



Una mirada hacia los trastornos psicológicos y los múltiples rostros del modelaje

A look at psychological disorders and the multiple faces of modeling

Santa Magdalena Mercado Ibarra¹

Instituto Tecnológico de Sonora

Ciudad Obregón, Sonora, México

<https://orcid.org/0000-0002-4417-0736>

mmercado@itson.edu.mx

URL : <https://www.unilim.fr/trahs/5388>

DOI : 10.25965/trahs.5388

Licence : CC BY-NC-SA 4.0 International

Resumen: México ocupa el quinto lugar en padecimientos de trastornos psicológicos en América Latina, lo cual representa una alta prevalencia; sin embargo, existe una baja proporción de personas que reciben tratamiento; esto cobra una peculiar importancia pues si bien el mundo del modelaje es un mundo externamente visibilizado, hay aristas que permanecen invisibles. Por ello el objetivo es analizar información científicamente sustentada sobre las realidades que enfrentan los modelos, con el fin de identificar de manera temprana los indicadores de riesgo psicopatológico contribuyendo a la concientización social. Es una investigación documental con información basada en la evidencia científica. Se encuentra que los modelos se enfrentan a exigencias extremas en cuanto a belleza y comportamiento, lo que puede llevarlos a recurrir a métodos perjudiciales para su salud por los estándares de la industria, que va derivando en el desencadenamiento de trastornos psicológicos diversos. El mundo globalizado, los medios de comunicación y las redes sociales perpetúan la idea de que solo la belleza idealizada es aceptable, generando presión para alcanzar esos estándares, afectando la autoestima, la salud física y mental. Sin embargo, se destaca la importancia del modelaje inclusivo como un avance en la industria, que entraña una ruptura de los estereotipos tradicionales, y que hoy día sigue siendo uno de los desafíos más fuertes, así como el fomentar una imagen de belleza más diversa y saludable.

Palabras clave: modelaje, estereotipos, salud mental, salud física, trastornos psicológicos

Résumé : Le Mexique se classe au cinquième rang des personnes souffrant de troubles psychologiques en Amérique latine, ce qui représente une prévalence élevée ; cependant, il y a une faible proportion de personnes recevant un traitement ; Cela prend une importance particulière car bien que le monde de la modélisation soit un monde visible de l'extérieur, il y a des bords qui restent invisibles. Pour cette raison, l'objectif est d'analyser des informations scientifiquement étayées sur les

¹ Santa Magdalena Mercado Ibarra es Profesora Investigadora de Tiempo Completo del Instituto Tecnológico de Sonora, México. Referente Institucional ante la RED internacional ALEC; miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1.

réalités auxquelles sont confrontés les modèles, afin d'identifier précocement des indicateurs de risque psychopathologique, contribuant à la prise de conscience sociale. Il s'agit d'une recherche documentaire avec des informations basées sur des preuves scientifiques. On constate que les mannequins font face à des exigences extrêmes en termes de beauté et de comportement, ce qui peut les amener à recourir à des méthodes néfastes pour leur santé selon les standards de l'industrie, ce qui conduit au déclenchement de divers troubles psychologiques. Le monde globalisé, les médias et les réseaux sociaux perpétuent l'idée que seule la beauté idéalisée est acceptable, générant une pression pour respecter ces normes, affectant l'estime de soi, la santé physique et mentale. Cependant, l'importance de la modélisation inclusive est mise en évidence comme une avancée dans l'industrie, qui implique une rupture avec les stéréotypes traditionnels, et qui continue aujourd'hui d'être l'un des défis les plus forts, ainsi que la promotion d'une plus diversifiée et saine.

Mots clés : modélisation, stéréotypes, santé mentale, santé physique, troubles psychologiques

Resumo: O México ocupa o quinto lugar em transtornos psicológicos na América Latina, o que representa uma alta prevalência, no entanto, há uma baixa proporção de pessoas que recebem tratamento, isso assume uma importância peculiar porque, embora o mundo da modelagem seja um mundo visível externamente, existem arestas que permanecem invisíveis. Por isso, objetiva-se analisar informações cientificamente fundamentadas sobre as realidades enfrentadas pelos modelos, a fim de identificar precocemente indicadores de risco psicopatológico, contribuindo para a conscientização social. É uma pesquisa documental com informações baseadas em evidências científicas. Constata-se que as modelos enfrentam exigências extremas em termos de beleza e comportamento, o que pode levá-las a recorrer a métodos nocivos à saúde para os padrões da indústria, o que leva ao desencadeamento de diversos transtornos psicológicos. O mundo globalizado, a mídia e as redes sociais perpetuam a ideia de que só a beleza idealizada é aceitável, gerando pressão para atender a esses padrões, afetando a autoestima, a saúde física e mental. No entanto, destaca-se a importância da modelagem inclusiva como um avanço na indústria, que implica uma ruptura com os estereótipos tradicionais, e que hoje continua sendo um dos maiores desafios, além de promover uma vida mais diversa e saudável.

Palavras chave: modelagem, estereótipos, saúde mental, saúde física, transtornos psicológicos

Abstract: Mexico ranks fifth in suffering from psychological disorders in Latin America, which represents a high prevalence, however there is a low proportion of people who receive treatment, This takes on a peculiar importance because although the world of modeling is an externally visible world, there are edges that remain invisible. For this reason, the objective is to analyze scientifically supported information on the realities faced by the models, in order to identify psychopathological risk early indicators , contributing to social awareness. It is a documentary research with information based on scientific evidence. It is found that the models face extreme demands in terms of beauty and behavior, which can lead them to resort to methods that are harmful to their health by industry standards, which leads to the triggering of various psychological disorders. The globalized world, the media and social networks perpetuate the idea that only idealized beauty is acceptable, generating pressure to meet those standards, affecting self-esteem, physical and mental health. However, the importance of inclusive modeling is highlighted as an advance in the industry, which entails a break with traditional stereotypes, and which today continues to be one of the strongest challenges, as well as promoting a more diverse and healthy beauty image.

