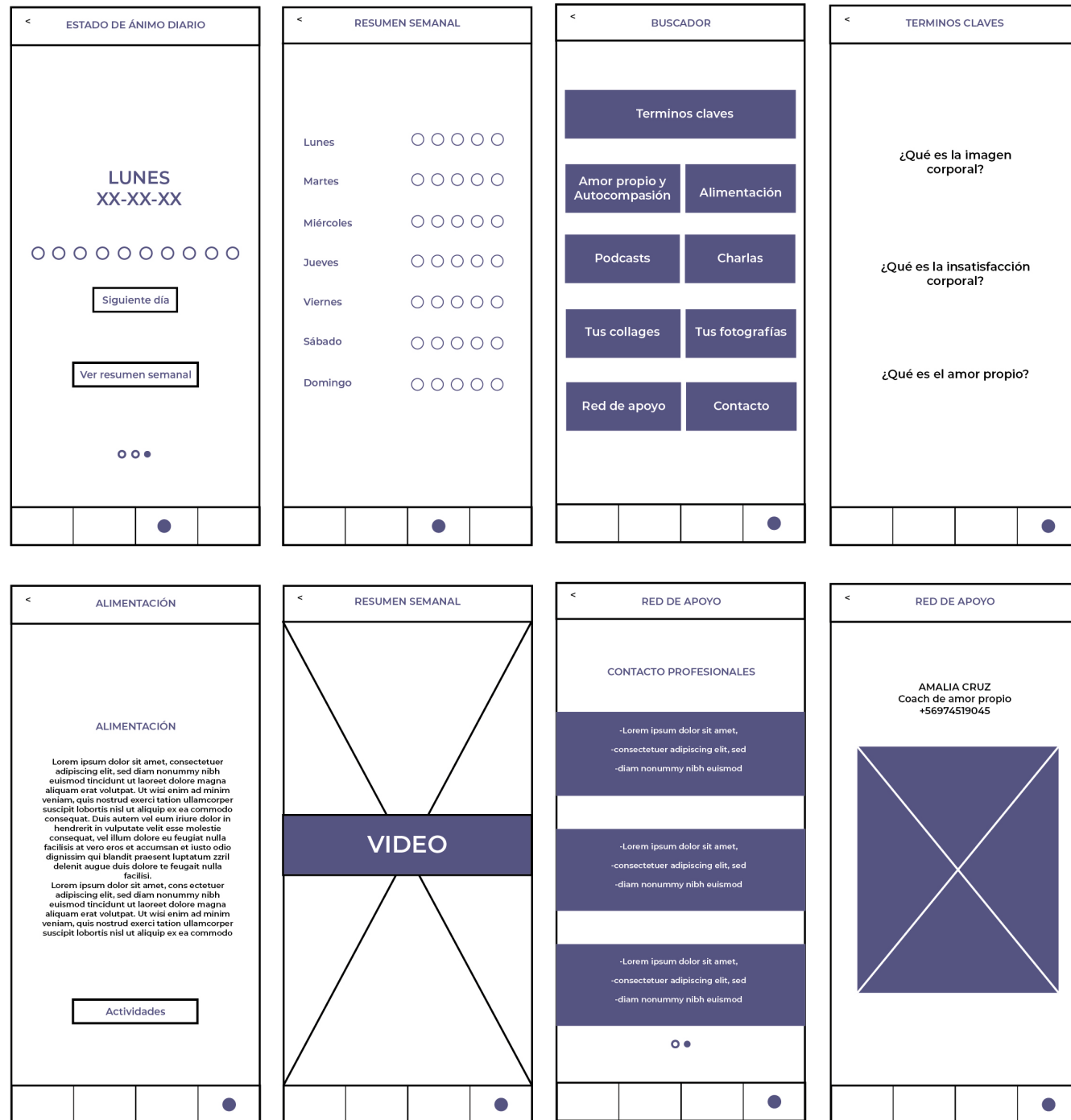
La segunda etapa del programa responde a la etapa de post-seguimiento de estas mujeres. Es una etapa personal, en la cual logran conocerse individualmente, ya que se les preparó previamente en la etapa grupal.

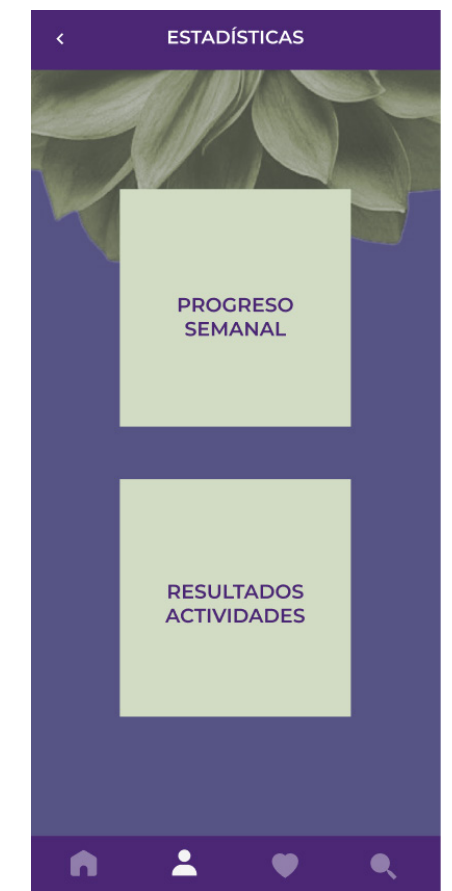
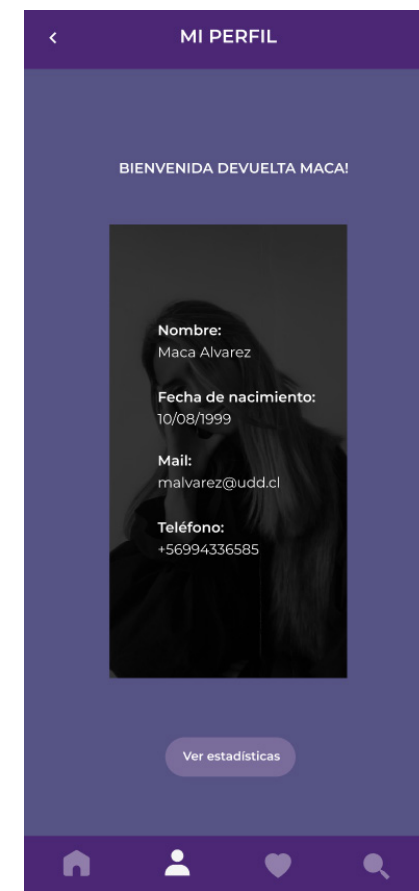
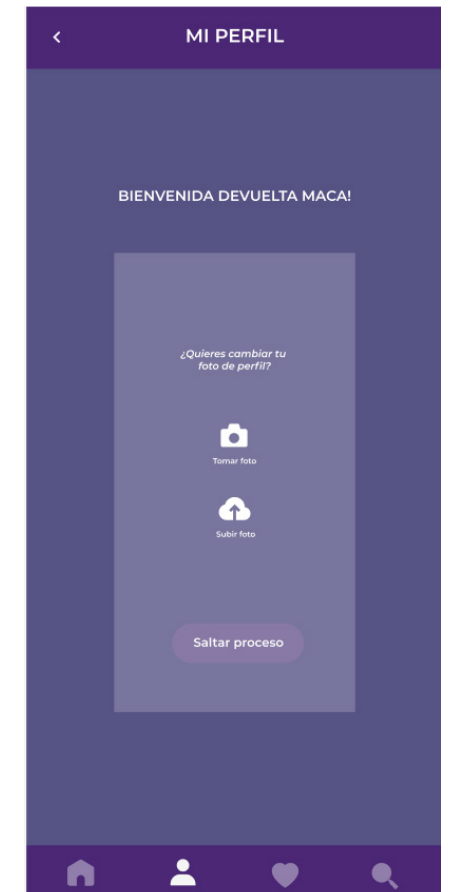
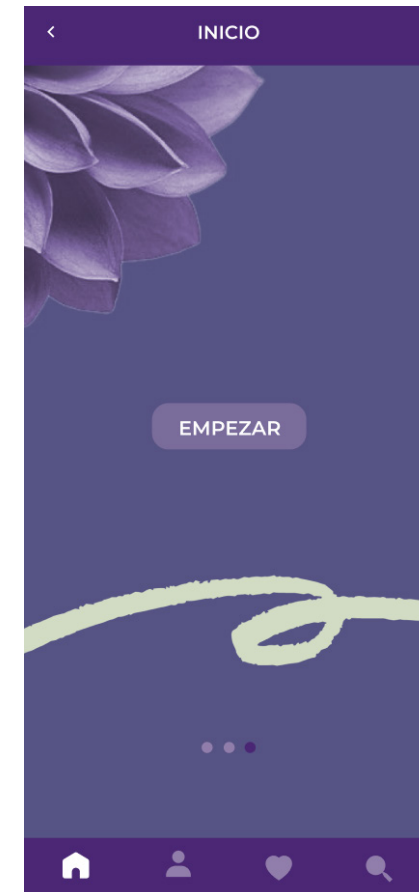
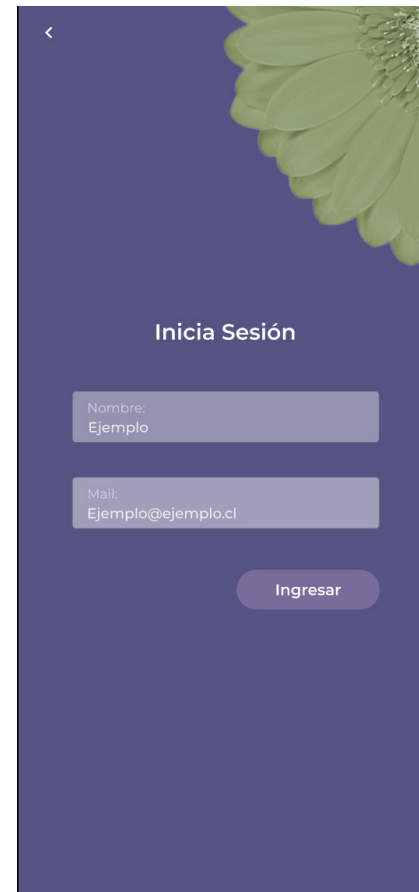
La etapa de post-seguimiento consiste en el uso de una aplicación móvil, la cual cuenta con actividades, charlas, podcasts, videos, recetas, tips relacionados a la autocompasión, amor propio, y nutrición consciente. A la vez cuenta con información fidedigna con el fin de informar, todo este contenido es respaldado y generado por profesionales expertos. También se podrá visualizar el proceso de crecimiento de las usuarias de la aplicación a través del registro de sus logros.

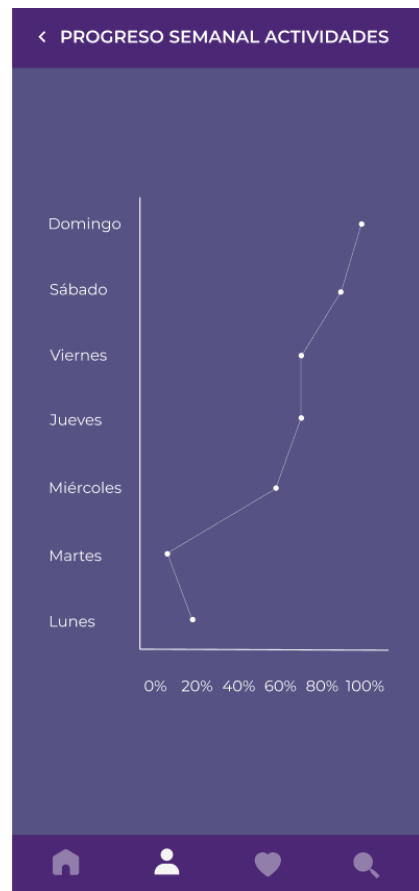
La aplicación tiene una duración de uso de 6 meses posterior a los talleres, la cual se actualizara semanalmente con distinto contenido. La idea es que la aplicación pueda ser utilizada en cualquier momento sin necesidad de estar conectado a una red wifi, es por esto que se tomó la decisión de utilizar como formato una aplicación móvil.

PROPUESTA FINAL









< RESULTADO ACTIVIDADES

ACTIVIDADES

MIS OBJETIVOS Y METAS

7 DÍAS DE AMOR PROPIO

AUTO REGISTRO DE COMIDA Y EMOCIONES

COLLAGE - AMOR PROPIO

- < MIS OBJETIVOS Y METAS
- Propone 7 nuevos objetivos que quieras incorporar a tu vida. Marca con un ticket cuando vayas cumpliendo.
- Ser más amable conmigo misma
 - Intentar no compararme con gente
 - Comer comida que disfrute
 - Caminar 1 hora diaria en el parque
 - Meditar
 - Ponerme como prioridad
 - Ser más autocompasiva

< ESTADO DE ÁNIMO DIARIO

MIÉRCOLES
14-01-2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Siguiente Día

Ver resumen semanal

< ESTADO DE ÁNIMO DIARIO

JUEVES
15-01-2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Siguiente Día

Ver resumen semanal

< ESTADO DE ÁNIMO DIARIO

VIERNES
16-01-2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Siguiente Día

Ver resumen semanal

< AUTO REGISTRO DE COMIDA Y EMOCIONES

Registra las comidas que te hicieron sentir algo distinto, con el horario y el lugar donde la realices, escribe si sientes descontrol en algún tiempo de comida describes un *, y si la disfrutaste describes un !

Siente tu hambre antes de la comida y le pones un número según la escala de hambre - saciedad, y al terminar tu comida sientes tu nivel de saciedad y lo describes.

Fecha: 10/01/2023

Hora	Comida y bebida	Lugar	Sentimientos y emociones	Hambre 1-10	Saciedad 1-10
10 am	Café, pan con palta	Cocina	Felicidad y bienestar	10	10
12 am					
2 pm	Ensalada con pollo	Piazza	Aburrimiento	8	3
4 pm					
6 pm					
8 pm	Pasta con carne	Cocina	Felicidad	10	8
10 pm					

