



*BELLEZA, IMAGINARIOS
CONSTRUIDOS*

**REPRESENTACIONES SOCIALES QUE TIENE LAS
MUJERES DE SEGOVIA SOBRE LA BELLEZA**

YULIET MARITZA ARBOLEDA CATAÑO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

DEPARTAMENTO TRABAJO SOCIAL

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

SEGOVIA

2016

Agradecimientos

Inicialmente deseo agradecer enormemente a mi asesora de línea por su capacidad de escucha, entendimiento, paciencia, acompañamiento y apoyo en este proceso

A mi familia, especialmente a mi madre, hija y compañero sentimental por el apoyo y comprensión.

A todos los y las docente que conocí en mi recorrido educativo, por darnos bases conceptuales, teóricas y metodologías que contribuyeron a conocer diferentes aspectos de esta bella profesión.

A mis compañeros de grupo, por las constantes palabras de ánimo.

Contenido

Introducción..... 6

Memoria metodológica..... 7

Planteamiento Del Problema 9

Teorías, base fundamental de la investigación 20

Excursus metodológico 25

Inserción al campo..... 27

Criterios éticos..... 29

“las mujeres se han enfocado por ser lindas no por ellas mismas si no por los demás” 31

Cultura de belleza 31

Contexto, forjador de las representaciones sociales. 31

“Percepciones, el inicio de una cultura de belleza” 34

Percepciones emocionales:..... 35

Percepciones físicas:..... 36

El cuerpo..... 36

Estereotipos 38

“El sentimiento de estar bien con uno mismo” 43

Construyendo la belleza con prácticas sociales 43

Cuidado de si	44
Practicas rutinarias de belleza.....	45
Prácticas de salud.....	50
Modelos de belleza	51
La belleza relacionada con la esbeltez.....	51
Belleza relacionada con el auto aceptación.	51
Trabajo Social y las representaciones de la belleza en contextos específicos.....	53
Trabajos citados	58

Introducción

Con la intención de identificar las representaciones sociales que tienen las mujeres de Segovia sobre la belleza, se requirió situar la reflexión del saber cotidiano de las mujeres de esta localidad sobre el tema, además, tener un conocimiento del contexto, por medio de lo cual se podría denotar cada una de las particularidades que permitiera comprender las variables de esta situación, captar cómo, a través del intercambio social, estos sujetos estructuran una determinada manera de ver y configurar sus perspectivas referentes a la belleza y como lo introducen en su vida cotidiana

Es por ello, que en este primer capítulo denominado cultura de belleza, pretende definir como se configura el tema de belleza en el municipio de Segovia, partiendo de conocer el contexto, tradiciones, los estereotipos, las percepciones e imaginarios, además, de conocer cuáles han sido los medios que generan que las mujeres introduzcan en la sus vida un aspecto tan superficial como la belleza.

En el segundo capítulo, se pretende identificar las diferentes prácticas sociales que tienen las mujeres de municipio de Segovia para alcanzar ciertos prototipos de belleza, se incursiona en temas como cuidado de si, practicas rutinarias de belleza, prácticas de salud y modelos de belleza

Por último se desarrolló un capitulo enfocado a las reflexiones que tiene el trabajo social en este tema, ingresando a estas condiciones tan marcadas, con el fin de conocer el papel de la mujer y e identificar como se ha forjado en un aspecto tan ligero como la belleza, pero además, como desde el ámbito contextual ha desarrollado su cotidianidad en este ámbito.

Memoria metodológica

Al iniciar este proceso investigativo no se tenía claridad de cómo abordar un tema tan relativo, el no saber si era una percepción subjetiva o una problemática silenciosa en la localidad generaba desconcierto y miedo. El tema de belleza era cautivador, el escucharlo constantemente e identificarlo como meta para alguna población causaba incógnita; pero ¿Cómo abordar un tema tan amplio? ¿Qué grupo poblacional investigar? ¿De qué forma realizar la investigación? fueron algunas preguntas que surgieron.

En el permanente ir y venir en búsqueda de dar respuesta a estas incógnitas y configurar la pregunta inicial se topó con algunas lecturas, consejos y asesorías que permitió identificar una teoría que ayudaba a entender de una forma consecutiva el tema a investigar (las representaciones sociales), dentro de su hipótesis estaban inmersas las diferentes aspectos que se requerían para comprender esta noción, por ello se optó en linear esta praxis desde las representaciones sociales que tienen las mujeres de Segovia sobre la belleza

Teniendo conocimiento de la cuestión a investigar, se dio paso a la búsqueda paulatina que permitiera comprender cada uno de los aspectos que configuraba este tema, para ello se abordaron diferentes autores, expertos y mujeres del común, que posibilitaron la comprensión y la contextualización de la investigación y lograr su buen desarrollo; como lo plantea (Batthyány & Cabrera, 2011) el proceso de conocer ocurre mediante la relación que se establece entre un sujeto que conoce y un objeto conocido. El conocimiento es un modo más o menos organizado de concebir el mundo y de dotarlo de características que resultan en primera instancia de la experiencia personal del sujeto que conoce. El conocimiento que una persona adquiere de la realidad diferirá en función de cómo aborde dicha realidad. Por lo tanto se requirió de diferentes puntos de vista que contribuyó la comprensión que tiene las mujeres de Segovia acerca de la belleza y así darle orientación a dicha praxis.

Las mujeres fueron los sujetos principales en esta investigación, ya que, en los planteamientos se determinó que en su mayoría es este género el que está en constante vínculo con patrón de belleza, siendo el ideal de muchas, la realidad de algunas y la adicción de otras; estas afirmaciones son fundamentadas por autora feminista Naomi Wolf, quien plantea, entre más obstáculos materiales y legales son superados por las mujeres, más

nos pesan imágenes de belleza inflexibles y crueles...Durante la década pasada, al tiempo que las mujeres lograron traspasar las barreras estructuradas del poder, los desórdenes alimentarios se multiplicaron y las cirugías plásticas se volvió la especialidad médica de más rápido crecimiento. Por lo tanto, investigar por las representaciones sociales que tienen las mujeres de Segovia sobre la belleza, permitió contrastar las posturas del investigador y de los autores citados con los imaginarios, las posturas, las realidades, cotidianidad y la subjetividad de las mujeres Segovianas, proporcionando información que generó la veracidad a la investigación.

El contexto toma una posición relevante en este proceso, por medio de este los seres humanos se relacionan y acogen, normas, creencias, ritos, aptitudes, actitudes, que conforman diferentes prácticas, entre ellas las de belleza, la cual se condiciona a los estándares regidos por diferentes medios como son sociedad, familia, medios de comunicación etc. Por tanto, dar una mirada al contexto, permitió ubicar como se han configurado las mujeres con relación a la belleza, en el municipio de Segovia, y comprender las pautas que realizan para lograr dicho patrón, con sus propios procesos de interacción, como sujetos femeninos que asumen una posición, frente a sí mismos, a los otros y a su entorno.

Teniendo en cuenta lo anterior, se resaltó la subjetividad, entendida esta como la capacidad individual de adquirir conciencia sobre el sí mismo, los otros y el mundo que nos rodea, así como del tipo de relaciones e interacciones que construimos en estas tres esferas (Muñoz Franco, Representaciones Sociales del cuidado de sí en salud en adultos jóvenes universitarios, 2006), por medio de esta se logró la comprensión de las percepciones y concepciones que tienen las mujeres de Segovia sobre la belleza. Ya que, es un proceso complejo de conocimiento y aprendizaje cotidiano que, como experiencia acumulada, se genera en las relaciones intersubjetivas de los seres humanos, cuya realidad es un movimiento que se transforma a partir de sus contradicciones internas y de condiciones concretas en las que se imbrican aspectos micro y macrosociales, como dinamizadores de la construcción social de dicha realidad, en la que tanto hombres como mujeres, participan activamente. (Muñoz Franco, 2006)

En conclusión, esta investigación se propuso abordar a las mujeres en su dimensión cultural, en su cotidianidad, con el fin de avanzar en la comprensión de cómo se construye su subjetividad en relación a la belleza, la cual se complejiza mediante las relaciones que se establecen con el contexto, en el cual los seres humanos participan el uno en el ser del otro, en un espacio temporo-espacial determinado. Es decir, se complementan unos a otros para crecer socialmente, para establecer prácticas humanas que son históricas y sociales y que hacen parte de las representaciones sociales de cada individuo.

Finalmente, la investigación fue viable porque ella no tuvo implicaciones negativas para las personas que formaron parte de la misma. Su carácter cualitativo llevó a sortear diversos obstáculos para acceder a la información, tales como el tiempo de los interlocutores y la reserva inicial de éstos para hablar de asuntos que consideraban privados, por lo que fue necesario tener presente de manera permanente el principio de confidencialidad para no incurrir en terrenos íntimos que podían dañar emocionalmente al grupo entrevistado.

Planteamiento Del Problema

La belleza, aunque es subjetiva, en la actualidad se ha estandarizado y delimitado en ciertas medidas, formas, simetría y proporción; características que conforman las coordenadas en la composición de un todo bello, provistas por la razón y la agudeza visual de la sociedad consumista; donde se concibe el cuerpo de la mujer como un objeto que sigue normas determinadas por los nuevos fenómenos de la economía y la globalización dejando a un lado el ser, de mujer, para abarcarse en los prototipos planteados por estos paradigmas que se enfocan en ideales estéticos ignorando las diferencias orgánicas y anatómicas que determina la contextura de las diferentes mujeres.

En las pláticas cotidianas de algunas mujeres se planteaba constantemente este tema y se logró identificar las expectativas que tenían para alcanzar estos prototipos siguiendo los parámetros de belleza establecidos socialmente y que son difundidos por diferentes medios, los cuales crean estereotipos en la localidad que son modelos a seguir por muchas mujeres Segovianas, es de ahí que surgió el interés por investigar de este tema ya que hasta ese momento no se había encontrado ningún estudio encaminado a esta problemática.

En el municipio hay pocas investigaciones, y las que hay están relacionadas a otros temas como las violencias, los consumos de sustancias psicoactivas o alcohólicas, contaminación de mercurio, el trabajo infantil además de las relacionadas con la minería y sus diferentes problemáticas, estos han sido realizados por personas netas del municipio como externas además de instituciones departamentales.¹

Para el abordaje esta situación problemática, fue necesario esclarecer el concepto de belleza que es ambiguo y que ha tenido múltiples interpretaciones que han cambiado dependiendo del contexto, las percepciones, los imaginarios y los valores que tienen la sociedad, Bodei, 1995:157 (citado por Walzer, 2008:26), expone que “el concepto de belleza ha evolucionado en la historia, pero este devenir no se cristaliza si no que permanentemente se actualiza, cambia y sorprende con nuevas formas de belleza”, en ese mismo sentido Wolf, 1991:217 expresa que “la belleza es un modelo cambiario, como el patrón del oro... y que no tiene una función evolutiva. Sus ideales cambian más rápidamente que la evolución de las especies”

Esta noción se ha interpretado desde lo moral, lo bueno, lo justo y lo verdadero en la antigüedad griega, en el Renacimiento como imitación de la naturaleza y perfección sobrenatural, en el siglo XVIII, la belleza es completamente subjetiva y con fines prácticos, no se considera la belleza sólo desde lo estético si no desde la sensibilidad de la mujer. En el siglo XIX se rompen estos parámetros y los cosméticos obtuvieron más preeminencia, se consideraban más bellos los rostros maquillados que naturales ya que los cosméticos tenían la función de corregir los defectos y relevar la belleza; también toma relevancia la silueta de la mujer donde predominaban los pechos prominentes, los hombros erguidos y el vientre enflaquecido; es en este siglo donde el cuerpo se descubrió y se puso mayor énfasis en las piernas y los desnudos fueron más permisivos; en siglo XX, el comercio, enfocado en la moda y cosméticos, obtuvo un gran auge: La sensualidad, los cuerpos bronceados, lozanos y esbeltos tomaron gran importancia en las mujeres; el cine ayudó a fortalecer este concepto presentando prototipos que atraían a los espectadores por ser símbolos de una

¹ PRECIOSO ROBO (Lopez, 2014)

SILENCIAR LA DEMOCRACIA (Historica, 2010)

belleza provocadora. Para mitad del siglo XX y principios del XXI nuevas partes del cuerpo cobran importancia como labios entre abiertos y abultados, grandes senos y caminar contoneante; el embellecimiento se convierte en una práctica diversificada y generalizada, es aquí cuando este concepto comienza a ser visto como una parte fundamental para los medios de comunicación quienes lo estandarizan y lo globalizan. (Walzer, 2008)

Es desde esta nueva era, que este tema toma relevancia en la sociología, psicología social y trabajo social debido a que sus impactos sociales han atraído diferentes problemáticas enfocadas en la salud física y mental, aumentando los casos bulimia, anorexia, tanorexia, ortorexia y la e b r i o r e x i a , además de la alta demanda de cirugías estéticas.

En algunos países de Latinoamérica se ha adelantado normatividad que va encaminada la prevención de estos desordenes llamadas “trastornos del cuerpo en la contemporaneidad” debido que se han aumentado los casos especialmente en las mujeres. Como se evidencia en el siguiente cuadro.