Keywords: modeling, stereotypes, mental health, physical health, psychological disorders

Introducción

Los trastornos psicológicos en México ocupan los primeros lugares siendo responsables de 7.5% de la carga global, lo que representa 15 millones de días perdidos por mortalidad prematura o por discapacidad; en América Latina Central, México ocupa el quinto lugar (Murray et al., 2012). A pesar de su alta prevalencia de trastornos psicológicos en personas entre 18 y 65 años (Medina-Mora et al., 2003), sólo una pequeña proporción de los y las usuarias reciben tratamiento (17.7%), que se duplica (34.4%) en los casos de trastornos graves, e incluye una o incluso varias de las siguientes condiciones: ansiedad, trastorno bipolar tipo I, medicación antipsicótica, intento suicida, trastornos de personalidad, al menos un día de hospitalización o cualquier diagnóstico con una evaluación global de funcionamiento, igual o mayor a 40, que indica un nivel de moderado a grave de discapacidad (Borges, et al., 2007). Aun así, la mayor parte de los usuarios y usuarias no recibe atención.

Esto en el mundo de la moda cobra una peculiar relevancia, toda vez que este mundo altamente visible tiene un rostro invisible. La moda es una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de expresión individual, de una identidad o estilo, el cual está influenciado por las tendencias existentes en el mercado, la cultura y la sociedad a la que pertenecemos (Moreno, 2019; Jiménez, 2016), considerándose una estrategia promocional que tiene como objetivo presentar una nueva colección de productos a los clientes actuales y potenciales, implicando un impacto mediático a veces sin precedentes (Bogajo, 2022).

La moda es un fenómeno amplio que abarca más allá del mundo textil, y se considera como una de las formas más comunes de comportamiento colectivo (Pedroni y Pérez 2019), y alrededor de este mundo hay múltiples agentes que intervienen, entre ellos los estilistas, diseñadores, maquilladores, peinadores, coreógrafos, músicos, e iluminadores, periodistas y editores de moda, entre otros (Guerschman, 2019). Por supuesto, la figura vertebral son las modelos, y se refiere a una persona que viste una prenda, ropa o accesorio con el fin de mostrarlo a terceros (Salazar, 2016).

Sin embargo, lo que se proyecta a través de los diversos medios de comunicación asociados al modelaje, no reflejan la realidad que se vive, por lo que quienes trabajan en esta industria se ven impelidos a utilizar métodos para lograr una apariencia que socialmente se considera ideal, como por ejemplo sometimiento de cirugías, tratamientos de belleza, regímenes de entrenamiento exhaustivo, pruebas de maquillaje, peinados, extensiones, decoloraciones, entre otros. Sin embargo, este intento por alcanzar la imagen ideal entraña consecuencias negativas para la salud (Ponce, et al. 2017; Larrea, 2018). Esto tiene también un gran impacto en la sociedad, debido a que define las tendencias que las personas aspiran a alcanzar (Lamas, 2020). Lo previamente mencionado se magnifica en el contexto de la globalización, que ha puesto las condiciones propicias, tanto para el impacto positivo como negativo.

Globalización y moda

Levitt es considerado el creador del término globalización, utilizado por primera vez en 1983, y definido como un proceso multidimensional que implica la integración global de los mercados, empresas, producción y sistemas financieros nacionales; afectando el ámbito social, cultural y político, gracias al intercambio creciente de ideas, personas, productos, prácticas, tendencias, costumbres, información y dinero, impulsado por la tecnología, la digitalización y el desarrollo de las comunicaciones. Este nivel de interconexión ha transformado radicalmente el mundo en las últimas

décadas, y ha generado un aumento exponencial del comercio mundial y del intercambio internacional de capitales (Sancho, 2022).

En este contexto, la moda ha ganado una relevancia destacada en el mundo, convirtiéndose en una de las industrias más globalizadas del planeta (Martínez, 2020). La comunicación se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas de moda a la hora de proyectar y dar a conocer su marca para generar una imagen positiva (Bizcocho, 2022). Sumado a la digitalización de los negocios y el comercio electrónico han llevado a una reinención del mercado de la moda, y la tecnología ha permitido que la producción y distribución sean más eficientes además de accesibles para los consumidores (Crespo, 2022).

Lo anterior facilita y complejiza la vida de las modelos, pero, ¿cómo ha sido el mundo de la moda? Es muy importante conocer esto debido a que conocer la historia posibilita tener mayor claridad del impacto.

Breve historia de la moda, un antes y un después

La práctica de las pasarelas de moda tiene su origen en la aristocracia francesa, quienes disfrutaban de observar a las damas y caballeros en los bailes. A finales del siglo XIX, Charles Frederick Worth, considerado el primer modisto, y primer diseñador en usar modelos a clientes muy exclusivos (Trucco, 2015).

Y comenzaron a evolucionar también las locaciones con la incorporación de temas musicales, luces, fotógrafos, periodistas y editores de publicaciones, así como la sociabilización con invitados (Guerschman 2019). Asimismo, a través del tiempo ha ido evolucionando este mundo, y se han ido incorporando perfiles de modelos, dando lugar a la siguiente tipología o categorías de modelos que varían de acuerdo al tipo de desfile en el cual participan. Algunos de ellos incluyen:

- a) Los modelos de pasarela, quienes se caracterizan por poseer habilidades específicas de caminar adecuadamente para lucir prendas de diseñadores, en donde la estatura ha jugado un papel importante para la selección de las modelos.
- b) Las modelos de fotografía, capaces de transmitir sensaciones y emociones a través de imágenes estéticas y convincentes, sin requerir de un aspecto físico específico.
- c) Las modelos new faces, que se refieren a jóvenes recién llegadas a la industria, a los que se les brinda la oportunidad de iniciar su carrera en los países más destacados dentro del mundo de la moda.
- d) Las modelos de lencería o traje de baño, en las que se busca un cuerpo esbelto y voluptuoso, con una buena definición corporal.
- e) Las modelos infantiles, que representan productos relacionados con la infancia, siendo de suma importancia que los padres aseguren que la educación sea la prioridad número uno.
- f) Modelos maduras, donde lo más importante es sentirse cómodo detrás de la cámara, tener gracia y personalidad cálida y una actitud profesional; tienen más de 35 - 40 años, pero no hay preocupación por las canas, arrugas o manchas de la edad (Turcco, 2015; Salgado, 2013).