ESTADO DE ÁNIMO DIARIO

LUNES
12-01-2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Siguiente Día

Ver resumen semanal

< ESTADO DE ÁNIMO DIARIO

MARTES
13-01-2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Siguiente Día

Ver resumen semanal

< ESTADO DE ÁNIMO DIARIO

SÁBADO
17-01-2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Siguiente Día

Ver resumen semanal

< ESTADO DE ÁNIMO DIARIO

DOMINGO
18-01-2023

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Siguiente Día

Ver resumen semanal

< RESUMEN SEMANAL

Lunes ★ ★ ★ ★ ★

Martes ★ ★ ★ ★ ★

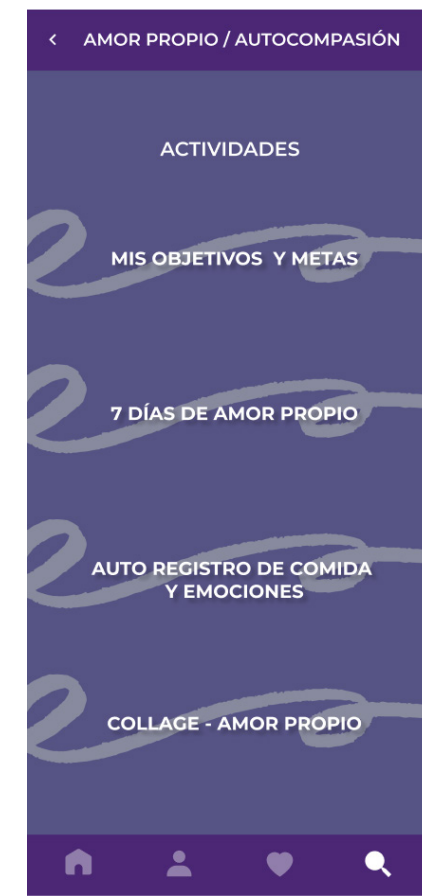
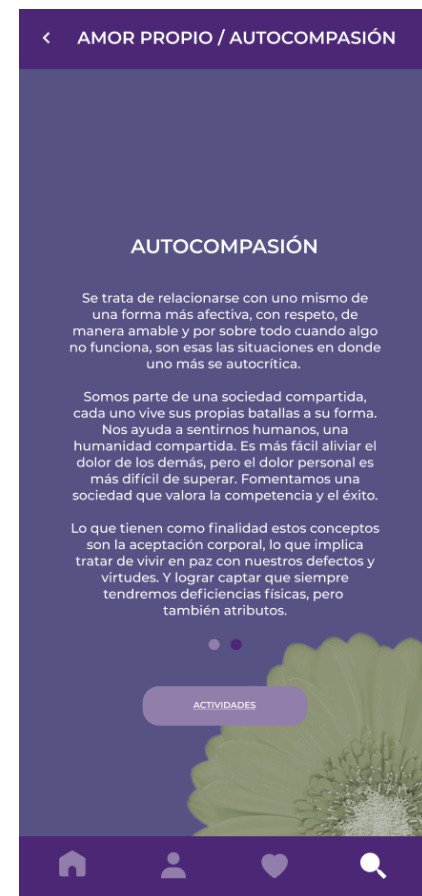
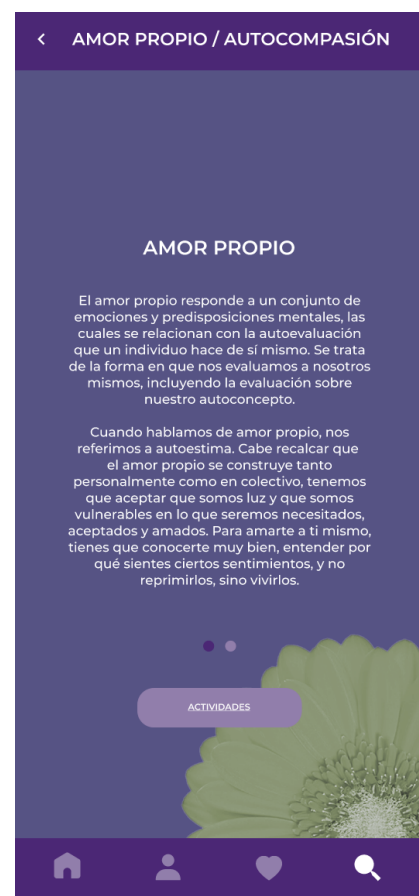
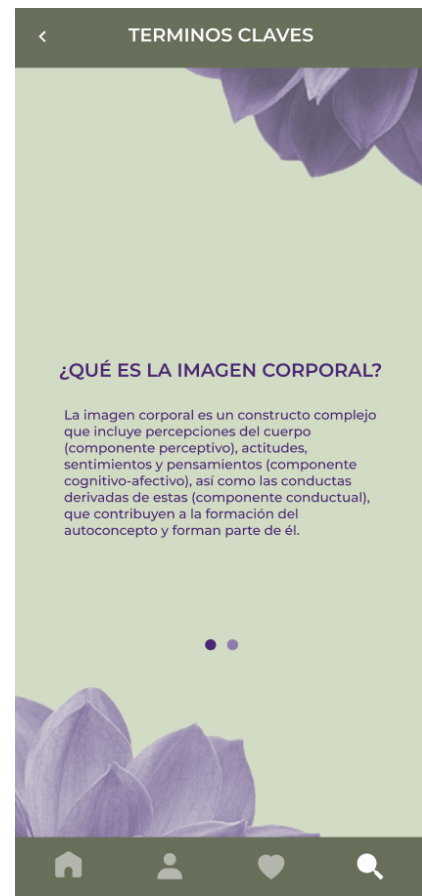
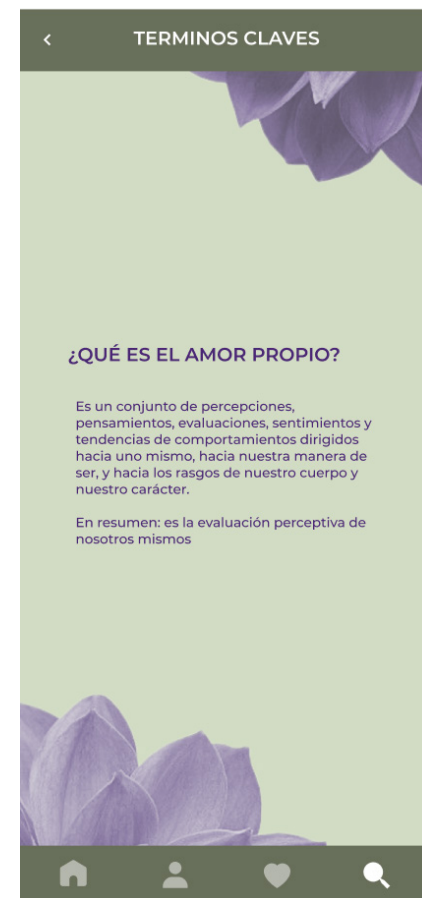
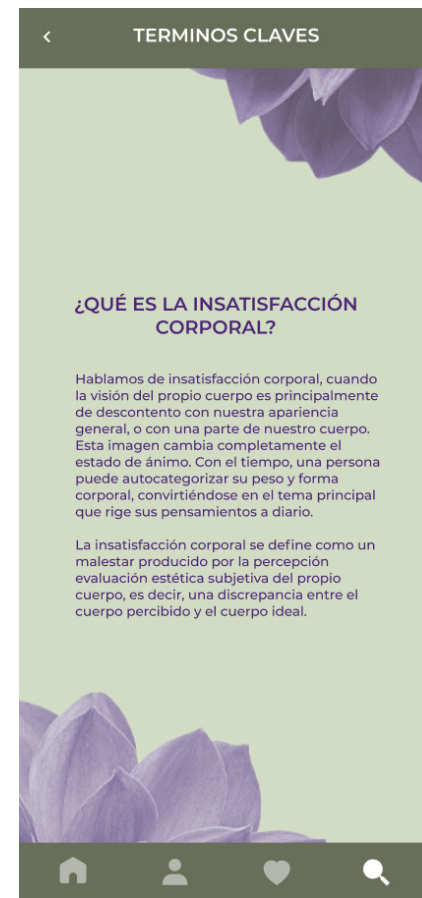
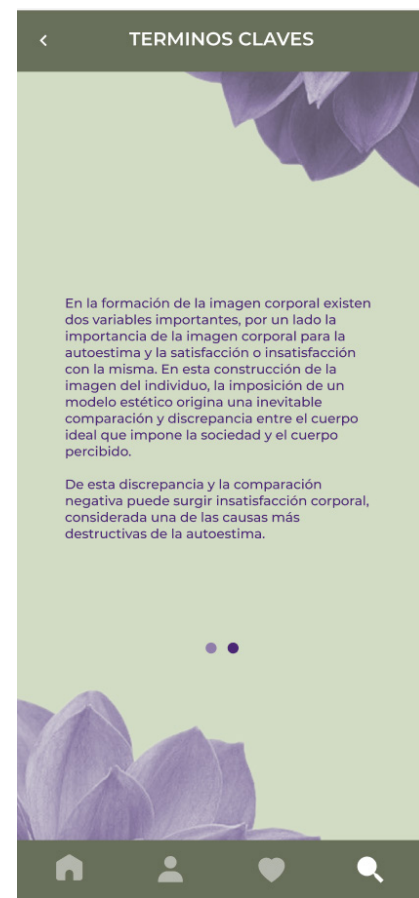
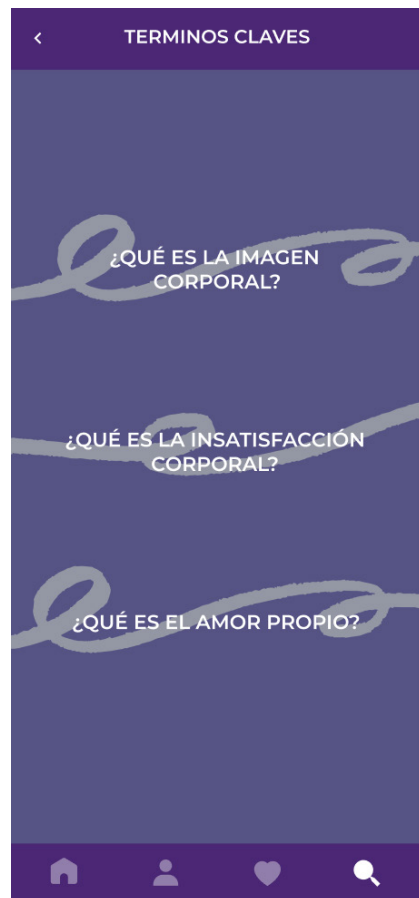
Miércoles ★ ★ ★ ★ ★

Jueves ★ ★ ★ ★ ★

Viernes ★ ★ ★ ★ ★

Sábado ★ ★ ★ ★ ★

Domingo ★ ★ ★ ★ ★



MIS OBJETIVOS Y METAS

Propone 7 nuevos objetivos que quieras incorporar a tu vida. Marca con un ticket cuando vayas cumpliendo.

-
-
-
-
-
-
-

7 DÍAS DE AMOR PROPIO

DÍA 1: En el día de hoy escribirás 10 cosas por las que te sientes agradecida. La idea es completar el reto en 24 horas.

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

7 DÍAS DE AMOR PROPIO

DÍA 2: Escribirás 5 cualidades, 5 logros y 5 áreas de mejora. Puede que te tome tiempo o simplemente llegue todo rápido, no importa el tiempo que tome.

Cualidades:

Logros:

Mejoras:

7 DÍAS DE AMOR PROPIO

DÍA 6: Hoy celebrarás nuevamente algo por el cual te sientas orgullosa. Hoy Comerás tu comida favorita o te comprarás un regalo.

7 DÍAS DE AMOR PROPIO

DÍA 7: En el último día del reto harás una carta de amor para ti. Escribirás porque te sientes orgullosa, escribirás palabras de aliento y resaltarás todo lo bueno que has hecho y lo feliz de tenerte en tu vida.

También responderás esta pregunta:
SOY ESPECIAL POR: _____
escribirás todo lo que te hace especial.

Como posdata escribirás lo siguiente:
Posdata: Gracias por ser como eres, me comprometo a aceptarme como soy y dejar de compararme, entiendo que cada persona es única y eso me hace especial y diferente. Solo necesito mi aprobación, me comprometo a cumplir mis sueños, a trabajar, tomar decisiones y acciones todos los días que me acerquen a ellos.
Atentamente: _tunombre_

AUTO REGISTRO DE COMIDA Y EMOCIONES

Registra las comidas que te hicieron sentir algo diariamente, con el horario y el lugar donde la realices, escribe si sientes descontrol en algún tiempo de comida escribes un *, y si la disfrutaste escribes un !

Siente tu hambre antes de la comida y le pones un número según la escala de hambre - saciedad, y al terminar tu comida sientes tu nivel de saciedad y lo escribes.

Fecha:

Hora	Comida y bebida	Lugar	Sentimientos y emociones	Hambre 1-10	Saciedad 1-10

7 DÍAS DE AMOR PROPIO

DÍA 3: En el día de hoy escribirás una frase en una hoja y la pegarás en el espejo para que la leas todos los días en cualquier hora del día, u otra forma es escribirla directamente en el espejo. Debe ser una frase que resuene contigo, que te haga sentir mejor, que te despierte y te haga cuestionar y romper con esas creencias negativas que tienes sobre ti.

7 DÍAS DE AMOR PROPIO

DÍA 4: Hoy realizarás una actividad en la que tengas que mover tu cuerpo: puede ser bailar, ejercicio, trotar, yoga. Etc.

7 DÍAS DE AMOR PROPIO

DÍA 5: Hoy realizarás un ejercicio frente al espejo. Te mirarás y agradecerás por cada parte de cuerpo. Y pedirás perdón a esa parte de tu cuerpo que criticas y no te gusta. Dirás lo siguiente: Te pido perdón por todas las veces que te critico, que te ofendi y pensé mal de ti, estoy agradecida por tenerte y por todo lo que me has permitido vivir, sentir y aprender. Me comprometo a aceptarte cada vez más.

ACTIVIDAD COLLAGE

Con recortes de revistas crea un collage con tu representación del concepto de amor propio, luego sube tu foto para dejar registro!

ALIMENTACIÓN

ALIMENTACIÓN

Una buena alimentación favorece al desarrollo mental, es decir, que permite la realización de diversas funciones, como pensar, razonar o comprender. Un niño o un adolescente que no cubre las necesidades básicas de una buena alimentación podría tener un bajo rendimiento en la escuela.

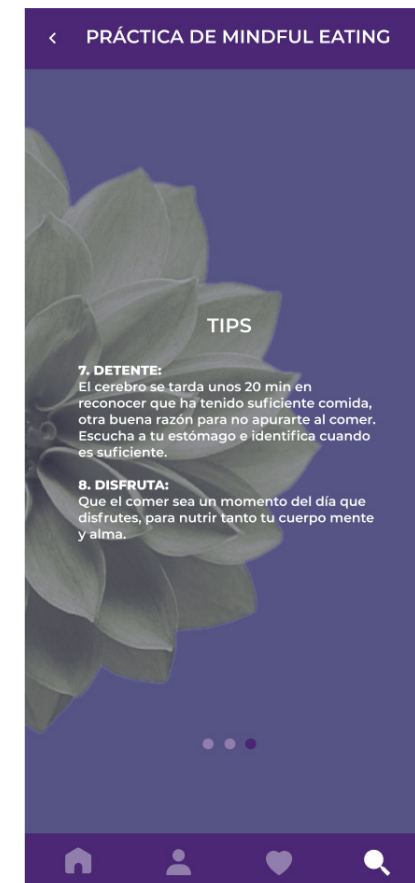
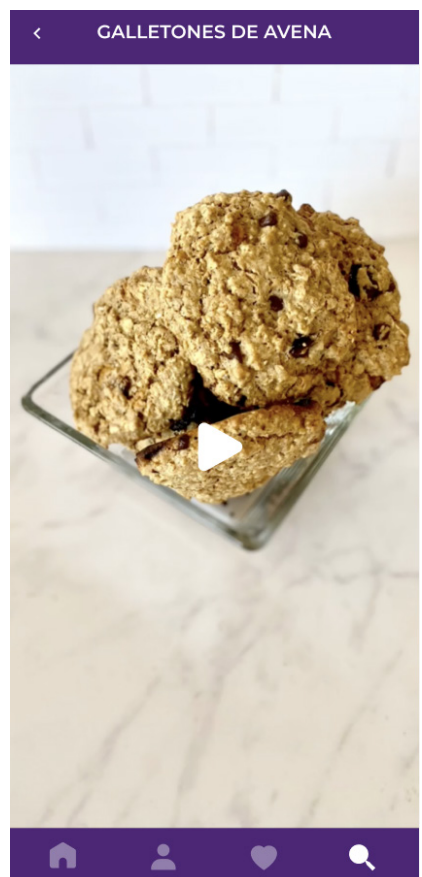
Lo mismo puede ocurrir con un adulto que no se alimenta de manera adecuada, y podría presentar deficiencias en su rendimiento laboral. Una persona mal nutrida o que no se alimenta de manera saludable está expuesta a contraer enfermedades, a tener deficiencias en su organismo y, en casos extremos, a presentar signos de desnutrición que pueden desencadenar en problemas de salud irreversibles.

