



diseño|uc
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

MI CUERPO ¿SUS REGLAS?

Una serie sobre lo que es vivir odiando el cuerpo

Autora:
Karina Anaconda Toloza

Santiago, Chile
Diciembre, 2022

Profesor guía:
Patricio Pozo Campos

AGRADECIMIENTOS

Dedico Mi Cuerpo, ¿sus reglas? a mi prima Francisca, quien casi perdió la batalla contra la anorexia. A mi yo de 15 años, que pasó toda la adolescencia odiando su cuerpo. Se lo dedico a todas las mujeres que frente al espejo sienten frustración, pena y vergüenza. Hago esto es sus nombres, con el anhelo de cada vez menos mujeres crezcan entre voces y oscuridad.

Antes de seguir, quiero agradecer a Patricio Pozo por la guía y autonomía entregada en el desarrollo de este proyecto. A mis padres, por el apoyo incondicional en cada paso que doy. A mis amigas, por el soporte emocional. Y a cada mujer, que con su testimonio, contribuyó en la creación de esta serie.

ESTU CULPA

FRACASASTE

GORDA

INCAPAZ



ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN AL PROYECTO

- 06 Introducción
- 08 Planteamiento del problema

MARCO TEÓRICO

- 12 La delgadez como canon
- 14 La obsesión por cambiar
- 15 El rol de los medios
- 17 El germen de la insatisfacción
- 18 La comunicación del cuerpo
- 20 El frame como móvil

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

- 22 Oportunidad
- 23 Formulación
- 24 Objetivos
- 25 Usuarios
- 28 Contexto
- 31 Patrón de valor

ESTADO DEL ARTE

- 33 Antecedentes
- 37 Referentes

DESARROLLO AL PROYECTO

- 42 Metodología
- 44 Primeros hallazgos
- 54 Conceptualización y diseño
- 83 Producción de los cortos

MI CUERPO ¿SUS REGLAS?

- 100 Implementación
- 108 Validación

CIERRE DEL PROYECTO

- 115 Reflexiones y conclusiones

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 117 Bibliografía



INTRODUCCIÓN AL PROYECTO

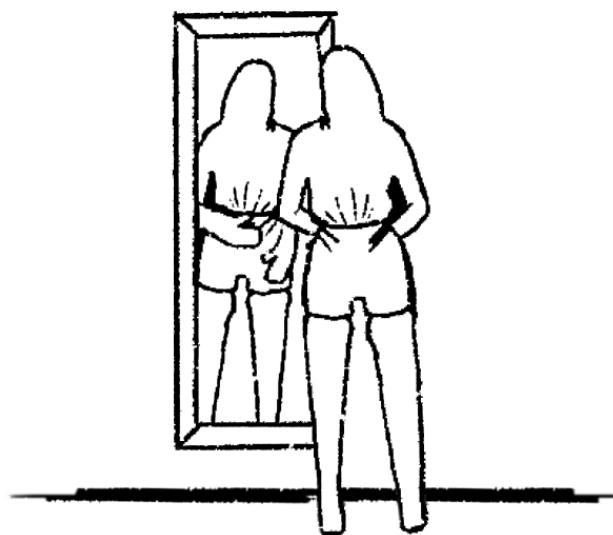
La belleza y los estereotipos estéticos son dos temas que se presentaron en mi vida desde temprana edad, y que se han mantenido presente hasta el día de hoy, primero como objetivo irremisible y luego como objeto de cuestionamientos. Crecí recibiendo comentarios sobre mi cuerpo, crecí viendo a mis amigas dejando de comer y alegrándose por perder peso sin tener en cuenta los problemas que eso podría significar o lo grave que era la situación por si sola. También me tocó ver a personas cercanas perderse en los trastornos alimentarios y a otras normalizar estas conductas. Este proyecto surge como respuesta a todo esto, para que nos cuestionemos por qué la belleza y la delgadez se presentan diariamente a modificar nuestras vidas, y porque hacemos nada más que perpetuarla hacia las próximas generaciones.

La belleza, ¿qué es la belleza? ¿Quién define lo que es bello y lo que no? ¿Es la belleza acaso universal? A menudo, asociamos la belleza con algo que nos gusta, pero, ¿bajo qué parámetros se origina esa concepción sobre lo bello? La Real Academia Española define «bello» como algo que, «por la perfección de sus formas, complace a la vista o al oído y, por extensión, al espíritu» (s.f., definición 1), y bien concuerda esta definición con el hecho de que, a lo largo de la historia, la belleza se ha vinculado con cualidades que sirven al ser humano para alcanzar algún grado de bienestar. Los parámetros que permiten definir cuándo algo es «bello» están determinados por el «conjunto de rasgos que estamos habituados a contemplar» (Eco, 2004, p. 304), los que, a lo largo de la historia y en las diversas culturas, han estado irremisiblemente ligados a lo social y a lo cultural.

La corporalidad se ha ido plasmando de los «valores, creencias y cánones estéticos que promueve cada sociedad» (Behar, 2010, p. 319), siendo traídos desde el imaginario colectivo a la visualidad por los artistas, poetas, novelistas, y desde mediados del siglo XX, los medios de comunicación, el modelaje y el cine (Eco, 2004, p. 193).

La belleza hoy, se plantea como un valor axiomático en las sociedades actuales, las que inmersas en la era digital, estructuran una visión reduccionista sobre lo bello que promete un estado de máximo bienestar y disfrute (Chollet, 2020, p.86). Sin embargo, este anhelo por alcanzarla, no puede ocurrir sin suponer algún riesgo para la salud física y mental de las personas, «Darwin dijo que el deseo de ornamentación corporal era universal y que, si se originaba en autolesiones, entonces ese era el

precio a pagar» (Bayley, 2009, p. 50). La aflicción como consecuencia de la belleza aparece como una conducta inherente a la mujer (Riquelme, 2021). Hacer régimen, las cirugías y procedimientos estéticos parecen ser la esencia de la feminidad contemporánea, en un contexto donde la violencia estética se encarga de gatillar el temor a salirse de los márgenes socialmente aceptados.



El 30 de noviembre recién pasado se celebró el día internacional de la Lucha contra los Trastornos de la Conducta Alimenticia (TCA), día que se celebra desde el 2012 y que busca visibilizar la importancia de la prevención y detección precoz de este tipo alteraciones alimentarias. La última versión del Manual de Diagnóstico y Estadística de Enfermedades Mentales (DSM-5) describe que en estos padecimientos «se establecen patrones de alimentación que se asocian a consecuencias médicas, psicológicas, sociales y funcionales significativas» (Riquelme, 2021), en donde la sobreestimación del cuerpo altera la percepción que el individuo tiene sobre sí mismo (Ley TCA) favoreciendo la «restricción dietética, la baja autoestima y la depresión» (Costa et al., 2012, p. 398).

Según The American Journal of Clinical Nutrition a nivel mundial la prevalencia de trastornos alimentarios aumentó de 3,4% a 7,8% entre el 2000 y 2018 (Déchelotte et al., 2019, p. 1408), y en Chile se habla de un alza de 30% en las consultas relacionadas a estos padecimientos en los últimos dos años, siendo mujeres adolescentes y jóvenes los grupos con mayor incidencia (Riquelme, 2021). Si bien el desarrollo de TCA es multifactorial, «la elevada dependencia que existe entre autoestima y atractivo físico» (Behar, 2010, p. 320), y la preponderancia de un ideal estético corporal que preconiza que «ser bella es igual a ser delgada» (Behar, 2010, p. 320), puede generar una mayor insatisfacción corporal y como consecuencia riesgo significativo de comportamientos alimentarios graves (Costa et al., 2012, p. 395).

EL IDEAL ESTÉTICO COMO PASAPORTE DE LOGRO SOCIAL



El modelo estético occidental actual, asociado a la delgadez y a una forma androgénica del cuerpo femenino (Barros et al., 2018, p. 130) sigue los ideales de belleza del mundo comercial (Eco, 2006, p. 418), los medios de comunicación promueven un ideal corporal que concibe al cuerpo como una arcilla moldeable fuente de admiración y deseo, llegando a «conformar un entorno social en el cual se evalúa constantemente el aspecto físico en desmedro de otros atributos espirituales y/o intelectuales» (Behar, 2010, p. 321). Vivimos en una sociedad en la que se concibe el cuerpo como un pasaporte al logro de un estatus social, donde se valoriza positivamente la delgadez por sobre la gordura, de manera que la delgadez se asocia con éxito, poder, valía, atractivo e inteligencia, y los cuerpos grandes se homologan con

enfermedad, fealdad, flojera, incapacidad e ineficiencia (Behar, 2010, p. 321). Las corporalidades que no cumplen con el modelo hegemónico vigente quedan excluidas del deseo y dejan de considerarse productivas (Aparición, 2015, p. 111).

La forma que en los individuos vivencian sus cuerpos resulta de la interacción que estos tienen con el entorno social y cultural en el que están insertos (Barros et al., 2018, p. 130), por lo que la exposición a imágenes estereotipadas de cuerpos ideales fragmentados plantean la necesidad de cambiar para ajustarse a lo socialmente aceptado (Ponton-Ceballos, 2015, como se citó en Díaz, F., 2017, p. 70) dando paso a una batalla interna en donde la satisfacción corporal comienza a obstaculizar el desarrollo normal de la vida (Díaz, 2017, p. 70).

Una investigación publicada por el Centro de Estudios de la Conducta Alimentaria (CECA) de la Universidad Adolfo Ibáñez señaló que en la población latinoamericana los niveles de insatisfacción corporal en mujeres son un 35% más altos que en la europea y norteamericana, pues «parecieran tener que cumplir con estándares culturales de belleza más complejos e incluso contradictorios, ya que simultáneamente con la delgadez, también se valora un tipo de cuerpo curvilíneo» (Barros et al., 2018, p. 131). La misma investigación indica que en el escenario chileno adolescentes y jóvenes «muestran una tendencia general a desear pesar menos y una alta insatisfacción corporal, asociado a la necesidad de alcanzar los estándares de belleza culturales de delgadez» (p. 131).

LA PERCEPCIÓN DEL CUERPO COMO FENÓMENO COLECTIVO

¹ *Mipacareu es un emprendimiento social que busca empoderar mujeres.*

² *CIDEM es el Centro de Estudios Interdisciplinarios de las Mujeres*

³ *Séptima Ecuación sobre Percepción Corporal, 2019.*

El ideal estético de la delgadez «puede ser asimilado a través de comentarios y/o críticas directas o indirectas hacia el cuerpo. Esto puede incluir bromas y juicios relacionados con el peso, así como mensajes persuasivos sobre formas para adelgazar» (Barros et al., 2018, p. 131). Estos discursos van construyendo una noción donde la delgadez se entiende como un «valor axiomático, auténtico e irrefutable» (Behar, 2010, p. 321), donde la presión por alcanzarla puede favorecer la aparición de baja autoestima, asociada fuertemente a una imagen negativa de la corporalidad (Costa et al., 2012, p. 398). Un estudio sobre autoestima en mujeres chilenas realizado por Mipacareu¹ en conjunto con el Equipo de Investigación UC reveló que «1 de cada 4 mujeres no tienen muchos motivos para sentirse orgullosas de sí mismas» (Quiroz, 2021), mientras que el primer estudio

de “Autoestima Política” realizado por el CIDEM² señaló que el 99% de las encuestadas se sentían disconformes con su apariencia física (Figueroa, 2021). Este mismo estudio indicó que frente a la pregunta «¿cuál es la primera palabra que se te viene a la cabeza cuando te miras al espejo? (...) las palabras más recurrentes fueron ‘gorda’ y ‘fea’ y el 60% señaló palabras autoagresivas como «cerda, asquerosa, deforme, demacrada, insuficiente, repudio, indeseable y decepción» (Figueroa, 2021) para referirse a sí mismas.

Altos niveles de insatisfacción con el cuerpo pueden contribuir a la configuración de este como un obstáculo para el desarrollo de la vida. Según datos entregados por la Rebelión del Cuerpo³, «actividades como comer, salir o elegir la vestimenta son consideradas una

lucha constante» (El Desconcierto, 2019), pues el cuerpo genera sentimientos de vergüenza y motiva su ocultamiento.

Las altas cifras sobre disconformidad con la propia corporalidad hablan de que «la problemática en relación a la autoimagen es estructuralmente sociocultural» (Figueroa, 2021), pues dada la normativa estética impuesta por la sociedad actual la percepción que se construye sobre el cuerpo se convierte en una dimensión prioritaria para generar evaluaciones subjetivas justas, en donde las demás dimensiones que componen la autoestima se contemplan equitativamente (Figueroa, 2021). De esta manera los niveles de satisfacción corporal se estructuran como un fenómeno colectivo y político.



MARCO
TEÓRICO

Fig. 01
Nacimiento de Venus
(Botticelli, 1485)



Fig. 02
La Gioconda
(Da Vinci, 1797)



Fig. 03
Las Tres Gracias
(Rubens, 1630)



Fig. 04
Venus recreándose
(Tiziano, 1550)

LA DELGADEZ COMO CANON

«No existe una base evolutiva para que la delgadez sea atractiva» (Bayley, 2009, p. 187), el cuerpo femenino fue diseñado en respuesta a demandas específicas que, generalmente, fueron incitadas por las preferencias sexuales de los hombres, haciendo que el deseo se hiciera cargo y convirtiendo la corporalidad de las mujeres en símbolo de inspiración y mercancía (Bayley, 2009, p. 318). Hasta mediados del s. XX la tradición artística masculina de occidente privilegió una representación pictórica de la mujer en base a su opulencia natural, el desnudo femenino se expresaba a través de la exuberancia y la fertilidad, y se hacía énfasis en distintas zonas correspondientes a su sexualidad. No fue hasta que la emancipación de la mujer irrumpió en la legislación que se comenzó, inéditamente, a negar la condición femenina (Wolf, 2020, p. 292).

La dieta y la delgadez comenzaron a ser motivo de preocupación para las mujeres occidentales cuando obtuvieron el voto en torno a 1920 (...). En los regresivos años cincuenta, la mujer pudo disfrutar de nuevo, aunque fugazmente, de sus curvas naturales porque tenía la mente ocupada en el aislamiento doméstico. Pero cuando las mujeres llegaron en masas a los ámbitos masculinos, hubo que neutralizar ese placer mediante el recurso social urgente que convirtiese el cuerpo de las mujeres en las prisiones que habían dejado de ser sus hogares.

(Wolf, 2020, p. 292).

«La fijación cultural por la delgadez de la mujer no es una obsesión por la belleza femenina, sino una obsesión por su obediencia» (Wolf, 2020, p. 297), pues alguien joven y delgado es una persona influenciable que da muestras de no estar totalmente formado (Chollet, 2020, p. 85). En este sentido, la dieta como sedante político resulta ser el mecanismo de control más potente de la historia, pues, una población que enloquece en silencio es una población manejable, en donde la constante preocupación por el peso conduce a un virtual colapso de la autoestima, del sentido de eficacia y da origen a personalidades pasivas, ansiosas y emotivas (Wolf, 2020, p. 297).

El ideal corporal andrógino (Andros = hombre; Gino = mujer), vinculado aléxito, poder y libertad pareciera propiciar el raciocinio independiente,

la acción y la autoestima, además, su relación con la adaptabilidad lo convierte en un cuerpo deseable en el ámbito laboral, importante factor en el desarrollo moral y la identidad del YO (Behar, 2010, p. 325). Sin embargo, este ideal estético «no niega solamente el cuerpo: rechaza el cuerpo femenino –pues– el odio se dirige particularmente a las partes vinculadas con la feminidad: vientre, senos, caderas» (Chollet, 2020, p. 80). Susan Bordo describe en *Unbearable Weight* (1993) que esta negación surge de la necesidad de liberarse de la imagen maternal y abastecedora que se vincula al universo del hogar para asumir una representación que evoque eficacia y racionalidad, es decir, intercambiar el cuerpo reproductivo por el productivo (como se citó en Chollet, 2020, p. 84).

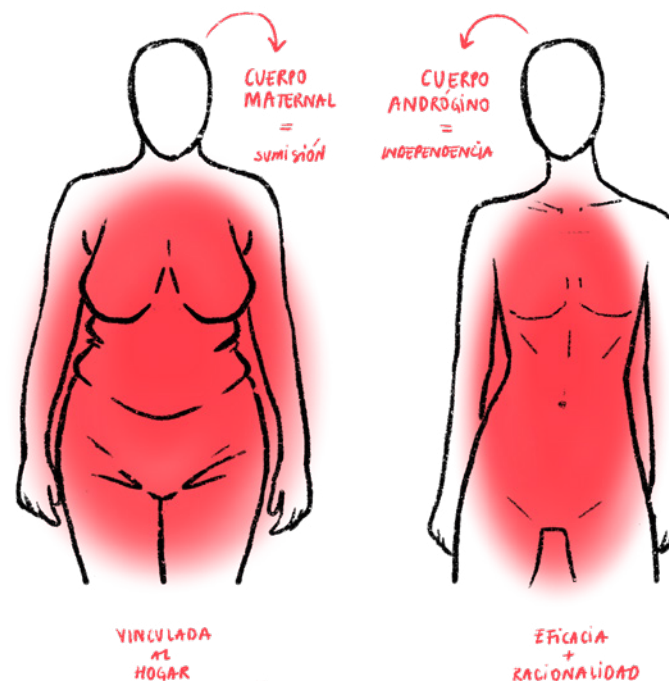


Fig. 05
Los Cuerpos
(Elaboración
propia, 2022)

LA OBSESIÓN POR CAMBIAR

*«mi familia se alegra cuando ve
que estoy más delgada, me
felicitan como si dejar de comer lo
que me gusta fuera un gran logro»*

(Encuesta sobre Percepción Corporal,
Elaboración Propia, 2022).

Según García y Raich (2010) la imagen corporal es una «representación mental acerca de la figura, el tamaño y forma del cuerpo, contemplando la manera en cómo la persona se percibe a sí misma, cómo cree que la ven las demás y cómo se siente y actúa respecto a eso» (como se citó en Díaz, 2017, p. 70). Sin embargo, esta idea tendría más relación con percepciones y valoraciones que con el cuerpo en sí mismo, de manera que, la integración de perfección y delgadez suponen un importante riesgo frente a potenciales alteraciones de esta imagen mental (Alacid et al, 2013, como se citó en Díaz, 2017, p. 70).

El cuerpo se configura como una carta de presentación, favoreciendo que los demás hagan atribuciones sobre la identidad de los sujetos (Díaz, 2017, p. 73) y facilitando la oportunidad de relacionarse. La carga negativa que se

le atribuye a la gordura hace que el peso se constituya como esencial en los niveles de disconformidad con el cuerpo y deseos por cambiarlo (Díaz, 2017, p. 75), los que se originan en la necesidad de encajar, pertenecer y ser conveniente para el entorno (Chollet, 2020, p. 80). Las partes rechazadas se entienden como terceros que necesitan ser modificados y, que, ante la imposibilidad comienzan a agobiar la existencia (Díaz, 2017, p. 76). Es por esto que la inanición se presenta como una vía para atender este conflicto, en donde la pérdida de control sobre la apariencia se contrarresta con la renuncia a comer, integrando un yo impenetrable e independiente, que se traduce en un cuerpo fino y femenino (Díaz, 2016, p. 645), y que, además, es halagado por el contexto social que considera positivo el control sobre el peso (Díaz, 2016, p. 659).



Fig. 06
Cultura de
la dieta
(Bienvenidos, 2017)

EL ROL DE LOS MEDIOS

Si bien los medios de comunicación masiva no son los únicos que difunden y potencian el paradigma de la delgadez, debido a su penetración y credibilidad es necesario considerarlos un factor de riesgo en la transmisión de identidades corporales que derivan de aspiraciones estéticas inalcanzables (Aparición, 2015, p. 108). El ideal de belleza que promueven los contextos sociales, económicos y culturales a través de estos medios imponen y

valorizan la delgadez al tiempo que estigmatizan la obesidad para transmitir el mensaje de que ser delgado es hermoso e incentivan estrategias para lograrlo (Costa, 2012, p. 295), de hecho, al tiempo que las mujeres han irrumpido en las estructuras de poder «han aumentado exponencialmente los trastornos alimenticios y la cirugía plástica se ha convertido en la especialidad médica con mayor desarrollo» (Wolf, 2020, p. 36).

«ponen un estereotipo de belleza poco realista, lo que hace que me angustie y me sienta triste .No me gusta mi cuerpo, me causa mucha inseguridad mi estómago ya que tiene más grasa que otras partes del cuerpo y esta lleno de estrías» .

(Encuesta sobre Percepción Corporal, Elaboración Propia, 2022).

Fig. 07
Dieta y Medios
(Revista Clara,
2022)



Ese nirvana que la prensa le promete a las mujeres que logren alcanzar el cuerpo que les han propuesto a través de las publicidad y páginas de moda no significa ausencia de conflictos (Chollet, 2020, p. 86), sin embargo, «las imágenes se van construyendo como mitos y conforman un imaginario que se normativiza en el universo de la cultura visual» (Aparición, 2015, p. 113). Los mensajes dirigidos hacia el público femenino contienen un aumentado énfasis en la pérdida de peso, y frente a su exposición la estima corporal se ve disminuida, desarrollando vivencias de inadecuación y vergüenza respecto de la propia corporalidad, junto con sentimientos de preocupación, insatisfacción e incluso desesperación (Barros, 2018, p. 131). Frente a este fenómeno, el auge de las redes sociales y el aislamiento social en el que se han visto envueltas las nuevas generaciones, generan un escenario

donde la insatisfacción corporal se ve intensificada. «La exposición a cuentas de influencers dedicados a temas de la imagen corporal o de estilos de vida (falsamente) saludables, colaboran en la agudización de la vulnerabilidad (...) en cuanto a apariencia e identidad» (Riquelme, 2021), donde la comparación puede llegar a modificar la actitud de los individuos.

«me acuerdo de ser chica y ver las revistas y ver como todas las modelos y actrices tenían la piel perfecta, el cuerpo muy moldeado» .

(Encuesta sobre Percepción Corporal, Elaboración Propia, 2022).



Fig. 08
Comentarios de
post de Instagram
(Instagram, 2022)

EL GERMEN DE LA INSATISFACCIÓN

«Una influencia muy alta por parte de mis familiares ya que me metían en la cabeza de que si comes sano, y eres delgada te veras muchísimo mejor y si comes chatarra prácticamente eres asqueroso(a)»

(Encuesta sobre Percepción Corporal, Elaboración Propia, 2022).

Uno de los factores de riesgo para el desarrollo de imágenes corporales alteradas es «la preocupación excesiva por la apariencia en el entorno cercano, –manifestada a través de– diálogos relacionadas con el cuerpo (fat talk)» (Riquelme, 2021), donde se podrían reforzar las presiones por alcanzar un ideal estético en tanto aprueban la imagen del cuerpo ideal (Costa, 2021, p. 395). En el caso del entorno familiar, donde se adquiere lo esencial de la experiencia corporal, el discurso cultural que se tenga sobre el cuerpo puede fomentar la internalización de los ideales de belleza, aumentar la probabilidad de insatisfacción corporal y la aparición hábitos alimenticios negativos (Barros, 2018, p. 131). En este sentido, el rol de los cuidadores es fundamental en la promoción de una imagen corporal que favorezca el desarrollo de resiliencia frente a estas presiones o la regulación de la

exposición frente a imágenes estereotipadas (Hart et al., 2015, como se citó en Díaz, 2017, p. 71).

Las burlas de familiares y amigos sobre el peso como factor determinante en el nivel de insatisfacción corporal, junto con la reproducción de conductas relacionadas a la dieta observadas del entorno pueden dar origen a procesos de comparación que empeoren la percepción que se tiene sobre la imagen corporal (Costa, 2012, p. 396). Cuando de estas comparaciones que se hacen de la propia figura con otras consideradas ideales surge una gran diferencia, el propio cuerpo queda desvalorizado y causa malestar en la persona (Díaz, 2016, p. 645) haciendo que la percepción negativa sobre el cuerpo se mantenga o incluso aumente (McLean et al., 2013, como se citó en Díaz, 2017, p. 71).