Cada una de estas categorías entraña una diversificación de exigencias; algunas de ellas son extremas y proyectan el lado clarooscuro de este complejo mundo del modelaje.

Exigencias que atraviesan las modelos

Al observar un desfile de moda, no es tan simple como parece; hay mucho trabajo detrás para llegar a ser parte de una pasarela sea de la categoría que se trate; las situaciones ansiógenas que ponen en juego los recursos personales de afrontamiento están presentes en todo momento, es decir, antes, durante y después del evento.

El proceso inicia desde el momento en que las modelos están en busca de trabajo, realizan casting con directores diversos, quienes las convocan meses antes de los eventos y que, una vez seleccionadas, enfrentan exigencias múltiples y sacrificios, ya que deben someterse a jornadas de trabajo muy agobiantes.

Esto implica una serie de pruebas a lo largo de varios días, durante los cuales las modelos prueban en repetidas ocasiones las prendas que lucirán en el desfile, llevando a cabo ajustes continuos de costura, así como diversas pruebas en detalles como peinados y maquillajes (Guerschman, 2019), lo cual conlleva la inversión de mucho tiempo, tiempo que se resta al que debe dedicarse a actividades de asueto, personales y familiares, que contribuyen al equilibrio que toda persona debe tener en su vida.

Durante el evento de modelaje, otra de las presiones es que pasan largo tiempo de pie, muchas veces con calzado incómodo que puede causar lesiones y deformaciones: en el tendón de aquiles, juanetes, callos, dedos en martillo o nervios comprimidos; por otra parte, se puede afectar la espalda y rodillas por el esfuerzo para mantener una postura equilibrada durante la pasarela (Chinlle, 2013). Se suma a ello, la exigencia de los estándares de belleza actuales, los cuales incluyen rostros simétricos, un vientre tonificado, entre otros (Peña, 2015); viéndose forzadas a someterse a la práctica de ejercicio extremo, dietas excesivas, ingesta de medicamento y cirugías estéticas, con el objetivo de asemejarse a lo que se cree que debe ser el físico ideal. Sin embargo, cada una de estas técnicas puede traer consigo ciertas repercusiones en su salud, tales como:

- a) Cirugías estéticas: pueden presentar complicaciones durante la administración de la anestesia general, durante el procedimiento quirúrgico y en el período postoperatorio; entre las complicaciones más comunes se encuentran las infecciones, la tromboembolia pulmonar, las complicaciones cardiovasculares, los cambios de coloración y la asimetría (Cury, 2014).
- b) Ejercicio extremo: puede convertirse en una adicción, con deterioro o malestar clínicamente significativos; además puede estar asociado a desencadenamiento de trastornos de conducta alimentaria (Reche y Gomez, 2014).
- c) Dietas rigurosas: a menudo practican el semiayuno, lo que provoca que el cuerpo consuma sus propias proteínas corporales para obtener energía, lo que conduce a la pérdida de masa muscular, sentimientos de frustración que afectan negativamente al estado psicológico, alteraciones gastrointestinales, como náuseas, vómitos, diarreas, estreñimiento, aumento del riesgo de problemas cardiovasculares, hepáticos, óseos, renales, incluso pueden desencadenar trastornos alimentarios (Dones, et al, 2016).
- d) Ingesta de medicamentos: como por ejemplo píldoras para adelgazar que también pueden ser adictivas y contienen ingredientes que pueden afectar eliminando líquidos del cuerpo y provocan efectos secundarios como dolor de cabeza, taquicardia, deshidratación, náuseas, insomnio, diarrea y flatulencia; también puede tener efectos psicológicos negativos como ansiedad, ataques

de pánico, adicción, problemas para dormir y síntomas de abstinencia (Solorzano, 2022).

A raíz de esto, las modelos experimentan insatisfacción sobre su físico, lo que impacta en el bienestar psicológico, pues ambos aspectos están intrínsecamente unidos.

En el año 2019 en España se realizó una en la que se examinó la relación entre la satisfacción corporal y la impulsividad en 40 modelos de pasarela, a quienes se les administró el cuestionario de Imagen Corporal de Cooper (BSQ) y el de Barratt Impulsiveness Scale (BIS-11). Se encontró que existe correlación inversa entre la satisfacción corporal y la impulsividad, concluyéndose que una baja satisfacción corporal puede ser factor de riesgo para la aparición de problemas de salud mental (Córdoba, 2020).

Es así como el autoconcepto en las modelos puede verse vulnerado. Es común, que las modelos tengan poca confianza en sí mismas y mantengan expectativas muy bajas de su desempeño, lo que provoca mantener conductas descontroladas y pensamientos autodestructivos. Estas mujeres están constantemente influenciadas por los ideales socio-culturales y las imágenes de la belleza ideal que se adaptan a su vida diaria (Salazar, 2016).

Trastornos psicológicos... alerta roja

En el intento de llegar al físico ideal, hay repercusiones en la salud mental. Una de las afectaciones que puede asociarse son los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA); estos constituyen conductas alteradas ante la ingesta alimentaria y/o la aparición de comportamientos encaminados a controlar el peso, distorsionando la alimentación, además de una extrema preocupación por la autoimagen (Ponce, et al., 2017).

Uno de los padecimientos más frecuente dentro de los TCA en las modelos es la anorexia nerviosa y bulimia nerviosa, por lo que es importante estar muy atentos a los indicadores de riesgo:

Anorexia nerviosa: es una restricción continua de la ingesta de alimentos, ingesta energética en relación con las necesidades, lo que resulta en un peso corporal significativamente bajo en comparación con su edad, sexo, desarrollo y salud física. Además, hay un miedo intenso a ganar peso o a engordar, o una conducta persistente que interfiere en el aumento de peso, incluso si el peso ya es significativamente bajo. También puede haber una alteración en la percepción del propio peso o constitución corporal, una influencia inapropiada del peso o constitución corporal en la autoevaluación, o una falta persistente de reconocimiento de la gravedad del peso corporal bajo actual (American Psychiatric Association, 2013).