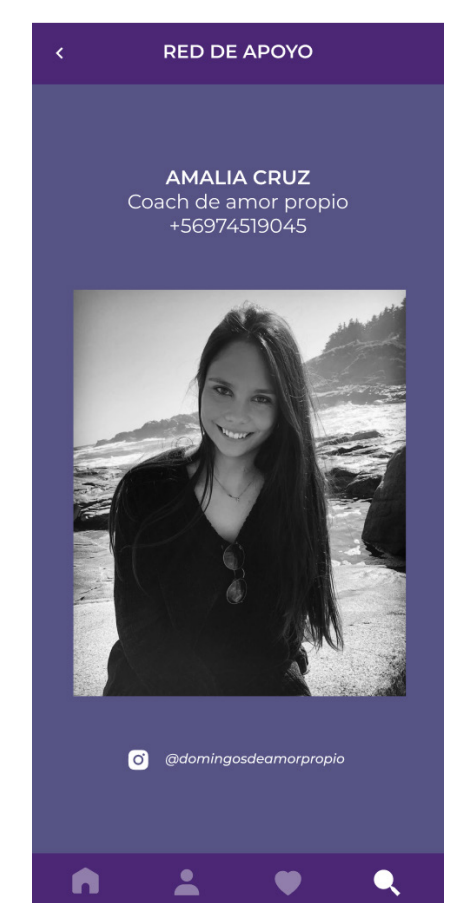
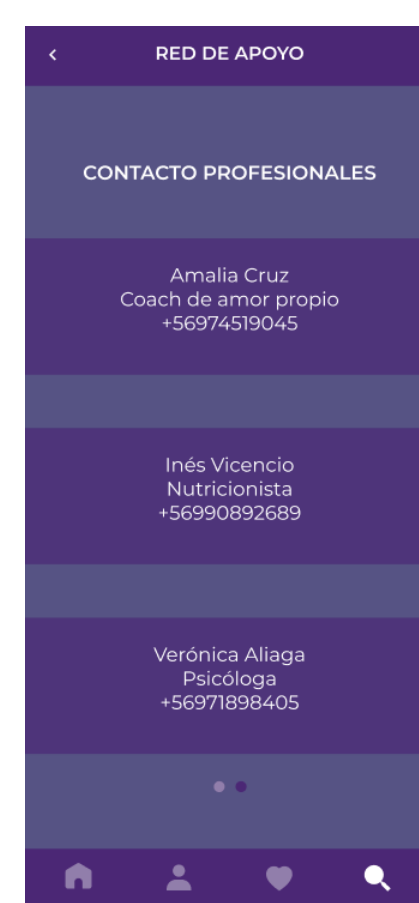
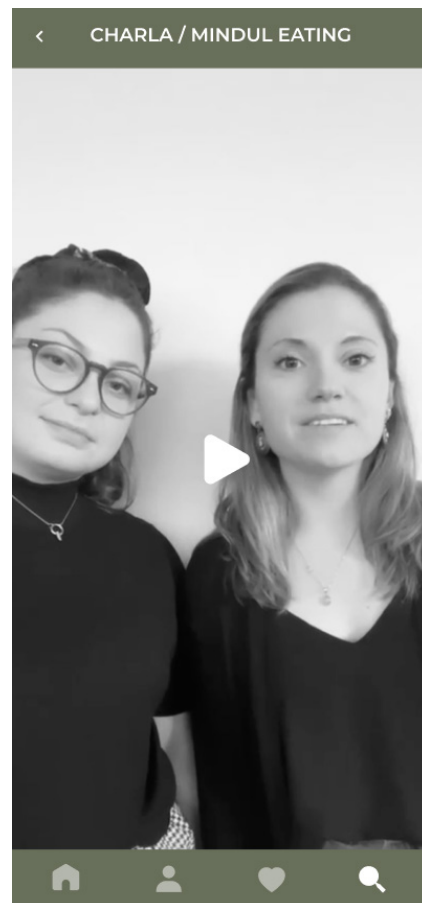
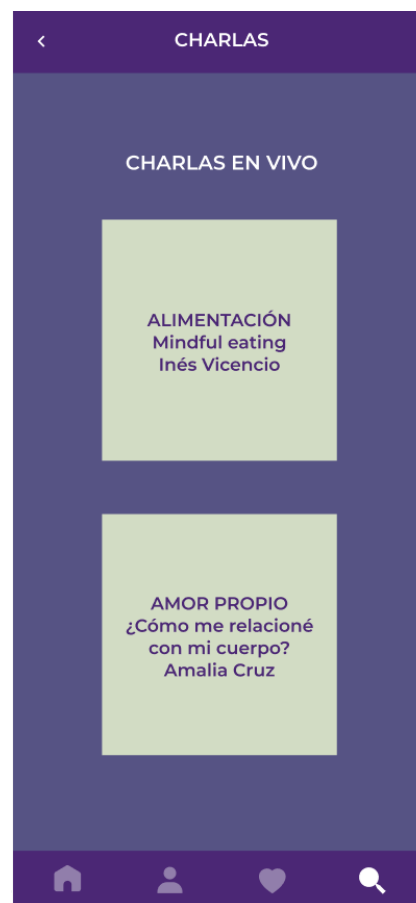
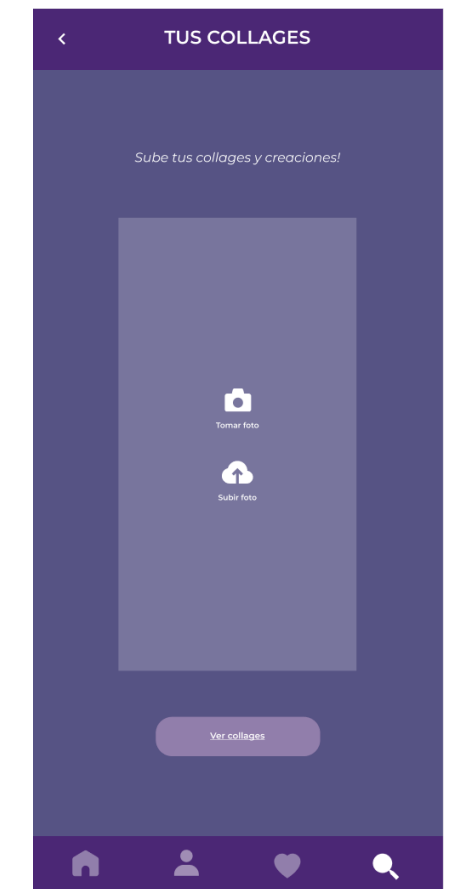
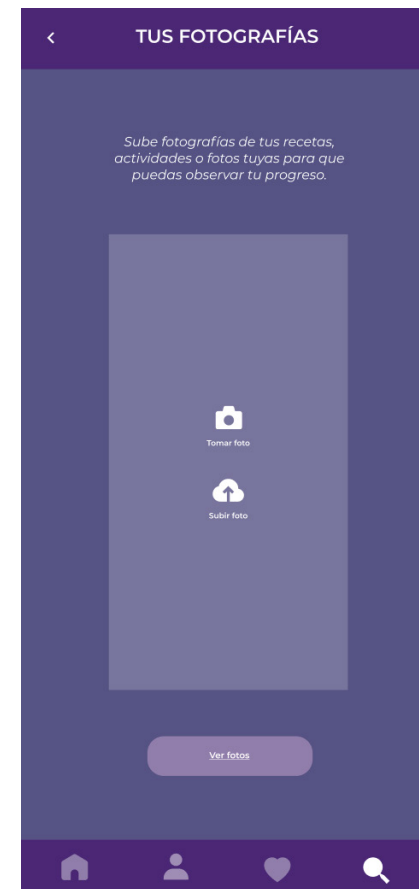
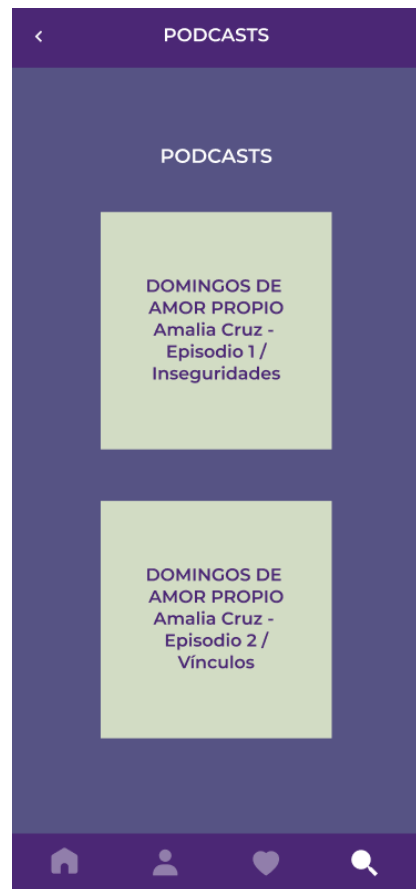
ACTIVIDADES Y RECETAS

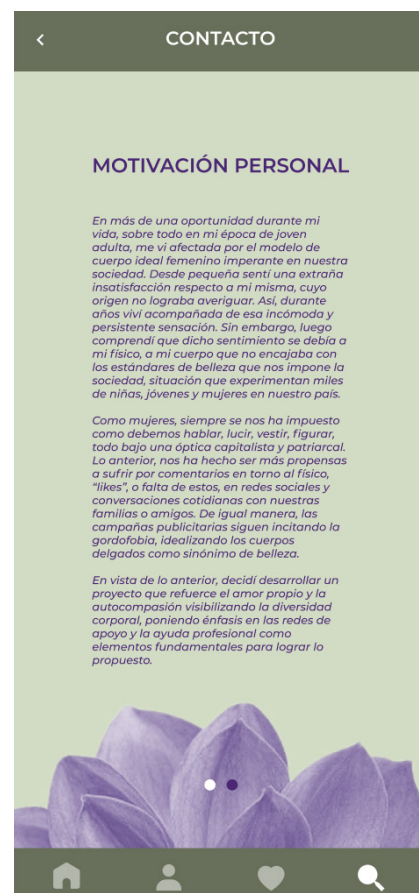
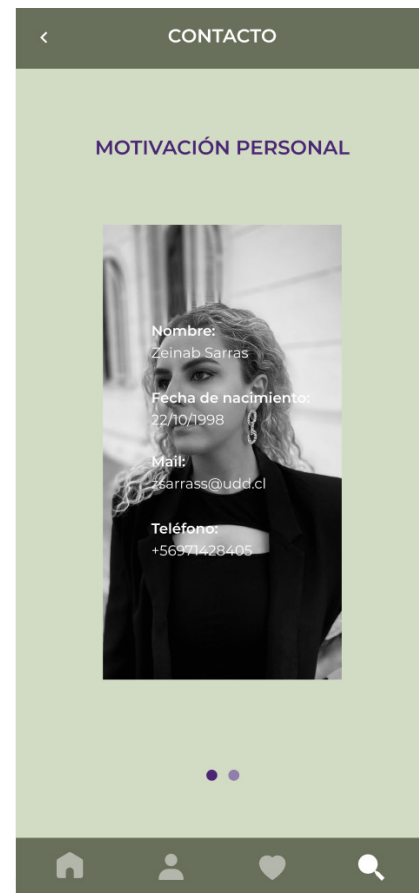
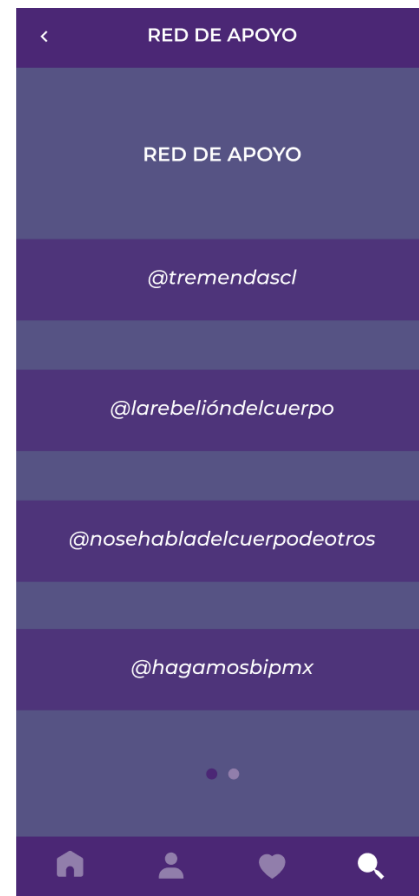
ALIMENTACIÓN

RECETAS

ACTIVIDADES







Gráficas sujetas a modificaciones

PLANIFICACIÓN TALLERES CORPO-REAL

La sesión de los talleres tienen una duración de 6 meses, se impartirá 1 taller al mes (2 horas cada uno), en el cual cada taller tiene distinto enfoque y actividades. Estos serán guiados por variados especialistas como psicólogos, nutricionistas o coachs de amor propio.

Lo que tienen como finalidad estos talleres es generar experiencias colectivas de mujeres a través de actividades y reflexiones en grupo, para que las mujeres puedan empatizar con sus pares y darse cuenta de que no están solas, generándoles así una sensación de tranquilidad y seguridad.

Estos encuentros para muchas mujeres son los únicos espacios de confianza y círculos comunicativos.

Taller 1 / 8 Enero 2023 / Coach Amalia Cruz - Nutricionista Inés Vicencio - Psicóloga Verónica Aliaga
Contenido: Introducción al programa, presentación por parte de los especialistas y participantes. Reflexión en torno a la sociedad y los parámetros de belleza establecidos.

Finalidad: Visibilizar, que la insatisfacción corporal es producto de un problema social.

Taller 2 / 8 Febrero 2023 / Coach Amalia Cruz

Contenido: Introducción al amor propio y la autocompasión, actividad con collages, lograr representar con recortes de revistas sus propias definiciones de estos conceptos, reflexión y comentarios grupales.

Finalidad: Evidenciar las distintas visiones que existen de amor propio y autocompasión, ya que no tiene una forma correcta de representarlo, es muy diverso.

Taller 3 / 8 Marzo 2023 / Nutricionista Inés Vicencio

Contenido: Taller de alimentación intuitiva, recetas y tips.

Finalidad: Normalizar una alimentación diversa, dejar de lado el miedo por ciertos alimentos poco saludables, reflexión grupal en torno al tema.

Taller 4 / 8 Abril 2023 / Psicóloga Verónica Aliaga

Contenido: Eliminar la ansiedad y el estrés, actividades y tips.

Finalidad: Escuchar las señales del cuerpo para que las emociones no te superen ni enfermen, alejar las preocupaciones y disfrutar del momento presente.

Taller 5 / 8 Mayo 2023 / Psicóloga Verónica Aliaga

Contenido: Corporalidad y diversidad, actividades en torno al cuerpo propio, reflexión grupal.

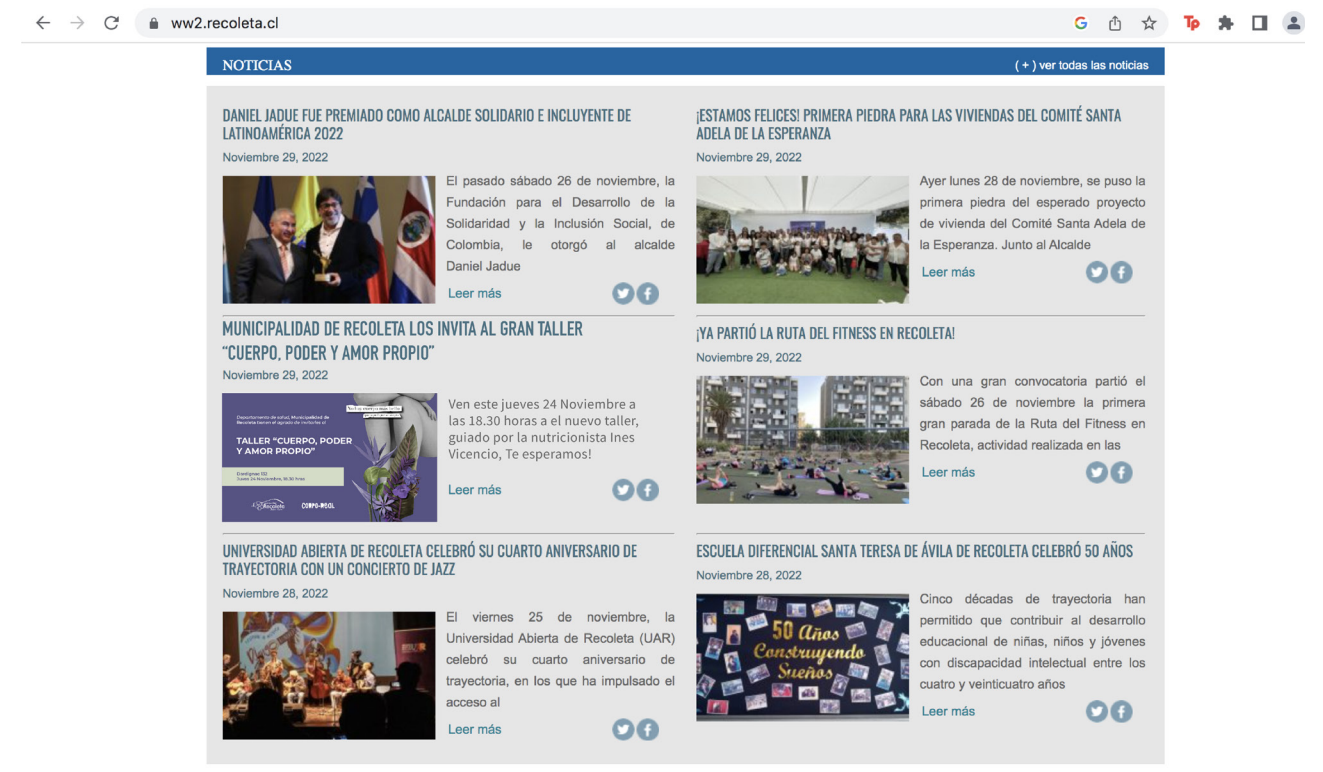
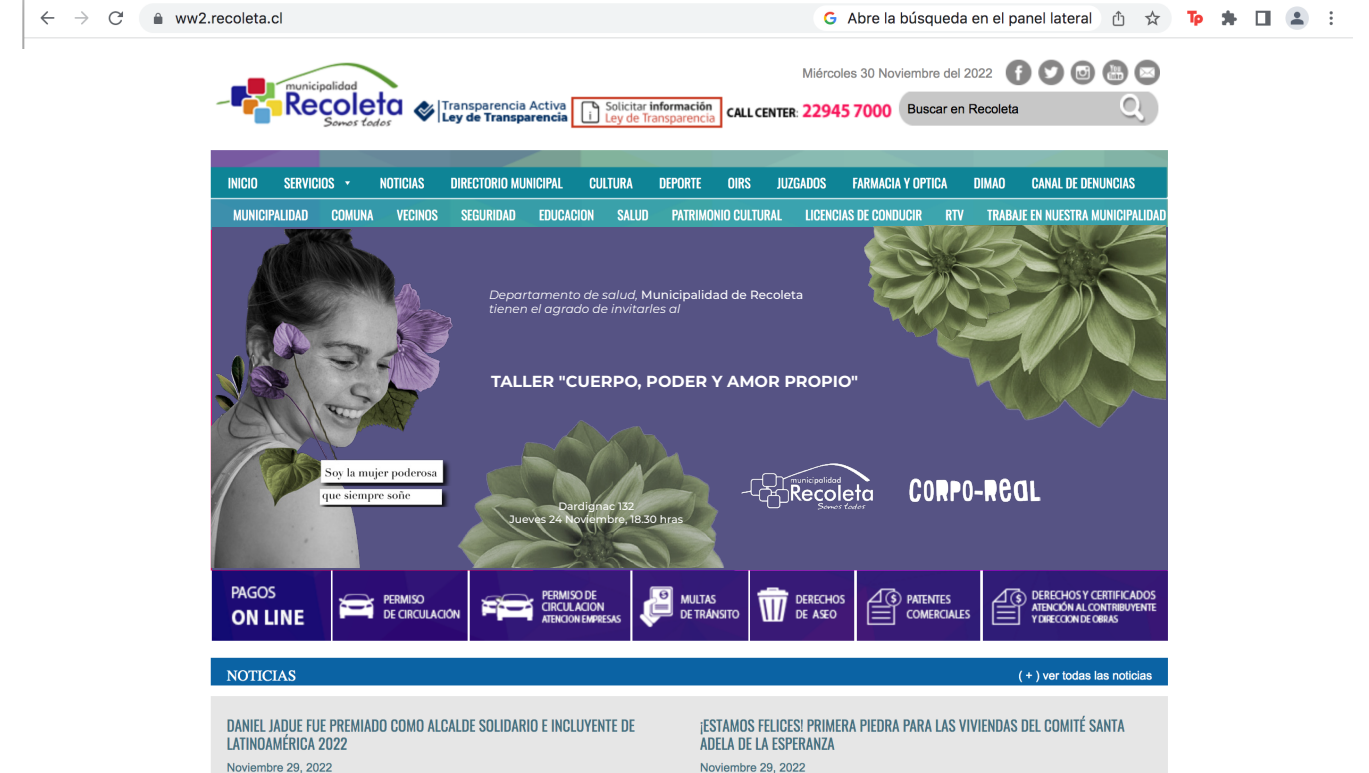
Finalidad: Promover el empoderamiento femenino desde el amor propio y entregar diversas estrategias para fortalecer la autoestima.