PAIS	AÑO	NORMATIVIDAD	OBSERVACIONES
ARGENTINA	2008	Ley 26396, Declárase de interés nacional la prevención y control de trastornos alimentarios.	Declárase de interés nacional la prevención y control de los trastornos alimentarios, que comprenderá la investigación de sus agentes causales, el diagnóstico y tratamiento de las enfermedades vinculadas, asistencia

MEXICO	2008	Gaceta oficial del distrito federal, ley para prevenir y atender la obesidad y los trastornos alimenticios en el distrito federal	Proporcionar un marco jurídico que permita desarrollar los mecanismos y las herramientas necesarias para prevenir y la adopción de hábitos de alimentación y nutricionales correctos	
COLOMBIA	BOGOTA	2006	Proyecto de acuerdo N°. 157	Por medio del cual se crea e institucionaliza el Programa Distrital de Prevención de la Anorexia y la Bulimia
	MEDELLIN	2012	decreto 1888 de agosto 3 de 201	prohíbe los desfiles de moda, concursos, reinados de belleza y toda clase de eventos que resalten o premien los atributos físicos de las niñas y adolescentes que cursan sus estudios en los establecimientos educativos oficiales de los municipios no certificados del departamento

Como es de observar, son muy pocos los países que tiene un interés referente a esta situación que va en incremento, y los que lo han hecho, solo conciben como prioritario abordador las enfermedades como Anorexia y Bulimia dejando a un lado los nuevos desordenes que han ido fluyendo en el transcurso de los años; comprendiendo estos como:

“**La Ortorexia** está definida en cuanto a cómo es esa obsesión, no el deseo de comer de una forma saludable; la ausencia de moderación y la pérdida de perspectiva que hacen que se

transfiera todo el significado de la vida hacia la comida. Es el momento en el que la dieta se convierte en una forma de escape que dará lugar al desorden alimentario.

Vomiting: Es un nuevo tipo de trastorno alimentario, que se ha definido como Síndrome del vómito o Vomiting. Con este término se hace referencia a un tipo de trastorno caracterizado por comer y vomitar compulsivamente varias veces al día. Las personas que presentan este trastorno se caracterizan por el impulso irrefrenable de comer para vomitar. Lo que hace irreprimible la necesidad típica del vomiting es el placer de toda la secuencia de comer y vomitar, la cual se constituye como un verdadero modelo de búsqueda de placer. Además el vomiting se presenta como un trastorno de los más relevantes y difundidos actualmente, casi el 65% de la casuística de la American Psychiatric Association se refiere a este trastorno

Vigorexia:, también llamado complejo de Adonis. Es un trastorno psicológico distinto a los anteriores, ya que no es exactamente alimentario pero que comparte muchos síntomas como la obsesión por la figura y la distorsión del cuerpo. Hablamos de vigorexia cuando existe una preocupación excesiva por la musculación, normalmente aparece en hombres que llegan a estar obsesionados por conseguir un cuerpo cada vez más musculoso mediante la práctica excesiva de ejercicio físico. (Velasquez Canales & Canales Garcia , Sin dato)

Tanorexia: es la adicción de tomar el sol en verano y acuden a las cabinas de rayos UVA en invierno de manera compulsiva. Sin embargo, pese a todos sus esfuerzos ven su piel pálida y la cara demacrada. Pero la realidad es otra: está más que bronceados e incluso tiene quemaduras en la piel. Cada vez un mayor número de personas caen en las redes de la tan la tanorexia o la adicción a broncearse. Este trastorno (cuyo nombre procede de tan, en inglés “bronceado”) es relativamente reciente, por lo que no hay datos epidemiológicos. Se engloba dentro de los trastornos dismórficos, es decir, cuando una persona tiene una percepción alterada de su imagen corporal y percibe algún defecto en sus características físicas, ya sea real o imaginado. En el caso de la tanorexia, los afectados pueden llegar a sufrir problemas graves en la piel. La idea errónea de su aspecto les provoca un deseo de cambiar para después intentar ocultarlo cuando su piel empieza a deteriorarse por efecto del exceso de bronceado. (Consumer, SA:43)

Ebriorexia: Comer menos para no engordar luego de beber mucho alcohol", eso es la Ebriorexia, un nuevo trastorno alimenticio que se ha vuelto popular entre los jóvenes del país.

las personas que padecen este trastorno suelen someterse a un ayuno voluntario luego de haber ingerido cantidades excesivas de alcohol. Además, suelen inducirse al vómito, por lo que la Ebriorexia vendría a combinar lo peor de la anorexia, la bulimia y el alcoholismo (BVSDE, 2013)

Estos datos, se deben tener en cuenta para las investigaciones, normatividades y procesos preventivos, debido que desencadenan problemáticas desde la salud física o mental hasta la muerte, además, son categorías que permiten analizar las nuevas formas en las que las humanos buscan los ideales y estándares de belleza creados por el mercado y son

fundamentales para identificar las nuevas concepciones, prototipos, percepciones e ideales que tiene las mujeres en la contemporaneidad.

Al igual, que los datos brindados por las estadísticas de las cirugías plásticas estéticas realizadas en los últimos años, ya que son bases que permiten identificar en el contexto las diversas particularidades, objetivo y necesidades que se han creado las mujeres en búsqueda de cumplir con estos cánones de belleza.

El diario BBC de Londres publicó en el año 2013 un artículo llamado ¿Por qué no baja la fiebre de cirugía plástica en Latinoamérica? Donde se informan que Año tras año, independientemente de crisis económicas, inflaciones, desempleo... el continente americano se mantiene líder en cirugías plásticas y otros tratamientos estéticos no invasivos; la Sociedad Internacional de Cirugías Plásticas Estéticas (ISAPS) publicó los resultados del tercer análisis estadístico anual: Estudio Global de procedimientos de Cirugías Estéticas-Cosméticas realizadas en el 2011 donde Estados Unidos y Brasil ocupan las dos primeras posiciones del ranking mundial, seguidos de China y Japón. México cierra el top 5. Si ampliamos este grupo a los 25 países que más intervenciones hace, aparecen Colombia, Canadá, Venezuela y Argentina. (BBC, 2013)

Dentro de las 6'371.070 operaciones quirúrgicas y 8'336.758 no quirúrgicas que se realizaron en el mundo, Colombia realizó 211.879 operaciones y 159.629 procedimientos menos agresivos, entre estas los procedimientos más realizados son: la liposucción, aumento de Senos, blefaroplastia, abdominoplastia y rinoplastia. (El tiempo, 2013)

Aunque los datos reportados no son tan actuales se logra identificar que los procedimientos quirúrgicos han tenido un gran “BOOM” en Colombia, además, hay una creciente de sectores enfocados a la comercialización de procedimientos y productos para la belleza, siendo uno de los principales mercados al por menor del país, generando en el 2013 un valor en ventas de 6.235 millones de dólares (Salonpro, edición 11) (pro, Sin dato). Los factores económicos son una de las razones por las cuales estos procedimientos son cada día más abalados y publicitados ya que derivan un ganancias económicos, dejando a un lado al ser humano quienes utilizan como objeto o mercancía, Esta información afianza la publicación realizada en la revista Anagrama de la Universidad de Medellín llamada Plástica extrema: auge de la cultura de las cirugías estéticas, donde plantea que la globalización avanzada, la lógica de la nueva economía, el desarrollo de la alta tecnología y el deseo imperante de reinvencción inmediata han sido determinantes en la consolidación de unas prácticas sociales sobre el cuerpo que han dado lugar a la llamada cultura de la cirugías estéticas.

Teniendo este conocimiento preliminar referentes a las entrelazadas redes de la cirugía y procedimientos estéticos y la comercialización de productos para la belleza, todavía queda la incógnita de ¿Cuáles son las razones que tiene las mujeres en realizarse estos procedimientos? Y ¿Qué factores lo propician? Preguntas que se pretenden dar repuesta en el transcurso de la investigación.

En relación a los trabajos académicos sobre el tema de la belleza, en Colombia se han escrito diferentes artículos, tesis, monografías e investigaciones de los cuales son procesos académicos de las diferentes instituciones de educación superior, uno de ellos son: el ideal estético en Jóvenes de Medellín: percepciones desde algunas prácticas de estética corporal, el cual,

Tuvo como propósito identificar las percepciones que sobre el ideal estético tienen algunos jóvenes de ambos sexos en la ciudad de Medellín en el año 2009, y que adoptan ciertas prácticas de estética corporal. Los resultados permitieron establecer que la cultura consumista es un factor importante, a través de los medios de comunicación masivos, en donde las prácticas de estética corporal que adoptan los jóvenes, evidencian un "moldeamiento del cuerpo" ajustado a los modelos estéticos que la sociedad de consumo contemporánea impone a través de los productos, las dietas, las prácticas y rutinas de ejercicios, o bien por la incorporación o adopción de medidas extremas para obtener el ideal de estética que se anhela con persistencia. (Gonzalez Posada, Aristizabal, Lopez Aristizabal, Montoya Cuervo, Urrego Tobon, & Muñoz Franco, 2011)

Otra de las investigaciones encontradas es, Los jóvenes, el ideal estético y la televisión: el cuerpo real e imaginario, en este, se hace referencia al cuerpo real e imaginario de los jóvenes en relación con los expuestos por la Televisión. Señala el texto que los jóvenes estudiados, imaginan un cuerpo como algunos famosos (actores y actrices, deportistas, cantantes y modelos). Concluye que en todos los aspectos relacionados con el Ideal estético: belleza, roles de género, modelos e íconos, cuerpo real y cuerpo ideal o imaginario, se puede comprobar una influencia marcada de la televisión en los imaginarios que los jóvenes construyen. (Ruiz Marin, Lopez Aristizabal, & Escobar Correa, 2011)

Además de las anteriores mencionadas se han realizado otras como: la belleza un dilema entre atributos y sentimientos, normas medidas y estándares: la figura firme y la forma intacta, concepciones de los senos y las cirugías estéticas, entre otras; la mayoría enfocadas a población adolescente y con aproximadamente más de dos años de haberse publicado, sin

embargo no se evidencio estudio relacionados con las representaciones sociales, aunque con este tema se han realizado investigaciones de otros ámbitos las cuales se expondrán más adelante, por lo tanto se reafirmó la pertinencia de abordar este tema debido que hay aspectos que son pertinentes para la comprensión macro de este.

No obstante, hay de aclarar que por medio de las redes sociales circulan videoclips e imágenes que hacen una crítica a los estándares de belleza establecidos por las cirugías estéticas y las dietas estrictas, como lo evidencian: la súper venus (Ferrari, SD), Mujeres en pinturas clásicas vistas bajo estándar de belleza actual (Macondo, 2014), StopTheBeautyMadness: la campaña que replantea la locura de lo bello (Press, 2014), entre otras. Estos aunque no tiene un sustento académico identifican y proyectan las formas como se concibe a la mujer y anuncia que deben replantearse los ideales de belleza ilustrados en los medios masivos de comunicación.

Por otra parte, están las representaciones sociales de las cuales cabe resaltar que en este país hay diversas investigaciones pero relacionadas a otras temas o materias como son: genero, LGTBI, medios de comunicación, doméstica y urbana, salud, discapacidad, sexualidad entre otras², pero referentes al tema de la belleza son exiguas. Las investigaciones encontradas fueron de otros países tales como México, Argentina, Venezuela y Brasil; en Colombia son más vistas las investigaciones relacionadas con el cuerpo de la mujer que con la categoría belleza.

El cuerpo es otro aspecto fundamental en esta investigación ya que si él, nada es posible. La utilización de éste y las modificaciones que se le realizan causan que invisibilice como tal,

² Las Representaciones sociales de género através de los juguetes. Diferenciación de la feminidad y la masculinidad desde la infancia (Londoño Ortiz, SD)
Representaciones Sociales de la Comunidad LGTBI, que tienen los docentes y estudiantes de la Corporacion Universitaria Minuto de Dios, facultad de Ciencias sociales y Humanas del programa de Trabajo Social Sede Bogota (Acosta Bonilla & Frade Tamara, SD)
Representaciones Sociales de la prensa y la Radio Colombiana acerca de la trata de personas 2007-2012 (Sanchez, Garcia, & Castillo Murillejo, 2013)
Representaciones Sociales sobre la Salud y Enfermedad Oral en familias de La Boquilla Cartagena- Colombia (Gonzalez Martinez, Puello De Rio, & Diaz Caballero, 2010)
Representación social de deporte y educación física en estudiantes con obesidad (Cuadra Martinez, Geogudis Mendoza, & Alfaro Rivera, 2012)

ante las irracionales búsquedas de la belleza, concebirlo como cosa origine que no se forje como la identidad de cada individuo donde simboliza todo lo que lo representa.

El concepto de cuerpo es inherente a las transformaciones socio-culturales, actualmente éste está enfocado al consumo, a la modificación corporal y a la obsesión de cumplir con ciertos modelos donde lo bello es considerado como bueno y saludable, y lo particular o lo diferente como malo o anormal. Posturas que hay que replantear para darle una identidad propia y no seguir con los estándares impuestos por el consumo.

Por otro lado, la popularización de las redes sociales, han generado que se aumente las publicaciones de fotos donde exponen las partes que les signifique más “atractivo” focalizándose en partes como el abdomen, las caderas, los senos, el cabello y el rostro. Si consideran que una parte de su cuerpo no entra en los estándares de belleza que los demás quieren ver, las publicaciones enfocadas a estos son pocas o nulas. Esta situación van incremento y el cuerpo de la mujer cada día se va sexualizando introyectándolo en un mundo no solo de consumo sino también de deseo y siendo esta una de las principales estrategias que utilizan el Marketing para promocionar y vender productos de diferente índole.

Con la intención de realizar una investigación verídica y contrarrestar este planteamiento con la realidad, se hizo necesario orientarlo a un contexto concreto y en este caso fue el municipio de Segovia Antioquia, el cual tiene una economía basada en dos grandes sectores productivos: La industria extractiva de mineral aurífero dependiendo de este el 80% de la población directa o indirectamente; y el sector comercial, dividido en un sinnúmero de actividades. Cuenta con aproximadamente una población de 39.393 habitantes, donde 14.259 son mujeres a partir de los 15 años, Siendo ésta la población de referencia para obtener participante en el proceso investigativo.