Bulimia nerviosa: caracterizado por episodios recurrentes de atracones en los que se ingiere una cantidad de alimentos mayor que la que el común de las personas comerían en circunstancias similares, acompañados de una sensación de falta de control sobre la ingesta. También se presentan comportamientos compensatorios inapropiados, como el vómito, el uso de laxantes, diuréticos u otros medicamentos, el ayuno o el ejercicio excesivo, con el fin de evitar el aumento de peso; la autoevaluación se ve afectada por el peso corporal y la constitución (American Psychiatric Association, 2013).

Existen diversos casos donde practicantes del modelaje se vieron afectadas por estos padecimientos. Por mencionar un ejemplo, el primer caso es de una modelo francesa de 28 años, quien era una actriz y modelo que sufrió de anorexia desde los 13 años

de edad. En 2006, cayó en coma cuando sólo pesaba 25 kilos (con un IMC de 9.2). y murió debido a las complicaciones de la anorexia nerviosa el 17 de noviembre de 2010; sin embargo, dedicó los últimos años de su vida a luchar contra el uso de modelos extremadamente delgadas en la industria de la moda. En el clímax de su campaña posó desnuda y su fotografía enfatizó la frase “No a la Anorexia”. En ese momento, ella tenía un IMC menor a 12 (Hay & Morris, J. 2016; Ramírez, 2017).

Además, las modelos de la moda, pueden desarrollar otros trastornos psicológicos cuyos indicadores son descritos de manera muy precisa en uno de los manuales de diagnóstico más importante y reconocido a nivel mundial, y es el DSM5 cuyas siglas significan Manual de diagnóstico y estadístico de trastorno mentales (American Psychiatric Association, 2013):

Trastorno de ansiedad Social: asociado a indicadores como el miedo o ansiedad intensa en situaciones en las que la persona está expuesta a ser examinada por parte de otras personas. Algunos ejemplos son la interacción, como lo es, mantener una conversación o reunirse con personas extrañas, ser observado y actuar delante de otras personas (American Psychiatric Association, 2013); la ansiedad podría manifestarse principalmente en las relaciones sociales, donde sienten que su cuerpo está siendo evaluado (Pérez, 2018).

Trastorno de depresión mayor: caracterizado por la pérdida de interés en actividades placenteras, cambios en el peso o apetito, insomnio o hipersomnia, agitación o retraso psicomotor, fatiga, sentimientos de inutilidad o culpa, dificultades para concentrarse y pensamientos de muerte o suicidio. Estos síntomas están presentes la mayor parte del día, casi todos los días e interfieren significativamente en el funcionamiento.

La depresión podría ser experimentada en conjunto con la anorexia, el insomnio, la tristeza, el aislamiento, el llanto, la falta de placer, los problemas de autoimagen, y una autocrítica (Pérez, 2018).

Trastorno dismórfico corporal: o una preocupación excesiva por los defectos o imperfecciones percibidos en el aspecto físico que no son observables o importantes para los demás; comportamientos repetitivos, como mirarse en el espejo o compararse con otros, en respuesta a esta preocupación que puede causar malestar significativo y puede afectar negativamente al funcionamiento social, laboral u otras áreas importantes.

Trastorno de evitación/restricción de la ingestión de alimentos : caracterizado por una falta de interés aparente por comer o alimentarse, y preocupación acerca de las consecuencias repulsivas de la acción de comer; es decir es un fracaso persistente para cumplir las necesidades nutritivas y/o energéticas adecuadas, que se asocia con la pérdida significativa de peso, deficiencia nutritiva significativa, dependencia de la alimentación enteral o de suplementos nutricionales por vía oral, e interferencia importante en el funcionamiento psicosocial.

Trastorno de atracón: es decir la presencia de episodios recurrentes de ingesta excesiva de alimentos en un corto periodo de tiempo, acompañados de una sensación de falta de control sobre la cantidad de alimentos consumidos. Además, estos episodios se asocian con otros síntomas, como comer demasiado rápido, sentirse incómodamente lleno, comer en exceso aun sin hambre, sentir vergüenza por la cantidad de alimentos ingeridos y, posteriormente, experimentar malestar emocional intenso.

Si se revisa un estudio empírico se tiene que en la Ciudad de México, Almazán y Peña (2019) realizaron una investigación llamada *La amenaza detrás de la belleza: Un*

análisis psicológico en modelos de moda mexicanos, la cual tenía como objetivo conocer la influencia que tienen los medios de comunicación habituales y los hábitos alimenticios sobre la imagen corporal y autoestima. Participaron 50 hombres y 50 mujeres, provenientes de institutos de modelaje de moda en la Ciudad de México. En conclusión, esta investigación mostró que los modelos pueden experimentar cambios en su estado emocional y tener percepciones distorsionadas sobre su cuerpo, influenciados por los medios de comunicación y hábitos alimenticios. El 90% de las modelos pueden verse afectadas por los estándares de belleza impuestos por los medios de comunicación, mientras que el porcentaje para los hombres es del 72%. En cuanto a los hábitos alimenticios, el 64% de las mujeres y el 92% de los hombres pueden desarrollar trastornos alimentarios de alto riesgo debido a la presión de alcanzar los estándares corporales. Además, la imagen corporal de aproximadamente el 84% de las mujeres y el 92% de los hombres puede verse afectada negativamente. Los modelos también pueden experimentar una disminución de su autoestima y sufrir niveles considerables de tristeza, e incluso depresión severa en casos extremos (Almazán & Peña, 2019).

Tabla 1 : Descripción de niveles de autoestima, imagen corporal, medios de comunicación y hábitos alimenticios

		Modelos		
		Fem.	Masc.	Total
		o	o	o
Autoestima	Elevada			
	Media	11	11	22
	Baja	39	39	78
Influencia de medios de comunicación	Presencia	45	36	81
	Ausencia	5	14	19
Hábitos alimenticios femeninos	Ordinario	18		18
	Alto riesgo	32		32
	Caso Clínico	0		0
Hábitos alimenticios Masculinos	Ordinario		4	4
	Régimen alimenticio de riesgo		46	46
Imagen corporal	Percepción buena de imagen corporal	5	4	9
	Percepción media de imagen corporal	3	2	5
	Percepción mala de imagen corporal	42	44	86

Fuente: Almazán & Peña (2019: 8)

Un aspecto que se suma como factor de riesgo son los estereotipos sociales, los cuales son muy difíciles de modificar y se requiere de una labor de concientización social de estos temas para ir revirtiendo dichos estereotipos.