Fig. 09
Elegí vivir bellamente
(Bellamente, 2018)

LA COMUNICACIÓN DEL CUERPO

El cuerpo como objeto investido y moldeado que representa una visión del mundo y de lo social (Corbin et al., 2005, como se citó en Bernasconi, 2022, p. 1) se presenta como una vía que podría aumentar las experiencias sensoriales y permitir a los individuos conectar con otras subjetividades (Felice, 2022, p. 1). En este sentido, dado que la insatisfacción con la imagen corporal «se percibe como un proceso experimentado internamente,

el cual se vivencia de forma repetitiva» (Díaz, 2017, p. 77) es de suma importancia prestarle atención a las formas en que se manifiesta para diseñar experiencias que sean significativas y provoquen algo en el usuario final, ya que, según Merleau-Ponty (1962), «somos nuestro cuerpo y las experiencias subjetivas no pueden separarse de nuestra realidad objetiva» (Felice, 2022, p. 2).

«Como diseñadoras y diseñadores que nos ocupamos del cuerpo, el objeto político, social y cultural por excelencia debemos buscar medios que permitan avivar la facultad del cuerpo de resistir y rebelarse frente a la fuerzas que intentan disciplinarlo y subyugarlo»

(Grosz, 1994, como se citó en Bernasconi, 2022, p. 7).

Diseñar prestando atención al cuerpo y reconociendo métodos centrados en él, puede contribuir en la concepción de experiencias interactivas más significativas que provoquen empatía por lo que se está vivenciando (Hook, 2018, como se citó en Felice, 2022, p. 1). De esta misma forma, el énfasis en la atención a la manifestación de la corporalidad ayudaría a transmitir experiencias más detalladas y comprometidas con la realidad (Schiphorst, 2011, como se citó en Felice, 2022, p. 2) en las que, la incorporación de otros sentidos, involucren todo el cuerpo y las emociones (Lupton & Lipps, 2018, como se citó en Felice, 2022, p. 2)“.

Las apreciaciones sobre el entorno en el diseño somático están conectada a la vivencia en primera persona (Felice, 2022, p. 8), y, en un contexto donde las tecnologías muestran una mayor

incidencia en el desarrollo de insatisfacción corporal (Costa, 2012, p. 395), en la medida que moldean nuestros cuerpos, la percepción que se tiene sobre ellos e insensibilizan el trato entre personas, es imperante trabajar para que puedan proporcionarnos algo significativo (Felice, 2022, p. 8).

«El axioma de trabajo del diseño somático se convierte en el objetivo de mejorar lo que puedes sentir, palpar y experimentar a través de todos tus sentidos» .

(Felice, 2022, p. 5).



Fig. 10
*Efrentarse
al espejo
(Elaboración
propia, 2022)*



Fig. 11
La Casa Lobo
(León & Cosiña,
2018)

EL FRAME COMO MÓVIL

«La animación es, por naturaleza, un medio basado en el tiempo. Se trata de una disección del tiempo, una exploración fragmentaria, un viaje de descubrimiento fotograma a fotograma» (Joule, 2011, p. 55) en donde se combina «el lenguaje visual y dramático del cine con el momento frágil y conmovedor que ocurre cuando un objeto, inherentemente muerto, aspira a la vida» (Purves, 2014, p. 6). El títere del stop-motion, que solo adquiere vida cuando se abre el obturador, requiere del control de un creador que intervenga su medio (Joule, 2011, p. 57) para darle la oportunidad de existir bajo las reglas que este estime conveniente en la narración de su historia.

El uso de la narración en la transmisión de problemáticas muy teorizadas se constituye como un valioso recurso para el reconocimiento de todas las dimensiones que implican cuestiones

complejas en sus contextos humanos y categorías vernáculos (Díaz, 2016, p. 647), en donde se podría «ayudar a otros sufrientes a confrontar el problema o para dignificar las complejidades de la condición tratada» (Díaz, 2016, p. 646) y gatillar que el público general logre empatizar y reflexionar.

«El títere, el uso de un objeto que no tiene vida para contar la historia de los seres vivos, conlleva una contradicción (...) que tiene el poder de mostrar la vida como nunca se ve en el mundo literal del cine»

(Purve, 2014, p. 6).



FORMULACIÓN DEL PROYECTO

En un contexto donde el culto a la belleza se configura como un ente omnipresente, y donde la violencia simbólica en torno al incumplimiento de los cánones de belleza es predominante en los niveles de insatisfacción corporal (Navarrete, 2022), pudiendo gatillar el desarrollo de estrategias extremas para lograr el ideal estético vigente, es importante detenerse a discutir cómo enfrentar la cuestión en torno al aumento de problemas relacionados a imágenes corporales alteradas. Problemas que, inclusive, son considerados entre las enfermedades mentales de prioridad para niños y adolescente según la OMS, dado el riesgo que implican para la salud (Riquelme, 2021).

Los modos en que el cuerpo es percibido inciden la percepción que tenemos sobre nosotros mismos y, por ende, en nuestro sentimiento

de identidad y autoestima (Bernasconi, 2022, p. 1), en este proceso las relaciones interpersonales juegan un rol importante en los niveles de satisfacción respecto del propio cuerpo en tanto el trato que se tenga sobre los ideales de delgadez y belleza (Díaz, 2017, p. 78). En este sentido, es importante atender la influencia que tiene el entorno social en el desarrollo de autoconceptos que puedan aumentar la vulnerabilidad al deseo decambio. De la misma forma, es relevante considerar la influencia que tienen los medios digitales en la actualidad, los que moldean nuestros cuerpos no solo con la perpetuación de ideales de belleza centrados en cánones inalcanzables, sino que también generan espacios donde la impersonalidad y el anonimato permiten la interpelación despiadada sobre las apariencias de otros.

A raíz de esto surge la necesidad de concientizar sobre los efectos que pueden tener los comentarios sobre el cuerpo en el desarrollo de imágenes corporales alteradas que pueden afectar la vida y salud de mujeres jóvenes y adolescentes, grupo de la población más vulnerable a este fenómeno (Díaz, 2017, p. 70), a través de la utilización de métodos centrados en la somática, de manera de transmitir experiencias en primera persona o realidad fenomenológica (Felice, 2022, p. 5) que hagan vivenciar lo que es vivir la insatisfacción corporal y gatillar la empatía y reflexión.

QUÉ

«Mi Cuerpo, ¿sus razones?» es una serie de cortos autocontenidos que, mediante la animación en stop-motion y los motion graphics, expone el efecto que pueden generar los comentarios sobre el cuerpo en los niveles de insatisfacción corporal.

POR QUÉ

El uso del fotograma (stop-motion) como medio para registrar el proceso de una experiencia permite poner en valor los matices que implica el fenómeno en su esencia, de manera que la vivencia se transmita de forma aumentada y pueda ser percibida por todos los sentidos.

PARA QUÉ

Para abrir espacios de reflexión y diálogo en torno a la perpetuación de ideales de belleza que incompatibles con la naturaleza y morfología diversa de mujeres jóvenes y adolescentes que desarrollan imágenes corporales alteradas sobre sí mismas.

OBJETIVO GENERAL

Reflexionar sobre la internalización y transmisión de ideales de belleza que influyen de manera negativa la percepción del cuerpo, mediante la transmisión somática de lo que implica vivir la insatisfacción corporal.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1 Concientizar respecto al daño que podría significar la transmisión de ideales estéticos en la percepción de la imagen corporal.

I.O.V: Lograr 1.000 reproducciones en Instagram y 200 en Facebook.

2 Evocar la experiencia de la insatisfacción corporal de manera fidedigna con la realidad.

I.O.V: Testimonios de personas que se sientan identificadas con la pieza audiovisual.

3 Gatillar la empatía sobre la baja autoestima producto de la insatisfacción corporal para detener su propagación.

I.O.V: Reflexiones sobre la perpetuación de estereotipos nocivos para mujeres jóvenes y adolescentes.

4 Generar una herramienta que pueda ser utilizada en la comunicación de este problema.

I.O.V: Ser repostado vía historias de Instagram o *posts* de Facebook.

GRUPOS OBJETIVOS

En vista de la «importancia que tienen los contextos sociales para definir y afectar los grados de satisfacción o insatisfacción que se tiene con la imagen corporal» (Díaz, 2017, p. 74) las personas que conforman el entorno de mujeres adolescentes y jóvenes se configuran como el principal grupo a intervenir, además de las afectadas.

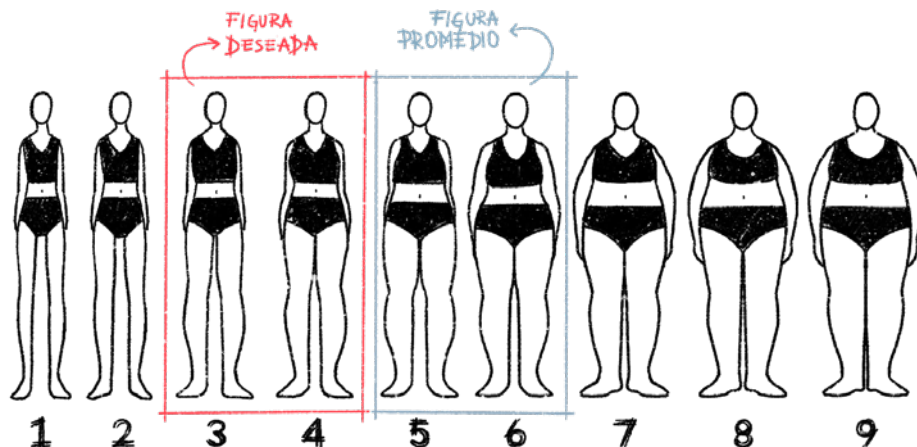


Fig. 12
Basado en la Séptima
Encuesta sobre Imagen
Corporal (La Rebelión
del Cuerpo, 2019)

MUJERES QUE VIVEN LA INSATISFACCIÓN CORPORAL

Para conocer mejor a estos entornos sociales, primero es importante reconocer quienes son estas mujeres. Según el estudio sobre Autoestima Política de Mipacareu y el Equipo de Investigación UC, citado anteriormente, las jóvenes de entre 16 y 25 años son quienes presentan niveles de autoestima más bajo y que, además, se ven más expuesta a las redes sociales y los estereotipos de belleza que en ellas se transmiten (Quiroz, 2021). Otra investigación sobre el rol de la insatisfacción corporal en muestras no clínicas, destacó que las participantes en sus diálogos reconocían la satisfacción con el cuerpo como un objetivo «imposible de alcanzar, ya que nunca es suficiente para poder aceptarse a sí mismas» (Díaz, 2017, p. 76), esto en un contexto donde la carencia de referentes más allá de los contruidos por la industria propician que el cuerpo se comience a percibir

desde la perspectiva de un tercero (Aparición, 2015, p. 112), despersonalizando la corporalidad y aumentando el deseo de cambio. La Rebelión del Cuerpo⁴ también aporta conocimiento a través de su séptima encuesta sobre Percepción de Imagen Corporal, donde el 84% de las encuestadas reportó tener una silueta que no corresponde con la que le gustaría tener y manifestaron deseos por poseer una más delgada, como se muestra en la figura X (El Desconcierto, 2019).

Entonces, el primero usuario en cuestión se trata de mujeres jóvenes y adolescentes de entre 16 y 25 años que dada la insatisfacción que tienen sobre su imagen corporal favorecen el uso de estrategias extremas para favorecer la pérdida ponderal.

⁴ La Rebelión del Cuerpo es una ONG que trabaja en la concientización respecto a cómo los Roles y Estereotipos de Género.

ENTORNOS SOCIALES

Ahora, respecto del entorno social, el que puede o no perpetuar una «normativa estética que favorezca las alteraciones de la imagen corporal» (Barros, 2018, p. 130) se entienden dos tipos de presiones: grupos familiares y grupos de amigos/pares.

Por un lado, las familias ejercen una influencia mayor en etapas tempranas del crecimiento, es decir, niñez y adolescencia temprana, mientras que amigos y medios de comunicación son más relevantes para aquellas fases intermedias y finales de la adolescencia y juventud (Costa, 2012, p. 395). En este último caso, las adolescentes configuran la imagen corporal como medio aceptación y pertenencia entre sus pares. Y las jóvenes añaden elementos conductuales y subjetivos al físico, donde la apariencia corporal pasa a ser muestra de éxito social (Díaz, 2017, p. 78).

Es así que, el segundo grupo de usuarios contempla a los pares del primero grupo, es decir, jóvenes y adolescentes hombres de entre 16 y 25 años, pero también a sus entornos familiares, donde se considera hasta los 45 años, según la edad media de las plataformas digitales a utilizar para la implementación (explicadas en las siguientes páginas), que acostumbran hacer comentarios sobre el cuerpo de manera directa o indirecta.

«Cuando tenía 12 en el colegio me dijeron “escopeta” yo no entendía lo que significaba hasta que me dijeron que era no tener “ni poto ni tetas».

(Encuesta sobre Percepción Corporal, Elaboración Propia, 2022).



Fig. 13
Comentarios de
posts de Instagram
(Instagram, 2022)

CONTEXTO DE IMPLEMENTACIÓN

La popularización de los medios digitales a menudo se trata como una revolución positiva, transformadora y de progreso, sin embargo, es relevante ser críticos ante esto y reconocer los matices y efectos negativos que tienen en la vida humana y cultura general (Hodge, 2019, p. 8). Siendo, hoy en día, los medios de comunicación y redes sociales uno de los principales transmisores de imágenes corporales estereotipadas que pueden incidir nocivamente en la percepción corporal de las mujeres, y contribuyendo en la divulgación de información sobre que el control del cuerpo es una situación automanejable (Arija, 2022,

p. 19), las acciones de alfabetización mediática se presentan como una vía para «incrementar la capacidad de pensamiento crítico en las personas, para que puedan desarrollar juicios independiente de la información que reciben de los medios de comunicación» (Arija, 2022, p. 21) y generar relaciones sanas con los propios cuerpos y la comunicación que tenemos sobre ellos.

Dada la naturaleza diversa de los grupos a los que se busca llegar, se determinó el uso de dos redes sociales como medio de difusión: Instagram y Facebook.

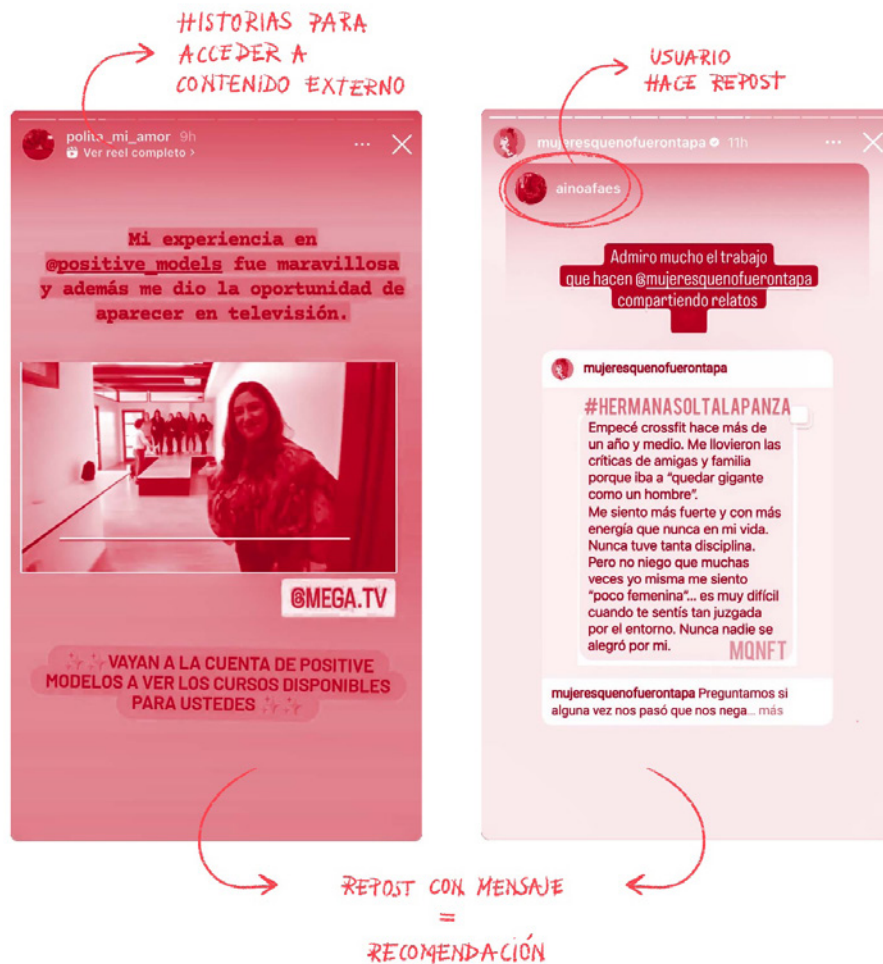


Fig. 14
Instagram
stories: repost
(Elaboración
propia, 2018)

INSTAGRAM

Dado que la serie de cortos se plantea como una herramienta que pueda ser utilizada como medio de comunicación sobre lo que provocan los comentarios del cuerpo, es necesario hacer llegar a las afectadas principales de este problema la serie, es decir, mujeres jóvenes y adolescentes de entre 16 y 25 años. Según datos proporcionados por Data Reportal, a principios del 2022 el 51,3% de su audiencia correspondía a mujeres, y del total de usuarios, aquellos entre los 18 y 34 años de edad representaban el 67% (Kemp, 2022). Adicionalmente se señala que el 53% accede al menos una vez al día a la plataforma y el 35% lo hace de manera constante (García, 2022).

Instagram es una red social que requiere de la colaboración de otros usuarios para aumentar el alcance del contenido, en donde se necesita el repost a través de historias para

que el contenido pueda llegar a otras y más personas. Dado este escenario, se usará como estrategia de difusión la comunicación con distintos perfiles que tengan un alcance importante para que conozcan la iniciativa y, de ser posible, compartirla. De la misma manera será relevante la cantidad de perfiles naturales que compartan los videos para que sus seguidores puedan acceder al perfil y ver los cortos.

Con lo anterior, esta plataforma se presenta como un medio apto para el acceso no solo a las adolescentes y jóvenes que experimentan insatisfacción con su cuerpo, sino también a sus pares, jóvenes y adolescentes hombres de entre 18 y 34 años.

FACEBOOK

Para lograr el acceso a los entornos sociales de estas adolescentes y jóvenes mujeres de manera integral, es necesario generar una estrategia diferenciada. Instagram, según lo indica el promedio etario de sus usuarios, se cataloga como una red social para jóvenes, lo que significa la necesidad de una segunda vía que permita el acceso a aquellos entornos de mayor edad (esto no anula la posibilidad de llegar a ellos por este medio). De esta manera, Facebook, siendo una red social con 12,5 millones de usuarios en Chile, agrupa un número mayor usuarios que superan los 34 años (Kemp, 2022), por lo que se presenta como un medio digital óptimo para aumentar el alcance de los cortos.

Para esta red social las páginas de «grupos» jugaran un rol importante en la estrategia de difusión dada la facilidad para poder unirse y publicar

contenido en ellos. A diferencia de Instagram, donde para conseguir visibilidad se requiere tener exposición desde un perfil, esta plataforma permite la divulgación a través de espacios donde ya se reúne una cantidad importante de personas, como, por ejemplo, grupos comunales utilizados para compartir «datos y avisos», en donde no están supeditadas a revisión por parte de los administradores las publicaciones realizadas en ellos.



Fig. 15
Grupos de
Facebook
(Elaboración
propia, 2022)

PATRÓN DE VALOR

A diferencia de otros proyectos sobre percepción de imagen corporal y TCA, que buscan concientizar mediante la transmisión teórica de conocimiento sobre los efectos negativos que podrían generar la perpetuación de estereotipos y comentarios relacionados al físico, «Mi cuerpo, ¿sus razones?» busca concientizar a través de la transmisión de la experiencia íntima que significa vivir la insatisfacción corporal.

De esta manera, se busca conectar al usuario con lo emocional mediante el reconocimiento del entorno (alguien a mi alrededor podría vivir esto) o de la propia experiencia (esto me pasa y lo puedo comunicar con esto), con el fin de abrir espacios para reflexionar sobre estas conductas.

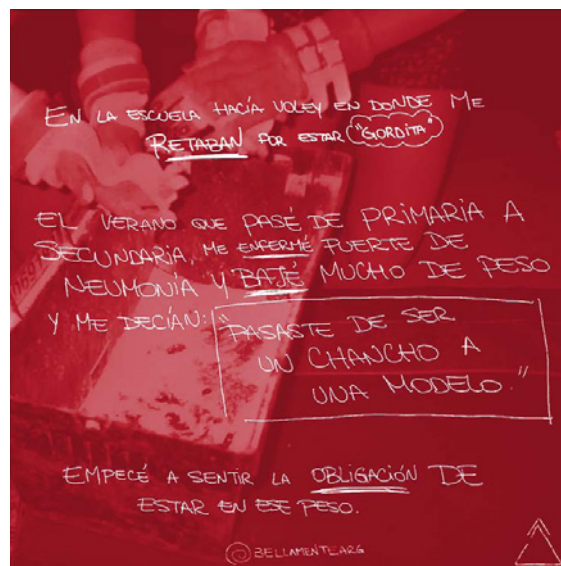
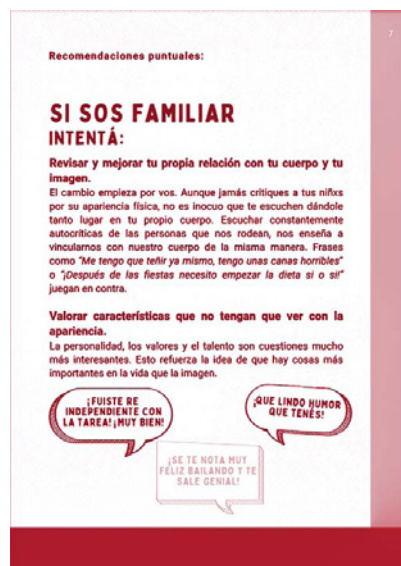
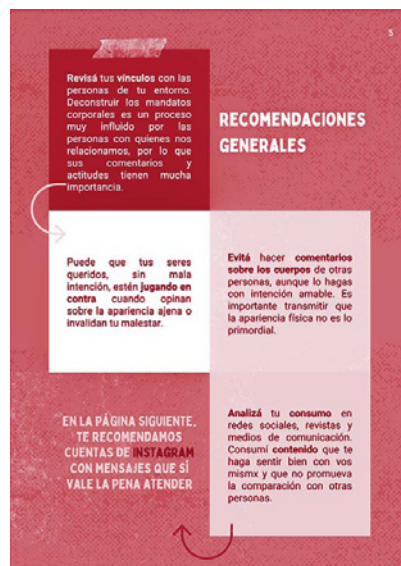


ESTADO
DEL ARTE

ANTECEDENTES

En este punto se consideran proyectos que han contribuido de alguna manera en la concientización sobre la influencia que tiene la perpetuación de estereotipos en la percepción corporal y el rol que juegan las personas como colectivo en la construcción de imágenes corporales alteradas.

Fig. 16
Guía de
prevención
(Bellamente,
2018)



DETRÁS DE UN CUERPO (2022)

«Detrás de un cuerpo» es una campaña creada por la comunidad digital de «Bellamente» (Argentina), que busca concientizar sobre los Trastornos de la Conducta Alimenticia mediante la exposición de relatos reales de mujeres que sufrieron alguno de estos desórdenes. Difundidos principalmente por Instagram en formato de imágenes, los testimonios abordan la influencia que tuvo el entorno social, es decir, amigos, colegios, familias y medios de comunicación; en el desarrollo de inconformidad con el cuerpo y, posteriores, desórdenes alimenticios.

Junto con esto crearon un mapa, disponible en su página web, en el que se facilita información sobre los centros especializados en TCA de cada ciudad y una guía para entender como acompañar a una persona que padezca un desorden alimenticio, para favorecer su recuperación.

Fig. 17
Detrás de
un cuerpo
(Bellamente,
2022)

Fig. 18
Elegí vivir
Bellamente
(Bellamente,
2018)



ELEGÍ VIVIR BELLAMENTE (2018)

También creada por Bellamente, «*elegí vivir bellamente*» es una campaña que busca crear consciencia sobre la nocividad de las fat talks (conversaciones donde se estigmatiza la gordura) en el aumento de la insatisfacción corporal. La pieza central de esta campaña fue un video 43 segundos donde se transmite la disconformidad con el cuerpo en primera persona y a través de los sentidos, tacto, vista y audición; con lo que se buscó transmitir la experiencia para gatillar la empatía.

REFLECT (2022)

Corto animado que retrata la historia de una bailarina que no cumple con el estándar corporal de esta disciplina, viéndose enfrentada a los juicios sobre su imagen y cuerpo. En una de las escenas se puede ver a la protagonista mirándose en un espejo que se rompe de forma abrupta como símbolo de decepción por no corresponder a la imagen deseada. Múltiples usuarios en redes sociales se sintieron identificados con esta escena.