Con base a observaciones no participativas y conversaciones cotidianas se planteó que Segovia, por ser un municipio donde la economía fluye constantemente está enfocado a las ideologías del consumo, orientándose en un estilo de vida basado en las modas que incursionan del modelo capitalista, hecho que genera modificaciones corporales e incitan al

consumo de un sin número de productos estéticos que contribuya a la obtención de los estándares que proclaman los medios de comunicación.

Además, se consideró que gran parte de las mujeres de esta localidad buscan exasperadamente entran en los patrones de belleza que se rigen en la actualidad; Las edades no son barrera, la competitividad hace parte del desarrollo de cada una de ellas; las altas demandas de espacios enfocados al ejercicio, a los procedimientos estéticos, a las peluquerías son notorias. Aunque no se puede descartar que existen mujeres en el municipio que trabajan constantemente para que la posición de la mujer se vea reflejada en ámbitos como la educación, lo cultural, la política y lo laboral.

Por lo tanto, se realizó esta investigación la cual permitió identificar ¿cuáles son las representaciones sociales que tiene las mujeres de Segovia sobre la belleza?, debido a que es una situación que va en aumento y que no se tenía conocimiento sobre cuál era el significado de esta noción para las mujeres segovianas, siendo una situación con la que conviven diariamente, donde los medios de comunicación tienen un papel fundamental para la divulgación de este. En una época como esta que exige cambios estructurales y por lo tanto replanteamientos referentes a esas concepciones que nos han vendido la globalización y el patriarcado, por lo tanto se vio la pertinencia de realizar esta clase de investigación teniendo en cuenta que Segovia se desenvuelve en lógicas del consumo

Los planteamientos expuestos anteriormente se justifican con las nociones que la sociedad actual tiene, como los acelerados procesos de globalización y avances tecnológicos, que facilitan la creciente proliferación de información y publicidad, generando así, nuevas formas de percibir el mundo, lo que conlleva a adaptaciones en el desarrollo de la vida cotidianas del ser humano, con nuevas tendencias que se pluralizan y convierten en nuevas necesidades como lo es la belleza, que se ha convertido, en prioridad en el desarrollo cotidiano de las mujeres.

Un primer acercamiento a este tema permitió identificar que la belleza hace parte de las representaciones sociales de las mujeres occidentales, ya que está construida socialmente como una ventaja, sinónimo de éxito, poder y felicidad para quienes la poseen, por lo cual se ha convertido en un ideal para el desarrollo de su diario vivir, la búsqueda de este

fenotipo han presentado diferentes problemáticas enmarcadas desde lo individual hasta lo social, provocando con esto, múltiples implicaciones, que van separando a la mujer de ciertos aspectos que contribuyen al desarrollo de su vida, como es velar por el reconocimiento y por la aceptación total en todos los ámbitos, desarrollar procesos educativos donde se fomente el amor propio y se deje atrás el cuerpo ficticio e imaginario que representan las publicaciones de farándula o de promoción de ciertos productos, además de concientizarse que el cuerpo femenino no es sinónimo de sexualidad o erotismo, sino que es un cuerpo social, lleno de capacidades que no debe estar mediado por la belleza

Por tal razón, se vio la importancia de tomar este tema en mi investigación, ya que, en primera instancia, era un tema que no se había trabajado en la localidad, además, es una problemática que ésta tan incorporada que se vuelve oculta, y no se lograba identificar las diversas facetas que trae los ideales de belleza. Por medio de esta investigación se me permitió adentrarse en la subjetividad de las mujeres y conocer desde su cotidianidad como es su relación con la belleza y como la construye.

Aportando que este tema debe tener una connotación política, social y cultural, donde se logre visibilizar las diferentes problemáticas que esta “moda” trae para el desarrollo de la vida de la mujer y así generar procesos que logren concientizar.

Igualmente, esta investigación permitió llenar el vacío en el conocimiento frente a cómo se han configurado las nociones de belleza en las mujeres Segovianas, cuáles han sido esas necesidades por las cuales buscan estos patrones, y que factores han propiciado que se presente esta necesidad, permitiendo con esto fortalecer procesos de formación referentes a la aceptación y a la búsqueda de otros aspectos que le contribuya más al desarrollo de sus vidas. Permitted con esto argumentar lo expuesto por Naomi Wolf:

“Y ya no puede evitar que esta sensación de falta de libertad emerja a la conciencia como un problema que tiene que ver con asuntos aparentemente frívolos, con cosas que no deberían importar. Muchas se avergüenzan de admitir que preocupaciones tan triviales como la apariencia física, el cuerpo, el rostro, el cabello y la ropa, tiene tanta importancia. Pero a pesar de la vergüenza, el complejo de culpa y la negación, más y más mujeres sospechan que no es tanto que estén neuróticas o solas, sino más bien que algo muy importante es en juego algo que tiene que ver con la liberación femenina y la belleza femenina” (Wolf, 1991)

A luz de lo anterior, esta investigación es relevante para trabajo social ya que esta, es una profesión cuyo objetivo principal es generar procesos de transformación y cambio en las sociedades, mediante el empoderamiento de los seres humanos y el agenciamiento de sus capacidades, en pro de construir sujetos autosuficientes, reflexivos, capaces, conscientes y motivados con el desarrollo integral, en aras de mejorar sus condiciones de vida y su papel dentro de la comunidad a la que pertenecen. Por tanto se espera que esto sirva como punto de partida para que las mujeres del Municipio se reconozcan y logren visibilizarse como sujetos de derecho, con capacidades para aportar de modo significativo al desarrollo social, cultural, económico y político de su región y su país.

Además construir con los diferentes aportes el significado de la belleza en la contemporaneidad, comprender el marco general en el cual está inmerso, para así identificar las implicaciones en el contexto y encontrar explicaciones a las causas de los problemas y reconocer las consecuencias, identificando alternativas posibles a la situación actual.

El objetivo central de la investigación consistió en contribuir, Comprender las representaciones sociales que han construido las mujeres del municipio de Segovia-ant., sobre la belleza; para lo que fue de vital importancia considerar como objetivos específicos, indagar por las percepciones y concepciones que tienen las mujeres de Segovia acerca de su cuerpo, identificar las prácticas sociales que realizan las mujeres de Segovia en relación con la belleza, aportar conocimientos al Trabajo Social, acerca de las representaciones de la belleza en contextos específicos.

Teorías, base fundamental de la investigación

Una de las teoría a través de las cuales se abordó esta temática, fue la Teoría De **las Representaciones sociales** (RS), la cual cruza las ciencias sociales humanas y no es patrimonio de un área en particular, tiene profunda raíces en la sociología y una presencia relevante en la antropología y en las historia de las mentalidades.

Se origina en la sociología por Emile Durkheim, con el concepto de representaciones colectivas, este estableció diferencias entre las representaciones individuales y las

colectivas y definió el hecho social, explico que “lo colectivo no podía ser reducido a lo individual, porque la conciencia colectiva trasciende a los individuos como una fuerza coactiva y que pueden ser visualizadas en los mitos, las religiones, las creencias y demás productos culturales” (Mora,) esta “fue considerado un concepto poco operacional, para la sociología, antropología y en las historia de las mentalidades, porque presentaba una estabilidad razonable y un relativo estancamiento en lo tocante de las representaciones individuales” (Blázquez, Flores, Ríos, 2010:325). Posteriormente, fue desarrollada por Serge Moscovici, donde actualiza este concepto y lo trae a las condiciones actuales de la sociedad contemporánea, en las cuales la velocidad de la información no da tiempo para que estas se sedimenten en la tradición, donde se impone un procesamiento constante de lo nuevo.

El abordaje de la representación social fue desde la perspectiva procesual de Serge Moscovici, el cual es el precursor de esta teoría, el que amplió su concepto y el que ha realizado un abordaje más amplio sobre este tema.

Para Serge Moscovici la representación social es:

Una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (Mora, 2002:7)

Surgió en Francia 1961, en la en la perspectiva psicosocial, y aunque llamo la atención en los medios intelectuales por la novedad de sus propuestas, no obtuvo la madurez que se necesitaba para su implementación, y duro encerrada durante dos décadas en el laboratorio de la psicología social de las escuela de los Altos Estudios de las Ciencias Sociales, donde se fortaleció y se implementó como teoría emergente.

Nació enfocada hacia los fenómenos marcados por lo subjetivo, por dar una explicación a nuevos actores sociales que hacen explícita su demanda enérgicamente, proponiéndole a la ciencia incorporar nuevos conceptos en el análisis de la realidad, teniendo en cuenta, que las ciencia no se desarrolla dentro de una burbuja aislada de la sociedad, sino que hay que trabajar con el pensamiento social en sus dinámicas y en su diversidad.

Parte de dos premisas en las cuales existen formas distintas de conocer y de comunicarse, conducidas por objetivos diferentes y formas que son móviles, como son:

Las consensuales, las cuales nacen de la cotidianidad, las que se constituyen principalmente desde la informalidad, son accesibles a cualquier variable.

Las científicas, las cuales tienen lenguajes y jerarquías internas, solo hablan especialista en el tema de conversación.

A pesar de tener diferentes propósitos, son eficaces e indispensables para la vida humana, aunque las representaciones sociales se constituyen más frecuentemente en la esfera consensual, no obstante los ámbitos no están totalmente comunicados.

Esta teoría nace con la intención de recuperar el conocimiento concreto, las experiencias de vida, al reconocer la posibilidad de diversas racionalidades, lo que es adecuado a las características de las multifacéticas sociedades y grupos sociales contemporáneos y a las características de la forma de conocer y lidiar con el saber en esas sociedades, en las que los grupos diferentes tiene diferentes perspectivas de un mismo objeto, sin que la diferencia implique obligatoriamente desigualdad; sociedades donde es importante comprender la diferencia como especificidad, tal como nos enseña los movimientos de los grupos minoritarios. (Blázquez, Flores, Ríos, 2010:321)”.

La representación social, son formas de erudiciones que son construidas y compartidas por la sociedad en general, la cual contribuye a la construcción de la realidad y tiene como interés primordial el descubrimiento y no la verificación o comprobación.

Según Jodelet, las representaciones sociales deben ser estudiadas articulando elementos afectivos, mentales y sociales, además de integrar a la cognición, el lenguaje y la comunicación, las relaciones sociales que afectan las representaciones y la realidad material, social e ideal en las que se llegan a intervenir. (Blázquez, Flores, Ríos, 2010:330).

Teniendo en cuenta que es una teoría que está basada desde lo subjetivo y desde el sentido común permitió que este tema investigativo obtuviera bases metodológicas que permitieron identificar desde las particularidades del sujeto sus diferentes concepciones que tiene en relación al tema, además, permitió identificar las construcciones que se han forjado por medio del proceso de comunicación que desarrollamos todos los seres vivos.

Como ya bien lo planteaba anteriormente la belleza es un constructo social que se ha ido transformado dependiendo de las percepciones, concepciones y miradas que le da el ser humano, es desde aquí donde se abordó esta teoría, por medio de la cual me permitio no solo identificar, si no conocer e interpretar las diferentes modificaciones que se le ha dado a este concepto por medio de contenidos cognitivos, afectivos y simbólicos que construye las mujeres en su vida cotidiana y en la relaciones que tiene con los otros, demás, las formas de apropiación y como se construyen y son construidas por la realidad social.

Según (Araya, 2002:14) el medio cultural en que viven las personas, el lugar que ocupan en la estructura social, y las experiencias concretas con las que se enfrentan a diario influyen en su forma de ser, su identidad social y la forma en que perciben la realidad social. Es esta una clara descripción de lo que pasa con el concepto de belleza el cual es un enfoque creado desde el consumismo integrado en las realidades sociales de las mujeres y es por medio de esta teoría, que se analiza para comprenderla desde sus inicios y evolución y como se ha arraigado en el contexto de las mujeres de Segovia.

Por la capacidad de comprender las construcciones sociales con relación al objeto, (es decir, las formas como las mujeres han construido sus vidas en relación a la belleza) se aborda bajo esta teoría la investigación, y así contribuyo a darle respuestas al objetivo general de esta exploración, el cual es conocer las representaciones sociales que tienen las mujeres de Segovia sobre la belleza.

Otra teoría que tomo relevancia, fue la teoría de Genero de Simone de Beauvoir, la cual, con el propósito de construir una teoría explicativa de la subordinación de las mujeres desde una investigación interdisciplinar, parte de la pregunta “¿Qué significa ser mujer?” para defender que no se nace mujer, sino que se deviene mujer; es decir, que la mujer es construida socialmente más que biológicamente, y que la construcción de la sociedad y de los seres humanos es masculina y excluye a la mujer. De este modo la mujer es el Otro, lo inesencial, frente al hombre, el Mismo o lo esencial. La importancia de este análisis se muestra en la repercusión que tuvo en la elaboración teórica posterior al configurar gran parte de la reflexión desarrollada en las décadas siguientes a su publicación

Por esto, es necesario entender como las construcciones sociales que existen en torno a la masculinidad o la feminidad, va más allá de ser macho o hembra trastocando al plano subjetivo donde cada ser se reconoce y percibe en uno de estos lugares, y donde prescriben formas de comportamientos transversalizada por los imaginarios sociales y culturales, marcando roles de hegemonía o subordinación.

Quitar la idea de mujer y de hombre conlleva a postular la existencia de un sujeto relacional, que produce un conocimiento filtrado por el género. En cada cultura una operación simbólica básica otorga cierto significado a los cuerpos de las mujeres y de los hombres.