Estereotipos e impacto social

Los estándares de belleza que nos ha brindado el mundo del modelaje no afectan únicamente a quien lo ejerce, sino también tiene un gran impacto en la sociedad ya que el mundo de la moda se esfuerza por presentar una imagen femenina que sea reconocida y deseada por aquellos que están fuera de la industria. En consecuencia, el modelaje establece lo que es considerada “belleza” y además define las tendencias que las personas aspiran a alcanzar (Salazar, 2016; Lamas 2020).

Uno de los principales elementos influyentes en la formación de estereotipos son los medios de comunicación, y esto se debe a que las imágenes que se difunden a través de ellos, pueden inspirar a las personas a alcanzar las mismas características físicas que se presentan en dichas imágenes. No obstante, los medios suelen distorsionar la realidad al manipular las fotografías de modelos y celebridades que aparecen en ellos (Bazán y Miño, 2015).

Un ejemplo claro de estos medios de comunicación, son las revistas. En un estudio realizado por Pérez et al (2016) en San Luis Potosí, titulado *Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas*, que tuvo como objetivo analizar si, en México, las portadas de las revistas de belleza y moda más conocidas, siguen difundiendo un modelo estético basado en la mujer muy delgada. Se examinaron 53 portadas (calificadas por expertos) de las 9 revistas de belleza y moda más conocidas, estableciéndose categorías de valoración, las cuales pueden verse en la tabla 2, y se determinaron los referentes evaluativos que deberían aplicarse a cada portada, para que se clasificara dentro de una u otra categoría (Pérez, et al., 2016).

Tabla 2 : Ejes y categorías de valoración empleados en el análisis de las portadas, realizadas por el equipo de investigación

Ejes	Categorías
Presencia de fotografía femenina	Si
	No
Tipo fotografía	Full shot
	Plano americano
	Medium shot
Contenido de los encabezados	Belleza
	Moda
	Salud
	Sexualidad
	Otros
Estimación estado corporal	Flaca
	Delgada
	Normal con curvas
	Sobrepeso
Estimación de la forma de cuerpo	Triangular
	Rectangular/tabla
	Ovalado
	Triangular invertido
	Reloj de arena
Referencias	Rosa/pálida
Estimación del color piel	Clara
	Clara-morena
	Morena clara
	Morena oscuro
	Negra

Fuente: Pérez, et al., (2016: 43)

Como resultados, se pudo constatar que el 100% de las revistas analizadas, incluyen una fotografía de una mujer en su portada. En cuanto a los mensajes encabezados, se concluyó que la mayoría tratan sobre moda 85% y belleza 71%, seguidos por sexualidad 15% y salud 7%. En cuanto al modelo estético del cuerpo de la mujer elegida para la portada, el 59% de los casos se muestra una imagen de delgadez, en el 39% de flaqueza, y en solo el 2% se muestra una mujer con curvas; ninguna portada muestra a una mujer que pudiera ser calificada con sobrepeso. El 58% de las mujeres retratadas en la portada tienen un color de piel claro, seguido por morena clara 23%. No se encontró ninguna mujer con un tono de piel morena oscura o negra en ninguna de las portadas analizadas (Pérez, et al., 2016).

Asimismo, la preocupación por la imagen corporal y el deseo de ser atractiva también es un tema común en la televisión (Barros, 2020), las redes sociales afectan la percepción de la belleza en las personas que utilizan estas plataformas impactando en la disminución de la autoestima, lo que lleva a algunas personas a recurrir a programas de edición de imágenes para hacer que ciertas partes del cuerpo se vean más estéticas para los espectadores, para emular a las modelos (Lamas, 2020; Chaves 2021).

En un estudio realizado en la Ciudad de Castellón de la Plana, España, sobre la manipulación fotográfica en las redes sociales que tenía como objetivo, realizar una comparación de imágenes en instagram y el análisis de un focus group compuesto por 10 jóvenes comprendidos entre 18 y 23 años, 7 mujeres y 3 hombres estudiantes, a los cuales se les preguntó si utilizaban la manipulación en sus fotografías usando el retoque y la razón, se concluyó que la mayoría de los participantes editan sus fotografías, utilizan filtros y herramientas. El 100% de los participantes revisan la aplicación constantemente e incluso varias veces al día, para ver lo que hacen las personas a las que siguen, con quién están o qué nuevas fotografías han compartido; lo que demuestra la adicción que genera la red social (Muñoz, 2017), trayendo como consecuencia la aparición de conductas obsesivas e insatisfacción por la comparación.

Por otra parte, la influencia de las diferentes áreas de la moda son factores claves en el desarrollo de los Trastornos de Conducta Alimentaria (TCA) y los ya descritos previamente en la sociedad con consecuencias similares (Guerrero, 2016; Lazo, et al., 2015). En relación a esto, Pineda et al (2014) realizaron un estudio en Baja California, México, sobre el riesgo de anorexia y bulimia en función de la ansiedad y la edad de la pubertad en universitarios de Baja California-México, con el objetivo de comparar el riesgo de bulimia y anorexia dependiendo del grado de ansiedad y de la edad de la pubertad en estudiantes universitarios. La muestra fue de 420 universitarios de 18 a 30 años de ambos sexos; utilizaron la Escala de Factores de Riesgo de Trastornos Alimentarios de Gómez-Peresmitré y Avila, así como el Inventario de Ansiedad de Beck y Steer. Entre los principales hallazgos, se encontró que el riesgo de bulimia y anorexia es mayor cuando el grado de ansiedad es alto.

Si bien esta investigación no se realizó en modelos, y es importante recalcar que existen muy pocos estudios científicos realizados en esta población, sin embargo los hallazgos dan luz sobre la relación de la ansiedad con algunos trastornos psicológicos.

La imagen de belleza que es propuesta como idea, está muy lejana de ser saludable; provoca una degradación que es perjudicial, especialmente para la mujer, cuyas consecuencias van desde la pérdida de autoestima, hasta la pérdida de la salud y en algunos casos la muerte (Torres, 2017). Esto es sumamente peligroso; impide aceptar las limitaciones normales de los cuerpos para encontrar una felicidad inalcanzable (Martínez & Muñoz, 2015).