Fig. 19
Reflect
(Disney,
2022)



POR UN USO LOVE DE LA TECNOLOGÍA (2019)

Campaña creada por Orange España (compañía de telecomunicaciones) en colaboración asociaciones relacionadas a la investigación y prevención de Trastornos de la Conducta Alimenticia, que tuvo por objetivo concientizar sobre los riesgos que existen en las redes sociales respecto del desarrollo de desórdenes alimenticios.



La sensibilización se aborda desde la responsabilidad que tienen los padres (cuidadores) en el control de internet y del desconocimiento sobre los contenidos al que acceden sus hijos, esto mediante la exposición de una situación en donde la hija recibe comentarios sobre como «realzar su belleza», los que tienen relación con la normalización de conductas nocivas para la salud mental y física, y que abundan en las distintas redes sociales, siendo compartidas como consejos y promesas de felicidad.

Fig.20
#PorUnUsoLove
DeLaTecnología
(Orange, 2019)

REFERENTES

Consiguientemente, algunos de los proyectos relacionados a producción audiovisual que sirvieron de inspiración para la realización de este proyecto en torno puntos como propuestas estéticas, tono, estructuración escénica y utilización de diferentes tipos de narraciones fueron:

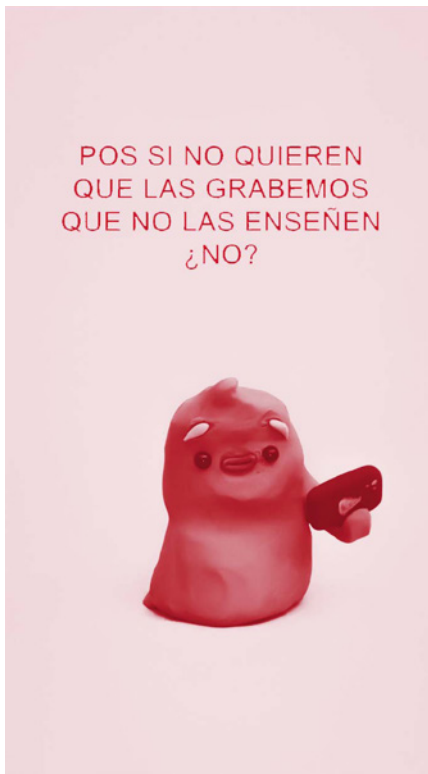


Fig. 21
Eres una Caca
(Lula Gómez,
Agosto 2022)



Fig. 22
Eres una Caca
(Lula Gómez,
Marzo 2022)



Fig. 23
Eres una Caca
(Lula Gómez,
Junio 2022)

ERES UNA CACA (2022)

Proyecto audiovisual que combina el activismo feminista con el stop-motion en cortos de alrededor de 30 segundos. Lula Gómez, diseñadora gráfica argentina radicada en España, trata temáticas como el machismo, acoso, violencia de género y revictimización a través de la sátira. Mediante el uso de una «feca» de plastilina expresa de manera sintética el carácter reprobable de conductas que violentan la integridad física y psicológica de las mujeres. La estrategia comunicacional de estas cápsulas es simple a la comprensión, ya que hace uso de conversaciones cotidianas en las más de una persona puede verse representada, y que, por tanto, democratiza su acceso a una amplitud de público mayor.

Fig. 24
Salva a Ralph
(Spenser
Susser, 2022)



SALVA A RALPH (2022)

Largometraje de animación stop-motion que narra la historia de una joven tras escapar de una colonia alemana en el sur de Chile. Los autores trabajan una narrativa visual y auditiva que combina la belleza con la bestialidad, donde el error y lo ominoso se tratan como una virtud para resignificar el concepto de lo bello hacia una abyección pregnante.



SALVA A RALPH (2022)

Cortometraje realizado bajo el amparo de la Humane Society y Arch Film Studio, que retrata la vida un conejo utilizado para el testeo de productos cosméticos y de limpieza. Mediante la herramienta cinematográfica de un falso documental, a lo largo de la pieza se puede ver a Ralph entre su casa y trabajo, y el deterioro que va sufriendo en su salud física y mental. El valor de esta pieza radica en la búsqueda de empatía por medio de la humanización del conejo, quien se presenta como un personaje que acepta su realidad pese a lo doloroso e injusto que pueda ser.

Fig. 25
La Casa Lobo
(León & Cosiña ,
2018)



EL CISNE NEGRO (2010)

Película estadounidense dirigida por Darren Aronofsky y protagonizada por Natalie Portman, que retrata la vida de una bailarina de ballet obsesionada con la perfección y, que, frente a la llegada de una nueva chica que podría quitarle el papel por el que ha trabajado toda su vida, saca su lado más oscuro para destruirla sin saber que se estaría destruyendo a sí misma. Dentro del filme se presentan varias temáticas relacionadas a los trastornos mentales, los TCA dentro de ellos, y que son retratados desde el terror, dejando de lado compasión con la que generalmente son tratados. De esta manera se transmite la vorágine y el sufrimiento que se puede llegar a vivir en la intimidad de la mente.



Fig. 26
El cisne negro
(Aronofsky,
2010)



DESARROLLO
DEL PROYECTO

1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Propósito

Identificar los aspectos esenciales de la insatisfacción corporal.

Comprender la importancia del cuerpo a la hora de comunicar.

Actividad

Revisión de literatura.

Revisión de técnicas de diseño que incorporen el cuerpo.

Cruce de información entre la insatisfacción corporal y las técnicas de diseño y representación corporal.

Resultado

Propuesta sobre cómo se abordará el problema.

2 INMERSIÓN EN LA REALIDAD

Propósito

Conocer lo que significa vivir la insatisfacción corporal.

Identificar los efectos que tiene disconformidad con el cuerpo en la vida diaria.

Actividad

Revisión de videos y charlas sobre insatisfacción corporal.

Encuesta sobre percepción corporal.

Charlas sobre la imagen frente al espejo.

Resultado

Definición de las temáticas a tratar.

Brief con elementos claves para producir los cortos.

3 CONCEPTUALIZACIÓN Y DISEÑO

Propósito

Identificar acciones representativas sobre el cuerpo.

Reconocer las posibilidades comunicacionales de las formas y materialidades.

Actividad

Prueba de argumentos narrativos.

Iteraciones estéticas para el diseño del personaje.

Determinación del contexto en que se desarrollarán los cortos.

Resultado

Diseño de personaje y escenarios.

Storyboards.

Fig. 27
Tabla metodológica
(Elaboración propia,
2022)

4 PRODUCCIÓN DE LOS CORTOS

Propósito

Desarrollo análogo y digital de los episodios definidos en el storyboard.

Generación de una atmósfera que genere reacciones en todo el cuerpo.

Actividad

Toma de fotografías (stop-motion).

Animación de gráficas digitales.

Grabación de sonidos y voces.

Montaje y edición.

Resultado

Episodio 1: La insatisfacción.

Episodio 2: El esconderse.

Episodio 3: La culpa.

5 LANZAMIENTO Y DIVULGACIÓN

Propósito

Hacer llegar los cortos a los grupos definidos como objetivos.

Proporcionar una herramienta de concientización sobre la influencia de los comentarios sobre el cuerpo.

Actividad

Creación de redes sociales.

Desarrollo de leyendas que acompañen cada episodio.

Contacto con cuentas que tengan mayor visibilidad y búsqueda grupos.

Resultado

Publicaciones en Instagram y Facebook.

Feedback de usuarios.

Fig. 27
Tabla metodológica
(Elaboración propia,
2022)

PRIMEROS HALLAZGOS

Para un primer acercamiento al desarrollo de los cortos se comenzó con la identificación de la problemática en sus principales aristas, primero desde la perspectiva teórica con el levantamiento de información, y luego desde el terreno, mediante una encuesta y experimentos sobre la imagen frente al espejo. De esta forma se pudo desarrollar un brief con los aspectos a considerar en la etapa tres.

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Con el fin de comprender los puntos identificados en la problemática, primero se revisó literatura referente a los cánones de belleza y su función en la sociedad occidental, percepción corporal y sobre el rol del cuerpo en la construcción de identidad. Esta primera aproximación al tema dio relevancia al cuerpo como sustrato de comunicación, por lo que, luego se indagó sobre el diseño somático y formas de representación donde la corporalidad toma relevancia en los procesos de creación y como vía de expresión.

Fig. 00
Recupera tu
línea, Fitness
(Nestle, 2015)



Insights obtenidos del levantamiento de información: configuraciones del como medio para relacionarse, para comunicar y para expresar

- 1 El cuerpo se configura como una **carta de presentación social.**
- 2 Cumplir el ideal de belleza responde a la **necesidad de encajar.**
- 3 Los medios de comunicación venden la **delgadez como un nirvana.**
- 4 La internalización de ideales de belleza **favorecen la insatisfacción corporal.**
- 5 Familia y amigos **pueden reforzar las presiones** por alcanzar los cánones.
- 6 La insatisfacción corporal es un **proceso interno y repetitivo.**
- 7 Incorporar el cuerpo a la comunicación **aumenta las experiencias visuales.**
- 8 La narración en primera persona **compromete más al público.**

Fig. 28
Una vida sin comer
(TVN, 2017)

INMERSIÓN EN LA REALIDAD

Esta segunda etapa se destinó para conocer cómo se siente y experiencia la insatisfacción, junto con los factores específicos que inciden en el desarrollo de imágenes corporales alteradas. Para esto, inicialmente se revisaron videos testimoniales de mujeres que tuvieron TCA, luego, se realizó una encuesta sobre percepción corporal donde se abordaron temas como sentimientos hacia el propio cuerpo, influencia del entorno y limitaciones en cuanto al desarrollo diario de la vida. Finalmente se realizó una charla con tres mujeres que tuvieron o tienen problemas con su imagen para hablar sobre conductas comunes para esconder el cuerpo y con otras sobre cómo se perciben frente al espejo.



Fig. 29
Anorexia
(CSTV, 2021)

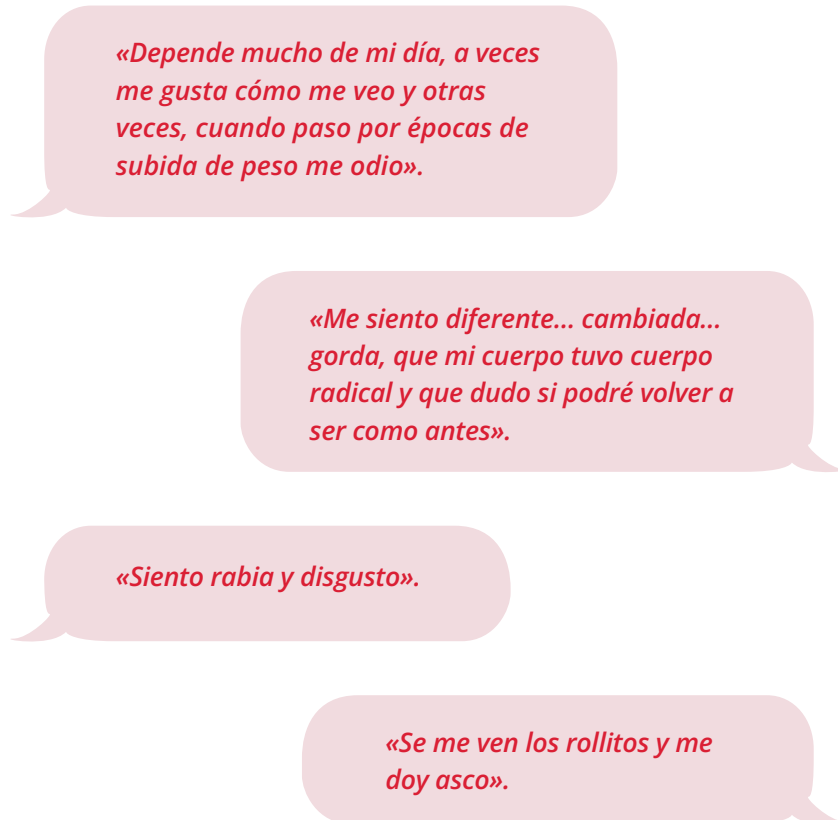


Fig. 30
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)

⁵ La Encuesta sobre
Percepción Corporal
fue realizada en Agosto
de este año de manera
anónima.

Insights obtenidos la inmersión en la realidad de la insatisfacción corporal, donde el cuerpo se configura como un impedimento o condicionante del comportamiento diario.

1 Pensamientos recurrentes que **recriminan** el no lograr el estándar.

A raíz de la Encuesta sobre Percepción Corporal⁵, elaborada en el marco de este proyecto se obtuvo como primer hallazgo la repetición de pensamientos recriminatorios por no verse como el ideal estético a alcanzar. La encuestadas manifestaron sentimientos de culpabilidad y malestar respecto a su cuerpo, y señalaron el peso como un factor negativo en su percepción.

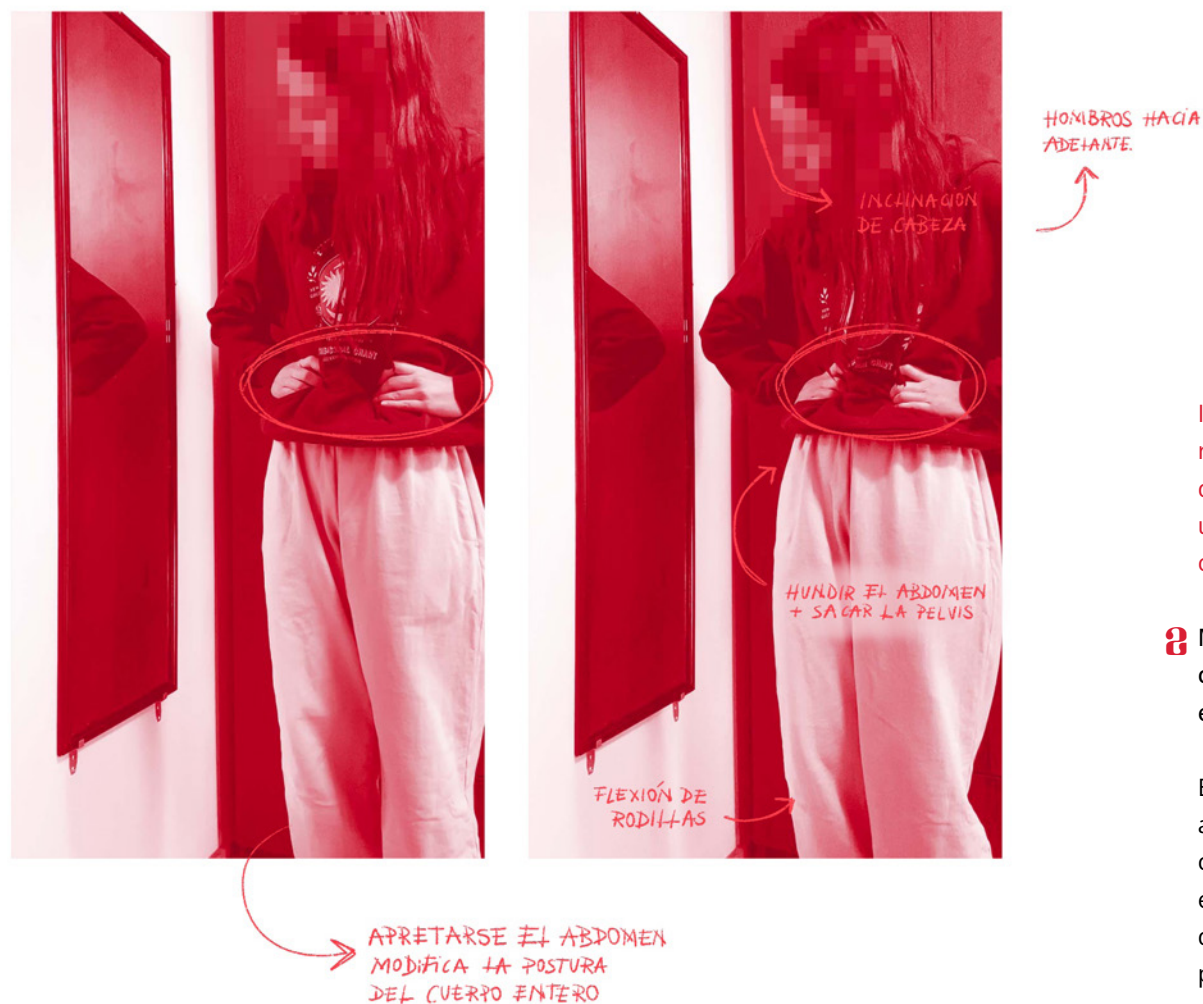


Fig. 31
El cuerpo frente al espejo
(Elaboración Propia, 2022)

Nota: Las participantes no accedieron a la exposición de sus rostros.

Insights obtenidos la inmersión en la realidad de la insatisfacción corporal, donde el cuerpo se configura como un impedimento o condicionante del comportamiento diario.

8 Moldearse el cuerpo como práctica constante para **simular** el «cómo se estaría mejor.

En las charlas sobre «la imagen frente al espejo» las participantes expusieron como una acción común el moldearse el cuerpo para simular los cambios, desde su punto de vista, necesarios para tener un cuerpo con el que se sientan menos inseguras. Frente al espejo, al probarse ropa, ante las comparaciones y en repetidas ocasiones durante el día, el enfrentarse al espejo no ocurre sin una revisión de la imagen, con un énfasis principal en el abdomen.



Fig. 32
El cuerpo frente al espejo
(Elaboración Propia, 2022)



Fig. 33
El cuerpo frente al espejo
(Elaboración Propia, 2022)

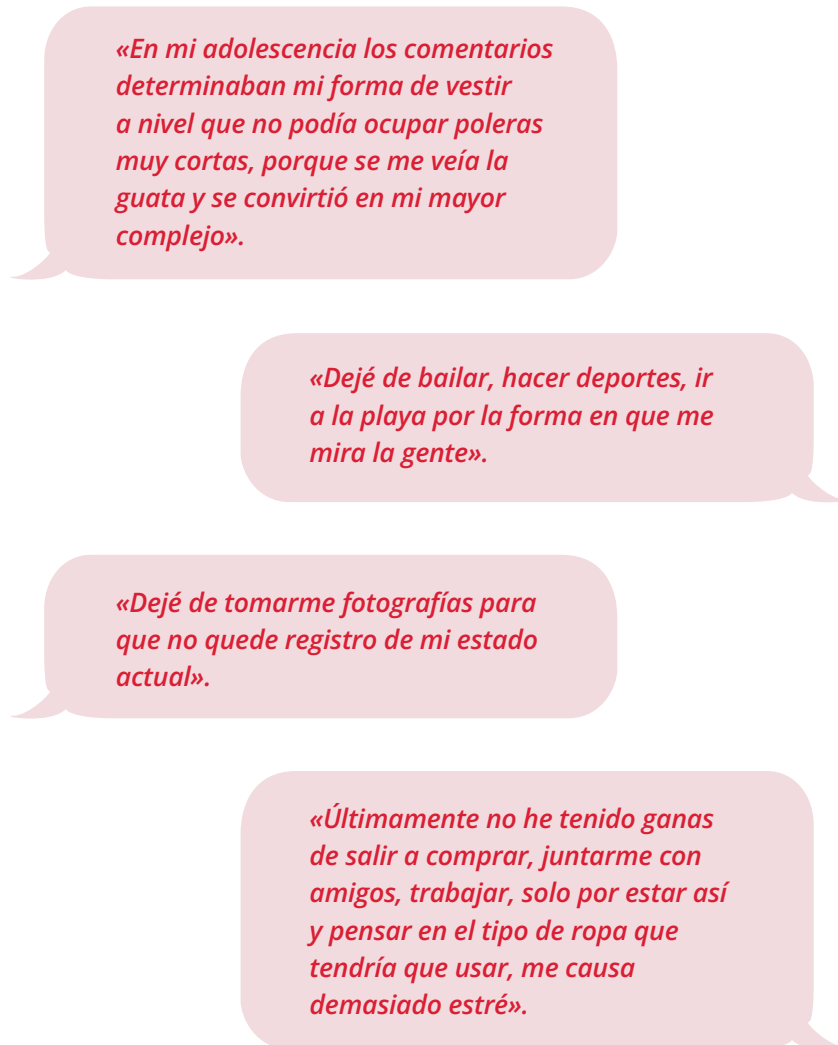


Fig. 34
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)

Insights obtenidos la inmersión en la realidad de la insatisfacción corporal, donde el cuerpo se configura como un impedimento o condicionante del comportamiento diario.

8 Esconderse física y socialmente por el miedo a las opiniones del entorno.

Las participantes de la encuesta en sus respuestas expusieron situaciones en donde, en distintas etapas de sus vidas, han realizados cambios en sus comportamientos por presiones externas a ellas, cambios que les causan malestar y mellan su autoestima.

El esconderse por miedo al juicio del entorno se aplica en distintos ámbitos de la vida, aislando a la persona y aumentando la alteración que se tiene de la imagen corporal, pues se sigue reforzando la inseguridad al encerrarse en los propios pensamientos.



Fig. 35

Diagrama estudio de conductas sobre el cuerpo (Elaboración Propia, 2022)

Nota: Las participantes accedieron al uso de las fotografías siempre que fueran bajo anonimato.

Insights obtenidos la inmersión en la realidad de la insatisfacción corporal, donde el cuerpo se configura como un impedimento o condicionante del comportamiento diario.

8 Escondarse física y socialmente por el miedo a las opiniones del entorno.

Adicionalmente al punto anterior, también se realizan acciones en donde se busca acomodar el cuerpo para que se vea «mejor». Aquí, además de la ropa, los objetos también cumplen un rol vital en la intención de esconder las partes que insegurizan, mediante el «tapar» y «desviar» la atención.

La conducta de ocultarse se configura como un comportamiento inherente a las mujeres, pues no solo se presenta en torno al dejar de hacer cosas, sino que también concurre en situaciones ordinarias como lo es sentarse.

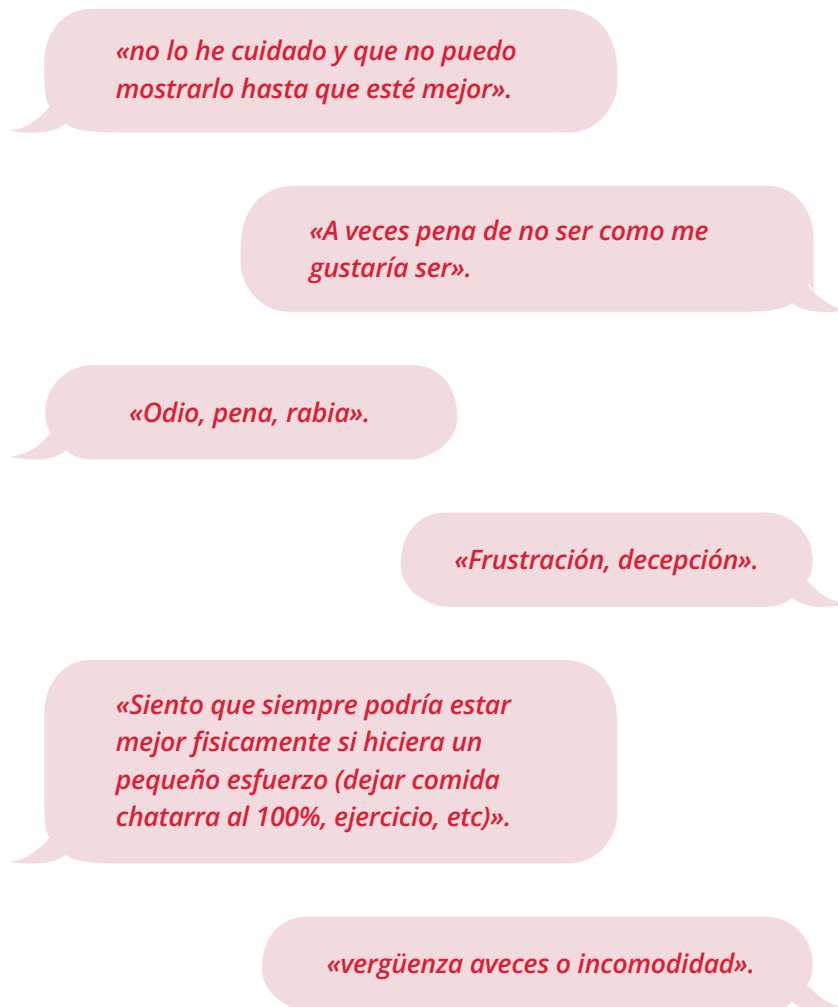


Fig. 36
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)

Insights obtenidos la inmersión en la realidad de la insatisfacción corporal, donde el cuerpo se configura como un impedimento o condicionante del comportamiento diario.