Por su parte Teresita de Barbieri hace un llamado al estudio histórico de las relaciones de género y a su vez a las relaciones de poder que se gestan entre hombres y mujeres, a partir de la dominación de los cuerpos y las funciones que biológicamente cumplen. También reconoce el papel que juega la cultura en las relaciones de género y en las características que se les atribuyen socialmente, y los espacios que están designados exclusivamente para cada uno de ellos.

Según (Lamas, 2000)

“la clasificación cultural se definen no sólo la división del trabajo, las prácticas rituales y el ejercicio del poder, sino que se atribuyen características exclusivas a uno y otro sexo en materia de moral, psicología y afectividad. La cultura marca a los sexos con el género y el género marca la percepción de todo lo demás: lo social, lo político, lo religioso, lo cotidiano. Por eso, para desentrañar la red de interrelaciones e interacciones sociales del orden simbólico vigente se requiere comprender el esquema cultural de género.”

Es por esta razón que me permitió contrarrestar las posturas construidas actualmente por las mujeres, con base al consumo y a las nuevas ideologías de la globalización, con la teoría de género la cual fue concebida para que no haya una división sexual, es decir que no se comprenda como hombres y mujeres, si no como seres construidos socialmente donde se permita transformar los códigos patriarcales arbitrarios y opresivos, y fomentar el aprendizaje de conductas y rasgos “correctos” para cada sexo.

Por lo tanto, esta teoría permitió comprender como las mujeres se han configurado en el contexto actual y como han adquirido nuevas concepciones basadas en el consumo y que

han sido son propiciadas por el patriarcado, implantándoles nuevas necesidades y ubicándolas en una constante competitividad entre ellas, donde el ser masculino tome el control y tenga una dominación referente a las formación e incluir a la mujeres esos escenarios de competitividad femenina.

Excursus metodológico

Esta investigación se realizó bajo los parámetros planteados por el enfoque cualitativo, el cual me permitió analizar las Representaciones Sociales que tienen las mujeres de Segovia sobre la belleza, identificando la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámicas, aquellas que dan razón plena de las manifestaciones de dichas representaciones. Trabajando con la población femenina de este municipio, identificando los diferentes imaginarios, percepciones ideales, componentes afectivos y cognitivos que estas tiene sobre la belleza y así dar respuesta a las preguntas formuladas en esta pesquisa.

Se emprendió bajo la sombra de los paradigmas socio-crítico e interpretativos, con los cuales se logró darle norte a este proceso investigativo y poder comprender, analizar y explicar los resultados obtenidos de esta investigación.

El enfoque metodológico utilizado fue el Hermenéutico, citado desde Morella Arráez, Josefina Calles y Liuval Moreno, las cuales plantean que es una actividad interpretativa, la cual tiene como finalidad interpretar la realidad social con el objeto de darle sentido, esta es, por lo tanto, quien se dedica a interpretar y develar el sentido de los mensajes haciendo que su comprensión sea posible, evitando todo malentendido, favoreciendo su adecuada función normativa.

“Es necesario emprender la indagación de ese hilo conductor que nos trae el valor de la palabra, pues el mundo es el todo que se construye con palabras y el lenguaje constituye la única expresión integral, absoluta e inteligible de la interioridad del individuo, donde coexiste con el mundo en su unidad ordinaria; es lo que nos acerca a la acepción general de la palabra hermenéutica” Gadamer, 1993, citado (Arráez, Moreno de Tovar, & Calles, 2006:174)

Desde este punto de vista, la hermenéutica se considera una disciplina de la interpretación de los textos, para comprender el todo, comprender la parte y el elemento y, más en general, es preciso que texto y objeto interpretado, y sujeto interpretante, pertenezcan a un mismo ámbito, de una manera que se podría calificar de circular a la comprensión, por consiguiente la forma del lenguaje se concibe como agente existencial mediador de la experiencia hermenéutica.

“Asimismo consideró relevante la participación del lenguaje en los procesos intelectuales, pues los vocablos surgen de las percepciones subjetivas de los objetos y no de sus copias, así como también de la imagen que suscita en el espíritu, por consiguiente la verdadera importancia de la lengua radica en su intervención sobre la concepción del mundo, afirmando que la visión del mundo se hallaba contenida en el lenguaje” Schaff, 1967 citado (Arráez, Moreno de Tovar, & calles , 2006:175).

Lo anteriormente citado, permitió indagar como se han construido las representaciones sociales de las mujeres de Segovia, por medio de que interpretaciones se han atribuido los prototipos de belleza, que influencia tienen los medios de comunicación en la proceso de seguir y aceptar estos cánones de belleza. Ya que este brinda las herramientas para realizar una interpretación del contexto, los medios, las publicaciones y los demás espacio que se puedan ir encontrando en el transcurso de la investigación

Siendo consecuente con el enfoque metodológico, se considera pertinente hacer uso de la **etnografía** como método de investigación, puesto que con este se logró analizar el modo de vida de un grupo de individuos, en este caso la forma como las mujeres de Segovia apropia el tema de la belleza y qué relación tiene con esta, para esto fue necesario abordar diferentes herramientas, como fueron,

las entrevistas semi-estructuradas, Las cuales por su carácter de diálogo permiten la expresión de ideas del entrevistado, sin que se vea limitado a solo responder preguntas, facilitando así la comunicación entre la parte entrevistada y el entrevistador, permitiendo, a su vez, identificar el surgimiento de aspectos que no se hayan tenido en cuenta por parte del entrevistador.

La observación, por medio de esta técnicas se pretenden identificar las mujeres apropian la belleza, por medio de encuentros matutinos en sitios públicos como Gimnasios, discotecas, centros de en cuenta, con la intención de conocer las formas como se expresan con el cuerpo y que patrones de belleza les es más significativo.

Los grupos focales, son una guía conceptual y metodológica. son una técnica de recolección de datos que se da por medio de una entrevista grupal semiestructurada, que gira entorno a una temática propuesta por el investigador. Existen diversas definiciones de grupo focal, pero en síntesis muchos los autores coinciden en que éste es un grupo de discusión, que tiene como guía un conjunto de preguntas diseñadas cuidadosamente las cuales van en búsqueda de un objetivo específico.

Estas herramientas se utilizaron como medio para captar el significado de la comunicación verbal y no verbal logrando identificar las percepciones, imaginarios, motivaciones que tienen estas.

Es de aclarar que para este proceso investigativo con este método se requirió la inmersión completa en la vida cotidiana del sujeto a investigar con la intención de conocer su cotidianidad, su conducta, al igual que interpretan sus pensamientos, sentimientos y acciones

Inserción al campo

Para el ingreso al campo se desarrolló el **muestreo de manera intencional o de conveniencia**: Este tipo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos. Puede ser que el investigador seleccione directa e intencionadamente los individuos (Cuesta); la población a investigar se escogió basándose en las siguientes características,

- Mujeres adultas jóvenes entre los 20 y los 40 años de edad: El interés por desarrollar el estudio con este grupo poblacional, se sustentó en el hecho de que estas adquiere características que bien pueden definirlas como seres que están

asumiendo, o han asumido, una responsabilidad clara frente a sus vidas y por lo tanto tiene posturas ya estabilizadas referentes a temas concretos.

- Variedad en ocupación: ya que la representación que tienen las mujeres acerca de la belleza puede haber sido adquirida en diferentes medios, se hizo necesario abordar mujeres de diferentes ocupaciones, con el fin de identificar las similitudes y diferencias y contrastarlas con el medio o contexto.
- Lugar de procedencia: Solo mujeres del casco urbano del municipio de Segovia, debido a que era de más fácil acceso para la investigadora.
- Mujeres con disponibilidad para desarrollar cada una de las herramientas.

Con base en los anteriores criterios, las participantes de la investigación fueron 20 mujeres adultas jóvenes, con edades entre los 20 y los 30 años (55%) y entre los 30 y los 40 años (45%). Con nivel de escolaridad en un 60% técnicas, tecnólogas o profesional, un 35% en proceso de formación académica (técnica, tecnológica o profesional) y 5% sin ningún nivel de escolaridad. Con ocupaciones diversas empleadas y estudiantes (20%), Solo empleadas (45%) Solo estudiantes (25%) amas de casa (10%). El lugar de residencia de estas mujeres es en el municipio de Segovia Antioquia específicamente en los barrios (Bolívar, Taparal, el paraíso, la reina, Borbollón, San Bartolo, la Patera, Marmajito, los Ángeles) Con estos criterios era con la finalidad de fundamentar el conocimiento y la experiencia han adquirido y que es de interés para el estudio.

Las entrevistas se realizaron en diferentes espacios, posterior a la solicitud de permiso a la persona entrevistada donde se le informo los objetivos de este proceso, y donde se estipularon fecha y horas de dichas entrevistas, a cada uno de los entrevistados se les expuso el consentimiento informado, y se les dio la opción de que de aceptar o no que su nombre fuera registrado en la investigación, esto permitió conocer diferentes posturas referentes al tema, además, percepciones y prácticas.

Al igual, se realizó un grupo focal, donde se trabajó la técnica de la silueta, en ella hubo una participación de nueve mujeres con las características anteriormente mencionadas, en esta, se tuvo la oportunidad de que cada mujer expusiera su trabajo y nos diera su punto de vista relacionado con el tema de la belleza, lo cual, logro un debate relacionado al tema,

que permitió a la investigadora obtener datos relevantes que fueron útiles para desarrollo de dichas praxis.

Por otro lado, realizo observación no participante en diferentes espacios donde la mujer acude, tales como, discotecas, gimnasios, parques y área de cultura, con la intención de conocer las prácticas que utilizan las mujeres en relación a la belleza, al igual que identificar los patrones similares que había entre ellas con el fin determinar estereotipos creados por las mujeres en esta localidad.

Criterios éticos

La investigación consideró como criterios éticos el Código de Ética profesional de los Trabajadores Sociales en Colombia que en el cual contempla los principios de justicia, respeto, solidaridad, libertad, honestidad, integralidad, corresponsabilidad, transparencia y confidencialidad, fundamentados en la ética civil, consistente en el mínimo de valores y normas que los miembros de una sociedad moderna comparten desde su pluralidad. A las mujeres que aceptaron hacer parte de la investigación, se les explicaron con claridad los objetivos, se les entregó el consentimiento Informado para su lectura, se aclararon las dudas que surgieron al respecto, así como las que emergieron frente a su participación en el proceso. Los datos que comprometían a las involucradas fueron de estricta confidencialidad, se plasmó el nombre en la investigación quienes dieron la autorización, para las demás, se utilizaron pseudónimos como instrumento de seguridad que garantiza la privacidad de las interlocutoras y, a su vez, permiten nombrarlas y reconocerlas en su condición de sujetos, por ser esta una investigación que privilegia a los actores, sus vidas y sus experiencias. Igualmente, se aclaró a los participantes que tenían total autonomía para retirarse del proceso en cualquier momento, si así lo estimaban conveniente. En caso de que, una vez aclarada la intencionalidad de la investigación, una o varias de los participantes decidiera retirarse, se tuvo como criterio elegir aleatoriamente otros que cumplieran con los criterios de selección estipulados en la investigación.

Al conocer y comprender, desde un proceso académico, el significado que las mujeres daban sobre la belleza, se asumió un compromiso, con la divulgación de los hallazgos, para

que puedan hacerse contribuciones a posibles investigaciones futuras o a la intervención de dichos temas.

Capítulo I

“las mujeres se han enfocado por ser lindas no por ellas mismas si no por los demás” Cultura de belleza

El presente capítulo tiene por objeto identificar como se ha configurado la belleza en el municipio de Segovia, permitiendo analizar el contexto, tradiciones, los estereotipos, las percepciones e imaginarios, además, de conocer cuáles han sido los medios que generan que las mujeres introduzcan en la sus vida un aspecto tan superficial como la belleza.

Contexto, forjador de las representaciones sociales.

Segovia es un municipio de Colombia, situado en la subregión del nordeste del departamento de Antioquia, fundado en el año 1.856 por el capitán Francisco Núñez Pedrozo, este se encuentra localizado en la cordillera central de los Andes y disfruta de un clima caliente; la cabecera urbana está ubicada a una altura de 650 metros sobre el nivel del mar y su temperatura medio es de 24° C, limita al Norte con los municipios de Zaragoza y Bagre, al Oriente con el Departamento de Bolívar, al Occidente con los municipios de Amalfi y Anorí, al Sur con el municipio de Remedios, se encuentra a 227 Kilómetros de distancia por carretera de la ciudad más cerca (Medellín) ((INER), 2007). Tiene con un corregimiento³, veinte y dos veredas⁴ (Duque Alvarez, 2015) y “tiene aproximadamente 40.201 habitantes (Marulanda, 2014) .

Aunque cuenta con una economía diversa, es la minería su principal referente, ya que la configuración del territorio obedece al descubrimiento de los yacimientos auríferos y era acorde al propósito de construcción nacional del siglo XIX, según el cual el territorio segoviano aplicaba para la fundación de un nuevo poblado y así se establecían empresas rentables como las compañías mineras ((INER), 2007). Por su característica aurífera,

³Fraguas

⁴El Aporriado, Campo Alegre, Puerto Calavera, Cuturu Medio, Cuturu Bajo, Chorrolindo, El Pescado, Boca De Chicamoque, Cañaveral De Chicamoque, La Palma, La Jagua, Helechales, El Cristo, Laureles, Mata, Aguacate, La Manuela, Santa Isabel De Amara, Quebradona, El Saltillo, La Po, El Cenizo, Arenales, Tesoro

Segovia fue publicitada en la década de los 80, por algunos medios de comunicación, divulgaciones que se hicieron con la finalidad de relacionar la producción aurífera de la localidad con el alza del valor del oro en los mercados internacionales⁵.