Las buenas noticias del modelaje inclusivo

En todo este panorama hay una luz, debido a que se están dando pasos positivos hacia la ruptura de estereotipos tradicionales que han ayudado a desafiar las normas excluyentes de la industria de la moda; un ejemplo de ello son aquellas modelos “curvy” o “talla grande”, lo cual es una representación femenina más real y acorde al contexto fisiológico de muchas mujeres (Ortiz, 2020).

En un artículo de la revista *Mujer Hoy* sobre las famosas *influencers curvies* que son un ejemplo a seguir, Llano enumera a varias *instagrammers* internacionales

destacadas en la comunidad *curvy* para impulsar la creación de dicho movimiento (Ygnacio, 2021), la tendencia social también de las personas mayores (Otero, et al. 2020), así como la de personas con capacidades diferentes (Godino, 2019). Por lo que esta temática acerca de la inclusión y de diversidad se está ampliando, a causa de que el mundo avanza, no siempre a la velocidad que debiera ser, pero poco a poco avanza hacia una proclamación de los derechos humanos, con el propósito de dar a conocer que los humanos somos valiosos sin distinción de origen, color, raza, sexo o religión (Doustaly, 2021).

Es por ello que la inclusión dentro de la industria de la moda, pretende integrar talentos aceptando que la diversidad es la diferencia y variedad entre personas (Romero, et al. 2021).

Conclusiones y consideraciones finales

La industria de la moda se caracteriza por la búsqueda incesante de innovación; representa una forma de expresión no solo personal sino social. Acorde a lo aseverado por Moreno (2019) y Jiménez (2016), la moda es influenciada por las tendencias del mercado, la cultura y la sociedad en la que vivimos. Sin embargo, aun cuando se ha avanzado en el tema de la inclusión, la tendencia es que se conoce preponderantemente el rostro externo del glamour, una pequeña parte, la de las pasarelas, la belleza, cuerpos perfectos; pero el resto de rostros son cubiertos por una máscara, que oculta la violencia a la que son sujetas las modelos. Esto trae a la mente el mito griego de la medusa, mujer de cabellos de serpiente y víctima de violencia sexual.

En la mitología griega, la medusa es un ser del inframundo, cuya misión como sacerdotisa era proteger el templo de la Diosa Atenea, pero fue violada por Poseidón, el “señor de los mares”, lo cual desató la furia de Atenea transformando su cabello en serpientes y le otorgó la característica que marcaría su vida: convertir en piedra a quien fuera con solo mirarlo (Contreras, 2020).

Esto asemeja a la violación de los derechos humanos de las modelos: mujeres valientes que echan a andar todos los recursos personales que poseen para integrarse a un mundo cerrado y elitista, que discrimina, y las obliga a competir incesantemente con todo aquello que pueda representar una competencia, provocando el desarrollo de trastornos psicológicos, que pueden llevarlas hasta a perder la vida - por ello la relevancia de la identificación temprana de estos indicadores.

Sin duda, se paga un alto precio por esa violación de sus derechos humanos - todo con el propósito de cumplir con estándares de belleza y perfección. Las emociones se van petrificando afectando a las modelos y a la sociedad, quién gracias a los medios de comunicación y estrategias de mercadotecnia, las convierten en referentes a seguir. Y lo son pero se requiere de mucha fuerza interior, valentía e inteligencia para sobrevivir en una industria como la del modelaje.

Es necesario dignificar sus historias, garantizar su salud física y mental, resignificarlas, y dar a conocer todo lo que hay detrás de este mundo, sus sacrificios y procesos que atraviesan para poder llegar a ser parte de una pasarela (Moreira 2015; Chinlle 2013). Exigencias de comportamiento y belleza que no corresponden a la realidad; por lo que es fundamental impulsar políticas públicas que las protejan, pero sobre todo una política pública que no quede, como la mayoría de las ocasiones, en papeles y archivos amontonados, sin sentido. Se necesitan cambios radicales en este planeta intangible: el corazón de los seres humanos; desarrollar la empatía y sentir lo que siente otra persona; y solo así frenaremos todo indicio de violencia.

Las redes sociales juegan un papel central y estratégico; a nivel social generan la necesidad de seguir estos estándares a toda costa (Guerrero, 2016; Lazo, et al., 2015).

Es urgente desarrollar investigación científica pues existen muy pocos estudios realizados en esta población; investigación que de luz a los diferentes rostros de las modelos, y a través del cual se visibilice el claroscuro de la industria de la moda.

Referencias

- Almazán, O. M., & Peña, G. J. R. (2019). La amenaza detrás de la belleza: Un análisis psicológico en modelos de moda mexicanos. *Psicología Iberoamericana*, 27(1).
<https://www.redalyc.org/journal/1339/133960951008/133960951008.pdf>
- American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.).
<https://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/Documents/dsm-v-guia-consulta-manual-diagnostico-estadistico-trastornos-mentales.pdf>
- Bazán, C. I., & Miño, R. (2015). La imagen corporal en los medios de comunicación masiva. *Psicodebate. Psicología, Cultura y Sociedad*, 15(1), 23-42.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5645337.pdf>
- Barros, R, F. (2020). *Los cánones de belleza de la mujer occidental desde una perspectiva de género*. [Trabajo de fin de grado, Universidad de Jaén.]
https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/10469/1/De_La_Morena_Lpez_De_La_Nieta_Patricia_TFG_Educacin_Social_2.pdf
- Bizcocho, J. P. (2022). *Plan de comunicación para la empresa de moda española Panambi*. [Trabajo de fin de grado, Universidad de Sevilla.] Recuperado de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/136633/PER_BIZCOCHOJUAN_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bogajo, P. U. (2022). El espectador en la escenografía de moda: la integración del público en los desfiles de Chanel [Trabajo de fin de grado, Universidad de A Coruña]. Recuperado de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/32159/BogajoPerez_Uxue_TFG_2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Borges, G., Wang, P.S., Medina-Mora, M.E., Lara, C. (2007). Tat ChW. Delay of first treatment of mental and substance use disorders in Mexico. *Am J Public Health*. 2007;97(9):1638-43. DOI: 10.2105/AJPH.2006.090985
- Chaves, V.B. (2021). El papel de los influencers en la creación y reproducción del estereotipo de belleza femenina en Instagram [Trabajo de fin de máster, Universidad de Salamanca].
https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/147203/TFM_ChavesVázquez_Papel.pdf?sequence=1
- Chinlle F. E. G. (2013). Análisis biomecánico de la marcha de pasarela en modelos de 15 a 25 años de una academia de modelaje [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7591/8.34.001067.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Clavero, S. F. (2018). Trayectoria, análisis y efectos del canon de belleza difundido por la publicidad y moda en mujeres adolescentes desde los años 60 hasta la actualidad [Trabajo de fin de máster, Universidad Complutense de Madrid].