4 Sentimiento de **incapacidad y fracaso** al no poder ser delgadas.

En la encuesta, cuando se les preguntó a las mujeres sobre los sentimientos que les provocaba su cuerpo al verse en un espejo, las principales respuestas tuvieron relación con connotaciones negativas, en donde la frustración por no cumplir los ideales estéticos se presentaba como una limitante emocional que afectaba de manera perjudicial los niveles de autoestima.

CONCEPTUALIZACIÓN Y DISEÑO

En base a los hallazgos anteriores se comenzó con el desarrollo del material a utilizar en los cortos, primero desde la conceptualización y luego desde el diseño. El primer acercamiento permitió determinar las bases del proyecto, sentimientos a transmitir, tono y puntos a abordar, de manera que al diseñar los cortos el/los personajes, escenarios y storyboards mantuvieran una coherencia entre sí.

CONCEPTUALIZACIÓN DEL ARGUMENTO

La fase de diseño comenzó con la definición de conceptos y elementos clave a representar, determinando el sentimiento y el hilo conductor de la serie. De esta manera los ejes de la serie serían: soledad, reiteración, miedo y la voz.

«Hay días buenos y días malos, lo más triste es que, en los días malos no poder contarle a nadie como te sientes por miedo o porque te dirán que 'estás loca'».

«Se siente como si estuviera atrapada dentro de un cajón».

«Es extraño porque soy delgada, entonces técnicamente soy la envidia de muchas personas, en específico mujeres, pero no tengo el cuerpo de las mujeres delgadas de la televisión, no tengo los pechos, la cintura y el abdomen plano, solo peso poco y eso me agobia un poco, porque todo lo que señalan de mi es mi delgadez, que quieren verse así, que tengo suerte, pero no veo lo supuestamente fantástico de estar delgada (...). Siento que no puedo hablar con nadie de esto porque me van a juzgar».

1 Soledad

La disconformidad con la imagen y el odio hacia el cuerpo es un proceso que se vive de manera interna y solitaria, pues pese a la importancia que se le da a la belleza a nivel sociocultural, es un problema personal que no le afecta al otro en su día a día y que, por ende, pierde importancia y se concibe como una banalidad.

Fig. 37
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)

*«la mayoría de las veces **no me gusta lo que veo** (siempre)».*

*«siento rabia, mucha incomodidad y pena. No me gusta lo que veo y **todos los días encuentro algo nuevo de que quejarme** o veo renovando mi odio hacia este».*

«el constante debo bajar de peso o creo que subí de peso, debería comer menos».

«me miro muy poco al espejo, y cuando lo hago al tener una ropa bonita, trato de buscar todo tipo de fallas y me juzgo».

*«me preocupo por mi peso y por cómo me veo todos los días, **a toda hora, en cualquier momento**».*

8 Reiteración

La insatisfacción corporal es un proceso repetitivo, con pensamientos y sentimientos que se repiten constantemente al enfrentar la imagen al espejo, y que modifican el estado de ánimo de quien lo vive, además de profundizar esta alteración que se tiene sobre el cuerpo.

*Fig. 38
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)*

«Después de miles de intentos al fin adelgacé y me siento bien con eso, pero me da miedo volver a engordar y sentir que lo eché a perder todo otra vez».

«Una vez fuimos a la playa y mi madre me pidió que use pareo por la celulitis de mis piernas, tenía 7, hasta el día de hoy eso me atormenta».

*–La primera vez que me sentí disconforme con mi cuerpo fue–
«a los 13 o 14, me sentía triste al verme de una manera que no quería».*

«no soy capaz de comer con tranquilidad, siempre está el pensamiento de que, si como tal cosa no puedo comer esta, o cuanto hago ejercicio tengo que hacer para poder comer».

3 Miedo

El subir de peso se presenta como algo a lo que se teme, no cumplir con los ideales de belleza es una situación que limita la vida de las mujeres y que las concibe como «fracasadas». Por otro lado, la configuración de la delgadez como un estándar que promete la felicidad y el éxito, aumenta la carga y presión por no responder a esta imperante social.

*Fig. 39
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)*

«Cada vez que me veo –al espejo– aparece el fantasma de la dieta y me da rabia no ser capaz de bajar de peso».

«No sé exactamente cuándo –fue la primera vez que quise cambiar–, pero siempre me acuerdo de como mi papá se reía de las gorditas, y desde ahí que aparece el bicho de querer ser flaca».

«Me afecta muchísimo –la opinión del entorno– porque todo el rato me ando comparando con mujeres más delgadas, y me afecta a tal grado que ya quiero adelgazar para sentirme más linda. Es como una voz que te dice “oye te falta esto o esto otro” todo el rato».

4 La Voz

Los pensamientos sobre el cuerpo se se configuran como una suerte de «fantasma», «bicho» o «voz», que recrimina el no conseguir verse como el ideal estético y guía el trato y sentimientos hacia el cuerpo. Es una «voz» que no deja a las participantes tranquilas, y se crea en base a lo que se espera de ellas en su entorno social.

Fig. 40
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)

Luego, se definieron los puntos críticos en torno a lo que implica vivir la insatisfacción corporal, lo que, a su vez, permitió determinar la cantidad de episodios a realizar y el argumento de cada uno. De esta manera cada capítulo abordaría:

EPISODIO 1 LA INSATISFACCIÓN

A modo de introducción al tema, el primer capítulo abordaría el tema de la insatisfacción desde la implicación del entorno en los sentimientos que se tienen sobre el cuerpo. Es decir, cómo los comentarios recibidos desde el entorno afectan la percepción de la propia imagen desde la intimidad que se genera cuando se enfrenta la imagen al espejo, donde «la voz», generada por las presiones externas, se encarga de recordar las características incompatibles con el estándar objetivo.

EPISODIO 2 INSATISFACCIÓN

El segundo episodio abarcaría cómo esa influencia modifica el comportamiento de las personas que viven la insatisfacción corporal, donde, en busca de un escape al ojo crítico del entorno, la mujer esconde sus «imperfecciones» en la ropa y esconde su inseguridad dejando de hacer cosas. Este ocultamiento, sin embargo, aumenta la disconformidad y refuerza el ideal estético que se anhela, pues se genera una dinámica en donde se desconoce el cuerpo y se configura como un tercero que agobian su existencia (Díaz, 2017, p. 76).

EPISODIO 3 LA CULPA

Por último, el cierre de esta serie de cortos comprendería a la influencia del entorno configurándose como una responsabilidad inherente a la persona, la que, al no ser alcanzada genera culpa. Esta incapacidad se entiende como un fenómeno que atormenta a la mujer y que la mantiene sumergida en la recriminación y anhelo constante por cambiar. Y que, además, no le permite una incorporación plena al entorno social, pues es discriminada en el aspecto estético, al que solo se puede rehuir a través del camuflaje. Un camuflaje que se entiende como la modificación del cuerpo según lo que se espera, de manera de parecer cumplir los ideales.

Con todo lo anterior definido y para finalizar la conceptualización e iniciar con el diseño de guiones. Primero se determinaron dos puntos claves en torno a los personajes, y espacios en que estos se desenvolverían. Los que, además, se configuraron como ejes técnicos y narrativos.

1 La intimidad de un único personaje como eje narrativo.

Dado que se entiende la insatisfacción corporal como un proceso interno y la influencia del entorno como un fenómeno omnipresente, los cortos se centrarían en la experiencia de un único personaje en su intimidad física y mental. Lo que a su vez permitiría una transmisión más fidedigna del relato en primera persona.

2 La soledad y falta de identidad como eje estético.

Y, respecto al espacio, este debería transmitir la soledad y falta de identidad que genera la insatisfacción corporal, donde el constante anhelo por ser de cierta manera no permite el desarrollo de una identidad propia. En este sentido, este espacio debiera permitir la intervención de los ideales estéticos y presiones ejercidas por el entorno, de manera de representar la pugna que se genera entre la realidad física de la mujer y la virtualidad del imaginario hegemónico sobre la belleza.

DISEÑO DEL PERSONAJE

Inicialmente se planteó la idea de jugar con el concepto de «canon», para lo cual se haría uso de una barbie, la que, pese a cumplir los ideales de belleza, se seguiría sintiendo disconforme con su cuerpo en vista de que «nunca es suficiente para poder aceptarse a sí mismas» (Díaz, 2017, p. 76). Del mismo modo se contempló el uso de un mono articulado, sin embargo, ambas ideas perdieron fuerza cuando, bajo la misma premisa anterior, el cuerpo se configura como un objeto que, independiente la forma que tenga, le sigue causando a la mujer el sentimiento de no tener la forma correcta.

«recuerdo sentirme cuadrada, sin forma como mis compañeras (...) sentirme demasiado gorda como para usar bikini de tiro corto».

(Encuesta sobre Percepción Corporal, Elaboración Propia, 2022).

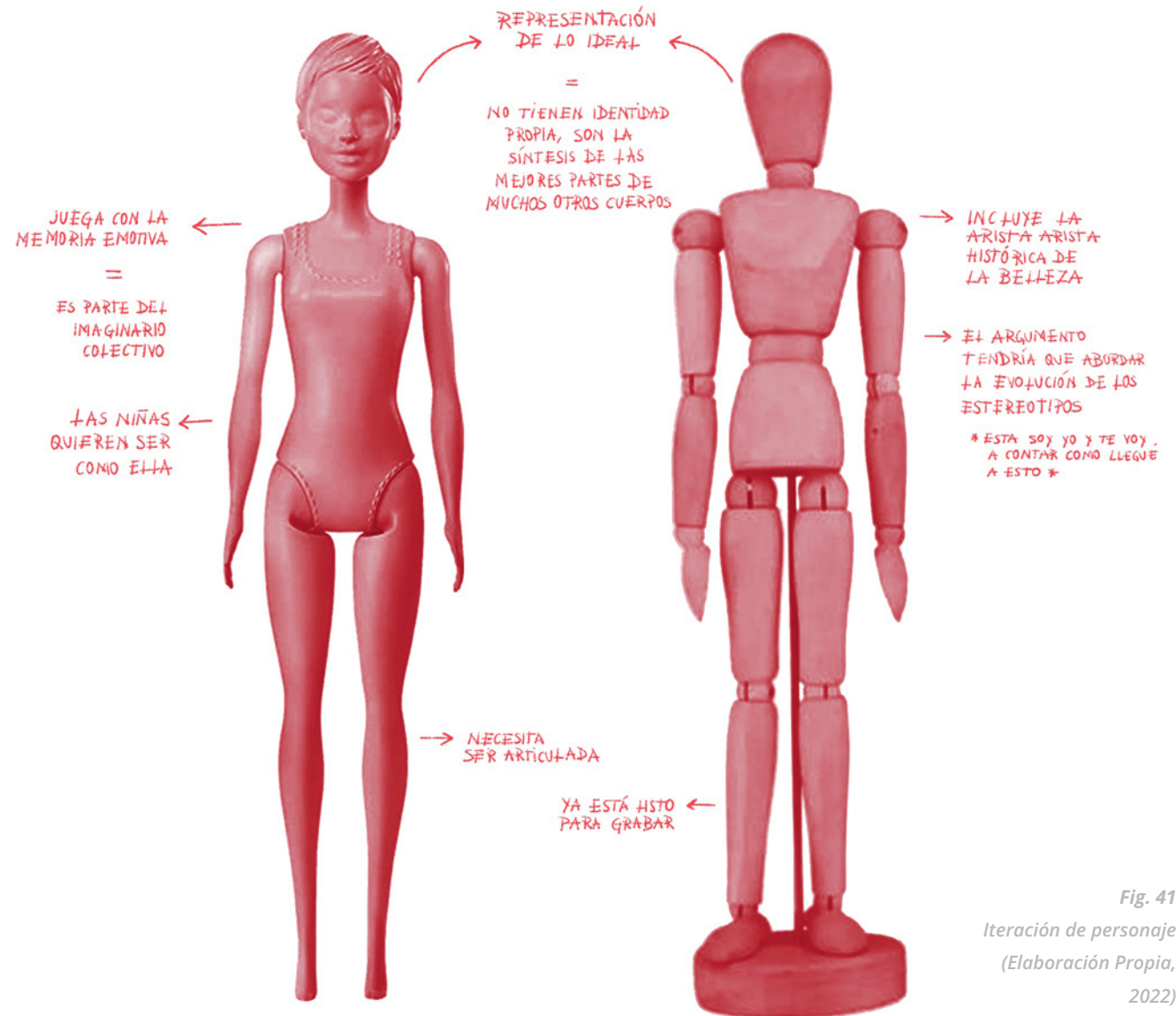
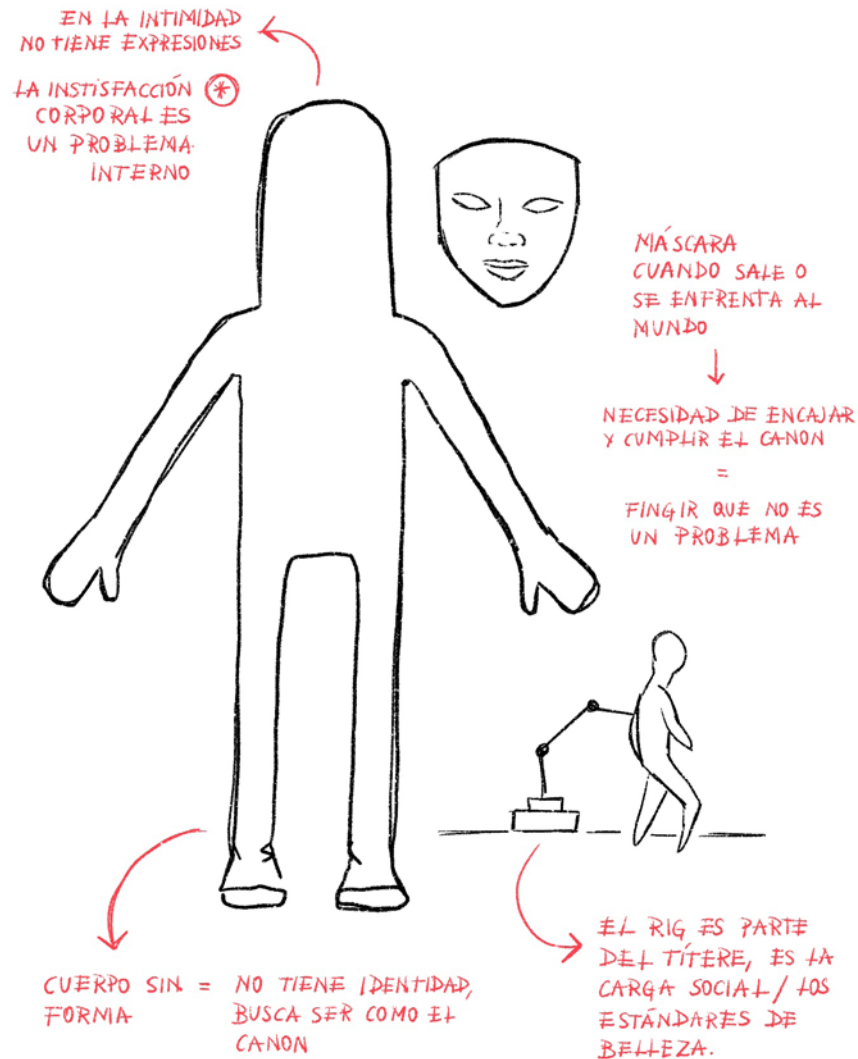


Fig. 41
Iteración de personaje
(Elaboración Propia,
2022)



De esta manera, la forma del personaje se diseñó en base al concepto de «la no forma». La utilización de un cuerpo insípido, sin definición y sin expresiones busca traer al exterior lo que provoca la insatisfacción corporal al mundo interno de estas mujeres en lo que respecta a su percepción del cuerpo. La utilización del color gris como recubrimiento siguió este mismo argumento, «el gris es un color sin fuerza –que– depende mucho más de los colores que lo rodean que de su propio tono» (Applebaum et al., 2010, p. 20), de manera que se representa la influencia del entorno en la construcción de la propia identidad.

Para finalizar, dado que la herramienta audiovisual a utilizar es el stop-motion, el personaje requerirá de un soporte que permita su sostén y movilidad. El implemento utilizado comúnmente para este objetivo se denomina «rig», el que consiste en una pequeña placa de la que sale un brazo articulado que se conecta al títere. Sin embargo, dado su alto valor económico se decidió crear uno que tuviera, además, un valor simbólico. De esta manera, el «rig» se configuró como la carga social que se inserta en el cuerpo del personaje y le permite tener vida a través de la llave de cuerda.

Fig. 42
Diseño de personaje
(Elaboración Propia,
2022)

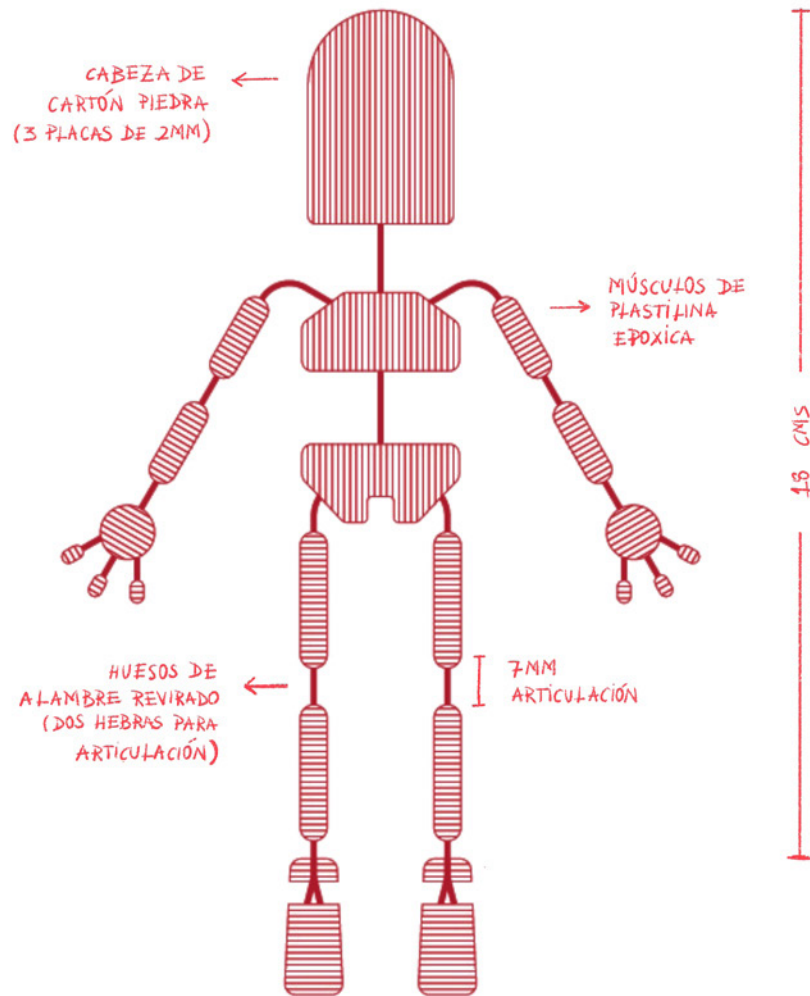


Fig. 43
Esqueleto de personaje
(Elaboración Propia,
2022)

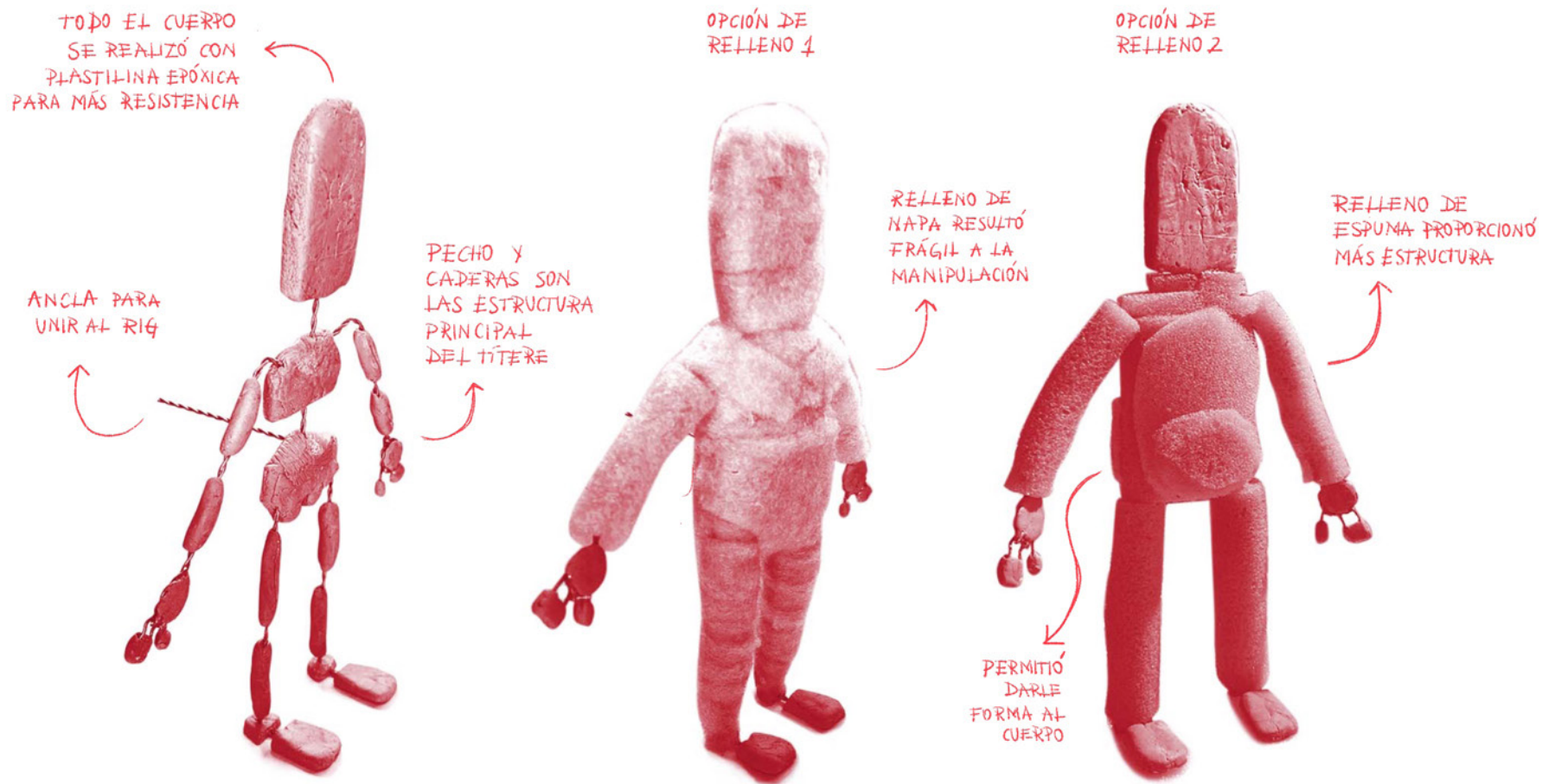


Fig. 44
Relleno del personaje
(Elaboración Propia,
2022)



Fig. 45
Cubierta del personaje
(Elaboración Propia,
2022)