Taller 6 / 8 Junio 2023 / Coach Amalia Cruz - Nutricionista Inés Vicencio - Psicóloga Verónica Aliaga

Contenido: Cierre talleres grupales, reflexión en torno a estos, introducción a proceso personal y uso de la aplicación.

Finalidad: Lograr visibilizar los cambios y reflexiones que han experimentado las mujeres con las distintas temáticas de los talleres, y prepararlas para su camino de autoconocimiento personal.

GRÁFICAS PÁGINA WEB MUNICIPALIDAD DE RECOLETA



GRÁFICAS INSTAGRAM MUNICIPALIDAD DE RECOLETA



Gráficas sujetas a modificaciones



Gráficas sujetas a modificaciones



TESTEO CON USUARIOS

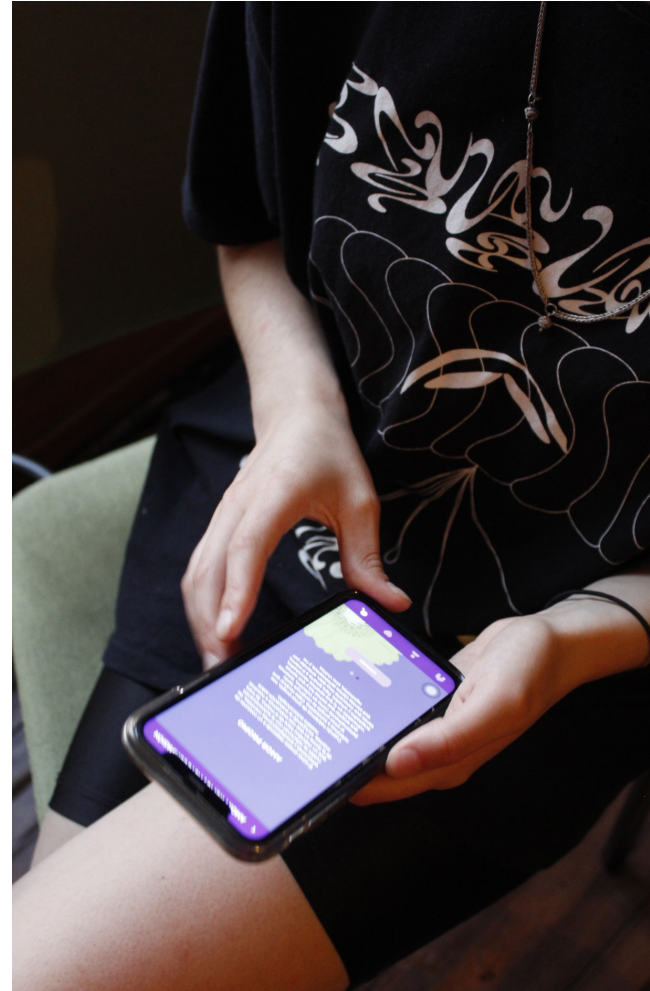


Para ver los efectos en el usuario objetivo, se reunieron a 8 mujeres que viven en la comuna de Recoleta, las cuales asistieron al taller que se difundió a través de las redes sociales de la municipalidad, todo esto con el propósito de analizar los contenidos de la aplicación y el funcionamiento de los talleres presenciales y los espacios e instancias que se generan por estos grupos comunitarios de mujeres, y saber como funcionarían hipotéticamente.

Primero tenemos el testeo de la aplicación, la cual fue testeada en el público más joven que asistió al taller, ya que era el usuario objetivo. Se destacó la variedad de información que entrega y las actividades diarias, al igual que las interacciones. Otros comentarios que se hicieron es que algunos textos estaban muy pequeños, y que la paleta cromática era acorde y funcionaba muy bien.

Luego se realizó un taller de una hora y media sobre corporalidad, poder y amor propio liderado por Maria Jose Maldonado, persona a cargo de los círculos comunitarios que se realizan en la municipalidad de Recoleta. En el taller se realizaron diversas actividades para generar confianza y círculos entre estas mujeres. El taller se llevó a cabo en la calle Dardignac 132, para no sacar a estas mujeres de su zona de confort.

TESTEO CONTENIDO APLICACIÓN



TESTEO TALLERES / CHARLAS



María José Maldonado, Jefa de círculos comunitarios





TESTEO TALLERES / CHARLAS



CONCLUSIONES

Al testear presencialmente el funcionamiento de los talleres grupales y la aplicación con las mismas mujeres de Recoleta, surgieron varios comentarios destacables.

Con respecto a las actividades del taller funcionaron a la perfección, al principio costo romper el hielo, ya que son personas desconocidas entre ellas, pero al pasar las actividades se fueron generando comentarios y reflexiones que las hicieron sentir cómodas y en un círculo de confianza. Una de las participantes agradeció el taller, ya que les costaba comentar estas temáticas de corporalidad y amor propio con su familia y amigos, ya que le generaba vergüenza.

De la aplicación se comentó a grandes rasgos que funcionaba y tenía un fin más personal, que es justamente lo que se pretende lograr. Se comentó que algunos textos estaban muy pequeños y algunos colores no aportaban a la lectura, pero que el contenido de la aplicación estaba preciso y era muy llamativo a comparación de las demás aplicaciones de autoestima y amor propio ya existentes.



Taller "Cuerpo, poder y amor propio"

MODELO DE NEGOCIOS

El modelo de negocio se ha detallado a través de un modelo Canvas que permite una mejor visualización de la propuesta de valor de Corpo-real; sus socios clave, actividades, recursos, base de clientes, la relación con ellos y sus canales.

Estas secuencias permitirán el desarrollo exitoso de Corpo-real y le otorgarán cualidades reproducibles y escalables. En las siguientes páginas se pueden ver las Actividades clave y el Modelo de Canvas.

ACCIONES CLAVES



MODELO CANVAS

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> -Nutricionista -Psicóloga/o -Diseñador -Programador -Ilustrador -Municipalidad de Recoleta 	<ul style="list-style-type: none"> -Investigación insatisfacción corporal -Desarrollo de contenido -Diseño de programa -Desarrollo de talleres -Producción de app 	<ul style="list-style-type: none"> -Es el único programa de amor propio y autocompasión, que cuenta con una etapa colectiva, y una etapa personal. 	<ul style="list-style-type: none"> -Proceso colectivo: charlas y talleres presenciales -Proceso personal aplicación 	<ul style="list-style-type: none"> -Mujeres de 18-25 años
	Recursos Claves		Canales	
	<ul style="list-style-type: none"> -Ayuda profesionales (instructores talleres) -Sillas, mesa, plumones lápices, hojas, pizarra -Audio y proyector -Capacitación anfitriona de apoyo -Bibliografía -Contenido 		<ul style="list-style-type: none"> -Municipalidad de Recoleta -Instagram Municipalidad de Recoleta -Pagina web Municipalidad de Recoleta 	



MAPA DE ACTORES CLAVES



PRESUPUESTO

Se ha realizado la creación de un presupuesto anual, lo que permite determinar su rentabilidad y proyecciones.

El proyecto está contabilizado para la duración de un año, lo que incluye todos sus talleres, y la aplicación, que necesita actualización semanalmente.

Las ganancias del programa irán en beneficio a todas las mujeres que necesiten ayuda extra aparte del programa, para lograr ser un real apoyo para ellas.

Cabe recalcar que el flujo y estado de resultado se hizo con un supuesto de un préstamo bancario por el beneficio tributario, pero que se buscará financiamiento a través de fondos concursables para no incurrir en una deuda a 12 meses con tasas altas.

A continuación se muestra el desglose más en detalle.

COSTOS OPERACIONALES TALLERES

Costos taller	mensuales
Psicóloga taller	-\$125.000
Nutricionista taller	-\$125.000
Arriendo de espacio para el taller x 2 horas	-\$100.000
Publicidad afiches 1.000 x 200 pesos (tamaño de 48 x 33 cm)	-\$200.000
Publicidad flyer 10.000 x 18 pesos (tamaño de 10 x 14 cm)	-\$180.000
Equipamiento técnico: sonido, decoración, luces, entre otros	-\$100.000
Anfitriona de apoyo x 2 horas taller	-\$30.000

Costos taller	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4
Psicóloga taller	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000
Nutricionista taller	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000
Arriendo de espacio para el taller x 2 horas	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000
Publicidad afiches 1.000 x 200 pesos (tamaño de 48 x 33 cm)	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000
Publicidad flyer 10.000 x 18 pesos (tamaño de 10 x 14 cm)	-\$180.000	-\$180.000	-\$180.000	-\$180.000
Equipamiento técnico: sonido, decoración, luces, entre otros	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000
Anfitriona de apoyo x 2 horas taller	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000

Total	- 860.000	- 860.000	- 860.000	- 860.000
--------------	-----------	-----------	-----------	-----------

mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000
-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000	-\$125.000
-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000
-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000
-\$180.000	-\$180.000	-\$180.000	-\$180.000	-\$180.000	-\$180.000	-\$180.000	-\$180.000
-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000
-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000

- 860.000	- 860.000	- 860.000	- 860.000	- 860.000	- 860.000	- 860.000	- 860.000
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

COSTOS OPERACIONALES APP

Inversión inicial app	
Diseñador app	-\$7200.000
Ilustrador app	-\$400.000
Registro de marca	-\$80.250
Creación empresa premium (grupo zoom) pago	-\$150.000

Total	-\$7.830.250
--------------	---------------------

Costos mensuales	
Sueldo Programador app actualizaciones	-\$700.000
Sueldo psicóloga creación de contenido app	-\$600.000
Sueldo administrador- diseñador app	-\$800.000
Sueldo community manager	-\$700.000
Publicidad instagram	-\$100.000
Mantenión Pag web	-\$30.000

Total	-\$2.930.000
--------------	---------------------

Costos mensuales	mes 1	mes 2	mes 3
Sueldo Programador app actualizaciones	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000
Sueldo psicóloga creación de contenido app	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000
Sueldo administrador- diseñador app	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000
Sueldo community manager	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000
Publicidad instagram	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000
Mantenión Pag web	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000

Total	-\$2.930.000	-\$2.930.000	-\$2.930.000
--------------	---------------------	---------------------	---------------------

mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000
-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000
-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000
-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000
-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000
-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000

-\$2.930.000	-\$2.930.000	-\$2.930.000	-\$2.930.000	-\$2.930.000	-\$2.930.000	-\$2.930.000	-\$2.930.000	-\$2.930.000
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

SUPUESTA PRÉSTAMO E INVERSIÓN EN KDT

	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
SUPUESTO PRÉSTAMO													
Inversión inicial app													
PLAZO	12 meses												
TASA INTERÉS	2%												
CUOTA	\$740.425,28 mensual												
TABLAS AMORTIZACIÓN													
Inversión inicial app	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
CUOTA	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425	740.425
INTERES CUOTA	583.820	585.803	587.799	589.808	591.831	593.867	595.916	597.978	599.953	601.942	603.945	605.962	607.993
AMORTIZACIÓN CUOTA	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430	7.246.430
SALDO CAPITAL													
INVERSIÓN EN KDT													
CRITERIO													
10% Ingresos de Caja mensual por miembros													
Ingresos de caja mensual por miembros	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Inversión en KDT Total por año													

Párametros													
	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	
Ingresos													
Cantidad personas membresía	750	863	992	1141	1312	1509	1735	1995	2294	2638	3034	3489	
Cantidad empresas publicidad	15	17	18	20	22	24	27	29	32	35	39	43	
Valor publicidad mensual x empresa en la app	15000												
Valor membresía	5000												
incremento mensual personas	15%												
incremento mensual empresas en aparecer en la app	10%												
inversión inicial app													
Diseñador app	-\$7.200.000												
Ilustrador app	-\$400.000												
Registro de marca	-\$80.250												
Creación empresa premium (grupo zoom) pago único	-150000												
total	-\$7.830.250												
Costos mensuales													
Sueldo Programador app	-\$700.000												
Sueldo psicóloga creación de contenido	-\$600.000												
Sueldo administrador- diseñador app	-\$800.000												
Sueldo community manager	-\$700.000												
Publicidad instagram	-\$100.000												
Mantenición Pag web	-\$30.000												
total	-\$2.930.000												
Estado de resutado	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12

Ingresos														
Ingresos x membresía		\$3.750.000	\$4.312.500	\$4.959.375	\$5.703.281	\$6.558.773	\$7.542.589	\$8.673.978	\$9.975.075	\$11.471.336	\$13.192.036	\$15.170.842	\$17.446.468	
ingresos x publicidad		\$225.000	\$247.500	\$272.250	\$299.475	\$329.423	\$362.365	\$398.601	\$438.461	\$482.307	\$530.538	\$583.592	\$641.951	
Costos														
Sueldo Programador app		-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	
Sueldo psicóloga creación de contenido		-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	
Sueldo administrador- diseñador app		-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	
Sueldo community manager		-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	
Publicidad instagram		-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	
Mantenición Pag web		-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	
Interés prestamo app		-156.605	-144.929	-133.019	-120.871	-108.479	-95.841	-82.949	-69.799	-56.387	-42.706	-28.752	-14.518	
Utilidad antes de impuesto		\$888.395	\$1.485.071	\$2.168.606	\$2.951.886	\$3.849.717	\$4.879.114	\$6.059.630	\$7.413.737	\$8.967.256	\$10.749.868	\$12.795.682	\$15.143.901	
Impuesto 25%		-\$222.099	-\$371.268	-\$542.152	-\$737.971	-\$962.429	-\$1.219.778	-\$1.514.908	-\$1.853.434	-\$2.241.814	-\$2.687.467	-\$3.198.920	-\$3.785.975	
utilidad despues de impuesto		\$666.296	\$1.113.804	\$1.626.455	\$2.213.914	\$2.887.287	\$3.659.335	\$4.544.723	\$5.560.302	\$6.725.442	\$8.062.401	\$9.596.761	\$11.357.926	
Flujo de caja		mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Ingresos														
Ingresos x membresía		\$3.750.000	\$4.312.500	\$4.959.375	\$5.703.281	\$6.558.773	\$7.542.589	\$8.673.978	\$9.975.075	\$11.471.336	\$13.192.036	\$15.170.842	\$17.446.468	
ingresos x publicidad		\$225.000	\$247.500	\$272.250	\$299.475	\$329.423	\$362.365	\$398.601	\$438.461	\$482.307	\$530.538	\$583.592	\$641.951	
Costos														
Sueldo Programador app		-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	
Sueldo psicóloga creación de contenido		-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	-\$600.000	
Sueldo administrador- diseñador app		-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	-\$800.000	
Sueldo community manager		-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	-\$700.000	
Publicidad instagram		-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	-\$100.000	
Mantenición Pag web		-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	
Cuota prestamo		-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	-740.425	
Impuesto		-\$222.099	-\$371.268	-\$542.152	-\$737.971	-\$962.429	-\$1.219.778	-\$1.514.908	-\$1.853.434	-\$2.241.814	-\$2.687.467	-\$3.198.920	-\$3.785.975	
Inversión														
Ingreso por prestamo banco	\$7.830.250													
Diseñador app	-\$7.200.000													
Ilustrador app	-\$400.000													
Registro de marca	-\$80.250													
Creación empresa premium (grupo zoom) pago único	-\$150.000													
Inversión capital de trabajo	- 375.000	- 56.250	- 64.688	- 74.391	- 85.549	- 98.382	- 113.139	- 130.110	- 149.626	- 172.070	- 197.881	- 227.563		
recuperación capital de trabajo													1.744.647	
Total	-\$375.000	\$26.226	\$453.619	\$944.658	\$1.508.810	\$2.156.960	\$2.901.612	\$3.757.137	\$4.740.050	\$5.869.334	\$7.166.801	\$8.657.525	\$12.376.665	

CONCLUSIONES

Como se dijo anteriormente la insatisfacción corporal, es un problema presente hoy en día en la mayoría de las mujeres, sea cual sea su estrato social o nacionalidad. Cada vez son más las mujeres que presentan problemas de autoestima con su corporalidad, las mujeres carecen de herramientas y apoyo concreto al no comprender que esta insatisfacción es resultado de un problema social y no propio de su identidad.

Es por esto que a través de CORPO-REAL se busca proponer la autocompasión y el amor propio como incentivo (colectivo y personal), para generar una mejor percepción de la imagen corporal en las mujeres.

RESULTADOS

A pesar de que fue un año difícil debido a que recién el tema de la pandemia está con menores restricciones, los resultados del proyecto fueron exitosos.