https://eprints.ucm.es/id/eprint/54978/11/Clavero%20Suero%202018_TFM.pdf

- Contreras, E. (2020). *Medusa: la historia de como la mujer del cabello de serpientes se convirtió en ícono del feminismo*. Recuperado de <https://www.biobiochile.cl/noticias/sociedad/historia/2020/09/09/medusa-la-historia-de-como-la-mujer-del-cabello-de-serpientes-se-convirtio-en-icono-del-feminismo.shtml>
- Cordova, G. N. (2020). Satisfacción corporal e impulsividad en modelos de pasarela femeninas de Trujillo, 2019 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/27642>
- Crespo, A. C. (2022). Tendencias en el consumo de la moda textil [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid]. Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/52923/TFG-E-1361.pdf?sequence=1>
- Cury F. M. R. (2014). Complicaciones en la cirugía plástica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 49, 2629. http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?pid=S230437682014001000009&script=sci_arttext&tlng=es
- Dolezal, L. (2017). Representing Posthuman Embodiment: Considering Disability and the Case of Aimee Mullins, 46(1), 60-75.
- Dones, M. J. C., Villar, M. I. F., Bonilla, M. J., González, C. M., & Rodríguez, M. M. (2016). Dietas milagro bajas en hidratos de carbono o carbofóbicas: perspectiva enfermera desde la evidencia. *Enfermería Clínica*, 26(4), 243-249. https://campaigns.elsevier.com/upload_campaigns2/1479915655-Nursing_files.pdf
- Doustaly, V. (2021). Jean Paul Gaultier: Diversidad e Inclusión. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. *Ensayos*, (128), 135-144. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8349073.pdf>
- Godinho, S. (2019). *El cuerpo con discapacidad en el mundo de la moda*. In XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. <https://cdsa.academica.org/000-023/659.pdf>
- Guerrero, G.N. (2016). *La influencia de la publicidad en los TCA (anorexia y bulimia) en mujeres entre 18 y 35 años*. [Trabajo de fin de máster, Universidad de Sevilla] Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/48772/LA%20INFLUENCIA%20DE%20LA%20PUBLICIDAD%20EN%20LOS%20TRASTORNOS%20DE%20LA%20CONDUCTA%20ALIMENTARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guerschman, B. (2019). *Es como contar una historia. El desfile de moda como práctica cooperativa del diseño*. In XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales. Recuperado de Universidad de Buenos Aires. <https://cdsa.academica.org/000-023/600.pdf>
- Hay, P., & Morris, J. (2016). *Trastornos alimentarios*. *International Association for Child and Adolescent Psychiatry and Allied Professions (IACAPAP)*. Recuperado de https://iacapap.org/_Resources/Persistent/eabce69ad6a7ea9596dafbfcfc792b75d53c6f1c/H.1.-Tr-Alimenticios-Spanish-2018.pdf

- Jauregui, G. N. (2021). Satisfacción corporal e impulsividad en modelos de pasarela femeninas de Trujillo, 2019 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo, Perú.]
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27642/TESIS%20GRCIA%20CORDOVA.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Jiménez, R.N. (2016). *Investigación sobre la importancia del diseño y la moda en los medios de comunicación y artísticos*. NOEmeLIA, creación de una revista digital online [Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València].
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/60586/JIM%20C9NEZ%20-%20Investigaci%20F3n%20sobre%20la%20importancia%20del%20dise%20o%20y%20la%20moda%20en%20los%20medios%20de%20comunicaci%20F3n%20y....pdf?sequence=3>
- Lamas C., L. G. (2020). *Diseño de concepto y marca para combatir estereotipos femeninos de belleza que acentúan la baja autoestima en adolescentes usuarias de Instagram*. [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Recuperado de
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/44e209b5-be58-4368-ba0f-c92cacbb5197/content>
- Larrea, O. S. (2018). ¿Son nuevos cuerpos los de la moda? [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. Recuperado de
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6252/1/T-2678-MC-Larrea-Son%20nuevos.pdf>
- Lazo, M. Y., Quenaya, A., & Mayta-Tristán, P. (2015). Influencia de los medios de comunicación y el riesgo de padecer trastornos de la conducta alimentaria en escolares mujeres en Lima, Perú. *Archivos argentinos de pediatría*, 113(6), 519-525. <http://www.scielo.org.ar/pdf/aap/v113n6/v113n6a11.pdf>
- Martínez-Barreiro, A. (2020). Moda sostenible: más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales. *Sociedad y Economía*, (40), 51-68. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-63572020000200051
- Martínez, O. M. D. & Muñoz, M.A. (2015). Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 21(1), 369-384.
<https://revistas.ucm.es/index.php/esmp/article/download/49100/45792>
- Medina-Mora M. E, Robles R, Berenzon SH. Pobreza y Salud Mental. En: Cano L (2013). *La enfermedad mental en México tiene rostro de pobreza e inequidad en Pobreza y desigualdad Social*. UNAM.
<https://doi.org/10.5944/comunitania.8.9>
- Moreira, G. K. (2015). *Diseño de un plan de marketing para una agencia de modelos Miss Splendor en el sector norte Urdesa de la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil].<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/red>
- Moreno, C. M. (2019). *Satisfacción del cliente de una tienda Fast Fashion y un retailer de ropa de la ciudad de Trujillo: un análisis comparativo*. Recuperado de
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22343/Moreno%20Castillo%20Mar%20C3%20ADa%20Fernanda.pdf?sequence=1>