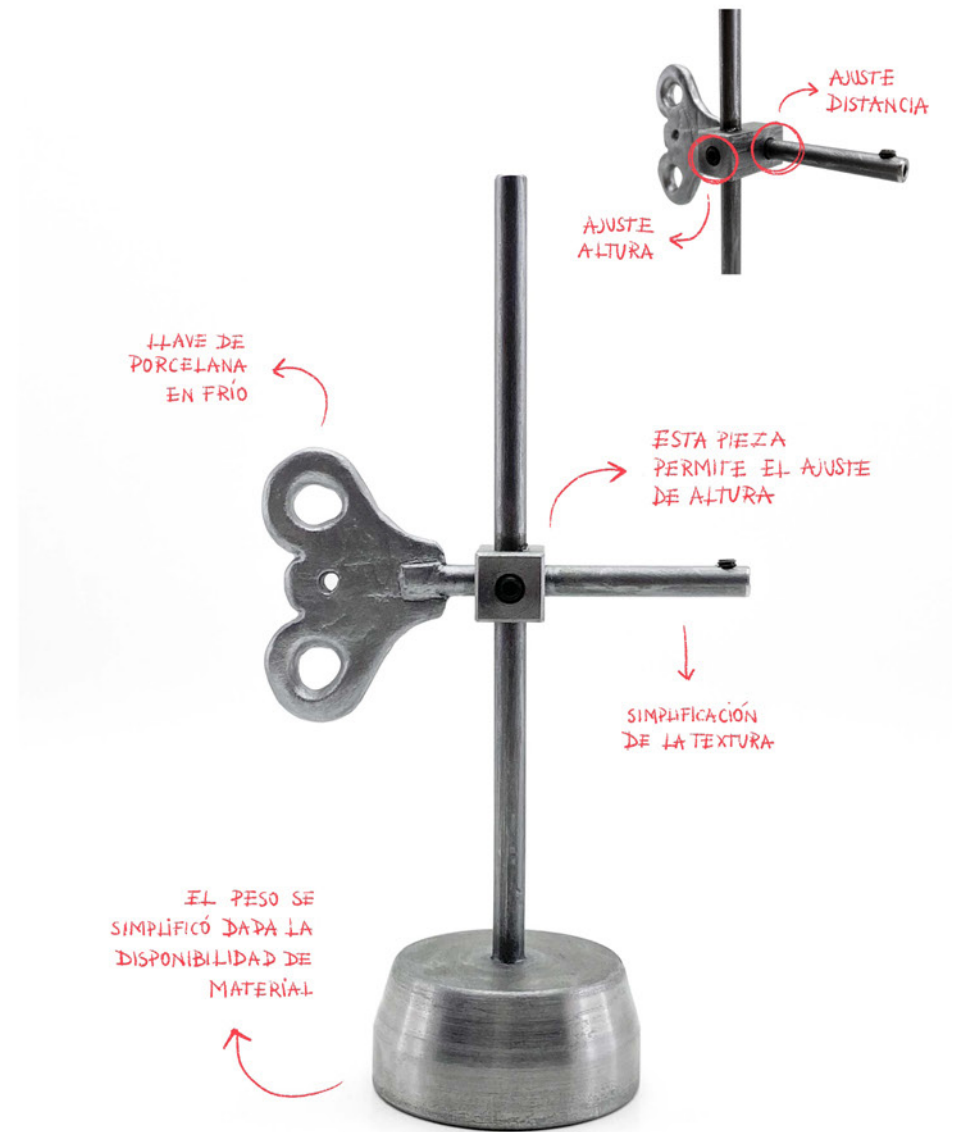
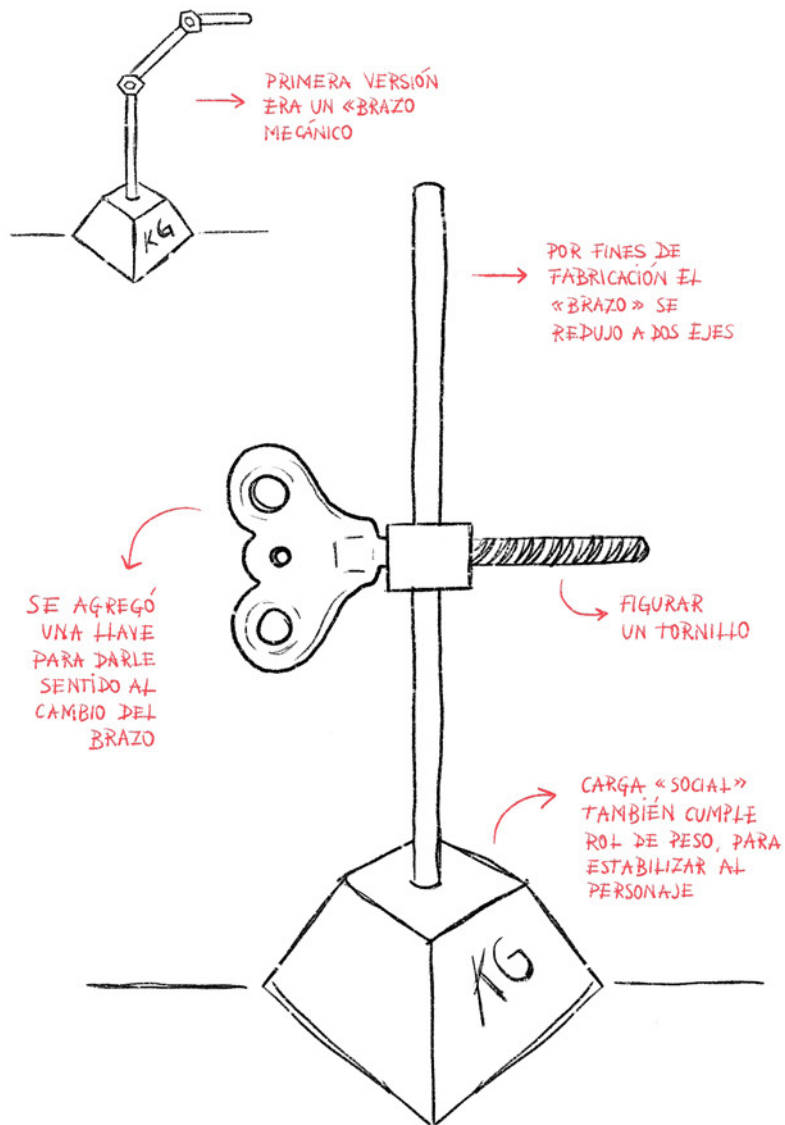


Fig. 46
Rig del personaje
(Elaboración Propia,
2022)

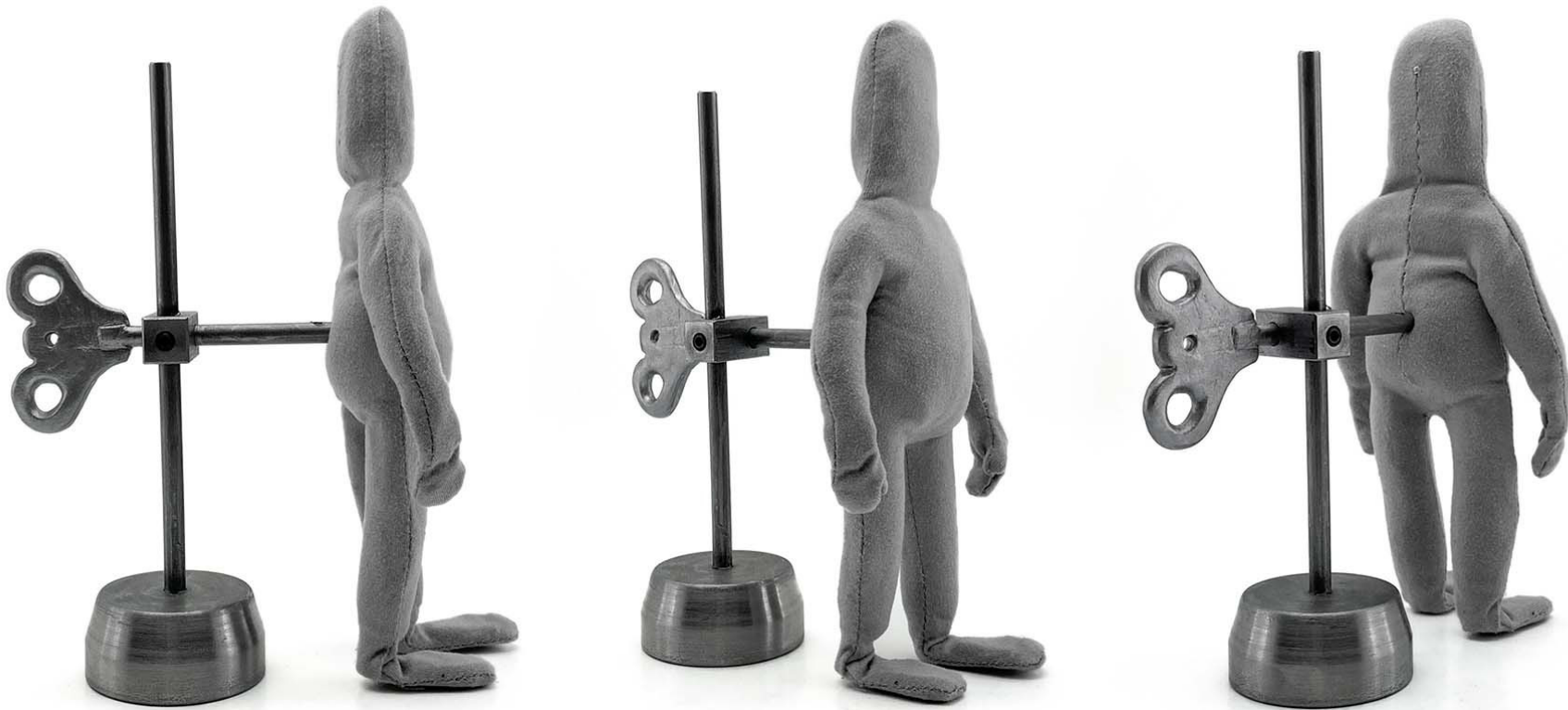


Fig. 47
Personaje y soporte
(Elaboración Propia,
2022)

DISEÑO DEL ESPACIO

Como se señaló anteriormente, el espacio debe transmitir soledad y falta de identidad, además de permitir su intervención. Dado esto, y siguiendo la estética simple del referente número uno, Eres una caca, se decidió insertar al personaje en un espacio blanco, en el que interactuaría con elementos claves según cada episodio.

A nivel técnico este espacio se construyó como una caja de luz y mini estudio, lo que permitiría la definición de un espacio de trabajo y mejor control y calidad de la iluminación.

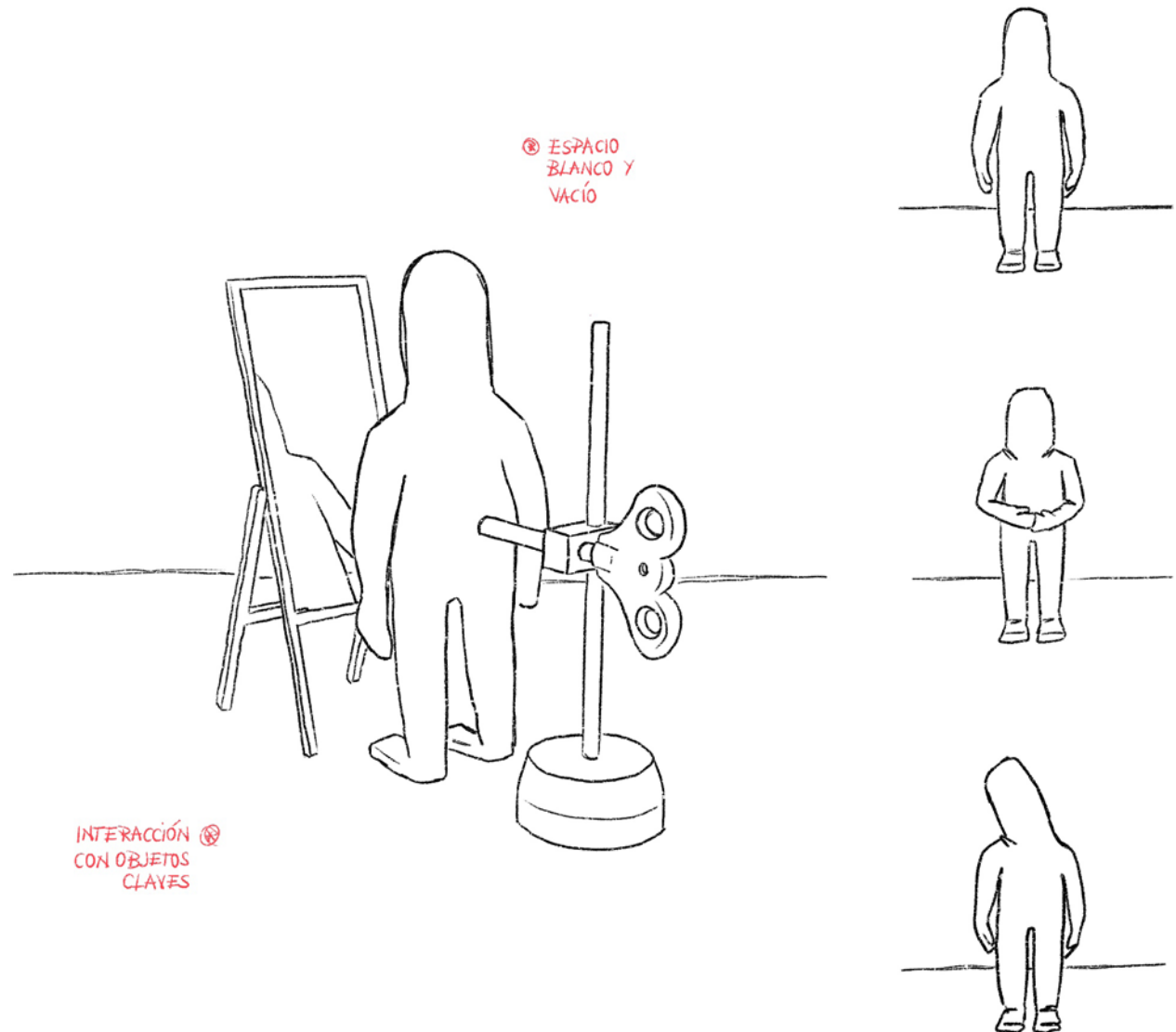


Fig. 48
Bocetos del espacio
(Elaboración Propia,
2022)

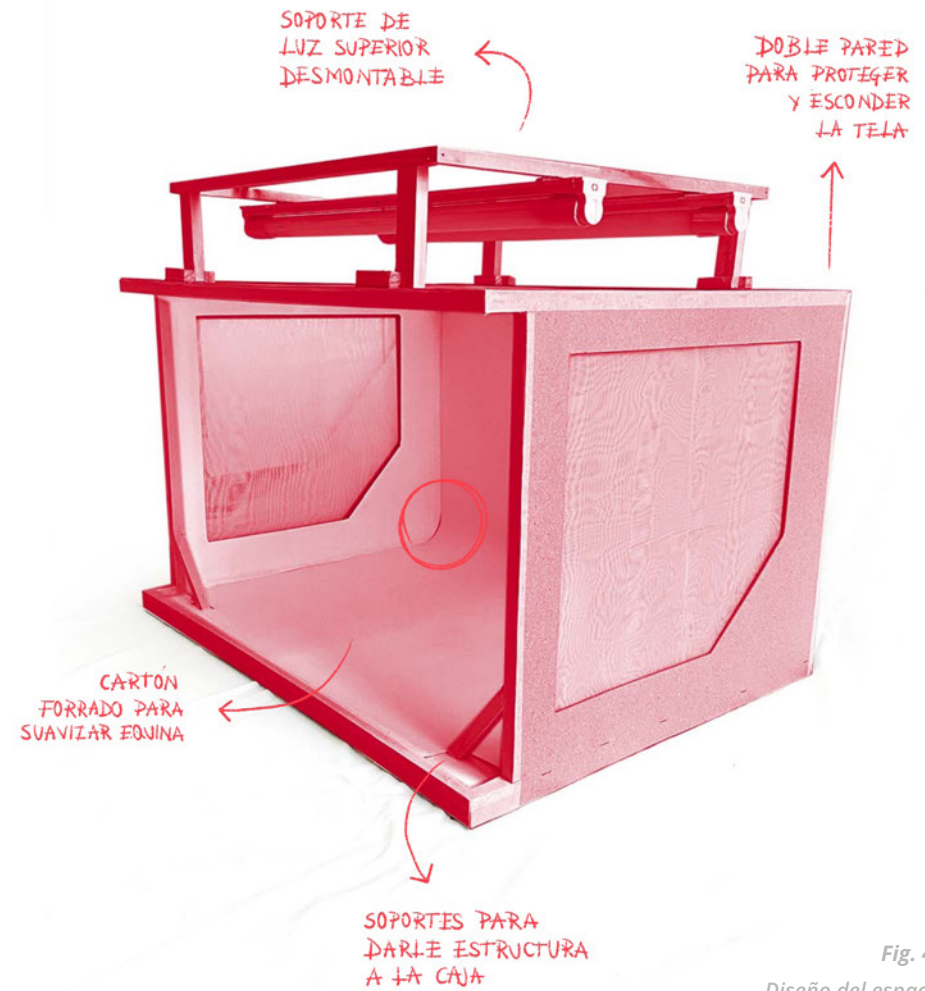
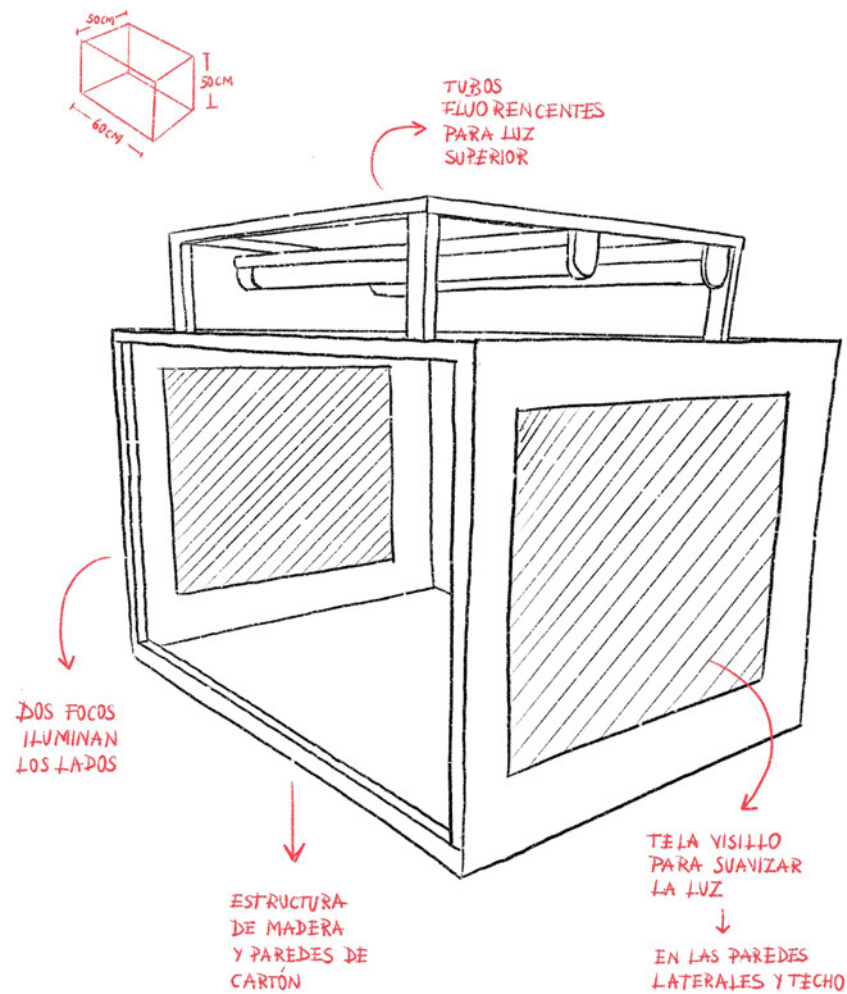


Fig. 49
Diseño del espacio
(Elaboración Propia,
2022)

DISEÑO DE LOS STORYBOARDS

Previo al desarrollo de los storyboards se definió el formato a utilizar, el que, dada la naturaleza de las plataformas a determinadas para su difusión, usadas mayormente desde dispositivos móviles, se definió en proporción 9:16 (1080 x 1920 pixeles). Aunque Instagram y Facebook usen distintos formatos, esta proporción vertical resulta adaptable para ambas.

Entonces con el argumento ya definido en la etapa de conceptualización (p. 00), para cada episodio se tomaron algunas frases obtenidas de la encuesta realizada en el marco de este proyecto, «Encuesta sobre Percepción Corporal», (Elaboración propia, 2022) a modo de inspiración. Y los movimientos fueron basados en los observados durante el experimento de la Imagen Frente al Espejo (p. 00 a 00), además de la propia experiencia en torno a la insatisfacción corporal».

NO PONER
ELEMENTOS
CLAVE FUERA
DE LAS GUÍAS

16:9

2:3

INSTAGRAM
REELS + HISTORIAS

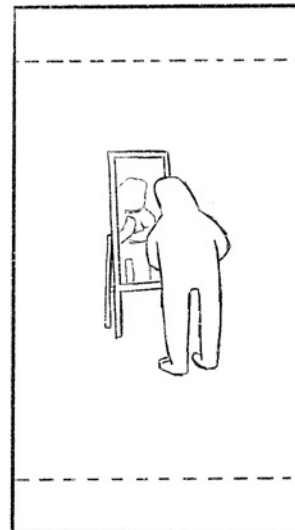
POST DE
FACEBOOK

ⓧ FONDO BLANCO
TAMBIÉN AYUDA
A DIFERENCIAR

↓
EN RRSS LOS
VIDEOS TIENEN
MUCHO ESTÍMULO
VISUAL

PARA QUE LOS
VIDEOS NO SEAN
PLANOS SE
INTERVENDRÁN CON
GRÁFICAS

ⓧ CAMBIOS DE
EMOCIONES
↓
CAMBIO DE
ILUMINACIÓN



GRÁFICAS
ESTILO
«GARABATOS»
↓
SENTIMIENTO
DE IRRITACIÓN Y
SOBRESALTO

(IG: NICESHITSTUDIO)

Fig. 50
Diseño storyboards
(Elaboración Propia,
2022)

EPISODIO 1 LA INSATISFACCIÓN

«En mi casa y en el colegio sufrí de bullying. Muchas veces me compararon con mis hermanas que son delgadas. Hasta el día de hoy mi papá cuando está conmigo presente y habla de mi hermana se refiere a 'no esta hija, a la otra, la flaquita'».

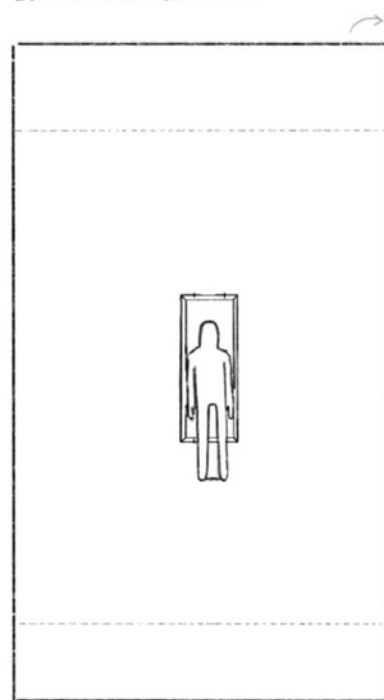
«Afectan mucho –los estereotipos de belleza–, **'la mujer se ve más linda delgada'**, en lo actual no me gusta –mi cuerpo–... me causa inseguridad la guatita».

«A los 16 tenía sobrepeso y mi mamá me preguntó si quería inscribirme en un gym yo acepté feliz, pero mi hermana menor me dijo que lo hacían porque ya les daba vergüenza salir a la calle conmigo por lo gorda que estaba».

«Al usar vestido y que se marque el rollito y escuchar decir a familiares mujeres (mujeres) **entra la guata, por último, ponte una faja, mira como no paras de engordar.** Son instancias que se tornan dolorosas, y que a lo largo del tiempo te hacen ruido cada día al momento de querer elegir un outfit».

Fig. 51
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)

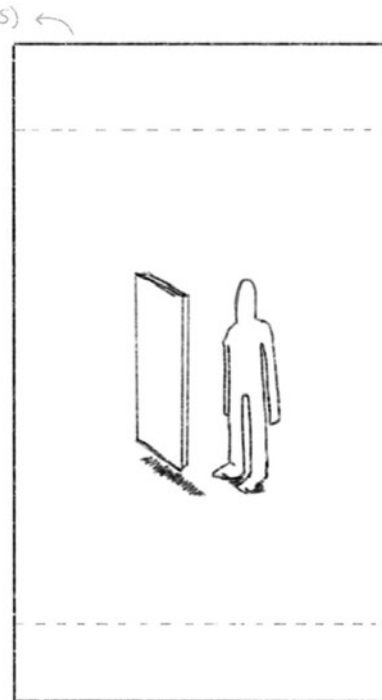
ED1: LA INSATISFACCIÓN



PLANO: PLANO GENERAL, NN FRENTE AL ESPEJO.

ACCIÓN: NN MUEVE LA CABEZA DE LADO A LADO LEVEMENTE, SE OBSERVA.

ATMÓSFERA: MURMULLO AMBIENTAL.
SOBRESALEN: «ÉNTRA LA GUATA», «BUENA ESCOPETA», «LAS MUJERES SON LINDAS DELGADAS», «ESA NO, LA FLAQUITA».