Haber podido hablar con mujeres sobre sus insatisfacciones personales o TCA no fue nada fácil, y a veces muy chocante, pero al pasar del tiempo el proyecto logró dar un vuelco, en donde se obtuvo el apoyo de varios profesionales y personas interesadas en el tema. Se logró entrevistar a mayor cantidad de mujeres, y a la vez el apoyo de la municipalidad de Recoleta y sus respectivos contactos fueron fundamentales para el desarrollo del proyecto.

CORPO-REAL, cumple con el objetivo de incentivar y promover la autocompasión y amor propio a estas mujeres, fortaleciendo una mejor percepción de la imagen corporal en ellas.

PROYECCIONES

CORPO-REAL seguirá siendo un proyecto que se encargue de incentivar y promover el amor propio y la autocompasión en mujeres adultas jóvenes.

La meta es lograr replicar este programa de apoyo en todas las municipalidades de Chile, siendo la municipalidad de Recoleta el punto de partida del proyecto. Se pretende escalar el proyecto a nivel internacional en un futuro.

CORPO-REAL seguirá generando lazos entre mujeres que necesiten de apoyo. La comunidad seguirá creciendo y haciéndose cada vez más conocida.

La misión principal de CORPO-REAL, es brindar la mejor experiencia a estas mujeres, que se sientan cómodas, empoderadas y con más autoestima que nunca.

CORPO-REAL

BIBLIOGRAFÍA

-Agenda País. (2021, 26 octubre). Trastorno alimenticio: La pandemia ha generado un aumento de un 30% en adolescentes chilenos. El Mostrador. De: <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2021/10/26/trastorno-alimenticio-la-pandemia-ha-generado-un-aumento-de-un-30-en-adolescentes-chilenos/>

-Alfonso, I. (2021). relaciones familiares tca - Madrid. ITAD Sistémica. Retrieved July 15, 2022. De: <https://itadsistemica.com/tca/relaciones-familiares-tca/>

-American Psychiatric Association. (2014). Guía de consulta de los Criterios Diagnósticos del DSM-5. De: <https://www.eafit.edu.co/niños/reddelaspreguntas/Documents/dsm-v-guia-consul-ta-manual-diagnostico-estadistico-trastornos-mentales.pdf>

-Autoestima (s.f), De: <https://www.significados.com/autoestima/>

-Avances Psicólogos. (2022, 5 Julio). ¿Qué es el amor propio? 5 Claves para quererte a ti mismo. Avance Psicólogos Madrid. De: <https://www.avancepsicologos.com/amor-propio/>

-Ben-Shahar, T (2011), La búsqueda de la felicidad, Alienta Editorial.

-Blanco, M. P. (2021, 24 octubre). Amor Propio y Aceptación: Una maravillosa relación que va más allá de nuestro cuerpo. Effortless Chic. De: <https://effortlesschic.cl/amor-propio-y-aceptacion-una-maravillosa-relacion-que-va-mas-alla-de-nuestro-cuerpo/>

-Body Checking. (2021, 28 mayo). Citema. De: <https://www.citema.es/body-checking/#:%7E:text=EI%20body%20checking%20incluye%20muchas,la%20conducta%20alimentaria%20pretenden%20cubrir%3A>

-Cadem. (2022, enero). El chile que viene 2022 [Gráfico]. De: <https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/02/Chile-que-Viene-Enero-2022-Medios-y-Redes-Sociales.pdf>

-Carbonell, J. (2019, 20 mayo). Bajar rápido de peso: el peligro de las dietas. Síndrome Adicciones. De: <https://www.sindrome-adicciones.es/blog/problemas-psicologicos/bajar-rapido-de-peso-el-peligro-de-las-dietas-restrictivas/#:%7E:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20las%20dietas%20restrictivas,dietas%20apuestan%20por%20el%20ayuno>

-Carosio, Alba. (2008). El género del consumo en la sociedad de consumo. La ventana. Revista de estudios de género, 3(27), 130-169. Recuperado en 11 de julio de 2022. De: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362008000100006&lng=es&tlng=es

-Castro, D. E. (2021, octubre 19). Las etapas del desarrollo psicosocial de Erikson. Mejor con Salud. De: <https://mejorconsalud.as.com/etapas-desarrollo-psicosocial-erikson/>

-Díaz Falcón, D., Fuentes Suárez, I., & Senra Pérez, N. C. (2018). Adolescencia y autoestima: su desarrollo desde las instituciones educativas. Revista Conrado, pp.98-103. Recuperado de: scielo.sld.cu/scielo.

-Entrevista personal a María Ignacia Oteiza, Psicóloga y Activista feminista, 5 junio 2022.

-Fariñas, A. A. (2021, 18 septiembre). Eres bella cuando te muestras imperfecta. La Mente es Maravillosa. De: <https://lamenteesmaravillosa.com/bella-cuando-te-muestras-imperfecta/>

-Fernández-Bustos, J. G., González-Martí, I., Contreras, O., & Cuevas, R. (2015). Relación entre imagen corporal y autoconcepto físico en mujeres adolescentes. Revista Latinoamericana de Psicología, 47(1), 25–33. De: [https://doi.org/10.1016/s0120-0534\(15\)30003-0](https://doi.org/10.1016/s0120-0534(15)30003-0)

-Hendel, L. (2017). Violencias de género. Ediciones Culturales Paidós

-Herazo, L. (2022, 11 octubre). ¿Qué es una aplicación móvil? Anincubator. Recuperado 2 de diciembre de 2022, de <https://anincubator.com/que-es-una-aplicacion-movil/>

-Imagen corporal y la insatisfacción con nuestro cuerpo (2022), Clínica Las Condes De: <https://www.clinicalascondes.cl/500?aspxerrorpath=/CMSPages/PortalTemplate.aspx>

-ITEM. (2021, 4 agosto). Miedo a subir de peso. Centro Item. De: <https://centroitem.com/miedo-a-subir-de-peso/>

-Kemp, S. (2022, 4 mayo). Digital 2022: Global Overview Report. DataReportal Global Digital Insights. De: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>

-L. (2022, 18 marzo). Estadísticas de Redes Sociales en Chile 2021. Agencia de Marketing Digital Way2net. De: <https://www.way2net.com/2022/03/estadisticas-de-redes-sociales-en-chile-2021/>

-La Rebelión del Cuerpo, instagram [@larebeliondelcuerpo], (22 de octubre de 2018)

-Lassale, C., Batty, G. D., Baghdadli, A., Jacka, F., Sánchez-Villegas, A., Kivimäki, M., & Akbaraly, T. (2018). Healthy dietary indices and risk of depressive outcomes: a systematic review and meta-analysis of observational studies. Molecular Psychiatry, 24(7), 965–986. De: <https://doi.org/10.1038/s41380-018-0237-8>

-Lacámara, M. J. (2021). Soy suficiente (Fuera de colección) (3.a ed.). Planeta Chile.

-Lacámara,M.J.L.(productor).(2022). Quiérete, cúdate y Abrazáte. María José Lacámara. De: <https://open.spotify.com/show/1FwuhFtZmWPXuWuHlHHwB?si=53383b76c29c41df>.

-León, R. R. (2013b, junio 6). Diseño de Experiencia de Usuario: etapas, actividades, técnicas y herramientas. <https://www.nosolousabilidad.com/articulos/uxd.htm>

-Lyness, D. (2018). ¿Cómo puedo mejorar mi autoestima? (para Adolescentes) - Nemours KidsHealth. Teens Health. Recuperado junio de 2022 De: <https://kidshealth.org/es/teens/self-esteem.html>

-Melio, L. (2020, 27 mayo). ¿Qué es el Fat Talk y por qué es importante que dejemos de hacerlo? FMDOS. De: <https://www.fmdos.cl/noticias/que-es-el-fat-talk-y-por-que-es-importante-que-dejemos-de-hacerlo/>

-Méndez, Juan Pablo, Vázquez-Velazquez, Verónica, & García-García, Eduardo. (2008). Los trastornos de la conducta alimentaria. Boletín médico del Hospital Infantil de México, 65(6), 579-592. Recuperado en 17 de julio de 2022, De: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-11462008000600014&lng=es&tlng=es.

-Montenegro Medina, María Angélica, Ornstein Letelier, Claudia, & Tapia Ilabaca, Patricia Angélica. (2006). CUERPO Y CORPORALIDAD DESDE EL VIVENCIAR FEMENINO. Acta bioethica, 12(2), 165-168. De: <https://dx.doi.org/10.4067/S1726-569X2006000200004>

-Olvera-Ruvalcaba, A. J., & Gómez-Peresmitré, G. (2021). Promoción de actitudes compasivas y alimentación con atención plena en estudiantes universitarias con insatisfacción corporal: un estudio preliminar. Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología, 21(1), 1-15. De: <https://doi.org/10.18270/chps.v21i1.3711>

-Ortega, C. (2022, 19 octubre). Diseño de experiencias: Qué es e importancia. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/disenio-de-experiencias/>

-Piñeyro, M. (2020). GUÍA BÁSICA SOBRE GORDOFOBIA. Un paso más hacia una vida libre de violencia. (N.o 1). Instituto Canario de Igualdad. Gobierno de Canarias. De: https://www.gobier-nodecanarias.org/igualdad/documentos/publicaciones/gordofobia_guia_26052021.pdf

-Rubio, R. (2021, 21 mayo). Aceptación Corporal. Laura Jorge Nutrición. De: <https://laurajorgenutricion.com/aceptacion-corporal/>

-Ruíz Martínez, Ana Olívía, Vázquez Arévalo, Rosalía, Mancilla Díaz, Juan Manuel, Viládrich i Segúes, Carmen, & Halley Castillo, María Elizabeth. (2013). Factores familiares asociados a los Trastornos Alimentarios: una revisión. Revista mexicana de trastornos alimentarios, 4(1), 45-57. Recuperado en 17 de julio de 2022, De: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232013000100006&lng=es&tlng=es.

-Salaberría, K., Rodríguez, S., & Cruz, S. (2007). Percepción de la imagen corporal. Osasunaz, 8(2), 171-183.

-The body image program [hagamosbipmx]. (2022). De: <https://www.instagram.com/hagamosbipmx/>

-The cloud group. (2022, 4 abril). Aplicaciones web y aplicaciones móviles: 5 similitudes, diferencias y algunos tips. The Cloud Group. <https://thecloud.group/aplicaciones-web-aplicaciones-moviles-5-similitudes/>

-Toro, Josep. «Factores socioculturales en los trastornos de la ingesta». Anuario de psicología / The UB Journal of psychology, 1988, Núm. 38, p. 23-48, De: <https://racocat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/64575>.

-Tovar, V. (2018). Tienes derecho a permanecer gorda. Melusina Editorial.

-Wolf, N. (1992). El mito de la belleza. Hapercollins Pub.

TESTIMONIOS

TESTIMONIO 1 / ANÓNIMO

1. ¿Cuantos años tienes?

- 24 años

2.¿Te consideras una persona con insatisfacción corporal? ¿Por qué?

- Sí, creo que vivimos en una sociedad que desde muy chicas siempre se nos impuso un solo tipo de cuerpo perfecto, y estamos constantemente tratando de encajar.

3. ¿Que parte de tu cuerpo, cara, es la que no te gusta?

- Es generalizado, tanto cara como cuerpo.

4. ¿Desde cuando tienes estos sentimientos de insatisfacción ?

- Hace varios años, pero hace más menos 1 año que se atenuó.

5. ¿Sabes a que se deben, por qué empezaron, a temprana edad, últimamente, se gatillo por otra cosa, etc?

- Un poco por lo que comenté anteriormente y también por malos comentarios hacia mi cuerpo (típico de que te ves más gorda o no eres tan linda como X persona)

6. ¿Qué crees que es lo que influye en estos pensamientos?

- Los comentarios negativos hacia la apariencia física y como se espera que uno sea.

7. ¿Qué haces para tratar de evitarlos, o que te ayudaría?

- Evito pensar mucho en eso, y también hay personas que me ayudan a controlar esos comentarios.

8. ¿Tus figuras paternas tienen estos mismos pensamientos?

- Mi mamá

9. ¿Quieres dejar algún comentario?

-

TESTIMONIO 2 / ANÓNIMO

1. ¿Cuántos años tienes?: 20**2. ¿Te consideras una persona con insatisfacción corporal? ¿Por qué?**

-Sí, en toda mi vida nunca he sentido que estoy en el mejor estado físico, cuando era más chica quizás, pero nunca me sentí conforme y en toda mi vida he tenido bajadas y subidas de peso, nunca estable.

3. ¿Que parte de tu cuerpo, cara, es la que no te gusta?

-Mis brazos, mi guata, mis muslos, mis pies, mis pechos, mis cachetes, mi cuello.

4. ¿Desde cuando tienes estos sentimientos de insatisfacción ?

-Siempre, sobretodo cuando subí de peso la primera vez.

5. ¿Sabes a que se deben, porque empezaron, a temprana edad, ultimamente, se gatilló por otra cosa, etc?

-Cuando era más chica y hacía deporte y comía bien, siempre me decían comentarios positivos pero nunca me sentí conforme porque al ser más alta y grande no podía considerarme linda, y el entorno también te juzga y te molesta sobretodo a temprana edad, después pasan los años y las críticas se vuelven más hirientes, la gente trata de disimular que no habla de ti pero saben perfectamente que te vas a enterar de lo que dicen.

6. ¿Qué crees que es lo que influye en estos pensamientos?

-Antes pensaba que me preocupaba mucho más la opinión de los demás pero al final es un poco de cariño a mi misma, lo peor es la autocrítica permanente, soy mi peor enemiga.

7. ¿Que haces para tratar de evitarlos, o que te ayudaría?

-Intento ponerme ropa que me haga sentir bien, me arreglo harito, me trato de relajar. Yo creo que con ayuda de psicólogo uno puede vencer más rápido este complejo pero aún así sé que es una cosa de paciencia el poder por fin aceptarte.

8. ¿Tus figuras paternas tienen estos mismos pensamientos?

-Que yo sepa no, mi papá nunca ha estado en sobrepeso, es super activo con el deporte, mi mamá si tiene sobrepeso pero dice que a su edad no importa, aún así trata de arreglarse y ponerse linda cuando tiene que ir a ver más gente o eventos sociales.

9. Quieres dejar algún comentario?

-

TESTIMONIO 3 / ANÓNIMO

1. ¿Cuántos años tienes?

-22.

2. ¿Te consideras una persona con insatisfacción corporal? ¿Por qué?

- Sí, no estoy conforme con mi cuerpo al 100%, considero siempre, que está con kilos de más.

3. ¿Qué parte de tu cuerpo, cara, es la que no te gusta?

-Mi guata y brazos.

4. ¿Desde cuando tienes estos sentimientos de insatisfacción ?

- Desde que tengo memoria, pero siempre fue algo controlado, hasta la pandemia, que ahí se incrementó la insatisfacción.

5. ¿Sabes a que se deben, porque empezaron, a temprana edad, ultimamente, se gatilló por otra cosa, etc?

- Partió por los comentarios de mi mamá y familiares. Pero se incrementó profundamente con el último pololeo.

6. ¿Qué crees que es lo que influye en estos pensamientos?

- La estigmatización social.

7. ¿Qué haces para tratar de evitarlos, o que te ayudaría?

-Mantenerme sana, haciendo deporte y comiendo saludable y decir cuando un comentario así no es agradable.

8. ¿Tus figuras paternas tienen estos mismos pensamientos?

-Mi mamá siempre influyó el tema con sus comentarios.

9. Quieres dejar algún comentario?

-

TESTIMONIO 4 / ANÓNIMO

1. ¿Cuántos años tienes? 25.**2. ¿Te consideras una persona con insatisfacción corporal? ¿Por qué?**

Creo que cada año tengo menos insatisfacciones porque he aprendido a aceptar que cada cuerpo es distinto y a no compararme con cuerpos que son mas "socialmente alabados". A pesar de eso hay días en que todo me carga de mí y trato de ni mirarme al espejo, y hay días que soy muy feliz con mi cuerpo sano.

3. ¿Que parte de tu cuerpo, cara, es la que no te gusta?

De mi cara siempre estoy consciente de mi piel, con imperfecciones, granos y cicatrices. De mi cuerpo mis hombros anchos, que siento que me hacen ver más grande con cierta ropa particularmente, y mi guata

4. ¿Desde cuándo tienes estos sentimientos de insatisfacción?

Desde que empecé a crecer tipo 17, antes no me fijaba tanto en mi cuerpo, y ya en la universidad y especialmente con Instagram empecé a fijarme mas en mis compañeras que son mas delgadas o con pieles mas sanas, etc. y en instagram ya es otra cosa, porque siempre veía a estas mujeres maravillosas casi robóticas pero me empecé a dar cuenta que eso no es real, yo también me he sacado fotos así muy posada y cero imperfecciones pero velas en la vida real y son como una nomas, y quizás con las mismas insatisfacciones.

5. ¿Sabes a qué se deben, por qué empezaron, a temprana edad, últimamente, se gatillo por otra cosa, etc?

Misma respuesta de arriba.

6. ¿Qué crees que es lo que influye en estos pensamientos?

Muchas cosas, la estigmatización social y el machismo que existe en el mundo.

7. ¿Qué haces para tratar de evitarlos, o que te ayudaría?