Fue así, como el municipio obtuvo un reconocimiento a nivel nacional convirtiéndose en cosmopolita, lugar de llegada de personas en búsqueda de trabajo y riqueza de todas partes del país, especialmente de hombre, ya que, es este sexo el que a banderea este tipo de labor.

Esta condición ha generado que en el municipio halla una tendencia machista, debido al alto porcentajes de hombres y que en su mayoría son ellos los que manejan los recursos económicos en la localidad, situación que ha posicionado a la mujer en segundo lugar y en muchas ocasiones como un objeto sexual y doméstico.

Esta condición se asevera con lo expuesto por las mujeres en las diferentes entrevistas y talleres realizados durante la recolección de información, además, con las diferentes historias, anécdotas y vivencias se pudo interpretar que a largo del tiempo gran parte de las segovianas (partiendo de su condición regional, es decir, antioqueñas) se han considerado las matronas del hogar, mujeres empoderadas del bienestar de su familia y que luchado por la estabilidad familiar y marital. Para ello, además de realizar todos los procesos domésticos necesarios para tener una familia “feliz”, se ha incursionado en un mundo de belleza con la intensión de como ella misa lo plantean “no dejarlo caer”, es decir, luchan por lucir atributos que generen mantener su pareja; descifrando la palabra atributos, como versen aseadas, maquilladas y de una contextura física aceptada.

Aunque esta ha sido uno de las principales características de las mujeres del municipio, no se puede dejar de reconocer las femeninas, que luchan por un vida más independiente y que se apoderan de diferentes ámbitos que han sido netamente masculinos, el trabajo de la minería, el ingreso en la vida política y pública, el ser capaz de sacar adelante una familia sin el apoyo de un hombre, o simplemente las mujeres que son autónomas “libres”, también

⁵Publicación del periódico el Colombiano 1980 : **SEGOVIA, DONDE TODO LO QUE BRILLA ES ORO**, divulgación que se realizó con la finalidad de hacer un contraste de la producción que se realizaba en el país de este material y el alza del valor del oro en los mercado internacionales **Fuente especificada no válida.**

constituyen el significado de la mujer en el municipio; Pero, aunque han ganado muchos espacios significativos, también se han adentrado en posiciones tan superficiales como la belleza.

El mantener un estatus, estilo, seguir una moda, hacerse visible ante la sociedad, la han convertido en seguidoras de estereotipos promovidas por diferentes medios a nivel nacional e internacional; estas afirmaciones son ratificadas con las entrevistas realizadas a mujeres empleadas y solteras,

“Pues creo yo no sé, la sociedad influye en eso, en que uno tiene que estar arreglada, linda, la misma sociedad, los amigos y los medios de comunicación, contribuyen a eso... Hasta yo me voy hacer lipo...(risa)” (Duque Y. , 2015)

“los medio han sido las principales influencias, estos influyen negativamente, porque los medios de comunicaciones ha querido meter unos patrones de belleza a la comunidad, y que han causado eso, que las mujeres se hagan cirugías estéticas, que se pongan tetas que se pongan nalgas” (palacio, 2015)

Para mayor comprensión de estas afirmaciones o planteamientos se hace necesario comprender que la belleza ha sido una categoría que ha tenido diferentes significados al largo del tiempo y constituye una enorme y rica veta de cuestiones sociales y culturales, que lejos de permitir la presentación de conclusiones definitivas, surgen cada vez más interrogantes en torno a ella. Y que además, se identifica la importancia que tiene la belleza como un elemento útil y funcional en las relaciones sociales

Es por ello, que las mujeres siguen ciertos fenotipos de belleza, muchas veces por las aceptaciones que pueden recibir por parte de pares, sexo opuesto o diferentes grupos sociales, la necesidad de encajar en diferentes ámbitos de la vida cotidiana generan que se incluyan en ciertos estándares determinados por la sociedad en general. Espacios como el educativo, laboral y familiar, condicionan que las mujeres cumplan con ciertos aspectos necesarios para incluirse.

“la familia y el entorno en el que se convive es esencial para crear imaginarios y conceptos sobre la belleza, problemas de autoestima. ¿Porque? Porque en el ámbito social en el cual convivimos todos necesitamos de alguna manera una especie de aprobación y para tenerla se deben seguir patrones de belleza o comportamientos establecidos”

“Mi familia siempre ha sido de busto grande y yo no!!... eso causaba que me molestaran y que muy dentro de mí me sintiera mal, esa fue una de las razones por las cuales decidí realizarme la cirugía de aumento de mama... y por qué la lencería que me gustaba no me quedaba bien yo tan plana y mis amigas y compañeras les quedaba bonito (risa)” (Berrio , 2015)

“Mi parejas siempre me han ayudado a que yo mejore mi cuerpo, en las primeras cirugías me hice el aumento de senos y una mini lipo, porque yo no tenía mucha grasa, era solo para formar la cintura, eso fue hace 10 años... hace 2 años tuve otro bebe con otro muchacho y el medio para que me organizara mis senos y me volviera hacer la lipo... mis cirugías han sido porque yo he querido verme linda y las parejas con las que yo he convivido las han aceptado” (Duque Y. , 2015)

En los relatos anteriores se puede inferir que en el contexto Segoviano, la admiración que recibe una mujer por su cuerpo, por su forma de vestir, o por su belleza, determina su auto-aceptación y su tranquilidad, y pocas veces se identifican autonomía de cada sujeto, como capacidad de elegir su propio estilo o de salir de las normas establecidas en la localidad.

Por lo cual este trabajo investigativo se adentró en cada una de las particularidades de las representaciones sociales, con la intención de conocer como se ha forjado el concepto de belleza en el municipio y así generar conocimientos que contribuyan a otros estudios o intervenciones.

“Percepciones, el inicio de una cultura de belleza”

Segovia, como se había mencionado anteriormente está ubicado en territorio minero, en ese sentido, por ser un municipio donde la economía fluye constantemente, está enfocado a las ideologías del consumo, orientándose en un estilo de vida basado en el modelo capitalista, hecho que promueve modificaciones corporales e incita al consumo de un sin número de

productos estéticos que “contribuyen” a la obtención de los estándares que proclaman los medios de comunicación.

Dando como resultado que gran parte de las mujeres de esta localidad busquen, acérrimamente, encajar en los patrones de belleza que rigen en la actualidad, dejando a un lado sus capacidades intelectuales, sensibles y físicas. Asimismo, La edad no es barrera, la competitividad hace parte del desarrollo de cada una de ellas; las altas demandas de espacios enfocados al ejercicio, a los procedimientos estéticos y a las peluquerías son notorias; en búsqueda del “ideal estético”.

Es preciso acotar que, las percepciones dan cuenta de las imágenes mentales que se forman con la ayuda de las experiencias y necesidades, siendo el resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones. Es decir, las percepciones hacen parte de una construcción cultural que se va formando a lo largo del tiempo, con connotaciones particulares al individuo, desde su subjetividad y capacidad de adaptación y obtención, en este caso, de los estándares de belleza establecidos.

Percepciones emocionales:

En ese sentido, la investigación arrojó como resultado que hay una dualidad a la hora de percibir e interpretar la belleza en el municipio de Segovia, pues, si bien es común que dentro de las entrevistadas se manifieste que la belleza no está en lo físico, como lo demuestran los siguientes ejemplos:

“usted se siente hermosa, usted desde su interior se siente bella, no importa como lo vean los demás es como yo me siento, si yo soy gorda y me siento bella así es, bella no es una cara bonita, es muy intrínseco” (Lainez, 2015)

“para mí es como uno se sentirse bien sentirse como do con uno misma, eso es la belleza, no es como buscar un rasgo en particular o puntual, que los ojos de tal manera que el color de tal manera es que uno se sienta cómodo con uno mismo, es que cuando uno se mire en el espejo se sienta bien” (Alvarez, 2015)

“la belleza no es tanto lo físico, para mi belleza es la forma en que tratamos las personas la forma de ser de la persona, no se trata en físicamente” (palacio, 2015)

Esto permite aclarar que las percepciones sociales ayudan a identificar facetas relevantes de la sociedad, pero no a una construcción única. Todo depende del contexto en el cual este inmerso.

Percepciones físicas:

Es también cierto, y a la vez contradictorio, que los cánones de belleza establecidos por la sociedad, como el 90-60-90, la delgadez y la piel lozana, entre otros, estén constantemente en los discursos, ya sea para referirse a eso como ideal a conseguir o como el “prototipo inalcanzable” por el cual logran, o no, sus objetivos, como acceder a un empleo o, en síntesis, a tener más y mejores oportunidades en cada uno de los aspectos de la vida.

“estamos invadidas de cirugías plásticas, de la lipo, ahora va una mujer joven y bonita con 90, 60,90 y le dan más fácil el empleo a ellas que a nosotros las descuerpadas, (risa)” (Lainez, 2015).

“así no le guste a la gente y así no sea 90, 60, 90 es lo más importante, por medio de él (cuerpo), puedo desarrollar todas las actividades” (Alvarez, 2015)

“La belleza no es 90.60.90, eso es lo que la sociedad nos ha metido en la cabeza, no es como los patrones de belleza, patrones de belleza es gordo flaco es como yo me siento linda soy hermosa.” (Echeverry, 2015)

Lo anterior, ubica el cuerpo, la belleza o más concreto, la imagen, como un medio identificado para lograr un fin, persiguiendo siempre la aceptación del otro, pero desde la aceptación interna, por medio de un discurso.

El cuerpo

Es de aclarar que el concepto de cuerpo se ha construido por un medio social, donde se clasifica de la siguiente forma.

“En las obras de Mary Douglas (1988, 1979, 1991), el cuerpo se considera como un sistema de clasificación primario para las culturas, medio a través del cual se representan y se manejan los conceptos de orden y desorden. Por su parte, Marcel Mauss, arguye que la cultura da forma al cuerpo y describe con detalle lo que él denomina las «técnicas del cuerpo»: «El modo en que de sociedad en sociedad los seres humanos saben cómo usar sus cuerpos» (Mauss, 1973: 70). Estas «técnicas corporales» son un medio importante para la socialización de los individuos en la cultura; a través de ellas y de su cuerpo, un individuo llega a conocer una cultura y a vivir en ella. Mary Douglas también ha reconocido el cuerpo como un objeto natural moldeado por las fuerzas sociales. Para esta antropóloga, existen dos cuerpos: el «cuerpo físico» y el «cuerpo social». Y afirma que «el cuerpo social restringe el modo en que se percibe el cuerpo físico» (Douglas, 1988: 93)” (Martínez Barreiro, 2004)

En relación a lo anterior, estas percepciones se han construido por el sujeto en relación a su entorno social, jugando un papel de poder, donde se van adquiriendo, produciendo y reproduciendo, diferentes formas de hegemonizar tendencias, controladas por una sociedad del consumo, esta apreciación es accedida por algunas de las mujeres entrevistadas, en las cuales abarcan como generadores de prototipos, a los medios de comunicación y la sociedad en general

“Pues creo yo no sé, la sociedad influye en eso, la misma sociedad, la publicidad y la televisión, los medios de comunicación, contribuyen a eso... (Lainez, 2015)

“Creo que los medios de comunicación influyen muchos. Otros aspecto, es la sociedad, porque hay veces es se siente marginados, como sería los gorditos, al sentirse bien tendría que verse bien para que los trate bien. En el campo familiar, ósea muchas veces hasta en la misma familia dicen esta como esta de flaca, si el maltrato, esta como esta de fea, esta como esta de cari-machada, esta tal cosa, entonces el sentirse bien es algo muy importante para el ser humano como tal y esos son uno de los factores que también influyen”. (palacio, 2015)

La noción de cuerpo y belleza evolucionan dependiendo de los ciclos vitales de las mujeres, además de sus características socioculturales y socioeconómicas.

Estereotipos

En las actividades realizadas con 10 jóvenes, entre los 15 a 18 años, se evidencia, que el cuerpo, las facciones del rostro, el cabello, son sus principales referentes de belleza, pero además más que lo físico también sitúan en el concepto de bello, la sencillez, la nobleza, el cariño y la alegría, añadiendo que el cuerpo se debe cuidar y respetar, posturas e identidades que han ido forjando en el transcurso de desarrollo persona y relación con las sociedad.

En la actividad realizada se presentaron los siguientes conceptos de belleza corporal.

“Mi belleza esta mi cara, considero que tengo lindas facciones, es realmente lo que más me gusta” (Gomez Ospina, 2015)

“Mi cuerpo y mi cabello es lo que más me gusta, los cuido con productos naturales” (Anonimo, 2015)

Mi sonrisa, es lo mejor, es la mejor curva que puedo tener (Rojas Cataño, 2015)

Mi cuerpo es un baile, me encanta delgado, y mi tés morena, no creo que lo cambiaría por nada, para mi es mi singularidad de belleza (Cadavid, 2015)

“Aunque no tengo el mejor de los cuerpo, pues, me gusta mucho, y mis uñas me encantan” (Anonimo, 2015)

Como se aprecia anteriormente, las jóvenes presentan una percepción de la belleza, más específica, tienden conformar un aspecto más delicado y juvenil en contraste de las mujeres adultas que es más voluptuoso y curvilíneo, basado en los estereotipos creados por la sociedad donde se determina que el cuerpo es de forma diferente según la asignación de atributos en función de la identidad grupal, éstas se modifican constantemente en la interacción diaria de las personas.

la popularización de las redes sociales, han generado que se aumente las publicaciones de fotos donde exponen las partes que les signifique más “atractivo” focalizándose en partes

como el abdomen, las caderas, los senos, el cabello y el rostro. Si consideran que una parte de su cuerpo no entra en los estándares de belleza que los demás quieren ver, las publicaciones enfocadas a estos son pocas o nulas. Esta situación van incremento y el cuerpo de la mujer cada día se va sexualizando introyectándolo en un mundo no solo de consumo si no de deseo y siendo esta una de las principales estrategias que utilizan el Marketing para promocionar y vender productos de diferente índole.