PLANO: LA CÁMARA GIRA EN 180°.

ACCIÓN: NN SE SIGUE MIRANDO AL ESPEJO.

ATMÓSFERA: SE SIGUEN ESCUCHANDO LAS FRASES, COMIENZA A SONAR UN PITO. LAS VOCES Y EL PITO SE SATURAN HASTA CORTARSE.



PLANO: CORTE DE 2 SEGUNDOS, LUEGO SE VE A NN FRENTE AL ESPEJO.

ACCIÓN: SE DIBUJAN POSTERS EN LA PARED. NN SE TOCA EL ABDOMEN, LO MOLDEAN.

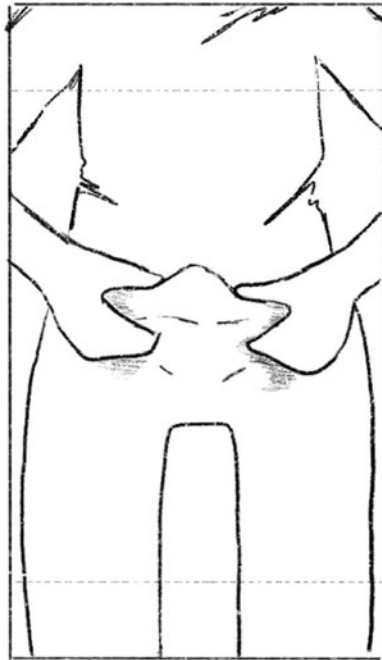
ATMÓSFERA: SE ESCUCHAN LATIDOS DE CORAZÓN.
LA LUZ SE TORNA ROJIZA Y TENUE.



ACCIÓN: NN SE MIRA Y MOLDEA SU CUERPO

EDI: LA INSATISFACCIÓN

5" (60FPS)



PLANO: SE ENFOCA EL ABDOMEN DE NN.

ACCIÓN: NN SE AGARRA EL ABDOMEN Y LO MOLDEA.

ATMÓSFERA: SE ESCUCHA: «TENGO QUE BAJAR DE PESO», «DEBERÍA COMER MENOS», «SI ESTO FUERA ASÍ, SOLO PIDO ESO». SE COMIENZA A ESCUCHAR SU RESPIRACIÓN.

Ⓢ + LATIDOS Y LUZ ROJA.

5" (60FPS)



PLANO: EL PLANO CAMBIA A UNA PARED CON POSTERS.

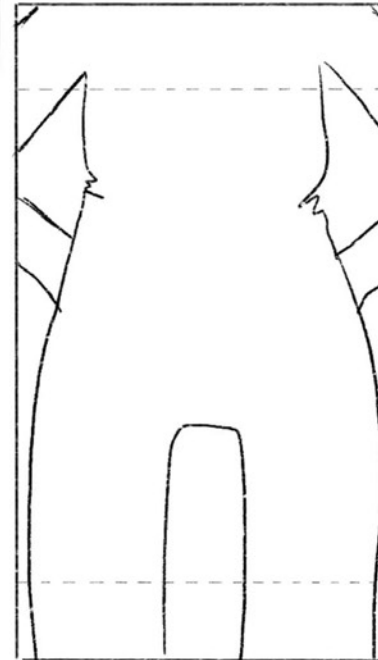
ACCIÓN: SE DIBujan COMENTARIOS DE INSTAGRAM.

ATMÓSFERA: SE ESCUCHA: «DEBERÍAS COMER MENOS», «MUY GORDA», «MUY FLACA», «DAS VERGUENZA».

Ⓢ LATIDOS, RESPIRACIÓN Y LUZ ROJA.

PAUSA

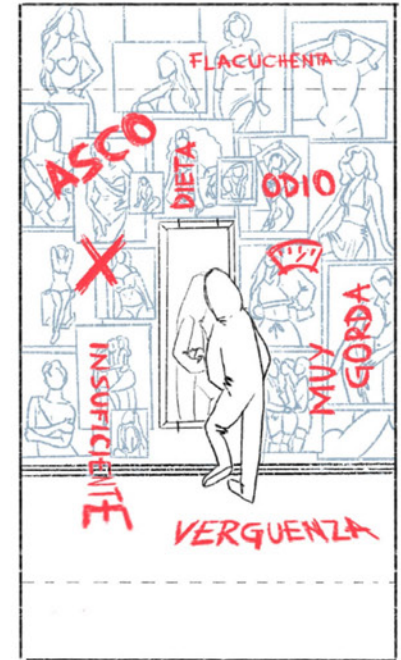
20" (12.6FPS)



PLANO: SE VUELVE AL CUADRO 5 CON NN DE ESPALDA Y LA CÁMARA SE ALEJA.

ACCIÓN: SE DIBujan PALABRAS EN LA PARED.

ATMÓSFERA: LA LUZ Y LOS SONIDOS SE SATURAN.



PLANO: SE VE TODO EL CUADRO.

ACCIÓN: NN SE APIERTA Y MOLDEA EL ABDOMEN.

ATMÓSFERA: CONTINUA LO ANTERIOR, SE ESCUCHA «ERES INSUFICIENTE», «ASÍ NADIE TE VA A QUERER», «ASCO», «TIENES QUE HACER DIETA».

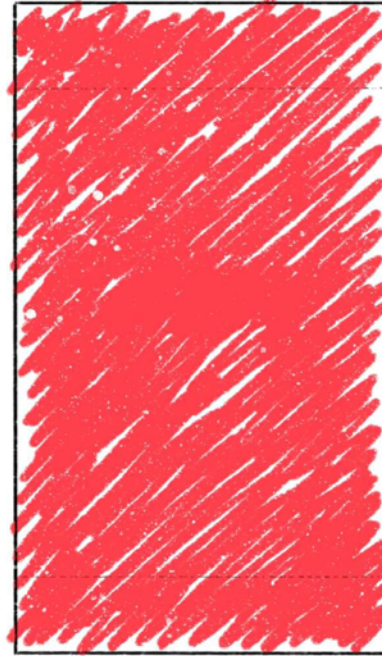
ED1: LA INSATISFACCIÓN



PLANO: MISMO CUADRO.

ACCIÓN: LA ESCENA SE RAYA HASTA QUEDAR ROJA.

ATMÓSFERA: LO ANTERIOR SE SATURA Y SE ACABAN CUANDO EL CUADRO QUEDA ROJO.



PLANO: LA ESCENA QUEDA ROJA Y CORTE DE 2 SEGUNDOS.

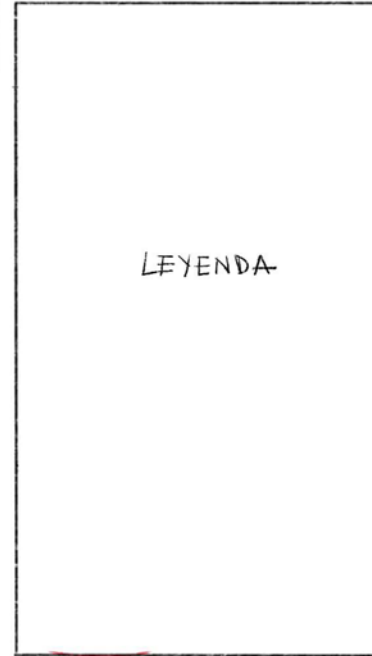
ACCIÓN:

ATMÓSFERA: SILENCIO.

PAUSA



4" (48 FPS) → POR CADA PANTALLA



PLANO: FONDO BLANCO.

ACCIÓN: SE ESCRIBE:

- ① TANTAS VECES DEJÉ DE COMER POR LO QUE DECÍAN DE MI CUERPO»
- ② TANTAS VECES ME INSULTÉ POR NO TENER EL CUERPO IDEAL»
- ③ TANTAS VECES NO DIJE NADA POR MIEDO A QUE ME TRATARAN DE LOCA O EXAGERADA.
- ④ COMENCÉ A ODIARME Y A PENSAR QUE NO MERECEÍ AMOR.
- ⑤ NO HABLES DE OTROS CUERPOS, NO SABES LO QUE ESA PERSONA VIVE EN SU INTIMIDAD.

Fig. 52
Storyboard Ep.01
La insatisfacción
(Elaboración Propia,
2022)

EPISODIO 2 EL ESCONDERSE

«Me afecta mucho, nunca he podido superar todos esos años de prejuicios quedando con la idea marcada en mi cabeza del 'QUE DIRÁN'. Me encantaría no darle importancia, pero es algo que ha dado vuelta tanto tiempo en mi cabeza y entorno que se me hace difícil cambiar».

«me acompleja mucho –mi cuerpo–, trato siempre de usar cosas que tapen la mayor parte de mis piernas o brazos, y cuando no lo hago ando muy incómoda».

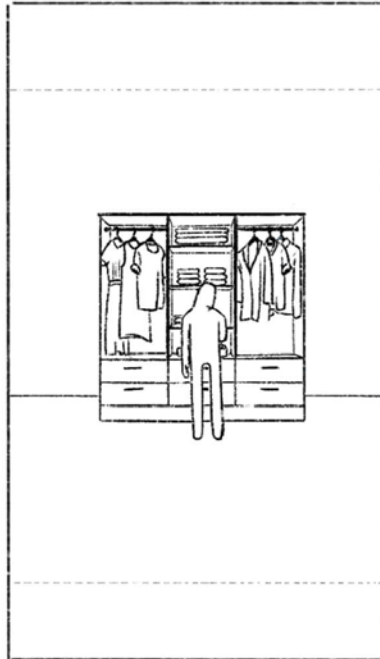
«No me gusta mi cuerpo, odio mucho mi abdomen y las estrías que allí tengo. Me causa mucha inseguridad, al igual que mis brazos, los cuales siempre trato de cubrir, aunque tenga calor».

«últimamente los cuerpos gorditos han sido más aceptados que antes, pero aun así no me siento conforme, no me gusta mi cuerpo, a veces recuerdo años atrás donde había partes que podía mostrar y no me causaban inseguridad, ahora estoy en un punto donde no me gusta nada de él, absolutamente nada».

Fig. 53
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)

E02 - EL ESCONDERSE

4" (48 FPS)

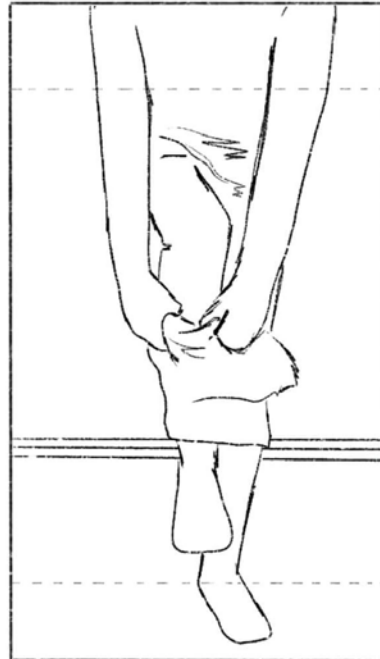


PLANO: PLANO GENERAL NN FRENTE
A UN CLOSET

ACCIÓN: NN SE TOCA EL MENTÓN Y
MUEVE LA CABEZA LEVEMENTE.
PIENSA.

ATMÓSFERA: SONIDO DE SILENCIO.

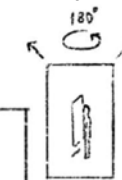
8" (96 FPS)



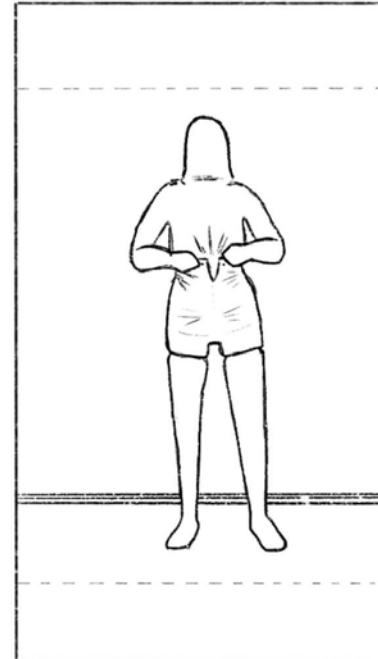
PLANO: EL CUADRO SE ENFOCA EN NN
DESDE EL CUELLO HACIA ABAJO.

ACCIÓN: NN SE PRUEBA UN SHORT.

ATMÓSFERA: SE COMIENZA A
ESCUCHAR SU RESPIRACIÓN.



60" (72 FPS)

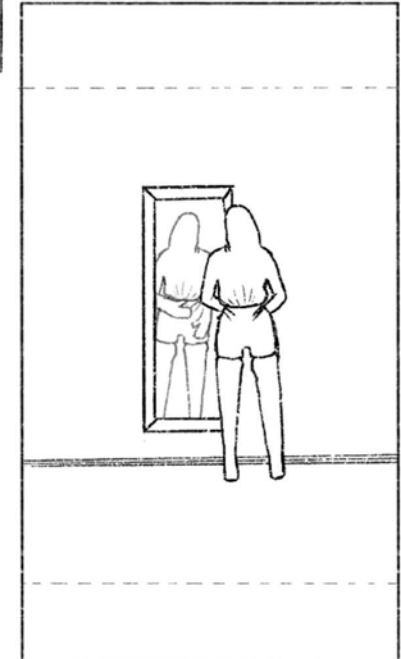


PLANO: PLANO GENERAL A NN.

ACCIÓN: NN SE PONE EL PANTALÓN
CON DIFICULTAD.

ATMÓSFERA: SE ACELERA LA
RESPIRACIÓN Y SE

ESCUCHA: «TE DIJE QUE NO
COMIERAS ESO», «NO TE QUEDA».



PLANO: LA CÁMARA SE ALEJA Y GIRA
EN 180°, SE VE NN DE
ESPALDA FRENTE AL ESPEJO.

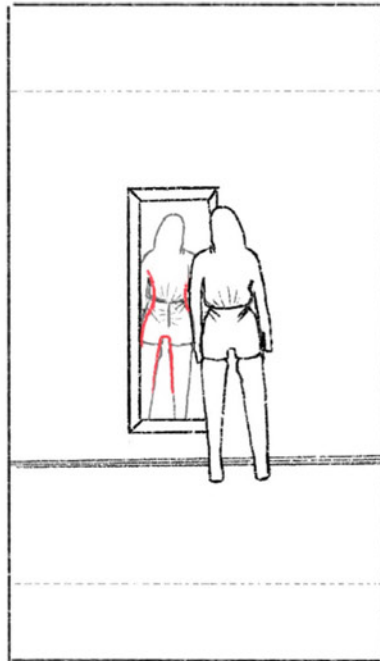
ACCIÓN: NN SE MIRA AL ESPEJO Y SE
TOCA EL ABDOMEN.

ATMÓSFERA: LATIDOS DE CORAZÓN
SUAVE. SE ESCUCHA:

«TE ECHASTE A PERDER»,
«FRACASASTE».

E02 - EL ESCONDERSE

4" (48 FPS)

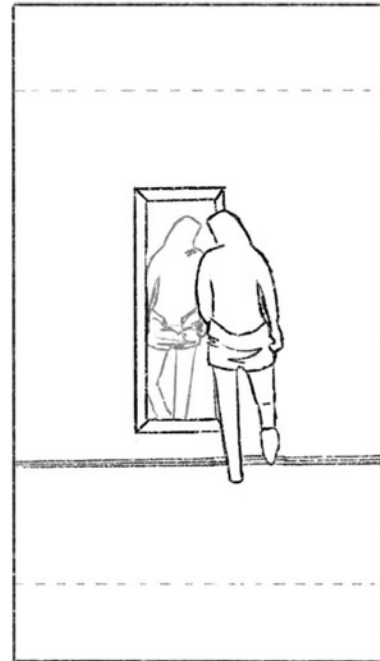


PLANO: MISMO PLANO.

ACCIÓN: SE DIBUJAN FORMAS SOBRE EL CUERPO, LAS LÍNEAS APARECEN Y SE VAN.

ATMÓSFERA: SE MANTIENE.

4" (48 FPS)



PLANO: MISMO PLANO.

ACCIÓN: NN SE SACA LOS SHORTS.

ATMÓSFERA: SE MANTIENE.

10" (60 FPS)



PLANO: FONDO BLANCO.

ACCIÓN: COMIENZAN A CAER PRENDAS. SOBRE LA ESCENA SE DIBUJAN PALABRAS CADA VEZ MÁS RÁPIDO.

ATMÓSFERA: « COMO SE PONE ESO », SE LE SALEN TODOS LOS ROLLOS », « ESO NO LE QUEDA ». EL CORAZÓN SE ACELERA.



PLANO: MISMO CUADRO.

ACCIÓN: SE COMIENZA A RAYAR EL CUADRO.

ATMÓSFERA: VOCES Y SONIDOS SE SATURAN.

ED2 - EL ESCONDERSE

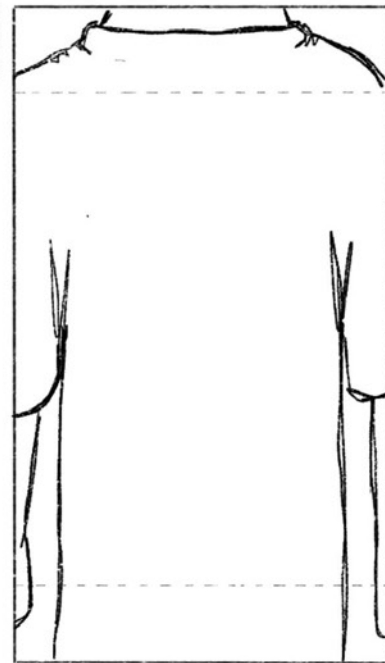


PLANO: EL CUADRO ES ROJO.

ACCIÓN: LA PANTALLA SE RAYA HASTA QUEDAR ROJA.

ATMÓSFERA: AL CORTE SE ACABAN LOS SONIDOS.

PAUSA

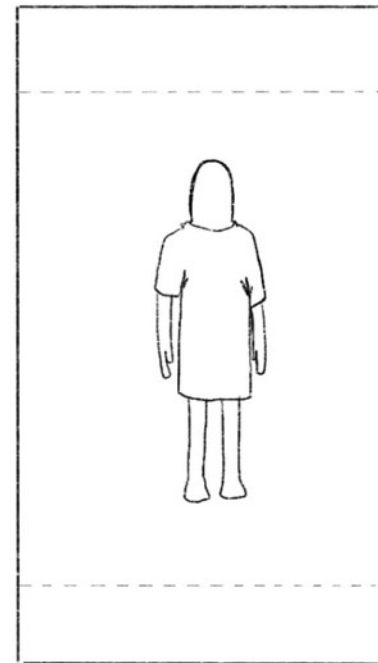


PLANO: ZOOM AL CUERPO, LA CÁMARA SE ALEJA.

ACCIÓN: NN NO SE MUEVE.

ATMÓSFERA: VUELVEN LOS LATIDOS.

3" (36 FPS)

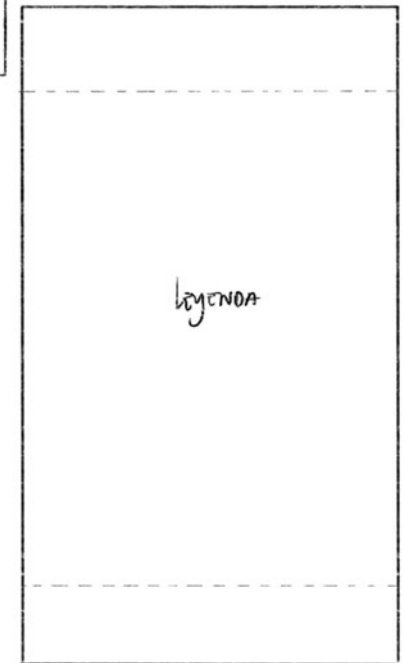


PLANO: PLANO GENERAL.

ACCIÓN: INMÓVIL.

ATMÓSFERA: SE MANTIENE.

PAUSA



PLANO: FONDO BLANCO.

ACCIÓN: SE ESCRIBE:

- ① DEJÉ DE USAR LA ROPA QUE ME GUSTABA PORQUE NO ERA PARA MÍ.
- ② DEJÉ DE SALIR POR NO SENTIRME CÓMODA CON MI CUERPO.
- ③ COMENCÉ A TAPARME Y A PERDER MOMENTOS POR LA VERGUENZA.
- ④ CADA COMENTARIO APARECE FRENTE AL ESPEJO.
- ⑤ NO HABLES DE OTROS CUERPOS, NO SABES LO QUE ESA PERSONA VIVE EN SU INTIMIDAD.

4" (48 FPS)

Fig. 54
Storyboard Ep.02
El Escondese
(Elaboración Propia,
2022)

EPISODIO 3 LA GULPA

«Mi madre siempre ha sido muy delgada, pero eso nunca me había afectado hasta que empezaron a haber problemas en mi casa y mi relación con ella se puso tensa, comencé a pensar que **talvez yo le agradaría más si fuera más delgada**, a la par de esto en ese tiempo subí mucho de peso y recibí muchos comentarios acerca de esto».

«Me provocó un TCA a los 14 años y es algo con lo que lucho día a día, **no me deja ser libre ni estar tranquila, siento culpa cada vez que siento algo rico, no disfruto la comida, tampoco que me miren comiendo, por lo que a veces evito esas situaciones**».

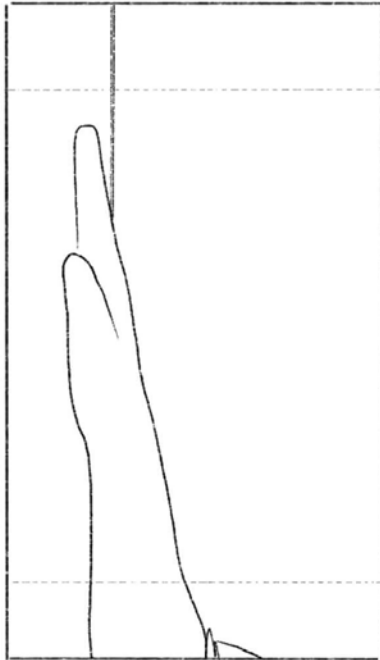
«Muchas veces me produce inseguridad, lo que me hace sentir más tímida. O eligiendo que ponerme, hay veces que no salgo solo porque no me siento cómoda conmigo misma»

«En mi desarrollo siempre tuve esta pequeña presión de cuidarme en mis comidas y la cantidad de deporte. Más grande, en la adolescencia, en el colegio tú cuerpo lo era todo. Esta presión se intensificó tanto para mí como para mis amigas. Estaba este “establecimiento” de que **las Flacas eran más lindas... por lo tanto, eran populares**»

Fig. 55
Encuesta sobre
Percepción Corporal
(Elaboración Propia,
2022)

EO4-LA CULPA

3" (36 FPS)

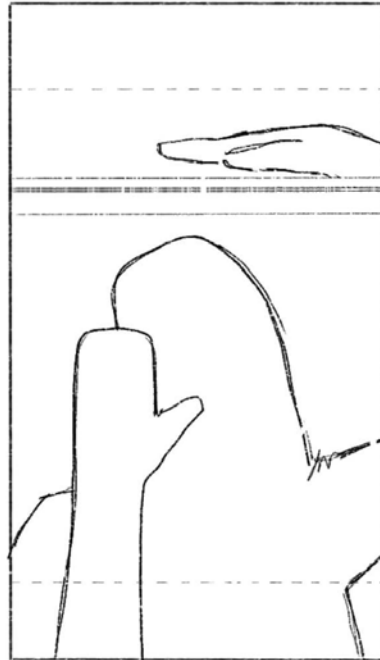


PLANO: NN DENTRO DENTRO DE UNA
CAJA, PRIMER PLANO A
LA MANO.

ACCIÓN: TOCA LA CAJA Y AL FINAL LA
GOLPEA.

ATMÓSFERA: SONIDO DE GOLPE.

5" (60 FPS)

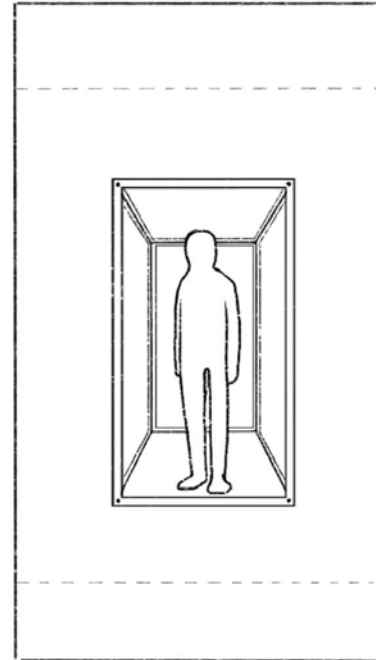


PLANO: PLANO MEDIO CORTO.