Pensar que somos todos distintos y creo que eso es lo interesante en esta vida, sino ser todos iguales y vestirse iguales sería una fomedad, y encuentro fome a la gente que desea ser igual al resto. Y que no puedo hacer nada al respecto con mi cuerpo más que quererlo tal como es y agradecer que no tengo ningún tipo de enfermedad física o motora, y puedo hacer miles de cosas gracias a eso.

8. ¿Tus figuras paternas tienen estos mismos pensamientos?

Mi mamá alguna vez ha hecho comentarios sobre mi peso indirectamente, como que estoy más flaca que antes y eso me ha molestado mucho, pero no me ha llegado a afectar como para hacer algo al respecto más que decirle que no me diga esas cosas.

9. ¿Quieres dejar algún comentario?

-

ENTREVISTAS

**ENTREVISTA 1: María Ignacia Oteiza / Psicóloga y Activista feminista
CIDEM / @ps.ignaciaoteiza@gmail.com****1. ¿Qué es la imagen corporal?**

La imagen corporal es una representación mental que se hace del cuerpo, en la cual se ven involucrados los sentimientos, valoraciones, actitudes y conductas hacia nosotrxs mismos. Es la imagen que está en tu mente del cómo te ves, junto a la percepción de cómo crees que te ves. La imagen corporal también tiene que ver con los sentimientos, emociones que experimenta la persona a cómo percibe su cuerpo, cómo se siente con su cuerpo y dentro de su cuerpo.

Algunas definiciones clásicas: "la representación mental del cuerpo que cada individuo construye en su mente". Schilder (1950) Slade (1994) considera que "la imagen corporal es una representación mental amplia de la figura corporal, su forma y su tamaño, la cual está influenciada por factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos que varían con el tiempo".

2. ¿Qué es la insatisfacción corporal?

En base a lo anterior, como la imagen corporal está influenciada por factores históricos, sociales, culturales, cuando no cumplimos con la imagen corporal esperada se genera una incomodidad, una inconformidad, inseguridades de distintos tipos.

Muchas personas empiezan a no estar de acuerdo con alguna o varias partes de sus cuerpos, incluso intentando ciertas estrategias de modificación corporal. Así, la insatisfacción corporal se caracteriza por la presencia de juicios valorativos negativos sobre el propio cuerpo que no coinciden con las características reales.

La insatisfacción corporal comienza cuando se realizan conductas nocivas para la salud con la finalidad de modificar la imagen corporal, en busca de un ideal que parece cada vez más inalcanzable (Devlin & Zhu, 2001, Vázquez et al., 2011), que van desde dietas restrictivas, uso de laxantes y pastillas para adelgazar, fajas y modeladores, ejercicio excesivo, etc. Es uno de los predictores más potentes para generar un trastorno de conducta alimentaria.

3. ¿En qué edad se da más?

En base a un estudio realizado por dos investigadoras australianas, Marika Tiggemann y Jacinta Lowes, pudieron concluir que ya a los 6 años las niñas ya han comenzado un deseo por ser delgadas. La misma investigación evidenció que entre los 6 y 8 años las niñas evalúan el cuerpo ideal uno considerablemente más delgado que el que tienen.

En general cuando lxs niñxs empiezan a tener conciencia corporal, es decir, al ser conscientes que habitan un cuerpo, al darse cuenta que el reflejo que están viendo en el espejo es de ellxs. En ese momento que empiezan a percatarse de su corporalidad también hay otros procesos ocurriendo, lxs niñxs absorben todo lo que ocurre en el ambiente y ese ambiente puede estar marcado por mensajes estereotipados de cómo debemos vernos, marcado por una falta de referentes de diversidad corporal, marcados por conversaciones en torno a las corporalidades de otras personas.

Finalmente, vamos interiorizando a corta edad que el cuerpo y como éste se ve y cuánto espacio usa es lo “más importante”, como si fuese nuestra única carta de presentación ante el mundo.

Tampoco podemos dejar de lado que desde que somos chicxs estamos constantemente expuestxs a medios de comunicación de distintos tipos. Lxs niñxs, cada vez a más temprana edad están en Instagram, tiktok donde ven cuerpos y rostros perfectos, retocados, photoshopeados, que por lo demás no tienen ninguna advertencia de que eso es así.

4. ¿En qué género se da más?

Hasta principios de los 90's, la insatisfacción corporal se veía principalmente como un problema específico y particular de quienes se han socializado como mujeres, sin embargo, estudios más recientes han señalado que ésta también se presenta en hombres. Últimamente también se ha evidenciado que la población LGBTI, sobretodo quienes se identifican dentro del paragua trans, sufren grandes montos de insatisfacción corporal, sobretodo por la disforia que les produce su cuerpo y el rechazo social al que están expuestxs.

5. Si es que se da más en mujeres, ¿Cómo son estas mujeres?

Esta pregunta me conflictúa un poco, porque creo que justamente el error es pensar que hay un prototipo de mujer que pasa por estas inseguridades, cuando no existe una regla general de cómo son las mujeres que sufren de insatisfacción corporal.

Todas las mujeres que sufren de insatisfacción corporal son distintas. Lo que tienen en común es el contexto donde habitamos: capitalista y patriarcal. No es que por regla general las mujeres vamos a tener problemas de insatisfacción corporal “por ser biológicamente mujeres”, sino que tiene que ver con que justamente como nos han socializado el cómo se es mujer (en base a estereotipos, roles de género, construidos social y culturalmente) la gran mayoría tenemos problemas de insatisfacción corporal. (Se ahonda más en esta idea en las preguntas que siguen)

6. ¿Cómo es el entorno que rodea a estas mujeres?

“Las teorías socioculturales, según Mora y Raich (1992), confirman que sobre las mujeres hay una mayor presión sociocultural en relación con el ideal estético corporal propuesto socialmente. Los medios de comunicación, así como el ámbito familiar y educativo, entre otros, transmiten de múltiples y subliminares maneras dicho modelo, originando una asociación entre autoestima y atractivo físico. El mayor interés de la mujer por asemejarse a los cánones de belleza imperantes facilita la discrepancia entre el tamaño corporal real y el ideal, ocasionando insatisfacción corporal.” CRUZ, S. Y MAGANTO, C CITANDO A MORA Y RAICH

Esta presión estética se sustenta por dos sistemas que se ven beneficiados: patriarcado y capitalismo.

El patriarcado además de invisibilizarnos, de vernos como personas inferiores, nos ha exigido ser perfectas, y ha reproducido este mensaje mediante agentes socializadores importantes como la educación, los medios de comunicación, el marketing y la publicidad, el arte, el cine, los roles tradicionales, entre muchos otros. Las mujeres hemos crecido en una posición de desventaja, con roles de género bien definidos, rígidos, sexistas. Desde pequeñas nos han impuesto y nos han educado y socializado con mensajes que le dan una importancia tremenda al cuerpo, a la belleza, al bienestar, a la juventud. Hemos crecido con

publicidades en televisión y diferentes medios de modelos irreales, que sus cuerpos han sido modificados por un proceso artificial de herramientas de edición, del que tampoco nos dan ninguna advertencia al ver el contenido. Crecimos viendo a mujeres retocadas: sin ojeras, sin pelos, sin rollos, sin granos, sin acné, totalmente perfectas.

El patriarcado y el capitalismo se benefician uno de otro y se retroalimentan entre sí. Si el patriarcado nos exige vernos de una forma perfecta, el capitalismo se aprovecha de esa inseguridad creada para lucrar con eso, y es así como sacan a la venta miles de productos, tratamientos y ofertas que nos prometen “tener ese cuerpo que siempre has deseado”.

En conclusión, el capitalismo y el patriarcado, a través de agentes socializadores importantes, nos han hecho interiorizar mensajes de que no somos suficientes y por ende, debemos buscar la perfección, perfección que ha estado sustentada en cómo nos vemos, y esa perfección tenemos que conseguirla de alguna manera. Nos han bombardeado con publicidades de mujeres irreales construidas con maquillaje, luces, edición con las que nos obsesionamos, haciendo que cada vez odiemos más nuestro cuerpo por no “parecerse” a ese único cuerpo que me están mostrando en todos los espacios. Así vamos percibiendo mayor diferencia entre nuestra imagen real y la que imagen a la que se supone que debemos aspirar a tener, que está asociada a la belleza, perfección, éxito, autoestima, felicidad.

Así, nos tienen bajo control y nos manipulan. Nos venden todos los productos habidos y por haber bajo la promesa de que si los consumimos vamos a alcanzar cánones irreales al que NO vamos a llegar, porque no existen, pero te hacen creer que si, y bueno por supuesto que se hacen millonarios con esto.

Todo esto genera a la vez un montón de consecuencias nefastas para nuestra libertad y salud en general: gordofobia, racismo, sexismo, y una serie de enfermedades de salud mental.

7. ¿Cuál es la principal causa de intervención en ellas? RRSS, familia, amigos, etc

Todo siempre es multicausal, pero de alguna manera el hecho que las RRSS, la familia, amigos, entre otros impacte en cómo valoramos nuestro cuerpo se enmarca – insisto – en el contexto patriarcal y capitalista que

vivimos, es decir la influencia del entorno que habitamos y sus características tiene un peso enorme en cómo nos valoramos.

La socióloga miembro de La Rebelión del Cuerpo, Ana Gabriela Medina explica que además de factores sociales y culturales, la socialización primaria en su grupo familiar es fundamental y determinante en la autopercepción de las personas. “Sobre todo en niñas, adolescentes y mujeres, lo que escuchan en sus casas acerca del cómo se luce, sea dirigido o no a ellas, impacta directamente en su autopercepción corporal”, comenta. “No es necesario que su familia hable específicamente del cuerpo de la niña, sino que basta escuchar a sus familiares hablando negativamente de sus propios cuerpos. Ese es ya un mensaje que a las niñas les queda integrado y que permea la visión que éstas tienen del mundo”, explica. A su vez, agrega que, si el grupo familiar le da excesiva importancia a la imagen corporal, es esperable que las niñas creen desde pequeñas que lo más importante o que lo que las define es, precisamente, el cómo se ven. “Es necesario comenzar a cuestionarnos cómo hablamos de nuestro cuerpo y el de los y las demás cuando hay niños, niñas y adolescentes presentes”.

8. ¿En Chile hay estadísticas sobre insatisfacción corporal?

Sí, hay. Hay un estudio de “autoestima política” por las psicólogas Nerea de Ugarte López y Sofía Paz Alvarado.

“Uno de los resultados más alarmantes del estudio, fue que el 99% de las encuestadas afirmó que se ha sentido disconforme alguna vez con su apariencia física, esto “revela que la problemática en relación a la autoimagen es sociocultural. Siendo la autoimagen sólo una dimensión de la autoestima, en nuestra cultura, a propósito de la dictadura de los estereotipos de belleza, se convierte en una dimensión prioritaria para el proceso de construcción de una evaluación subjetiva que debiera contemplar las demás dimensiones de la autoestima, como el autoconocimiento, autocapacidad, autoeficacia, entre otros”, explica De Ugarte”

lo alimenta, lo reproduce: nuestro contexto sociocultural - político. Ese contexto que habitamos es el que nos empieza a estructurar de cierta forma, haciéndonos ver defectos donde no los hay, haciéndonos creer que hay un cuerpo "perfecto, ideal", haciéndonos creer que la delgadez es sinónimo de belleza, éxito, salud, felicidad. Hay un sistema capitalista que lucra a través de crearnos inseguridades: la nueva crema para la celulitis, la nueva crema para las arrugas, la nueva ahora si reformulada crema para las estrías, el nuevo tratamiento para la depilación que te dejará sin pelos ahora sí que sí, el nuevo balón gástrico que te promete bajar 15 kilos en 3 meses, el rejuvenecimiento vaginal que no sabías que tenías que hacértelo porque si no hubiera salido a la venta jamás te hubiese cuestionado si tu vulva "no era perfecta".

Ese contexto está sostenido por el capitalismo y el patriarcado, por una cultura machista, sexista, heterocisnormada, gordofóbica, llena de estereotipos de roles y de género que nos limitan a vivir una vida libre de opresiones.

Este pensamiento crítico es lo que se tiene que trabajar en terapia, que la paciente que viene a consultar porque "se odia, odia su cuerpo, odia su forma de ser, odia todo de ella" pueda hacer consciente que el problema no somos nosotras, no es que nosotras no hagamos lo suficiente para amarnos ni aceptarnos. Cuando nos damos cuenta que no somos las únicas, que no estamos solas, que esta insatisfacción que tengo conmigo misma es compartida con otras mujeres permite cambiar la perspectiva y el paradigma con que nos observamos.

En ese momento empezamos a ver la vida con unos anteojos violeta, que nos permite ver cuánto y cómo el sistema que habitamos nos ha hecho daño haciéndonos creer que el problema éramos nosotras y no la cultura. Esto es imprescindible para que las mujeres puedan tomar medidas de resistencia frente a esto que las enferma, siendo conscientes desde dónde viene el problema con que todas nos sintamos insatisfechas con nosotras mismas.

***La perspectiva de género es una metodología y mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad, exclusión de las mujeres, que se pretende justificar en base a diferencias biológicas entre mujeres y hombres, así como las acciones que deben emprenderse para actuar sobre los factores de género y crear condiciones de cambio que permitan avanzar en la construcción de igualdad de género.*

10. ¿El amor propio sirve para sanar una insatisfacción corporal?

Creo que hay que reconceptualizar lo que entendemos por amor propio, porque es un concepto que nuevamente nos han vendido como "bienestar y empoderamiento femenino". Los medios de comunicación se han apropiado del amor propio para vendernos nuevamente, es cosa de ver en las farmacias este espacio que se llama "bienestar y amor propio" donde nuevamente nos venden la crema para las estrías, para las arrugas y los mil tratamientos para básicamente todo el cuerpo.

Es conflictivo hablar de amor propio sin tomar en cuenta el contexto, porque si no lo pensamos así, podemos caer nuevamente en una exigencia: "amate, amate, amate", "ama tus imperfecciones" y mensajes de ese estilo, porque te hacen creer que si no lo logras amarte "es porque no te estás esforzando lo suficiente" y entonces "tienes que TENER amor propio, tienes que AMARTE"

Hay que reivindicar lo que entendemos como amor propio, verlo como un acto de resistencia. Entender que si no me amo no es que "NO TENGA AMOR PROPIO", es que literalmente me enseñaron a odiarme. ¿Cómo me voy a amar si me enseñaron constantemente a no hacerlo?

Por eso, reivindicar el amor propio tiene que ver con:

- Dar paso a un pensamiento crítico, a una reflexión colectiva que te permita visualizar las problemáticas con perspectiva de género, entender los mandatos y presiones de género a través de nuestra propia historia y de las mujeres de mi vida y con las que no conozco.
- Concientizar sobre los efectos negativos que las presiones hacia nuestros cuerpos producen en nuestra salud física y mental.
- Reconceptualizar y repensar el concepto de belleza, desde una perspectiva de salud integral.
- Promover conceptos de belleza basados en la diversidad existente, en la globalidad de lo que implica ser mujeres.
- Reivindicar lo que nos han enseñado como "imperfecciones o defectos" como parte de la gran diversidad corporal que existe.
- Dar paso a la rabia, para dejar de sentirnos culpable. Muchas mujeres sienten rabia al ser conscientes cómo el sistema les ha hecho creer que había algo malo y a "corregir" en sus cuerpos y en su forma de ser. Rabia por haber perdido tantos espacios y experiencias solamente por vergüenza a "cómo se veían"
- Fomentar la auto observación y el autoconocimiento: empezar a descubrir que podemos estar enfocadas en otras cosas que no sea

nuestra apariencia física: nuestras necesidades corporales, de placer, aprender a observar nuestro cuerpo como un todo que integra capacidades, posibilidades, habilidades.

- Incrementar la autovaloración frente a la validación externa.
- Desarrollar la sensualidad, el autoerotismo, el placer que nos proporciona el cuerpo.
- Repensar la feminidad, como algo compatible con diferentes formas, diferentes tamaños, diferentes intereses, diferentes corporalidades.
- Investigar, educarse sobre cómo los roles de género y la construcción social del ser mujer ha limitado nuestra vida.
- Poner énfasis en lo que el cuerpo nos permite hacer y no sólo en el aspecto físico que tiene.
- Entender que no nos podemos amar todos los días, porque nunca hemos estado acostumbrada a valorarnos, querernos, aceptarnos, entender que no todos los días nos amamos y nos gusta nuestro cuerpo, pero si entender que podemos respetarlo, nutrirlo.
- Entender que el camino del amor propio es un proceso único.
- Reconceptualizar el amor propio no como una nueva exigencia del ser mujer, sino como un acto de resistencia frente a un sistema.

“Gustarte es un acto de protesta” Rebelión del cuerpo.

11. ¿Hay estudios de que el amor propio sirve? O existe algún programa de amor propio el cual yo pueda revisar?

Creo que más que estudios “de amor propio” (porque pueden estar sustentados nuevamente en esta idea de exigencia) algo que podría ayudarte es estudios de que la terapia feminista ayuda a concientizar sobre estos problemas en las mujeres, y que desde esa conciencia activa les ayuda a mirarse con desde otro lugar.

También te podría ayudar estudios que hablan de cómo la terapia de compasión ayuda en problemas de imagen corporal e insatisfacción corporal. Tengo algunos papers de eso, te los mando por mail.

12. ¿Conoces a alguien que se haya sanado por el amor propio?