Las jóvenes participantes argumentaron que al momento de publicar fotos de perfil en las redes sociales, les gustan que sus fotos queden lindas y que permitan exhibir las partes más bonitas de su cuerpo como son el abdomen, el cabello, su rostro, las caderas y la sonrisa. Pero no lo hacen con una intención sexual o “mostrona”, si no, porque es la moda y las fotos así quedan muy “chéveres”.

Estas son algunas de las nociones que tienen las jóvenes del municipio de Segovia sobre el cuerpo y la belleza

“Es la carta de presentación de todo ser humano, lo que ven los demás de mí, mi aspecto físico. Me acepto tal cual y como soy, pienso que no se necesita tener un cuerpo perfecto para que sea armonioso, lo que realmente importa es como te sientas. En su sonrisa, me parece que una mujer que luzca sonriente esto hace que se vea muy bella” (Anonimo, 2015)

“Esta sociedad de consumo nos ha instalado un "chip" en el cerebro, que define unos estereotipos y nos lleva a hacer valoraciones con solo mirar a otras personas. Yo los clasificaría entre las Muy bonita: cuerpo y cara, perfecto según el estándar que nos han impuesto (delgada, tal vez rubia, todo pequeño, menos su pompis). Bonita: rostro perfecto(nariz respingada, labios gruesos, dentadura perfecta etc.), pero, esta pasada de peso,. Y tendríamos a la que tiene algo, que posee algunas, de las características anteriores, pero tiene otras no tan agradables y que resaltan más. Los medios de comunicación, Son absolutamente determinantes, ellos son las principales impostores de esos estereotipos, tal vez, injustos que la mayoría de la sociedad reconoce. (Duque Y. , 2015)

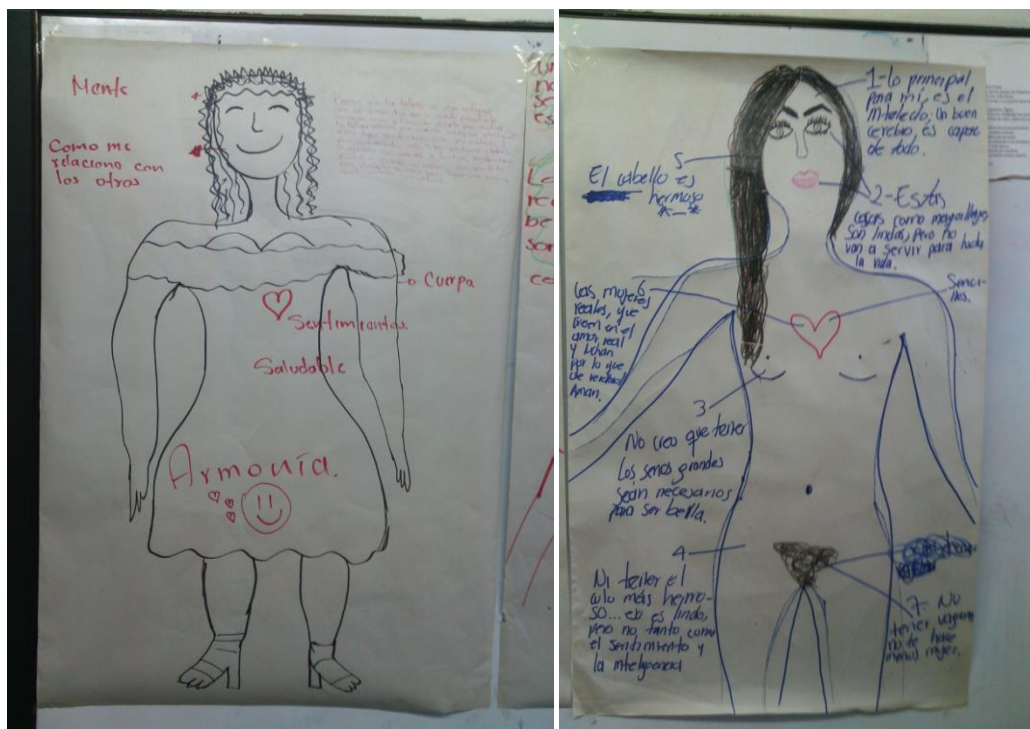
Al igual expone, que la mayoría de las tendencias en la actualidad, son reproducidas por los medios de comunicación, informando, que son estos, lo que hacen que la mujer le

realice un culto al cuerpo, y que estén sometidas a múltiples procedimientos, con el fin de alcanzar la figura de una mujer de la farándula.

“Influye mucho los medios quieren vender solo un cuerpo y caras bonitas, lo realmente importante de la mujer lo han ido menospreciado” (Anonimo, 2015)

“Principalmente los medios influyen mucho, hacen muchos daños, cogen una persona y la vuelven nada mira que si una actriz subió dos o tres kilos es un bum, que esta engordando, que está pasando, hasta lograr que las personas que somos débiles caigamos en enfermedades, por que dejemos de comer, cirugías, y ellos han hecho de que ciertas profesiones un prototipo, como las modelos tiene que tener ciertas medidas si usted quiere aspirar al algo tienen que tener estos estándares y principalmente los físico” (Alvarez, 2015)

Estas ideologías, fueron confirmadas con las siluetas expuestas, donde se pretendía identificar cual es el aspecto de una mujer bella y sus características. De lo cual salieron las siguientes,





En cada una de las siluetas realizadas por algunas participantes del taller, se vislumbra la forma como conciben su cuerpo y realzan las partes significativas. Se identifica que hay una armonía entre el sentirse bien interiormente y exteriormente, aunque en la mayoría de la morfología de las imágenes se ve una figuras establecidas lo expuesto por ellas cambia la percepción inicial.

Pero más allá de exponer atributos físicos, las jóvenes expresaron que la belleza va acompañado, de auto reconocimiento, de un cuidado de sí mismas, de una mujer inteligente entre otras, y no se centran solo en esa belleza objetiva, si no que van más allá, y reconocen que hay un ser potencial, que necesita ser retroalimentado, y estandarizado con prototipo predominantes en la sociedad.

En conclusión, el tema de belleza, tiene diferentes significados, y percepciones, todo dependiendo del contexto que los rodea. Es de reconocer que muchos de los ideales expuestos anteriormente son parámetros forjados por los medios de comunicación en primer lugar y posterior por las sociedad, familia y pares siguiendo prototipos económico-sociales.

En ese orden de ideas, mejorar la situación requiere del fortalecimiento de aspectos tales como el auto-aceptación, auto-respeto, y auto-cuidado, sin pasar los límites y sin seguir con prototipos estrictos, los cuales generan un daño de las estructuras personal y social, de quienes se exponen a diferentes hábitos, para alcanzar un ideal de belleza, divulgado, por el consumismo.

Capítulo II

“El sentimiento de estar bien con uno mismo” Construyendo la belleza con prácticas sociales

En la sociedad actual la apariencia constituye un capital clave para la lógica de la integración social, por medio del cual se difunden estilos de vida relacionado con la moda y la belleza, que se interiorizan y se practican.

Estas prácticas, se incrementaron a partir de siglo XX, donde las preocupaciones por el cuidado del cuerpo y la apariencia física crecieron en las sociedades occidentales a causa del creciente mercado dedicado al consumo, así como de la alta tecnificación industrial y médica. Desde este período, el cuerpo se presenta como un alter ego imperfecto, el cual debe ser moldeado a partir de las apetencias subjetivas y los cánones estéticos difundidos por los medios masivos de comunicación.

Además, aspectos tan fundamentales como la salud toman relevancia en la actualidad, el estar con sobre peso tiene un relación directa con enfermedad, por lo tanto el buscar estar delgada es un sinónimo de salud, En entrevista realizada a la nutricionista del hospital del municipio, expone que “aunque las mayoría de las consultas que realizan las mujeres acerca de una buena alimentación para obtener una buena salud, tiene un segunda intención, la delgadez le genera mayor autoestima y aceptación” .

Lo expuesto anteriormente, se ratifica con lo dicho en algunas de las entrevistas realizadas a mujeres del municipio de Segovia, quienes categorizan su cuerpo como feo, descuerpado, gordo, demasiado flaco, imperfecciones en rostro entre otras; y además exponen la necesidad de organizarse sentirse bien y saludables , para irradiar esa belleza que dicen “no tener”.

Para seguir abordando este tema y poder comprender como se han configurado estas interrelaciones entre sociedad e individuos, es necesario conocer sobre el tema de prácticas sociales, ya que por medio de este nos permite entender, por qué las mujeres realizan

ciertas prácticas para alcanzar ideales estéticos, distribuidos no solo por la mediatización, sino también por la sociedad, específicamente, en el ámbito educativo, laboral y familiar.

Estas prácticas sociales, son definidas por Bordieu como,

Estructuras sociales y estructuras mentales, o los “sistemas de división objetivos” y los “sistemas de clasificación incorporados”. Ambos sistemas están interconectados, casi que fusionados entre sí, en tanto construcciones históricas y cotidianas, objetivadas e interiorizadas.

Y según Castellanos y Gutiérrez

Las prácticas expresan tanto la experiencia humana, como todas aquellas actividades sociales, económicas, culturales y deportivas, entre otras, que se materializan en una relación directa y cotidiana de los individuos con el mundo.

Estas tesis establecidas anteriormente, nos permiten comprender y vislumbrar como se crean las diferentes prácticas sociales, especialmente en el tema de la belleza y como se correlaciona con la cotidianidad de las mujeres del municipio de Segovia.

Cuidado de si

En la teoría expuesta por la doctora Nora Eugenia Muñoz referente al cuidado de si, hace referencia que

“se construye en las relaciones sociales, en las interacciones y en las prácticas, pues estas condicionan las representaciones sociales que un sujeto tiene sobre el cuidado de su salud, y tienen lugar gracias a los procesos comunicativos e intersubjetivos entre los miembros del grupo social del cual se forma parte. La actividad cotidiana se desarrolla acorde con ese legado sociocultural que el grupo, a medida que se reproduce, va forjando colectivamente, como verdad objetivada para sus integrantes. Pero, dicha verdad pasa por un proceso de subjetivación constante en la que cada sujeto toma para sí lo que considera pertinente: reconfigura elementos recibidos de los otros para integrarlos a su proceso reflexivo de asimilación y apropiación de los conocimientos comunes al grupo” (Muñoz Franco , 2006)

Basado en lo anterior, algunas mujeres del municipio apoyan la búsqueda de ciertos parámetros en el estar bien, sentirse bien y verse bien, es decir, el cuidar de ellas, realizando

rutinas de ejercicio, buena alimentación y sentirse aseadas, contribuyen a verse bellas, sin dañar su cuerpo, siguiendo recomendaciones aptas para balancear dichos aspectos.

Para esclarecer este concepto se hizo necesario conocer cuáles son las practicas que utilizan las mujeres de Segovia, para buscar o alcanzar la belleza.

Practicas rutinarias de belleza

Algunas entrevistadas expresan, que para tener mejor apariencia realizan rutinas de alimentación, además de cuidados de la piel, y rutinas de ejercicio, así, como otras expresan que lo único que se necesita para tener una belleza es irradiar una sonrisa y auto quererse, estar bien con los que la rodean, estas realizan diferentes criticas de las acciones que hacen las demás mujeres que buscan estos patrones.

Como se sustenta a continuación,

“yo diario en mi casa hago mis 20 0 30 minutos de ejercicio, con mi pelota o mis abdominales, dedico 3 días a las semana para hacer mis ejercicio en el patio, pues no estoy acondicionada de que si no es en un gimnasio no pueda hacer, yo lo hago en mi casa” (Alvarez, 2015)

“pensando en mantener mi piel lozana, sigo constantemente una rutina de prevención y cuidado de la misma en la cual se incluyen cremas de limpieza y humectantes” (Ospina, 2015)

“tener buena salud, hace tiempo no hago ejercicio, no es que quiera... es que el ejercicio se necesita para tener buena salud, comer bien, no comer a deshoras, desde que uno tenga salud todo está bien, si no vea este cuerpazo (risa)” (Echeverry, 2015)

“Mis prácticas para alcanzar la belleza es estar en paz con Dios, ser mejor persona posible, levantándome todos los días bendecida por Dios” (Lainez, 2015)

“para mi es una pasión, bailar es mi mejor rutina, el cual realizo por pasión y por no dejarme engordar” (Cadavid, 2015)

Los ejercicios, las cirugías estéticas, las dietas, el consumo de alimentos light, los chequeos médicos y el cuidado de la higiene personal, se convierten en prácticas recurrentes de los individuos en las sociedades que se adquiere, por las múltiples publicaciones de los medios de comunicación y por las percepciones que tiene la sociedad referente a este tema.

Según algunas entrevistadas afirman que los medios de comunicación son los principales precursores de estas prácticas, con la necesidad de vender sus productos y de expandirse, crean estereotipos que se convierten en un mal para la sociedad en este caso particular para las mujeres.

Además, expresan que otras actividades realizadas por medios particulares, como los reinados de belleza, contribuyen que las mujeres se realicen diferentes procedimientos y se expongan a hábitos, que solo permiten ver a una mujer como un objeto sexual y comercial.