ACCIÓN: SIGUE RECONOCIENDO LA CAJA.

ATMÓSFERA: SE ESCUCHA: «ES TU CULPA»
(DESPACIO), «NO DEBISTE
COMER ESO» (FUERTE).

2" (24 FPS)

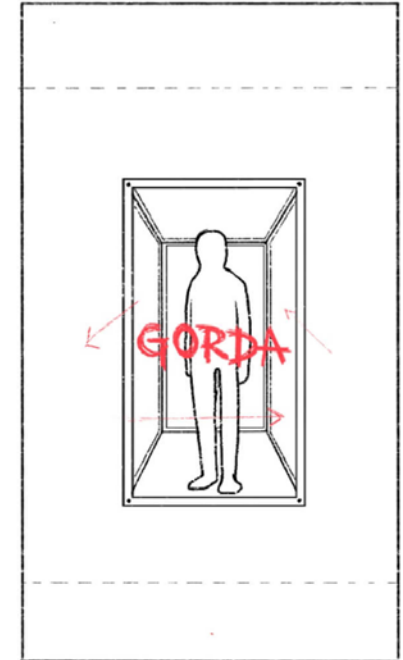


PLANO: PLANO GENERAL, NN DENTRO
DE LA CAJA.

ACCIÓN: NN SE ASUSTA CON LA
ÚLTIMA FRASE.

ATMÓSFERA: SE COMIENZA A
ESCUCHAR SU RESPIRACIÓN.

4" (48 FPS)



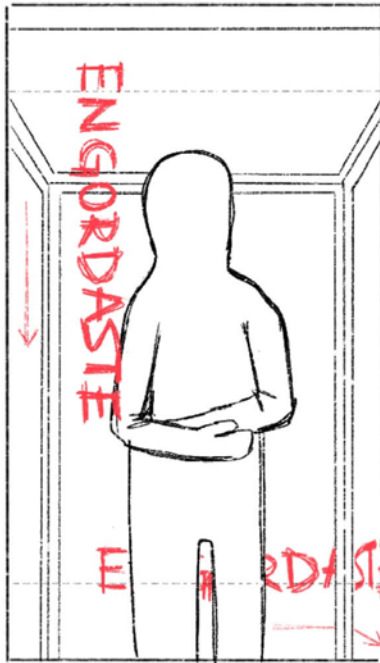
PLANO: MISMO PLANO.

ACCIÓN: SE ESCRIBEN PALABRAS EN LA
CAJA Y NN LAS SIGUE CON LA
MIRADA.

ATMÓSFERA: SE ESCUCHA «ENGORDASTE»
Y SU RESPIRACIÓN.

EO4-LA CULPA

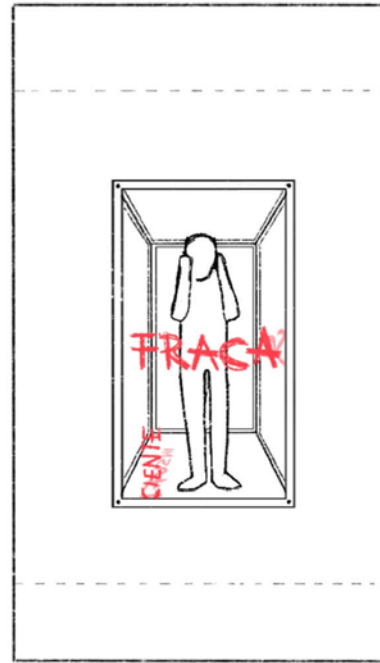
5" (60FPS)



PLANO: PLANO AMERICANO.

ACCIÓN: SE REPITE DOS VECES LA PALABRA
ENGORDASTE Y NN SE ASUSTA.

ATMÓSFERA: RESPIRACIÓN +
«ENGORDASTE DOS VECES»
LA LUZ SE TORNA ROJIZA.

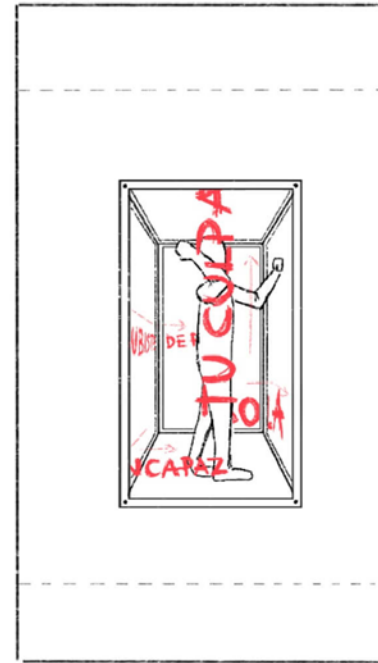


PLANO: PLANO GENERAL.

ACCIÓN: SE ESCRIBE EN LA CAJA:
«ERES UN FRACASO» E
«INSUFICIENTE». NN SE TAPA LOS OÍDOS.

ATMÓSFERA: SE ACELERA LA RESPIRACIÓN,
SE ESCUCHAN LATIDOS Y
«PERDISTE EL CONTROL».

10" (120FPS)



PLANO: MISMO PLANO.

ACCIÓN: EN LA CAJA SE ESCRIBE: «SOLA»,
«TU CULPA», «INCAPAZ»,
«SUBISTE DE PESO». NN TOCA LA
CAJA DESESPERADA.

ATMÓSFERA: LATIDOS + RESPIRACIÓN
SE ACELERAN.

SE ESCUCHA: «COMISTE DE MÁS»,
«ASÍ NADIE TE VA A QUERER»,
«ES TU CULPA».

💡 + ROJA.



PLANO: MISMO PLANO.

ACCIÓN: LA CAJA SE COMIENZA A
SATURAR CON RAYADOS.
NN GOLPEA LA CAJA.

ATMÓSFERA: LOS SONIDOS SE SATURAN.
SE ESCUCHAN MÁS
«TU CULPA», «ES TU CULPA», «POR
QUÉ NO ERES CAPAZ», «POR
QUÉ NO ERES CAPAZ», «NADIE TE VA
A QUERER».

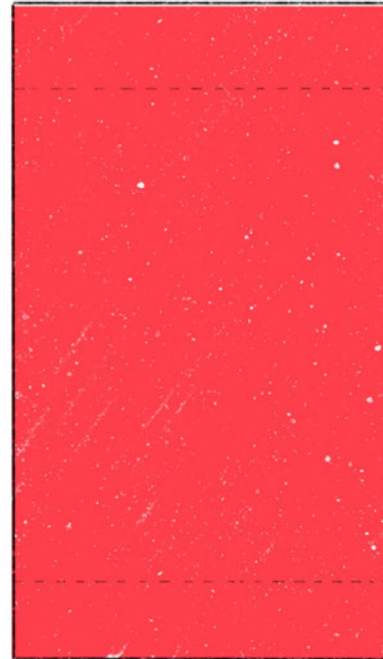
ED4-LA CULPA



PLANO: MISMO PLANO

ACCIÓN: LA PANTALLA SE SATURA CON PALABRAS Y SE COMIENZA A RAYAR. NN CABIZBAJA.

ATMÓSFERA: MISMA ATMÓSFERA.

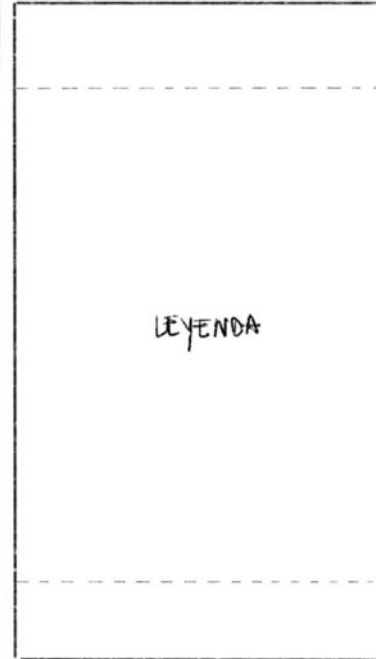


PLANO: PANTALLA ROJA.

ACCIÓN: CORTE BLANCO.

ATMÓSFERA: SE CORTAN LOS SONIDOS.

PAUSA



PLANO: FONDO BLANCO.

ACCIÓN: ① COMENCÉ A PENSAR QUE ERA UN FRACASO Y NO VALÍA LA PENA.
② COMENCÉ A PENSAR QUE LA ÚNICA FORMA DE SER FELIZ ERA SER DELGADA.
③ ME OBSESIONÉ CON ESO Y ME CULPÉ POR NO LOGRARLO.
④ ¿SERÉ ASÍ ALGÚN DÍA?
⑤ NO HABLES DE OTROS CUERPOS, NO SABES LO QUE ESA PERSONA VIVE EN SU INTIMIDAD.

Fig. 56
Storyboard Ep.02
La Culpa
(Elaboración Propia,
2022)

PRODUCCIÓN DE LOS CORTOS

Con los storyboards terminados, previo al inicio de las grabaciones o toma de fotografías, se desarrollaron los objetos clave con los que interactuaría el personaje, denominado como NN en los guiones. Esto permitió ajustar el guion en cuanto a planos y dar paso a la realización de la serie como tal, la cual debido a inconvenientes técnicos, fue modificada en algunas escenas que serán explicadas más adelante.

DISEÑO Y FABRICACIÓN DE OBJETOS CLAVE

Los objetos clave determinados en el storyboard fueron cuatro: espejo, armario, caja de cristal y dos prendas, los que fueron confeccionados en base a la proporción del personaje, NN. Para la paleta de colores se eligieron dos colores principales: el rojo y el celeste, el primero de ellos simboliza la influencia externa y violenta que se inserta en el inconsciente para modelar el pensamiento y el cuerpo, mientras que el segundo se escogió como un color que busca proporcionar calma al personaje. El celeste aplicado en los objetos que representan un conflicto en la vida diaria de NN, es una alegoría a la tranquilidad que significaría, según la idea del ideal estético como estado de nirvana, poder mirarse al espejo y cumplir las expectativas del entorno o enfrentarse al armario y que la ropa luzca como lo hace en las modelos; es, en otras palabras, el deseo por pertenecer y resultar conveniente.

Adicionalmente a estos dos colores principales, la utilización del negro permite a NN esconderse, a habitar la oscuridad de la inseguridad y a limitar su comportamiento para poder existir en un entorno que la juzga constantemente. Finalmente, el gris, como se explicó en páginas anteriores, es la falta de identidad y la influencia del entorno, es por esto que se aplica principalmente en NN y su soporte.

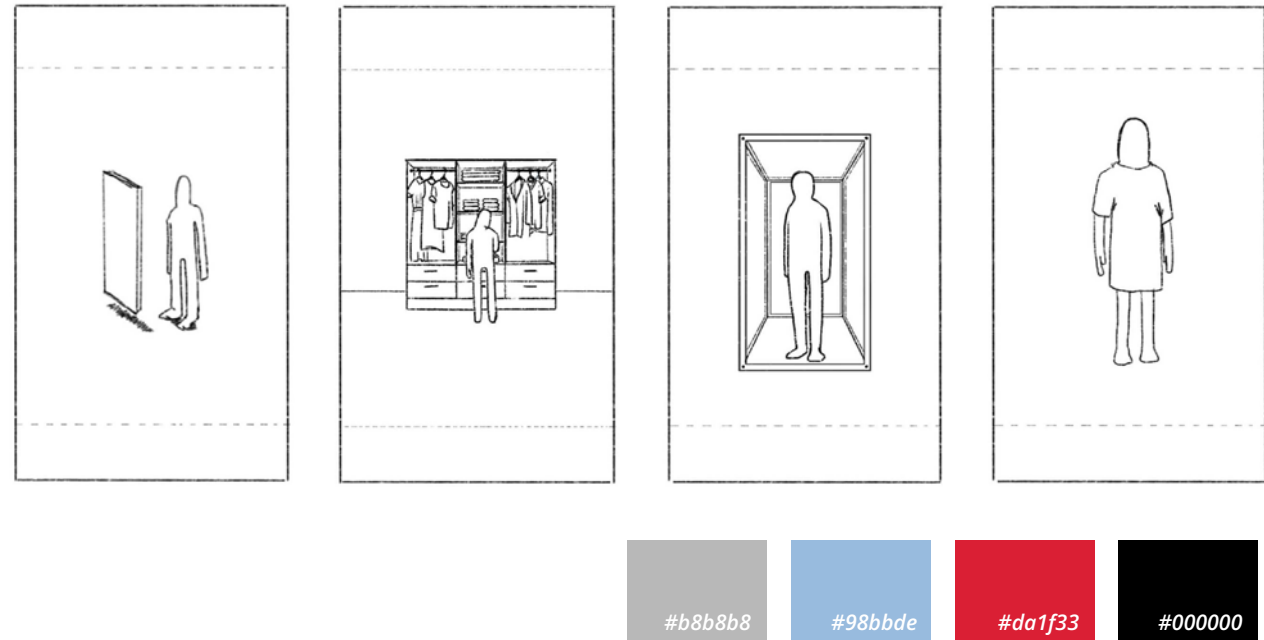


Fig.57
Extractos del
storyboard
(Elaboración
Propia, 2022)

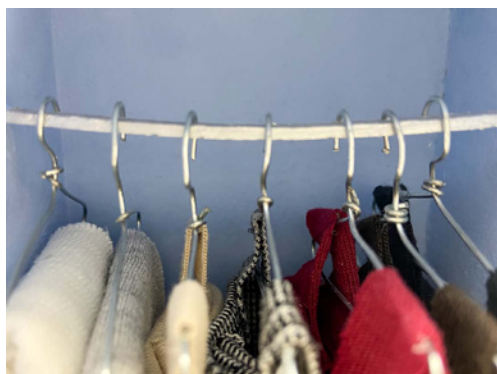
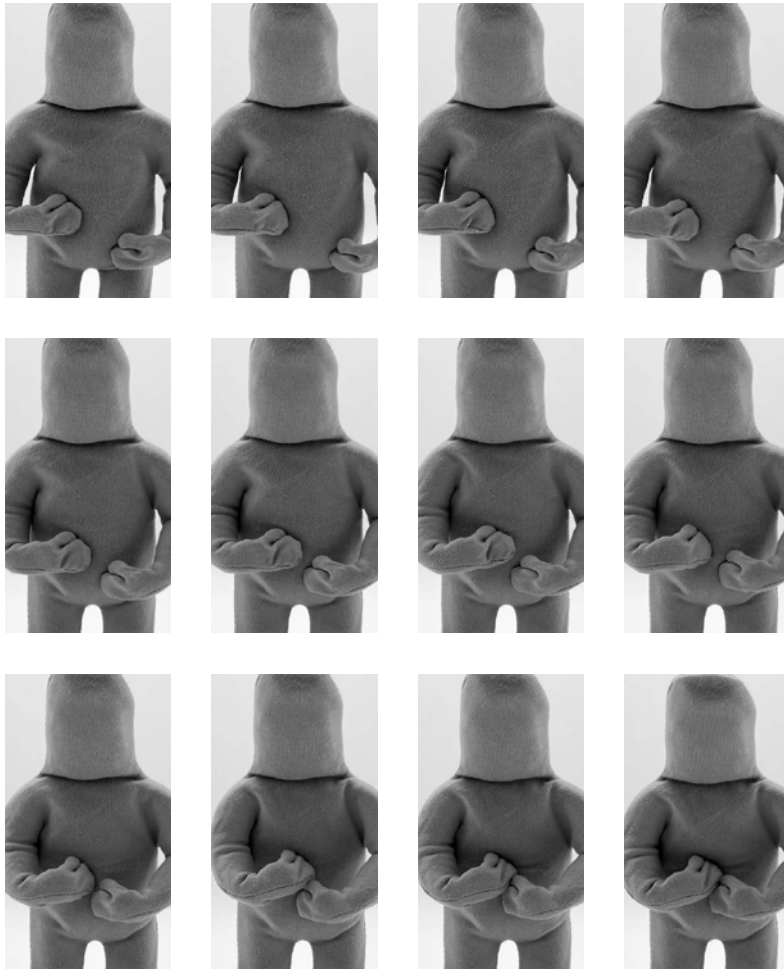


Fig. 58
Objetos clave
del personaje
(Elaboración
Propia, 2022)



CAPTURA DEL MOVIMIENTO

Esta serie de stop-motion se determinó a ser capturada a 12 fotogramas por segundo (FPS), esto quiere decir que, 1 segundo estaría compuesto por 12 fotografías, no 30, que es lo que se ve comúnmente en animaciones digitales o cortometrajes como *Bestia* (2021) o *Historia de un Oso* (2014), donde los movimientos son fluidos. Esta decisión se tomó por dos razones: uno, y principal, la utilización de esta técnica de animación se fundamentó en la captura del cambio que se evidencia cuadro a cuadro, lo que se pierde cuando el movimiento es muy fluido (30 FPS), por lo que usar 12 permitiría una pausa entre fotograma y fotograma, además de enfatizar cada momento del movimiento. Y dos, usar esta cantidad de fotografías por segundos significaría un gran ahorro de tiempo en términos de producción, puesto que reduciría el trabajo de fotografiar o grabar a la mitad.

En relación a la duración de cada capítulo de la serie, inicialmente se estimó que no sobrepasaran los 40 segundos cada uno, sin embargo, esta cantidad de tiempo no permitía generar el énfasis necesario para la atmósfera planteada en la conceptualización, por lo que se extendió a alrededor de 1 minuto según lo requiriera cada video. De esta manera, cada video tendría alrededor de 720 fotografías, variable según la cantidad de gráficas sin personaje.

Fig. 59
Secuencia
stop-motion
(Elaboración
Propia, 2022)

Sobre el espacio de trabajo, como se mencionó en las especificaciones de la caja, la iluminación artificial ingresaría por tres puntos, lo que permitiría un control óptimo de las sombras. Además, se tomó la decisión técnica de tomar las fotografías con un teléfono celular (Iphone 11) mediante la utilización de una aplicación llamada «Stop Motion» (Catetar, LLC), la que permite grabar hasta en calidad 4k y facilita la compresión para edición del video.

Esta serie fue grabada en formato 1080 x 1920 pixeles y en HD, puesto que, dadas las plataformas a utilizar para la difusión, resultaba más conveniente en términos de peso de los archivos, el que aumentaría una vez comenzara la edición en digital con la adición de gráficas, sonido y cambios de iluminación, explicados con detalle más adelante.

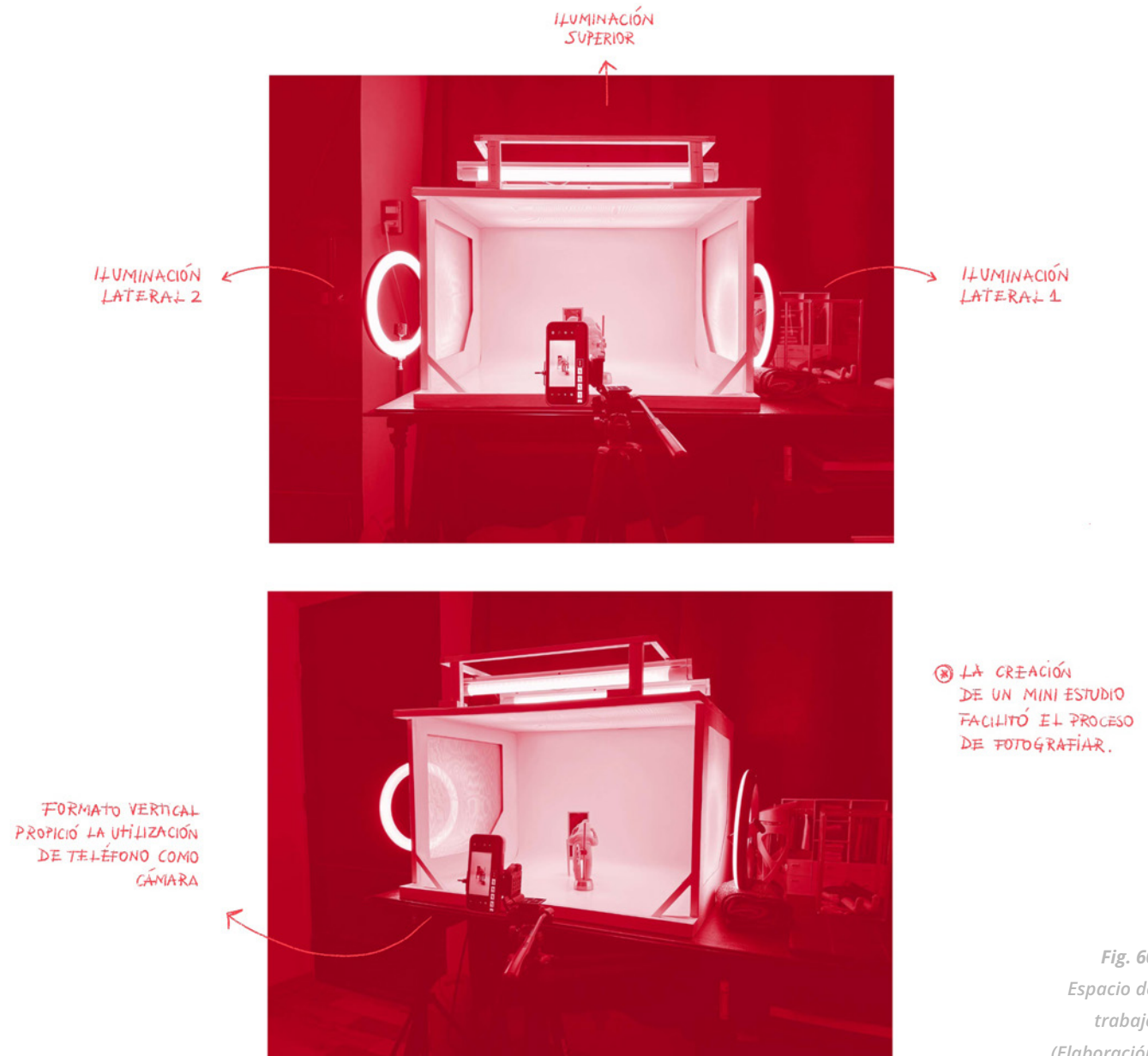
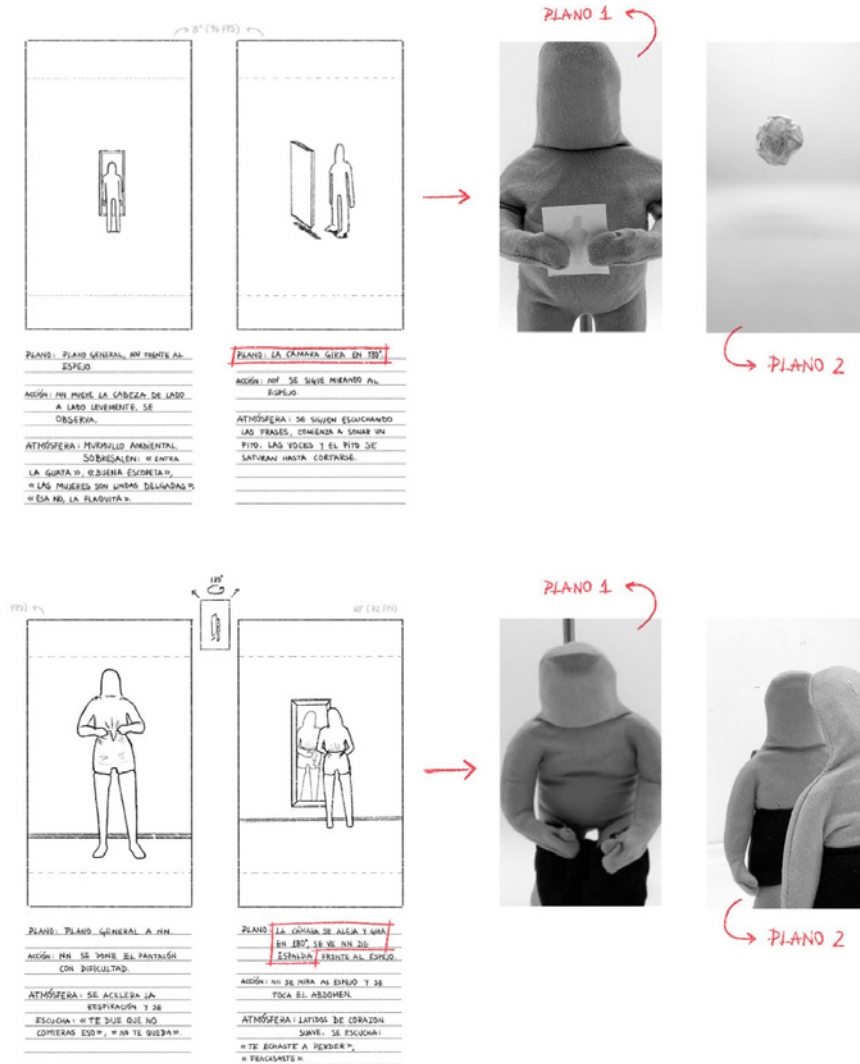


Fig. 60
Espacio de
trabajo
(Elaboración
Propia, 2022)



CAPTURA Y CAMBIOS TÉCNICOS

Las proyecciones de guion definidas en con los storyboards no se grabaron con exactitud debido a problemas encunto al espacio disponible para grabar. Es por esto que algunas escenas fueron modificadas o sustituidas por nuevos planos.