- Muñoz, M. E. (2017). *La manipulación fotográfica en las redes sociales: el fenómeno de Instagram*. Recuperado de https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/173570/TFG_2017_Mu%C3%B1oz_Martinez_Elena.pdf?sequence=1
- Murray C; Global Burden of Disease Group. Disability-adjusted life years (2012) for 291 diseases and injuries in 21 regions, 1990-2010: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2010. *Lancet*. 2012;380(9859):2197-223. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/233939365_Disability-adjusted_life_years_DALYs_for_291_diseases_and_injuries_in_21_regions_1990-2010_A_systematic_analysis_for_the_Global_Burden_of_Disease_Study_2010
- Ortiz, N. V. (2020). Las representaciones de la mujer de talla grande en la publicidad: caso Forever 21. *Vivat Academia*, (151), 1-24. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7484240.pdf>
- Otero, L. M., Ballesteros; M.M., García, A.M., Otero, L.A., Pérez, M. S., San Raimundo, M., M. & González, C. J. (2021). Moda y salud en personas mayores. Revisión bibliográfica enfermera. Recuperado de https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/13395/1/O214-9877_2021_1_2_47.pdf
- Pedroni, M., & Pérez C. C. (2019). Investigación en moda: Cambio, comunicación e industria. *Prisma Social: Revista de investigación social*, 24, 1-8. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102926/Investigaci%C3%B3n%20en%20moda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peña G. M. A. (2015). *La eficacia de las modelos delgadas vs las modelos normales en anuncios de lencería: ¿Quién vende más?*. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2015/138429/TFG-_Mariona_Pena.pdf
- Pérez, A. (2018). *Trastornos de la conducta alimentaria: estudio de variables clínicas y propuesta de una tipología* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/46697/1/T39643.pdf>
- Pérez-Lugo, A. L., Gabino-Campos, M., & Baile, J. I. (2016). Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7(1), 40-45. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232016000100040
- Pineda, G. G., Gómez, P.G., Velasco, A. V., Platas, A.S., & Áramburo, V.V. (2014). Riesgo de anorexia y bulimia en función de la ansiedad y la edad de la pubertad en universitarios de Baja California-México. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 5(2), 80-90. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmta/v5n2/v5n2a2.pdf>
- Ponce T., C., Turpo E., K., Salazar P. C., Viteri-Condori, L., Carhuancho A., J., & Taype R. Á. (2017). Trastornos de la conducta alimentaria en estudiantes de medicina de una universidad de Perú. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43, 551-561. <https://www.scielosp.org/article/rcsp/2017.v43n4/551-561/es/>
- Prodanov, L. S., & Reinke, C. (2016). A mulher madura e o consumo de moda no Brasil.

- Revista Prâksis, 1, 69-82. Recuperado de
<https://www.redalyc.org/journal/5255/525553723009/525553723009.pdf>
- Ramírez, J. S. (2017). La belleza inalcanzable. *Revista de Estudios de Investigación en Comunicación*, 13, 67-76. Recuperado de
<http://www.reibci.org/publicados/2017/jun/2300102.pdf>
- Reche G.C., y Gómez, D. M. (2014). Dependencia al ejercicio físico y trastornos de la conducta alimentaria. *Apuntes de Psicología*, 32(1), 25-32.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/84635/1/483-1100-1-SM.pdf?sequence=1>
- Romero, S. M., Duarte, M. N., & Burgos, A. A. (2021). *Inclusión de la industria de la moda para personas con síndrome de Down* [Tesis de pregrado, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior.] Recuperado de
[https://repositorio.cun.edu.co/bitstream/handle/cun/154/PROYECTO%20DE%20GRADO-%20INCLUSI%C3%93N1%20\(1\)%20\(1\).pdf?sequence=1](https://repositorio.cun.edu.co/bitstream/handle/cun/154/PROYECTO%20DE%20GRADO-%20INCLUSI%C3%93N1%20(1)%20(1).pdf?sequence=1)
- Salazar, C. A. (2016). *Autoconcepto de modelos profesionales de Guatemala*. Tesis de Maestría, Universidad del Valle de Guatemala. Recuperado de
<https://recursosbiblio2.url.edu.gt/tesisjcem/2016/05/42/Flores-Carmen.pdf>
- Salgado, P. J. (2013). Lo bello, lo feo y lo censurado en la fotografía del modelaje [Tesis doctoral, Universidad Internacional SEK.]
<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/609/1/JUAN%20CARLOS%20SALGADO%20PRADO.pdf>
- Sancho, S.T. (2022). *La relocalización como estrategia preferente en la reestructuración de las cadenas globales de valor: Análisis de caso: Turquía como alternativa de relocalización de la industria de la moda*. Trabajo de fin de grado. Universidad Pontificia Comillas. Recuperado de
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/56790/TFG%20-%20Sancho%20Silla%20Teresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Solorzano I. N. F. (2022). *Conocimientos, actitudes y prácticas frente al consumo de productos para bajar de peso en mujeres de 18 a 45 años del GAD municipal del cantón Marcelino Maridueña* [Tesis de Maestría, Universidad Estatal de Manabí.] Recuperado de
<https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/6771/1/SOLORZANO%20IBARRA.pdf>
- Torres, L. L. (2017). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios: Estudio transversal en 4 rangos de edad que abarca de los 18 a los 49 años*. [Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.]
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/47905/1/T39985.pdf>
- Trucco, R. (2015). Todo sobre los desfiles la moda y su historia: Barcelona está de moda. *Entrevistas y mucho más* (Vol. 2). Ins Baix Penedès.
[https://premisrecerca.uvic.cat/sites/default/files/webform/b0c8d6f34729438555bc5689f3a777266bdb63co_TRACABAT3-2%20\(1\).pdf](https://premisrecerca.uvic.cat/sites/default/files/webform/b0c8d6f34729438555bc5689f3a777266bdb63co_TRACABAT3-2%20(1).pdf)
- Ygnacio, C. M. (2021). *Análisis de la construcción de los perfiles de las curvy influencers peruanas en Instagram*. [Tesis de licenciatura. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.] Recuperado de
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658963/Ygnacio_CM.pdf?sequence=3