Si. Puedo hablar desde mi propia experiencia, desarrollé un TCA (trastorno de conducta alimentaria) con el paso del tiempo y no fue hasta que me encontré con la terapia feminista y con enfoque de género que realmente pude entender de dónde venía, por qué me sentía así, por qué

tenía una lucha constante con mi cuerpo, por qué me dificultaba comer, y empecé a ver las conductas que estaban por encima del iceberg para luego aventurarme en las que están más abajo como la necesidad de control, la baja autoestima, situaciones traumáticas como abusos, entre muchas otras cosas.

Los problemas de insatisfacción corporal se trabajan desde un enfoque feminista, no pesocentrista, con un trabajo enfocado en la salud en todas las tallas y la diversidad corporal, donde se reivindique el amor propio como una resistencia al sistema que te ha llevado a odiar tu cuerpo. Hay muchas personas que desde ese trabajo, con un equipo multidisciplinario, han logrado respetar, querer y nutrir sus cuerpos.

Referencias que te pueden servir

<https://www.youtube.com/watch?v=dbGowHAaLtw> “Gustarte es un acto de protesta”, Nerea de Ugarte TEDTALK

Lagarde, Marcela. Claves feminista para la autoestima de las mujeres Ed. Horas y horas, 2000

Varias. [Cuerpo y género](#). Asociación de Mujeres para Salud Mujeres, Rev. La Boletina n° XXVI, 2007

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo* (1.ª ed.). Recuperado de <https://ganexa.edu.pa/wp-content/uploads/2014/11/ARTGBaudrillardJeanLaSociedadDeConsumoSusMitosSusEstructuras.pdf>

Hernández Ruiz, A., Martín Llaguno, M., & Beléndez Vázquez, M. (2012, noviembre). La representación de la mujer en publicidad: (des)igualdad cuantitativa y cualitativa en la creatividad española. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es>

Verchili, E. (2016). La influencia de la industria de la belleza en la constitución de la identidad de género de niñas y adolescentes españolas. 1st ed. [ebook] Barcelona: Elena Verchili, pp.3, 4. Available at: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/78090/forum_2008_33.pdf?sequence=1

ENTREVISTA 2: Ines Vicencio / Nutricionista MSc (c) en Conductas Alimentarias / @nutricionista.inesvicencio

1. ¿Qué es la imagen corporal?

Es la percepción que tenemos de nuestro cuerpo.

2. ¿Qué es la insatisfacción corporal?

La insatisfacción corporal es no sentirse conforme con el cuerpo, no aceptarlo, muchas veces por una percepción errónea del cuerpo (dismorfia corporal).

3. ¿En que edad se da más?

Adolescentes y adultos jóvenes la mayoría.

4. ¿ En que género se da más?

Se da mucho más en mujeres.

5. Si es que se da más en mujeres, ¿Cómo son estas mujeres?

Se prioriza más en mujeres con alguna conducta alimentaria alterada, pero no me atrevería a decir que hay alguna característica específica todos los pacientes son un mundo.

6. ¿Cómo es el entorno que rodea a estas mujeres?

Cultura de dietas, gordofobia, estigmas en torno al peso y Salud.

7. ¿Cuál es la principal causa de intervención en ellas? RRSS, familia, amigos, etc

En general todo el ambiente influye además de favores genéricos.

8. ¿En Chile hay estadísticas sobre insatisfacción corporal?

Hay más estudios en Latinoamérica pero encontré este estudio https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-92272014000200006&script=sci_arttext

9. ¿Cómo se trata la insatisfacción corporal en temas de la psicología, hay alguna terapia que se aplique?

Terapia psicológica en relación a imagen corporal, también se podría aplicar body image program, taller certificado para mejorar relación con la imagen corporal.

10. ¿El amor propio sirve para sanar una insatisfacción corporal?

Si es necesario amarse y aceptarse, aceptar tu cuerpo por sus funciones y lo que te permite hacer, y amarlo, aunque nadie puede hacerlo todos los días.

11. ¿Hay estudios de que el amor propio sirve? O existe algún programa de amor propio el cual yo pueda revisar?

Body image program tiene muchísima evidencia.

12. ¿Conoces a alguien que se haya sanado por el amor propio?

Yo no trabajo mucho con amor propio si no que con aceptación corporal, y si tengo pacientes que lo han logrado, aceptarse y tener neutralidad corporal.

ENTREVISTA 3: Angela Pino / Abogada feminista interseccional / @titafeminista

1. ¿Qué es la imagen corporal?

Es la percepción que tenemos cada uno de nuestro aspecto físico, como es que nos sentimos al mirarnos al espejo, que tipo de valoración le damos a esa mirada, como nos sentimos respecto esa valoración, la imagen corporal puede ser positiva o negativa. Dependiendo de esto es como podremos desenvolvernos frente al mundo

2. ¿Qué es la insatisfacción corporal?

La insatisfacción es un sentimiento o estado emocional no del todo positivo o agradable, lleva a la frustración cuando no logramos el estándar deseado, viene de una valoración sobre uno mismo la cual puede estar sesgada por el sistema y sociedad en la que vivimos. El entorno y los estándares socioculturalmente impuestos llevan a la comparación. En algunas ocasiones la insatisfacción puede ayudar a movernos de donde estamos y hacer cambios para vivir mejor o sentirnos mejor, pero el problema sucede y se presenta cuando esta algo habitual o cotidiano podemos llegar a ver una realidad que no es tal y ver todo negativo y no sentirnos suficientes.

3. ¿En qué edad se da más?

Hoy en día es preocupante lo temprano de la edad en la que las niñas y niños generan esta imagen corporal y muchas veces negativa, desde los 5 años en adelante y durante los 9 y 10 años ya las niñas tienen deseo de ser más delgadas, podríamos decir que esto parte en la infancia y se potencia en la adolescencia.

4. ¿En qué género se da más?

En el género femenino, las niñas en su infancia ya se miran de manera negativa frente al espejo, muchas ya no quieren ir a la playa y mostrarse en traje de baño o sacarse la toalla, y esto se extrapola hasta incluso en otras actividades como levantar la mano y dar su opinión.

5. Si es qué se da más en mujeres, ¿Cómo son estas mujeres?

Al decir estas mujeres cerramos el círculo a que solo son algunas las que sentimos esta inseguridad, y la verdad es que algo que nos transversaliza a toda mujer es la percepción que tenemos de nosotras mismas. Y eso por lo que el sistema nos vende, se lucra con la inseguridad, la inseguridad vende. Nos sentimos incompletas, muchas veces esa inseguridad se lleva no solo en la apariencia si no a la hora de tomar decisiones a la hora de vivir y perseguir el éxito o nuestras metas, estas inseguridades nos mantienen en la esfera de lo privado y nos mantienen ocupadas en nuestra percepción más de lo que deberíamos, según estudios se dice que las mujeres pasamos aproximadamente 3 horas diarias mirándonos al espejo. Muchas mujeres llegan a tener problemas de alimentación, como los TCA, muchas caen en relaciones tóxicas y muchas no se atreven a ir por sus sueños por no creerse suficientes.

6. ¿Cómo es el entorno que rodea a estas mujeres?

El entorno muchas veces es hostil, por que por mucho que no se quiera o no sea la intención, la familia, los amigos y los medios de comunicación aportan para que creamos que siempre hay algo mal o algo que mejorar. La publicidad sexista, la educación machista, aportan a esta construcción que tenemos de una misma.

7. ¿Cuál es la principal causa de intervención en ellas? RRSS, familia, amigos, etc

Los agentes de sociabilización, aportan desde los primeros años de vida a la formación de nuestro carácter, personalidad, y manera de comportarnos, así como también ayudan a la percepción de nuestro cuerpo y valor como persona. Los principales agentes de sociabilización son la familia, los amigos, los medios de comunicación y la escuela. Va depender del caso a caso como se comporten estos agentes de sociabilización en cada uno de nosotros, los únicos que se mantienen igual en cada caso son los medios de comunicación y quizá las escuelas, pero en casos ideales donde la familia aporta seguridad, amor y contención, no podemos olvidar que los padres no educan solos a sus hijas e hijos, la publicidad los medios de comunicación intervienen de manera negativa el gran porcentaje de las veces.

8. ¿En Chile hay estadísticas sobre insatisfacción corporal?

Te las dejare adjuntada en fotos.

9. ¿Cómo se trata la insatisfacción corporal en temas de la psicología, hay alguna terapia que se aplique?

Desconozco la respuesta de esta pregunta ya que soy Abogada, no Psicóloga, pero lo que si pienso es que cualquier terapia debe tener perspectiva de género.

10. ¿El amor propio sirve para sanar una insatisfacción corporal?

El amor propio esta transversalizado con la imagen corporal, la inseguridad que se presenta en cada uno de nosotras/os puede dañar a ese amor propio, inseguridad con la cual no nacemos y el principal responsable de esa falta de autoestima o amor propio es el sistema en el que vivimos donde lucran con nuestra inseguridad. El amor propio por si solo no es solución, y aquí podemos ver otro problema, el positivismo tóxico, que te plantea el "amate por sobre todas las cosas", o "todo de pende de ti", o "tú puedes con todo", pero la autoestima es un capital político, y no es un amate, es un resiste, resistir a que no amo mi celulitis no amo mis arrugas no amo mis imperfecciones, si no que resisto a que esa idea de no gustarme no soy yo no es de mi completa autoría, es todo un sistema que día a día me bombardea vendiéndome ideas de como lograr alcanzar un estándar de perfección inalcanzable, y que esa idea de no gustarte no depende solo de ti. Como señala la Psicóloga Nerea de Ugarte "No hay resistencia sin conciencia".

11. ¿Hay estudios de que el amor propio sirve? O existe algún programa de amor propio el cual yo pueda revisar

Me han recomendado unos libros de auto ayuda y amor propio que no llegan a homogenizar la idea absurda de que el querer es poder, como lo son:

- Happycracia: Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas (Libro de Edgar Cabanas y Eva Illouz)
 - Cómo ser feliz a martillazos: Un manual de antiayuda (Libro de Iñaki Domínguez)
 - Manifiesto en contra de la autoayuda: En defensa de la autodestrucción (Libro de Marian Donner)
 - Felicidad sólida: Sobre la construcción de una felicidad perdurable (Libro de Ricardo Capponi)
 - Sonríe o muere: La trampa del pensamiento positivo (Libro de Barbara Ehrenreich)
- Pero la auto ayuda o el amor propio sin perspectiva de genero y sin la interseccionalidad no nos llevarán muy lejos, porque seguirán situando el problema del amor propio y la autoestima como un problema personal y no colectivo o político. La disconformidad es un problema político y colectivo, es algo que compartimos de manera transversal todas. No podemos olvidar que la autoestima tiene directa relación con la desigualdad de genero y que la socialización de genero esta asociada a los estándares de belleza y los estereotipos

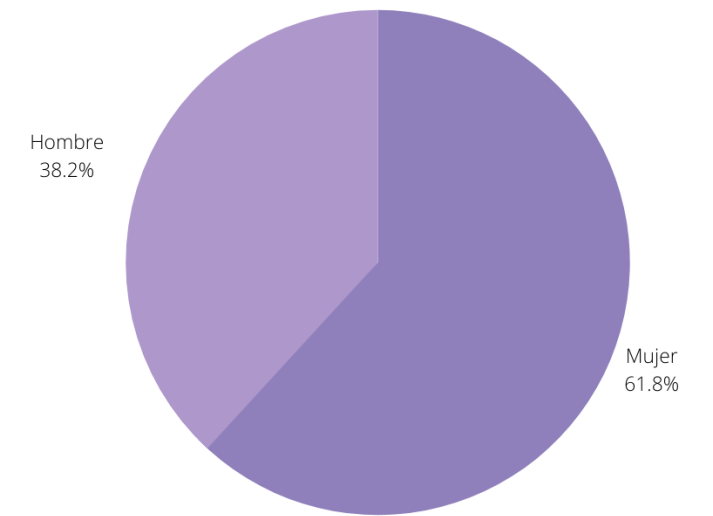
12. ¿Conoces a alguien que se haya sanado por el amor propio?

No personalmente, ya que recién hace unos meses me he estado ahondando en el tema.

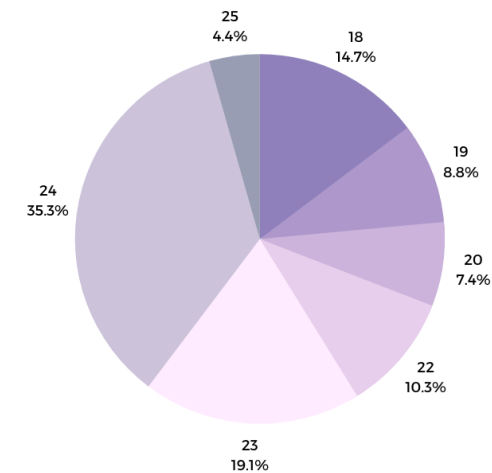
ENCUESTAS

ENCUESTA 01

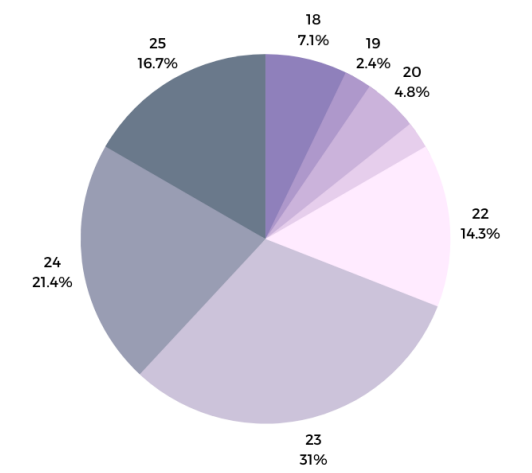
**110 RESPUESTAS
68 MUJERES
42 HOMBRES**



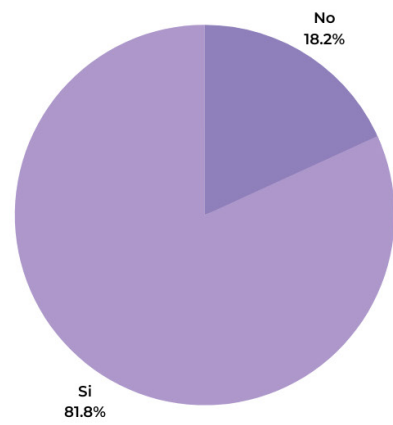
MUJERES EDADES



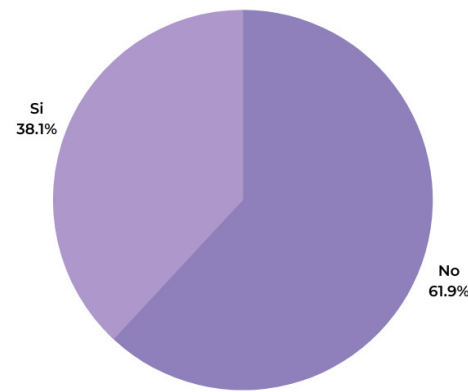
HOMBRES EDADES



¿SI ERES MUJER TE CONSIDERAS UNA PERSONA CON INSATISFACCIÓN CORPORAL?



¿SI ERES HOMBRE TE CONSIDERAS UNA PERSONA CON INSATISFACCIÓN CORPORAL?



¿SI ERES HOMBRE QUE PARTE DE TU CUERPO O CARA TE GENERAN INSATISFACCIÓN?

- Nada
- Abdomen
- Acné solo a veces
- Acné en la cara y estatura
- Acné y Nariz
- Altura
- Boca, cuello
- Nariz, cuerpo en general
- El mentón
- Estómago
- Brazos y nariz
- Nada
- Nariz
- Ninguna
- La papada y la cara
- Guata
- Espinillas
- Sonrisa
- Ninguna
- Nada
- Nariz y torso
- Ninguna
- Ninguna en realidad, quizás mi acné
- Ninguna
- Mi barba
- No tengo
- Mis piernas

¿SI ERES MUJER QUE PARTE DE TU CUERPO O CARA TE GENERAN INSATISFACCIÓN?

Guata, brazos	La guata, los brazos, los muslos, las pechugas	Piernas
Nariz, pechugas, brazos, guata, piernas	Guata, celulitis, nariz	Abdomen
Mi boca, mis dientes (tengo uno chueco) y mi nariz que es respingada y chica pero en fotos se ve grande, de mi cuerpo no me gusta mi altura (soy muy baja) y mi guata porque subi de peso y ya no tengo la guata plana y marcada, mis brazos tampoco me gustan porque son más "grandes".	Nariz, brazos, espalda, (a veces estómago)	Piernas guata
Brazos y guata	Guata y pechugas	Nariz
Es generalizado, tanto cara como cuerpo	La guata	cuerpo
Todo, mas que nada mis piernas, brazos, espalda, guata y papada	Mi nariz, mi mentón	muslos, brazos y abdomen
Piernas y glúteos, de la cintura hacia abajo	Brazos, piernas, estomago, papada	Poto, mi única parte del cuerpo
Marcas de acné, nariz, pechos, muslos.	peculitis, brazos espalda escoliosis	Desde el cuello a los tobillos
mi peso a veces	Pecho	Guata, piernas, dientes
Piernas y brazos	Mis piernas y guata	Área abdominal
Mis cachetes/mejillas	mentón, muslo, busto	Piernas
La papada y las piernas	Nariz	piernas, nariz y estomago
De la cintura para abajo	Mi espalda y mi guata	Abdomen
Pechugas, brazos y guata	Piernas y guata	todo menos mi color de ojos
Nariz, pechugas, poto	Mi guata y mi cara	De la cadera para arriba (sólo cuerpo)
Mis cejas, piernas y mi perfil facial	piernas	La guata, el rollo de la axila
Mis cachetes, mis brazos, piernas y abdomen	Mi peso, acné, vello corporal en general, tamaño de manos, poca simetría facial, frizz en el cabello, estrías	traseo, piernas, nariz, frente
mi nariz, color de piel, brazos y piernas	Pelo, cara	Piernas
Guata, nariz, muslo, labio, brazo	Nariz pera guata	Mi cuello, nariz, abdomen, glúteos y espalda
Muslos, guata y brazos	Mis piernas y mi poto (tengo mucho)	Nariz y cuerpo
	Brazos, piernas, guata y doble pera	postura, cabello corporal

SI ERES MUJER ¿SABES DE DÓNDE VIENEN ESTAS INSEGURIDADES?