“los medio de comunicación han sido las principales influencias, estos influyen negativamente, porque los medios de comunicaciones ha querido meter unos patrones de belleza a la comunidad, y que han causado eso, que las mujeres se hagan cirugías estéticas, que se pongan tetas que se pongan nalgas, lo que ha causado un problema de salud pública, ¿usted sabe cuántas personas han salido enfermas por meterse eso que se ponen en las nalgas? ¿Cómo es que se llama eso que inyectan en las nalgas? Mmmmm bueno, cuantas personas no han quedado enfermas por las cirugías, cuantas no han quedado en la cama postradas por una cirugía, los medios de comunicación siempre han influido mal en este aspecto. los medios de comunicación y los reinados de belleza, vea voy a decir a carta abierta, desde que yo tengo uso de razón no he estado de acuerdo con los reinados de belleza, los reinados de belleza, bueno también se llaman reinados de belleza, pero que hacen, lo mismo los patrones que nos están instaurando en la sociedad, la gente viendo eso, las niñas de chiquitas , cuando yo sea grande quiero ser reina, ser hermosa, desde chiquitas son anoréxicas, bulímicas, con sus enfermedades, esas enfermedades que no se si ya están reconocidos como salud pública o no, pero para mi son enfermedades de salud pública, cierto, son de todo el país, anoréxicas, bulímicas, que no como esto porque me hace daño, que vamos para el gimnasio, desde chiquitas, viendo pensar en estudiar en superarse, en tener una profesión una carrera, por eso no he estado a favor de los reinados de belleza, ¿dígame que aporta los reinados de belleza al país, dígame alguna cosa que le aporta? Nada, nada le han aportado, por eso no he estado de acuerdo, por eso mucha gente dice que yo soy amargada, que estoy frustrada, que yo tengo un complejo, pero no, es mi forma de pensar, con esa plata que se le invierte a eso, aa vea hay tantos niño, hagamos una fundación, vamos a tal parte que los niños se están muriendo de hambre cualquier cosa social, pero ellas no sirven si no para decir si yo soy reina voy hacer yo no seque yo no sé qué, porque no pueden hacerlo desde antes, es porque no les nacen del corazón por qué tiene que esperar ser reinas para hacer eso, esas son las palabras que dicen para ganarse el reinado. Ehh dicho. Los patrones de belleza, que nos han inculcado los medios de comunicación han generado en la comunidad enfermedades, cuántos niños en los colegios no sufren bullying porque es muy gorda o muy flaco, porque los patrones son 90, 60, 90, entonces hay no está tan gorda está no es linda porque es gorda, pero si han generado enfermedades de salud

pues que yo considere enfermedades de salud pública anorexia y bulimia. Esos son generados.. Por seguir patrones de belleza” (Echeverry, 2015)

Entre estas prácticas las mujeres moldean sus juicios sobre la apariencia corporal, basado en los cánones estéticos difundidos mediáticamente, pues han nacido en una cultura audiovisual, consumista y sensualista en donde el culto al cuerpo 'bello' se difunde como un imperativo social

lo expuesto anteriormente por la entrevistada, se identifica otro tema detonante en los procesos estéticos por medio de intervención quirúrgicas, como son la enfermedades o daños a tejidos, causados por la malas prácticas de estos procedimientos, que en vez de generar felicidad a las mujeres que se lo realizan, genera una insatisfacción o marca, que queda plasmada en este ser.

Aunque esta situación, también es expuesta por diferentes medios, es poco tenida en cuenta, ya que por las ganas exasperadas de realizarse algún procedimiento que les permita lucir bien o seguir con un estándar de belleza, dejan a un lado las consecuencias o daños que puede generar los malos procedimientos.

“también ha causado de que se hacen unas cirugías y quedan peor de lo que estaban, ya sea por la mala elección o por mal procedimientos. Termino diciendo que cuando uno de verdad necesita la cirugía y tiene como acceder a ellas puede hacerlas pero debe de saber en qué manos se van a poder.” (Alvarez, 2015)

Para los individuos contemporáneos, pero sobre todo para las mujeres, la apariencia física y la belleza funcionan como capitales sociales de los cuales se espera rentabilidad y retornos significativos en términos de aumento de sociabilidad, enlaces eróticos afectivos, aceptación social y posibilidades efectivas de ascenso social

Como lo expone una entrevistada

“Por otro lado la sociedad, en especial los hombres, que buscan los hombres una mujer que físicamente perfecta medida, una mujer que tenga cirugías a un hombre lo mejor, así sea bruta, desgraciadamente, la mayoría pues no generalicemos, porque hay otros que buscan

otras cosas, pero la mayoría le gustan una mujer que medida, nos volvimos muy materialistas, una mujer que tengan buenas maruchas una nalga bien puesta y abdomen plano así sea huequitas de cabeza serian lo mejor” (Alvarez, 2015)

“Realizarse un procedimiento para que los demás los vean bien no sometemos a diferentes procedimientos para satisfacer a los demás, en especial a la pareja,” (Misas , 2015)

Para alcanzar estas expectativas desarrollan múltiples practicas que pueden contribuir a verse mejor y a interiorizar este sentimiento (sentirse bien)

Muchas de las entrevistas exponen que para alcanzar los diferentes prototipos por diferentes que sean toca invertir tiempo, dinero y recursos para la construcción de la apariencia ideal. Las apariencias que conciernen a todas las superficies de nuestro cuerpo permiten que los demás se formen una serie de expectativas sobre nosotros, al tiempo que permite que nosotros evaluemos y clasifiquemos a los demás.

En este caso, se encontró que las búsqueda de ese prototipo que han ido configurando en el transcurso de sus vidas, lo ha logrado alterando su cuerpo a partir de una cirugía estética. Esta quizá sea la práctica estética más drástica para cambiar nuestra apariencia corporal, pero indudablemente es uno de los recursos más utilizados en el contexto. Entre las entrevistas realizadas dos de ellas aceptaron que realzaron cirugías confines de mejorar condiciones de su cuerpo que no les gustaba y por problemas de salud.

“yo tengo una cirugía, tengo una cirugía de abdominosplastia y tengo una dos lipo, la primera me la hice por vanidad, porque toda la vida he sido obesa, y quería sentir como era uno delgado y verme bien y la segunda me la hice con la abdominoplastica, más que por belleza, me la hice por situación física por que debido a los partos tuve un problema en la piel, y precisamente fue por estas condiciones por que se creó esta cirugía, esta cirugía me la hice porque tuve mucho estiramiento la piel y ya no hay como recuperarla y se angustia mucho uno no tener sensibilidad y nada más que generado granitos, y la ajuste con la lipo, para aprovechar la cirugía.” (Alvarez, 2015)

“En mi caso me he hecho varias cirugías, primero me hice una lipoplastia, me la hice en ese entonces aunque muchos me decían que no era necesario yo si lo vea necesario porque me sentía gorda, aunque yo delgada no soy, mi contextura es troza, después me hice una abdominoplastia y mamoplastia debido a que por después de hacerme la lipo me quedo la parte del ombligo un poquito arrugada y la vanidad maldita vanidad no quería que quedar así, y pensé corregirla y después de tener a mi hijo, tuve mucha elasticidad en las glándulas mamarias entonces quería corregirlas. Pues lo senos si fue como una necesidad.” (Alvarez, 2015)

Como lo expresaron Misas y Álvarez anteriormente, nace la necesidad de realizarse esta clase de procedimientos por vanidad, aunque expresan que tenían necesidad de realizársela, se prioriza el tema de la estética y el que la vean bien es más por deseo subjetivo por amoldar esa imagen ideal, que por lo necesario por su salud.

Expresan que posterior de realizarse estas cirugías su sentir hacia ellas mismas es mejor,

“Me siento realizada, porque lo que quería corregirme quedo bien, pero uno es muy inconforme, el ser humano es muy inconforme, aunque mi abdomen es plano, las mamas están bien, pero igualmente, uno quiere otros retoques” (Alvarez, 2015)

Que estos procedimientos han generado en ellas mejor autoestima, sentirse seguras y tranquilas, que el poderse colocar la ropa que les gusta y que se vea, bien es lo más satisfactorio, además las miradas y admiraciones de los demás, hace que su ego crezca y que generen más confianza y auto aceptación.

Es de aclarar, que aunque estas cirugías les han traído diferentes beneficios en estas mujeres, también han presentado dificultades, tales como el miedo por un objeto extraño en cuerpo y las constantes miradas y cuestionamientos de los demás hacia su condición como se expone a continuación.

“Las mamas están bien, pero igualmente, yo una cirugías de seno no me volvería hacer porque para mí los senos no me pesan y aunque logre lo que quería, ellos si molestan ósea

uno es como con el miedo, ósea eso es un cuerpo extraño, uno cree que si se los tocan mucho se le van a salir”. (Alvarez, 2015)

“la sociedad influye y mucho y es un problemas social que tenemos, porque la gente te mira como el tipo de persona que se tiene que conservar en una línea, los diferentes comentarios que realizan causan daños psicológicos” (Misas , 2015)

Pero aun, con estas dificultades la persona entrevistada se siente satisfecha con sus procedimientos y argumentan de que no se arrepienten de habérselo realizado.

Prácticas de salud

Si bien la mayoría de las entrevistadas y participantes de las actividades, exponen realizar rutinas diarias para mejora, organizar o fomentar la belleza, hay otras mujeres que dejan estas prácticas a un lado y se preocupan más por esa belleza “interior” como ellas los categorizan y por sentirse bien.

En contraste con estas decisiones, están otro tipología de mujer, quienes expresan que es más importante la belleza interior que la física, exponen que el amor propio, el sentirse bien, el estar saludable y el aceptarse tal y como son fundamenta a una verdadera mujer.

“quien dijo que tenemos que seguir lo patrones que la sociedad nos ha instaurado, La belleza no es 90.60, 90, eso es lo que la sociedad nos ha metido en la cabeza, no es como los patrones de belleza, patrones de belleza es gordo flaco es como yo me siento linda soy hermosa. es como cada uno se sienta, la belleza no son los patrones que no han metido las sociedad, la belleza es... yo soy flaquita, no tengo senos, soy barrigona pero si yo me siento bien, si soy gorda pero si yo me siento hermosa es lo que importa, no es lo que la sociedad no ha querido meter.” (Echeverry, 2015)

“la mujer bella es la que se quiere así misma que ama los que está a su alrededor, la persona que está dispuesta a servir a colaborar, la mujer inteligente que quiere salir adelante, la mujer humilde, en su pobreza en su forma de vivir pero que son muy bella porque son como un ángel con las personas que saben vivir en sociedad.” (palacio, 2015)

Modelos de belleza

Es posible interpretar que en el contexto local coexisten dos tipos de modelos de belleza que son asimilados de manera distinta. Para las entrevistadas Misas y Álvarez,

La belleza relacionada con la esbeltez.

Es decir, reproducen parcialmente el modelo de belleza hegemónico. En contraste, Echeverri y Gutiérrez piensan que un cuerpo natural es más apreciado.

En los hallazgos encontrados referentes a las prácticas sociales se identifican que algunos aspectos incluidos en el planteamiento del problema, fueron acertados ya que:

La belleza, aunque es subjetiva, en la actualidad se ha estandarizado y delimitado en ciertas medidas, formas, simetría y proporción; características que conforman las coordenadas en la composición de un todo bello, provistas por la razón y la agudeza visual de la sociedad consumista; donde se concibe el cuerpo de la mujer como un objeto que sigue normas determinadas por los nuevos fenómenos de la economía y la globalización dejando a un lado el ser, de mujer, para abarcarse en los prototipos planteados por estos paradigmas que se enfocan en ideales estéticos ignorando las diferencias orgánicas y anatómicas que determina la textura de las diferentes mujeres.

Como lo afirman las entrevistadas Álvarez y Misas, Se trata de un ideal de cuerpo femenino matizado por los ideales de belleza populares, en donde la belleza es representada a partir del aumento de senos, y delgadez la cual presenta mayor atractivo sexual.

Belleza relacionada con el auto aceptación.

En contraparte las demás entrevistadas y participantes de las actividades, expresaron sentirse satisfechas con sus cuerpos, y aclararon que no planeaban realizarse ningún tipo de procedimiento estético, pues aunque consideraban que sus figuras corporales se alejaban del estereotipo de belleza difundido mediáticamente y por la sociedad, esto no les causaba ningún tipo de ansiedad o malestar.

Es de aclarar que aunque algunas de las entrevistadas no están dispuestas a exponerse algún procedimiento quirúrgico, todas informaron, que la belleza está acompañada de mantenerse bien organizada, siempre con un aspecto limpio, maquillada (así sea suave, pero con algo en la cara), y con un cabello organizado, ya que esto ayuda a verse y sentirse mejor.

“La belleza la muestro por fuera por mi forma de vestirme, mi forma de sentarme, mi forma de expresarme. (Risa) para mí lo más importante es sentirme bien, desde que yo me sienta cómodo conmigo misma, que en el lugar donde yo vaya este bien presentada” (palacio, 2015)

“mantenerse bien presentada, maquillada, limpia eso es importante” (Lainez, 2015)

“tengo un cuerpo normal que puedo lucir con mi forma de vestir” (Duque Y. , 2015)

Finalmente, se hace necesario anotar que cada mujer asume las prácticas sociales sobre las bellezas basado en su vivencia y en lo que ha adquirido en relación con el contexto. Por lo tanto no se puede hegemonizar las prácticas sociales, ya que son construidas por diferente tipología de mujer, que presentan gustos, e ideologías diferentes.

Capítulo III

Trabajo Social y las representaciones de la belleza en contextos específicos.