Del ideal de lo que debe ser y tener una mujer de las demás personas	De los estándares de belleza	Familia
La sociedad, yo misma, mi mama	No sabría decir de donde, pero siempre la he tenido, es difícil superarla con tantas redes sociales además Yo creo que de el "estigma" del cuerpo Perfecto	De comentarios de gente, estándares sociales
Falta de afecto de mi madre?	La sociedad	De los estándares de belleza
Si	mente	No sabría decir de donde, pero siempre la he tenido, es difícil superarla con tantas redes sociales además
Por comentarios	no sé, supongo que de la comparación con otras personas	Yo creo que de el "estigma" del cuerpo Perfecto
Creo	De mi pubertad si o si, era mas gordita que ahora entonces tenía las piernas y poto mas grande por lo que mas de una vez me molestaron o los niños se fijaban en eso	La sociedad
Esteriotipos	De mi familia / entorno / costumbres	mente
Excesivos comentarios de que estaba "gorda" cuando chica de parte de familiares y adultos	De los esteriotipos que se han estipulado por la sociedad y redes sociales	no sé, supongo que de la comparación con otras personas
Comoarme con mis amigas	supongo que de la sociedad y personas que dijeron un comentario que por pequeño que fue afectó	De mi pubertad si o si, era mas gordita que ahora entonces tenía las piernas y poto mas grande por lo que mas de una vez me molestaron o los niños se fijaban en eso
Estándares de belleza	De la comparación con esteriotipos se belleza, y de crecer con gente que le daba mucho valor a lo físico	esteriotipos de belleza que nos han inculcado desde siempre
Desde chica	Poca representación en la tele cuando chica, comparación con otras personas, estandares de belleza	De mi mama y de mi
Sociedad	Hombres de la edad, abuelas, tios,	De los esteriotipos
Belleza estigmatizada, inseguridades desde niña, comentarios que dicen los mayores, bullying por aer mas grande que mis compañeras	Esteriotipos	Del esteriotipo que se muestra en redes
ser baja	Vienen completamente de mí	Yo creo que de la sociedad, y cuando iba en el colegio una vez mis compañeros me molestaron y me dijeron mano culo
De la cultura y sociedad, aparte de propias inseguridades	Redes sociales, televisión, revistas	De que me decian "tu no necesitas ser gorda"
Si, vienen de la construcción social que a hombres y mujeres nos ha determinado a lo que se le denomina un cuerpo perfecto e imperfecto. Estandares de belleza, etc.	comparación con otros cuerpos	Principalmente de los comentarios que recibí de mi papá y su pareja desde pequeña
Lo que veo en RRSS, y los estigmas sociales que se le atribuyen a la mujer.	Distrofia corporal	No me gusta como se ve
Supongo que de la comparación con el resto, y el no poder vestirme con ciertas cosas por la comodidad	De mi mama	Un poco por como se nos imponen las cosas en la sociedad y también por malos comentarios hacia mi cuerpo (¡¡poco de que te ves más gorda o no eres tan linda como X)
	De compararme con el modelo de belleza tradicional	Yo creo que por el bullying que sufrí cuando más chica y por los esteriotipos de la sociedad
	De la sociedad	Si o si de los estándares de belleza con los que crecimos, creyendo que son el modelo a seguir
	- Un poco por como se nos imponen las cosas en la sociedad y también por malos comentarios hacia mi	

SI ERES HOMBRE ¿SABES DE DÓNDE VIENEN ESTAS INSEGURIDADES?

- Cánones establecidos
- Comparación con el resto
- Comparación con el ideal establecido
- Nolose
- RRSS?
- De mi mismo
- Del colegio
- Del cuerpo ideal que quiero
- Tiktok y instagram
- No (8 respuestas)
- Ni idea
- No se quizás porque las mujeres se fijan en el atractivo de uno y comparan con otros
- No tengo
- Publicidad
- Al no saber controlar el autoestima
- Mucha gente opina de mi cuerpo
- No tengo inseguridades

SI ERES HOMBRE ¿QUÉ HACES CUANDO TE SIENTES ASÍ, PARA SUBIR TU AUTOESTIMA?

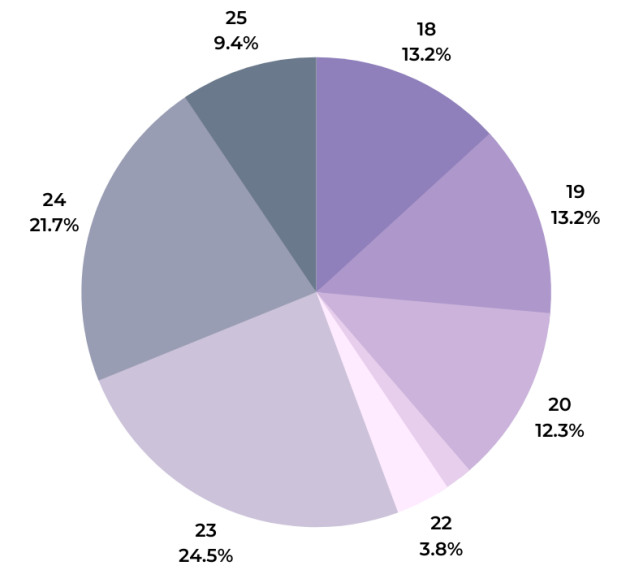
Nada	Me digo cosas lindas y me abrazo
Tampoco me afecta tanto	Entreno como mono, antes muerto que gordo
Nada	Hago yoga
Nada, se me pasa al rato	vestirme mejor, probar estilos nuevos
Generalmente no tengo inseguridades, pero cuando necesito subir mi autoestima por x motivo hago deporte, salgo con amigos y practico nuevas cosas	Salir, arreglarme
hacer más deporte y comer menos	hacer deporte me hace sentir menos gordo
entrenar	Ver anime
Deporte	Distraerme
Deporte, aunq con la madurez se supera	Ir al gym
NADA	No me influye tanto
No tengo	No me llega a afectar tanto, pero arreglarme
no	Nada mucho
Tratar de olvidarme	Nada, no me afecta tanto
nada se me pasa pronto	No me siento así
	Deporte, aunq con la madurez se supera
	NADA
	No tengo
	no

SI ERES MUJER ¿QUÉ HACES CUANDO TE SIENTES ASÍ, PARA SUBIR TU AUTOESTIMA?

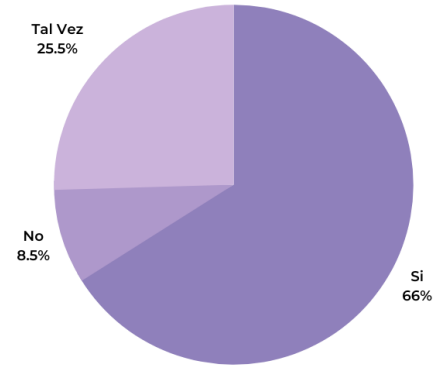
Nada	aceptarme	Pensar en todas las cosas increíbles que puede hacer mi cuerpo, tratar de pensar en que todos los cuerpos son bellos. Busco referentes bodypositive.
Intento maquillarme y ver frases de amor propio, tambien entender que todos somos distintos	Binder	Mejorar mi imagen con cosas que sé que me quedan bien, maquillarme bonita etc
me arreglo, me peino, y me visto con ropa cómoda y estifosa	No mirarme al espejo	me fumo un peetow
Desde siempre	Lo escondo	No pensar en eso y salir con mis amigas
Escucho música, busco ropa que me haga sentir cómoda y dependiendo de mi ánimo me maquillo y me arreglo ballando mientras lo hago, otras veces me pongo pijama, hago skincare y me voy a acostar	Pienso en más otras partes que me gustan de mi cuerpo	Dejar de comer
Deporte	Hago ejercicio	Bailar
Trato de rodearme con gente que ayuda más que resta	Bajar de peso y ponerme bonita	Ver mis logros o fotos donde me sentía bonita
Nada	darme cuenta que no importa realmente mi físico, y si realmente estoy en disgusto puedo trabajar sanamente para cambiarlo o sentirme más confiada	Tratar de pensar en otras cosas para evadir el tema.
Intento buscar soluciones si se puede, o sino busco maneras de aceptarlo en casos de que no se pueda cambiar.	no hago nada	Me arreglo, maquillo etc para sentirme linda
Arreglarme, conversar, reflexionar	Me acuerdo que aunque eso me moleste tengo muchas cosas mas que me definen como una buena persona, agradezco tener salud y que no me falta nada	Hacer ejercicio y ver videos motivan yes, hacer lo que me gusta
Me visto bonita, me maquillo, me arreglo para sentirme bien	Espero a que se me olvide	Comprarme ropa, ver videos de ejercicios aunque no los haga y después se me pasa me acepto como estoy
No pensar en ello, enfocarme en lo que si me gusta	Hacer deporte	me miro al espejo y veo lo linda q soy :)
Pongo música y bailo sin mirarme al espejo, o intento buscar cosas que si me gustan de mi misma y potenciarlas.	Ignorar los espejos y aprovechar la mascarilla	Me visto de la forma mas comoda posible y busco refugio en mis amigas
no he podido subirme el autoestima, a veces me arreglo para sentirme mejor	veo mi celular para distraerme	Sacarme el máximo partido
Escapar de los espejos y fotos, hacer deporte y comer poco y sano	intento cubrirlo para destacar otra parte	Ver memes
A veces hago ejercicio, otras veces simplemente no puedo	Trato de darme cuenta q es solo una inseguridad, me culdo mas con las comidas esa semana o trato de hacer deporte	Siempre
Vestirme con cosas que me gustan y escuchar música para crearme el cuento	me visto de forma que estos "defectos" no se noten	Nada, la verdad hay días y días. A veces me gustan a veces no. Si un día me siento fea fue nomas
Salgo a correr y trato de hacer dieta	Nada seguir con mi vida nomas	Trato de repetir frases de amor propio
recuerdo que no hay mucho que hacer para modificar facciones físicas, y no necesariamente es tan malo	Vestirme para tapar estas partes y no se noten, buscar en ig influencers de talla media	Me decoro
		Me acuerdo cuanta gente me ha dicho que les gusta y les gustaría tenerlo igual que yo jaja
		Usar ropa que tape lo que no me guste o verme en ángulos que no se vea lo que no me gusta

ENCUESTA 02

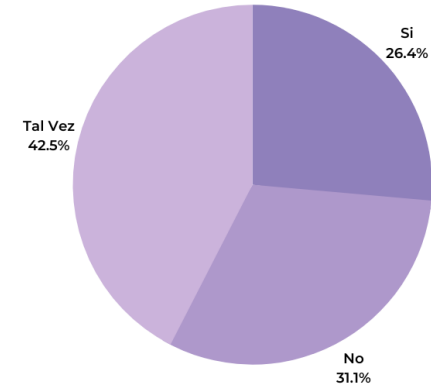
106 RESPUESTAS SOLO MUJERES



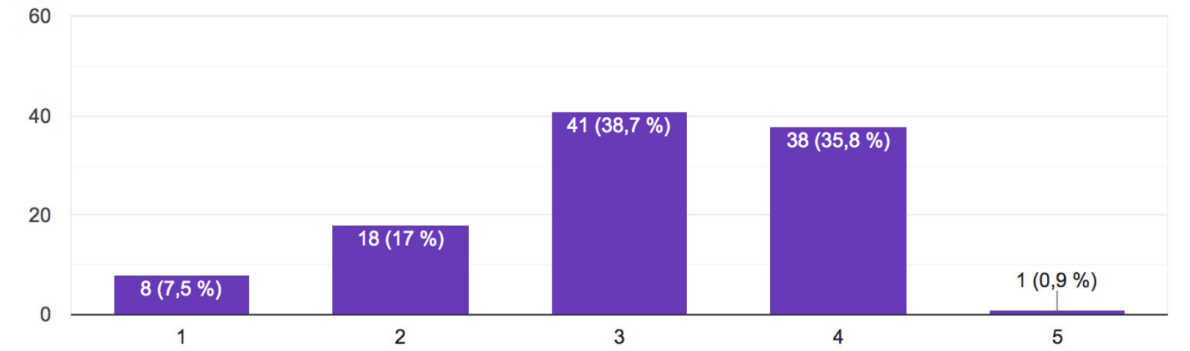
¿TE HAS SENTIDO ESTIGMATIZADA POR LA SOCIEDAD?



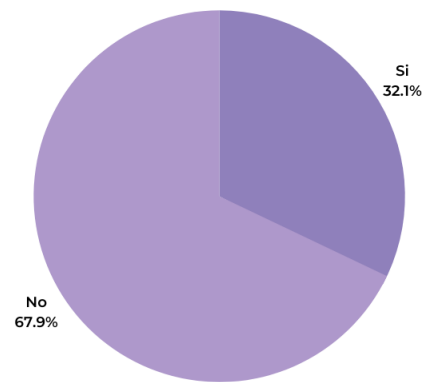
¿TE CONSIDERAS SEGURA DE TI MISMA?



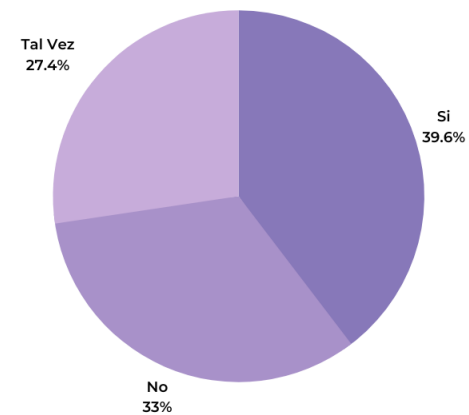
¿QUÉ TAN CONFORME ESTÁS ACTUALMENTE CON TU CUERPO?



¿VAS A TERAPIA, O PSICÓLOGO?



¿PADECES DE DEPRESIÓN O ANSIEDAD?

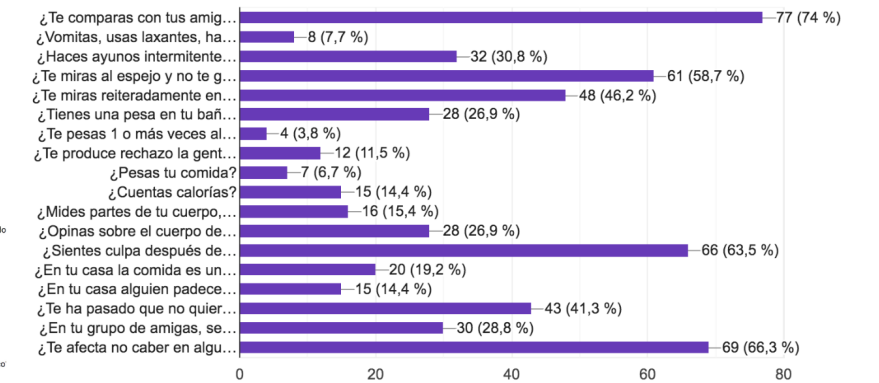


Marca las opciones que te caracterizan

- ¿Te comparas con tus amigas, familiares, modelos, etc?
- ¿Vomitas, usas laxantes, haces ejercicio en exceso?
- ¿Haces ayunos intermitentes o pasas largos periodos sin comer?
- ¿Te miras al espejo y no te gusta lo que ves?
- ¿Te miras reiteradamente en el día el estómago?
- ¿Tienes una pesa en tu baño, o pieza?
- ¿Te pesas 1 o más veces al día?
- ¿Te produce rechazo la gente gorda?
- ¿Pesas tu comida?
- ¿Cuentas calorías?
- ¿Mides partes de tu cuerpo, por ejemplo tu brazo, para saber si has engordado?
- ¿Opinas sobre el cuerpo de los demás?
- ¿Sientes culpa después de comer mucho?
- ¿En tu casa la comida es un tema en el cual existen restricciones?
- ¿En tu casa alguien padece de un TCA, o tiene variadas de estas conductas?
- ¿Te ha pasado que no quieres salir a alguna fiesta, o evento por tu aspecto físico?
- ¿En tu grupo de amigas, se habla mucho del peso?
- ¿Te afecta no caber en alguna talla de ropa, o haber cambiado de talla?

Marca las opciones que te caracterizan

104 respuestas







Universidad del Desarrollo
Facultad de Diseño

CORPO-REAL

*Programa que incentiva y promueve
el amor propio y la autocompasión en
mujeres adultas jóvenes.*

Zeinab Yazmín Sarras Saleh