Para obtener conocimientos de este aspecto investigativo se hace necesario principalmente conocer un sobre la teoría transversal de esta investigación las representaciones sociales.

Una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (Mora, 2002:7)

Abordar el tema de las representaciones sociales que tiene las mujeres de municipio de Segovia sobre la belleza, permitió conocer diferentes aspectos de la vida cotidiana de las mujeres y de cómo la estructura social y los medios de comunicación condicionan los modos de habitar sus cuerpos y de sus prácticas sociales.

A lo largo de este estudio, se pudo observar que la actividad de algunas mujeres está centrada en querer imitar ciertos aspectos vanguardistas, que son promovidos por la mediatización, pero también, se han podido comprender que para otras mujeres estos aspectos vislumbrados, no son los más importante en el desarrollo de sus vivencias, el reconocerse como mujer, no está enfrascado en un tema estético, si no en un desarrollo personal, familiar y social.

En relación con lo anterior se hace necesario desde trabajo social, ingresar a estas condiciones tan marcadas, con el fin de reconstruir el papel de la mujer y empoderarla como un ser lleno de capacidades, que puede reconstruir sus historias basadas en la auto-aceptación y no en la imitación.

La belleza en este municipio, ha sido configurada por un proceso socio-económico, donde el verse bien, singulariza a una gran población femenina, el tener su cabello arreglado, cuerpo esbelto y bien vestido, las identifica con patrones establecidos por la sociedad consumista.

Según observaciones realizada en lugares nocturnos, se evidencia algunos de los aspectos mencionados anteriormente, las mujeres acuden a estos lugares, con un estilo estandarizado tanto en vestuario (short y tops, vestidos cortos, o trajes muy ajustados), como en arreglo personal (cabello largo liso, maquillaje suave, y accesorios vistosos).

Es de aclarar que no se tuvo un acercamiento verbal con algunas de estas mujeres, lo que no permite exponer que apreciaciones tenían referente a esta condición, pero por lo visto, se identifican que el aspecto físico es muy importante para acudir a estos espacios.

Regresando a la entrevista realizada, se puede identificar, que algunas mujeres, utilizan su cuerpo como un referente para alcanzar ciertos estándares o espacios donde se desarrollan como mujeres sociables.

“cuando uno no se acepta así mismo, tiene como que buscar ese algo que te hace sentir mejor y de pronto se siente más bella, de hecho todo ser humano debe sentirse bien consigo mismo, tiene que buscar la forma de sentirse bien de sentirse bella por dentro y por fuera, es la parte más importante de sentirse bien es uno de los aspectos, sentirme primero yo y bien y si para sentirme bien es verme físicamente bien seria valedero, esa parte es como vanidad pero es valedero, porque lo más importante del ser humano es sentirse bien consigo misma, porque si alguien se siente bien consigo mismo tiene mucho que dar a los demás, porque nadie da de lo que no tiene, entonces para mí también es valedero, que es orgulloso, no importa pero que ella se siente bien y puede dar mucho a los demás.” (palacio, 2015)

El poder sentirse bien, transmitir esa seguridad e impresionar con su físico, son aspectos claves en el desarrollo de algunas mujeres, quienes se interiorizan que el aspecto físico es la carta de presentación para una mujer.

“Uno debe ser acorde a la parte donde uno quiere llegar, si yo quiero un puesto en determinada parte yo no puedo ir de sandalias, no ose, uno tiene que vestirse con la ropa más cara del mundo si no acorde al puesto que quiere, que aspira.” (Alvarez, 2015)

Someterse a procedimientos estéticos, con el fin de mejorar su apariencias y sentirse bien, son otros aspectos que denotan a ciertas mujeres segovianas.

Pues desde que uno lo desea y la cirugía sea un éxito, si, uno queda conforme contento, con el resultado de la cirugías, pero también ha causado de que se hacen unas cirugías y quedan peor de lo que estaban, ya sea por la mala elección o por mal procedimientos. Termino diciendo que cuando uno de verdad necesita la cirugía y tiene como acceder a ellas puede hacerlas pero debe de saber en qué manos se van a poder. (Alvarez, 2015)

Los procedimientos más realizados son liposuociones, aumento de gladiolas mamarias aumento de glúteos.

Al igual, que se realizan cirugías estéticas, se someten a procedimientos no invasivos, tales como tratamientos en la pie, tratamientos en el cabello, tratamientos dentarios, entre otros, con la finalidad de realzar la belleza.

Estos fueron los procesos más relevante encontrados en el proceso investigativo sobre la belleza corporal, imaginarios, construidos no solo por los medios de comunicación como lo había mencionado antes, si no por el entorno social.

Pero es de aclarar, que hay otros aspectos de belleza, expuestos en la investigación, que se desligan de la noción de belleza estética y pasa a algo más íntimo con la persona.

Quererse, aceptarse, admirarse, y sentir que son que un forma corporal, fueron otros conceptos que se encontraron en este proceso investigativo.

Aunque en una sociedad consumista machista y superficial una mujer bella es aquella que tiene una cara, un cuerpo y un cabello bonito, me parece que el principal aspecto de una mujer bella debe ser la personalidad seguida de su calidad humana (Rojas Cataño, 2015)

Es el sentimiento de estar bien con uno mismo (Anonimo, 2015)

Hay belleza interior que es la más importante. de las cosas es ser aceptado, sentirse respetado, ser admirado (Lainez, 2015)

Aunque estos aspectos no son tan admirados como los físicos, permiten identificar a una persona y son lo razonables y coherentes con el desarrollo integral de cada uno.

Trabajo social como profesión vanguardista tiene la obligación de conocer comprender nueva problemáticas, con el fin de realizar intervenciones amplias buscando construir nuevas alternativas que propicien el auto reconocimiento y la autoaceptación.

Por lo tanto la labor de sensibilización hacia las mujeres en aras de la autorreconocimiento, debe ser un proceso que no solo promueva el apoyo y credibilidad hacia sí mismas sino que además genere reflexiones acerca de la importancia de transformar esos patrones culturales construidos socialmente que obstaculizan el reconocimiento y posicionamiento de las mujeres.

En ese sentido es importante la intervención desde trabajo social, con el fin de formar a las mujeres en cuanto al tema de la aceptación y cuidado de sí, que las motive e impulse a cambiar esas connotaciones de belleza que irrumpen en el como para sus familias y la sociedad en general.

Además se deben crear rutas de apoyo que promuevan el cambio de paradigmas impuestos por la globalización, generando iniciativas que otorguen a la mujer aspectos relevantes a su desarrollo personal, social, económico, cultural y político.

Para esto es necesario realizar una intervención en diferentes espacios (como instituciones educativas, áreas de trabajo de mujeres), desde lo cultural, con la finalidad de cambiar las connotaciones estéticas que tiene las mujeres del municipio de Segovia.

Una mujer en esta investigación, conciben la belleza como algo abstracto, la cual no tiene una definición establecida, la describe como una connotación cultural, que se ha desarrollado en el transcurso de la vida, y que ha sido utilizada por la sociedad y el patriarcado, como objeto de manipulación y minimización del sexo femenino. el cual las ha encajado en un mundo ficticio y plástico. (Ospina, 2015)

Otra propuesta es buscar la articulación de diferentes sectores como el educativo, en el cual se debe hacer especial énfasis, pues supone una de las principales fuentes de auto

reconocimiento y su relación con pares, además, donde se conciben diferentes ideales e imaginarios que pueden constituir el desenlace de la vida de las mujeres de Segovia.

En ese orden de ideas el auto aceptación se convierte en un eje fundamental que posibilita el fortalecimiento y reconocimiento de las capacidades de las mujeres del Municipio de Segovia en todos los espacios y facilita el reconocimiento de las mujeres como sujetos de derecho.

Lo anterior nos lleva a reflexionar sobre nuestra práctica como profesionales sociales. Al comienzo del trabajo me planteé la complejidad del fenómeno, sin embargo creí que valía la pena intentarlo. Quise aportar a través de este estudio, conocimientos y herramientas que deje abiertas futuras líneas de investigación.

Trabajos citados

- (INER), I. d. (2007). Nordeste: contexto regional. En U. d. Antioquia, Nordeste, Desarrollo regional: Una tarea común Universidad-Region (págs. 31-122). Medellín: imprenta universidad de Antioquia.
- Alonso, R. G. (2001). Analisis De La Imagen, Estética Audiovisual. Madrid : Ediciones del Laberinto.
- Alvarado, I., & Garcia, M. (2008). Características mas relevantes del paradigma-sociocritico: sus aplicaciones en investigacion de educacion ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de Educacion del instituto pedagogico de Caracas. Sapiens, 187-202.
- Alvarez, G. (15 de 04 de 2015). Representaciones sociales de la belleza en las mujeres de Segovia. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Anonimo. (30 de 05 de 2015). Representaciones Sociales que tiene las mujeres de Segovia sobre el cuerpo de Belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Arráez, M., Moreno de Tovar, L., & calles , j. (2006). La Hermenéutica: una actividad interpretativa. Sapiens.
- Barbieri, T. d. (1993). SOBRE LA CATEGORIA GENERO. UNA INTRODUCCION TEORICO-METODOLOGICA. Debates en Sociología. N"8 , 145-169.
- Batthyány, K., & Cabrera, M. (2011). Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Montevideo : Departamento de Publicaciones, Unidad de Comunicación de la Universidad de la República (UCUR).
- BBC. (23 de 01 de 2013). ¿Por que no baja la fiebre de las cirugias plasticas en latinoamerica? BBC.
- Berrio , K. (20 de 06 de 2015). Belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)

- BVSDE. (2013). Conoce más sobre la Ebriorexia, trastornos alimenticios que afectan a los Jóvenes. Biblioteca Virtual de desarrollo sostenible y salud ambiental, 2.
- Cadavid, N. (30 de 05 de 2015). Representaciones Sociales que tienen las mujeres de Segovia sobre la belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Consumer. (SD). Tanorexia: cuando un deseo conleva riesgol. Eroski Consumer , 43.
- Cuesta , M. (s.f.). Introducción al Muestreo. Venezuela: Universidad Andres Bello .
- Duque , Y. (05 de Mayo de 2015). Belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Duque Alvarez, J. J. (10 de 03 de 2015). Territorio del municipio de Segovia. (J. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Duque, Y. (30 de 05 de 2015). representaciones sociales que tienen las mujeres de segovia sobre el cuerpo y la belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Echeverry, B. (04 de 05 de 2015). Representaciones sociales que tiene las mujeres de Segovia sobre la belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- EFE. (22 de 01 de 2013). Liposucción y aumento de senos, las cirugías plásticas más demandadas. El tiempo .
- Gomez Ospina, A. S. (30 de 05 de 2015). representaciones sociales que tienen las mujeres del municipio de Segovia sobre la belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Lainez, M. (04 de 05 de 2015). Representaciones Sociales que tiene las mujeres de Segovia sobre la Belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual*. Cuicuilco, 24.
- Martínez Godínes, V. L. (2013). Paradigmas de investigacion Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica. Sin dato: Sin dato .

- pro, S. (Sin dato). Panorama Nacional de la industria de la belleza, Medellín. Salon pro.
- Martinez Barreiro, A. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporaneas. Papers .
- Marulanda, D. (24 de Octubre de 2014). Poblacion del municipio de Segovia. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Misas , D. (15 de 06 de 2015). Belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)
- Muñoz Franco , N. E. (2006). Representaciones Sociales del cuidado de sí en salud en adultos jóvenes universitarios. Medellin: U de A.
- Muñoz Franco, N. E. (2006). REPRESENTACIONES SOCIALES DEL CUIDADO DE SÍ EN SALUD EN ADULTOS JÓVENES UNIVERSITARIOS . Medellin: Universidad de Antioquia .
- Ospina, C. (30 de 05 de 2015). Representaciones sociales que tienen las mujere de segovia sobre la belleza. (Y. M. arboleda cataño, Entrevistador)
- palacio, b. (04 de 05 de 2015). respresentaciones sociales que tienen las mujeres de segovia sobre la belleza. (y. m. arboleda cataño, Entrevistador)
- Quiroz Trujillo , A., Velasquez Velasquez, A. M., Garcia Chacon , B. E., & Gonzalez Zabala , S. P. (Sin dato). Técnicas Interactivas para la investigación social cualitativa. Sin dato: Sin Dato.
- Ramirez Ramirez, I. (sin dato). Los diferentes paradigmas de investigacion y su incidencia sobre los diferentes modelos de investigacion didactica. Conferencia # 4 (pág. 16). sin dato: Cedesi: Centro de desarrollo social e investigacion.
- Rojas Cataño, D. I. (30 de 05 de 2015). Representaciones sociales que tienen las mujeres de Segovia sobre la Belleza. (Y. M. Arboleda Cataño, Entrevistador)

Sanchez, O. B. (2011). EL CUERPO EN MARX, BOURDIEU Y FOUCAULT. Iberofórum, 121-137.

Sangra, A. U. (s.f.). Las Representaciones sociales eje tematico .

Trastornos Alimeticios ley 26.396, ley 26.396 (DIRECCION NACIONAL DEL REGISTRO OFICIAL Julio de 2008).

Umaña, S. A. (202). Las representaciones sociales eje teorico para su discusión . Cuaderno de las ciencias sociales 127, 14.

Velasquez Canales , E., & Canales Garcia , M. J. (Sin dato). Ortorexia transtornos de conducta alimentaria. vnutritionconsulting, 23.

Walzer, A. (2008). De la metafisica al spot LA BELLEZA. Barcelona: Octaedro.

Wolf, N. (1991). El mito de la Belleza. En N. Wolf, The Beauty myth (págs. 214-224). Nueva York: William Morrow