1 Giro en 180° sustituido por una nueva escena y plano.

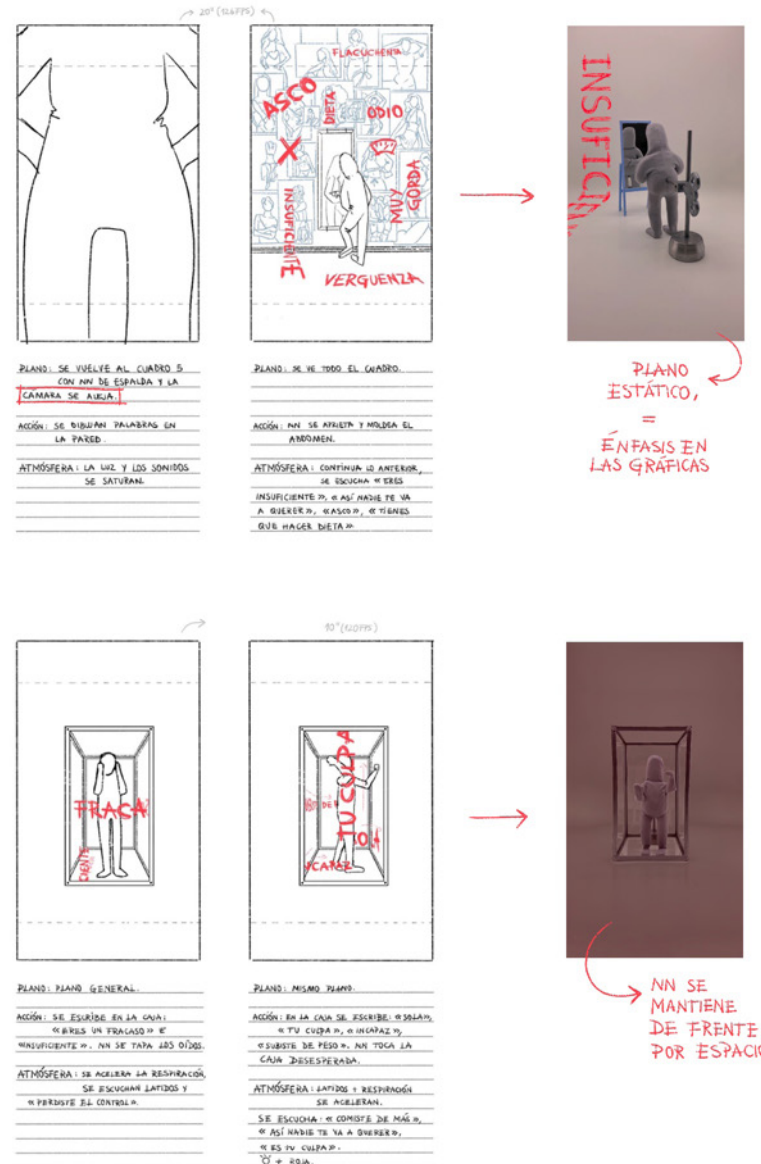
El primer cambio realizado tiene relación con el giro en 180° propuesto en la primera escena del episodio uno, donde desde un plano general a NN de espalda se acercaría la cámara girando hasta quedar de frente. Sin embargo, dada las dimensiones de la caja este procedimiento se complicó y se decidió sustituir la escena por un medio plano del personaje observando una imagen de sí misma y arrugándola al tiempo que se escuchaban las voces.

En el capítulo dos, escena dos también se propuso esta forma de acercamiento, por lo que, para resolver este inconveniente se decidió grabar de frente a NN poniéndose el short y haciendo intercambio entre plano general y medio plano, además de la adición de una escena de reflejo. Esta solución también permitió añadirle dinamismo a la escena, puesto anteriormente el mismo era muy extenso, y un cuadro de NN haciendo lo mismo podría haber resultado incómodo.

Fig. 61
Cambio de giro
(Elaboración
Propia, 2022)

2 Eliminación de zoom out y simplificación de la escena.

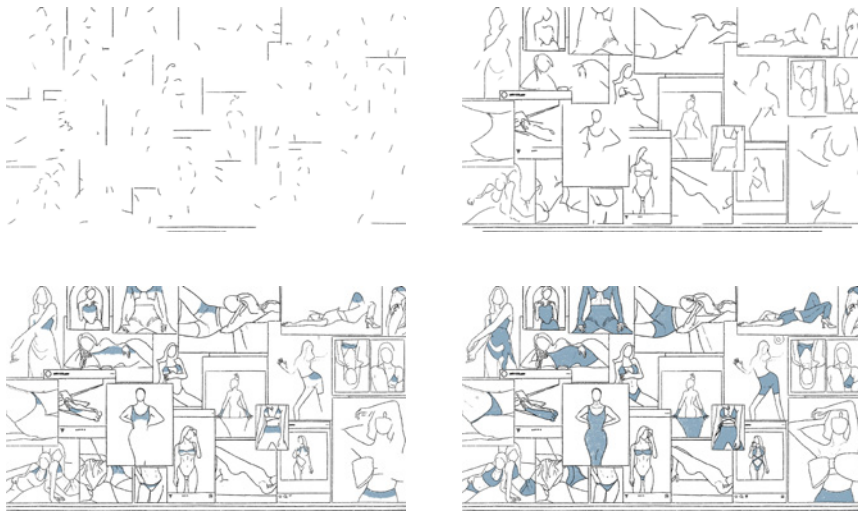
El cuadro siete del storyboard del primero episodio indicaba un zoom out a NN de espaldas para llegar a plano general mientras se está viendo al espejo. Esto se eliminó debido al desaprovechamiento de tiempo que se generaba, puesto que en el cuadro siguiente se comenzaban a escribir palabras en la pared y se daba paso al fin del episodio.



3 Simplificación de movimientos y acciones del personaje.

En el capítulo tres, cuadro siete, se indica que NN comienza a girar para golpear los lados de la caja en signo de auxilio, sin embargo, dado el «rig» que soporta al personaje fue imposible lograr que NN pudiera alcanzar las paredes laterales. De esta manera los golpes y los toques a la caja solo se dieron en la medida que el personaje se mantuviera de frente.

Fig. 62
Simplificaciones
(Elaboración
Propia, 2022)



EDICIÓN: EFECTOS Y VOCES

La fase final del desarrollo de los cortos correspondió a la post-producción, es decir, adición de gráficas, efectos, iluminación y sonido. Este proceso se realizó por paso, según las partes de edición mencionadas anteriormente, y se utilizó el programa After Effects y una aplicación móvil de efectos vocales.

1 Gráficas, desarrollo y adición de palabras y rayados.

El desarrollo de las gráficas se realizó en animación cuadro a cuadro, es decir, se dibujaron 12 fotografías por segundo lo que durara la transición de cada palabra, con el fin de dar el mismo efecto de pausa entre cada fotograma. Sin bien After Effects proporciona la posibilidad de reducir la cantidad de cuadros por segundo, y animar texto, al juntar gráfica animada por el programa con el video fotografiado con técnica stop-motion, la diferencia

entre la fluidez de cada uno era notorio, y le restaba coherencia a la pieza audiovisual. Los fondos fueron animados de la misma manera.

Además de esto, algunas de las palabras tenían desplazamientos en el espacio, por lo que se debían animar según la perspectiva del lugar por el que pasaran.

Fig. 63
Extractos de
gráficas animadas
(Elaboración
Propia, 2022)

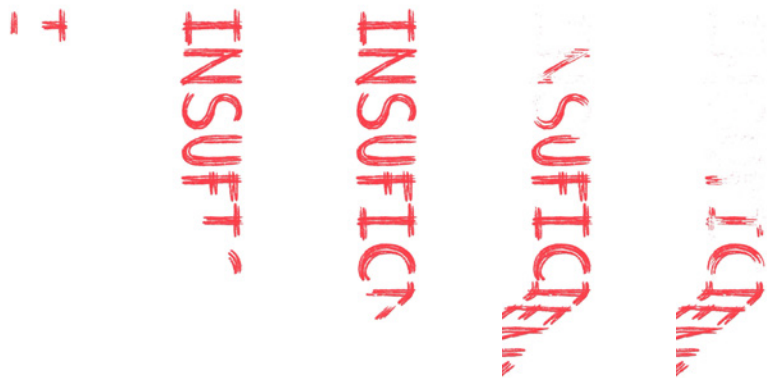
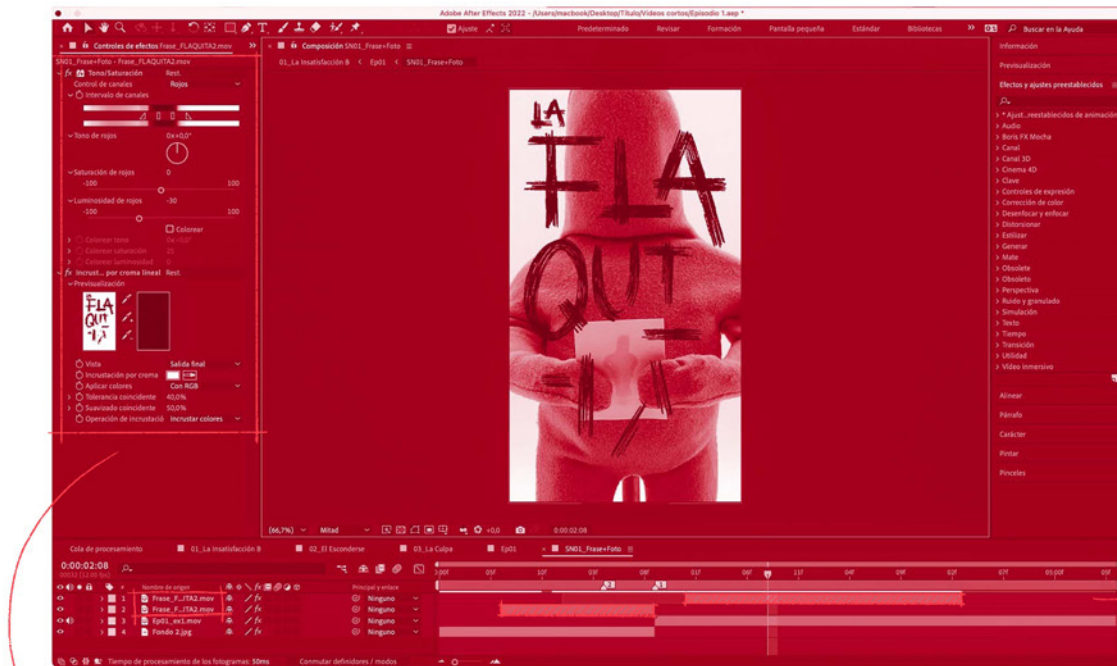


Fig. 00
Espacio de
Trabajo
(Elaboración
Propia, 2022)



GRÁFICAS
EN LA LÍNEA
DE TIEMPO

LAS GRÁFICAS
APARECERÍAN
SEGÚN RELATO

PANEL
DE EFECTOS

SE LES APLICÓ UNA
CORRECCIÓN DE COLOR
Y SATURACIÓN A LAS
GRÁFICAS PARA MEJORAR
LEGIBILIDAD Y ÉNFASIS.

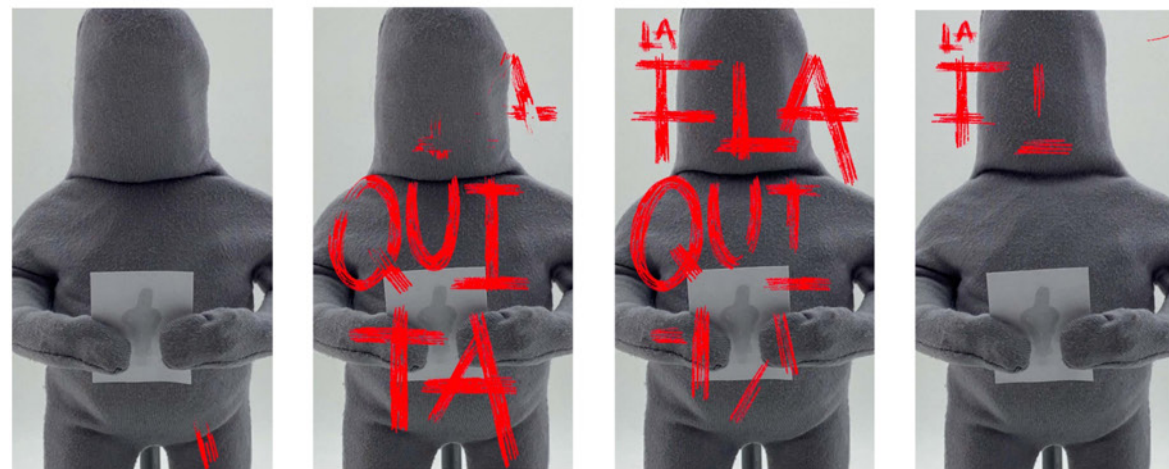
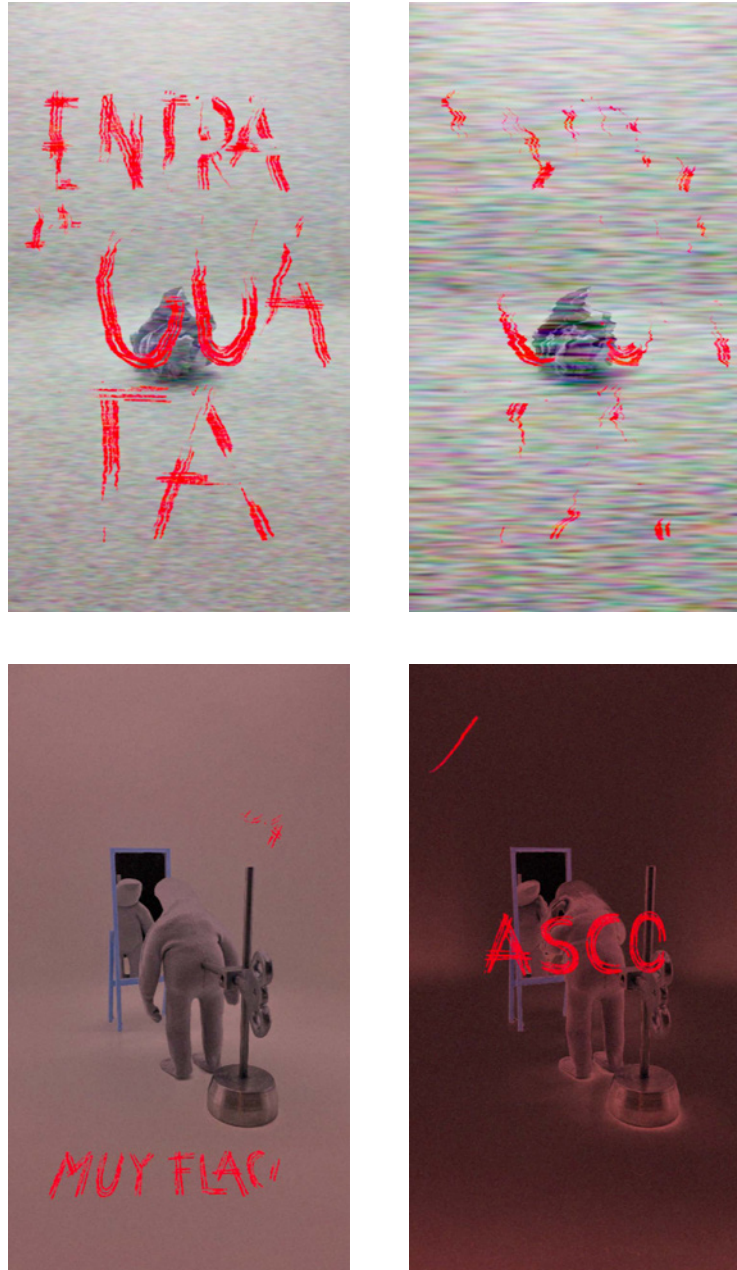


Fig. 64
Secuencia de
gráfica aplicada
(Elaboración
Propia, 2022)

Fig.65
Fragmentos
de capítulo 1
(Elaboración
Propia, 2022)



2 Efectos, uso de glitch, ruido y pérdida de señal

El segundo paso en la edición de los episodios tuvo relación con la adición de efectos que le dieran textura a los cortos. Para esto se tomó el concepto de la influencia del entorno como factor determinante en la modificación de conductas respecto al cuerpo y al humor, lo que se tradujo en el uso del recurso de la pérdida de señal que ocurre en las televisiones de antena de aire. De esta manera, este efecto se tomaría las escenas para cortarlas o interrumpirlas y afectar las emociones de NN y el espectador. Junto con esto, y siguiendo la misma línea de la intrusión del entorno, se añadió ruido (granulado) en ciertas partes de los episodios como símbolo de incomodidad y angustia ante las voces creadas por las presiones sociales ejercidas para alcanzar el estándar estético.

3 Iluminación, cambio de atmósfera y tono emocional.

Una vez listo lo anterior y con los cortes ya definidos, los cambios de iluminación se pudieron realizar con mayor exactitud. Estas variaciones de atmósfera se definieron de la mano de las voces, puesto que una vez que estas se comenzaran a saturar la luz debía cambiar en conjunto al humor de NN, para que el relato tuviera una respuesta emocional en el usuario como espectador. Los parámetros definidos para esta variación de luz se realizaron en la búsqueda de un ambiente lúgubre, angustiante y tempestuosa, lo que se vio ayudado por la adición de gráficas de rayados sobre la escena.

4 Sonidos, ambientación sonora y verbalización de las voces.

El último paso consistió en la grabación y adición de voces y sonidos. Respecto a los sonidos, se hizo uso de dos principales: latidos y respiración, ambos fueron descargados de «Pixabay», un banco de audios de licencia liberada, y se utilizaron para manifestar la evolución de angustia que sentía NN en los distintos momentos de los episodios.

Y, en relación a las voces, estas fueron grabadas con la ayuda de un micrófono y editadas con un modificador de voz disponible como aplicación móvil. En un primer momento no se hizo uso del cambiador de voz y la sensación de miedo generada no fue la esperada, por lo que se tomó la decisión de utilizar esta aplicación para generar un tono más grave. Se definió la existencia de dos voces, la más profunda, y prin-

cipal, correspondería a las presiones ejercidas por el entorno, mientras que la secundaria y más aguda representaría a la propia voz interna de NN recriminándose a sí misma, dominada por la necesidad de encajar. Por último, a ambas voces se les añadió un efecto llamado «reverberación» (similar al eco) para simular una voz lúgubre que viene desde un lugar profundo del inconsciente mental de NN.

PRIMERO SE
UBICARON LOS
SONIDOS
ATMOSFÉRICOS

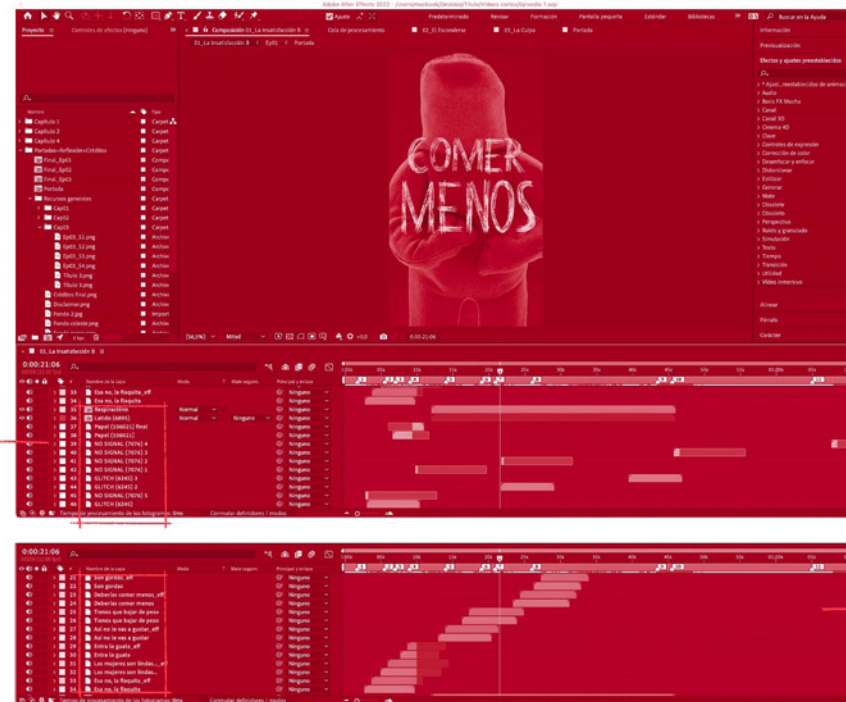


Fig.66
Espacio de
trabajo: sonidos
(Elaboración
Propia, 2022)

EN SEGUNDO
LUGAR SE
POSICIONARON
LOS SONIDOS



DISEÑO DE LA PORTADA

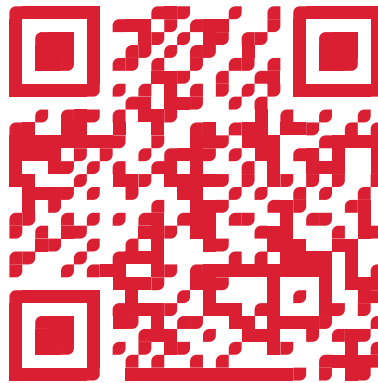
Como paso final, se desarrolló una portada para los cortos. Los elementos tomados para este diseño se basaron en los recursos utilizados en los episodios, por esto la utilización de una letra garabateada y echa mano en la parte inferior del título. Adicionalmente, para la otra parte del nombre se seleccionó la fuente display «Getaway» (de licencia liberada) debido a su diseño que combina lo curvo y lo recto, que es la misma pugna que se da entre el cuerpo andrógino y el vinculado a la fertilidad. En el fondo se utilizó el cuerpo de NN a modo de silueta y se incluyó como consejo usar audífonos para escuchar los videos, además del nombre de cada capítulo. En un inicio, y debido al lanzamiento, se realizó una primera versión de la portada, la que fue modificada más tarde debido a que no representaba el espíritu lúgubre de la serie, esta se utilizó para la implementación en facebook.

Fig. 67
Diseño de
portada final
(Elaboración
Propia, 2022)

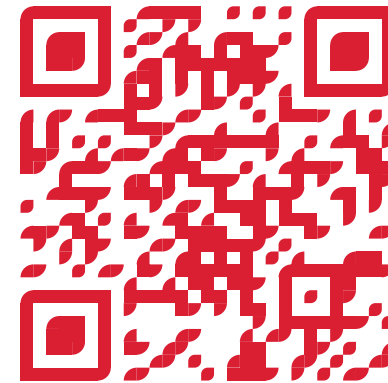
PRODUCTO FINAL

Finalmente, con la edición terminada y la portada definida, escaneando estos códigos se puede acceder a los perfiles creados para la difusión del proyecto, en donde se encuentran los tres episodios de esta serie.

El resultado final fueron tres videos de 1min 10 s, 1 min 17 s y 1 min 09 s, en los que se buscó generar una atmósfera de agobio y miedo, que fue el sentimiento transmitido por las encuestadas y las chicas participantes de las charlas sobre el cuerpo y la imagen frente al espejo. La búsqueda de reflexión en torno a la influencia de los comentarios sobre el cuerpo de otros se alejó de la compasión con el fin de crear una pieza diferente a lo generalmente hecho para estos fines. Y, adicionalmente, la atmósfera sonora fue clave para causar una respuesta emocional en los usuarios como espectadores de las piezas.



Acceso a Instagram:
@micuerpo_cl



Acceso a Facebook:
@Mi Cuerpo

EPISODIO 1
LA INSATISFACCIÓN

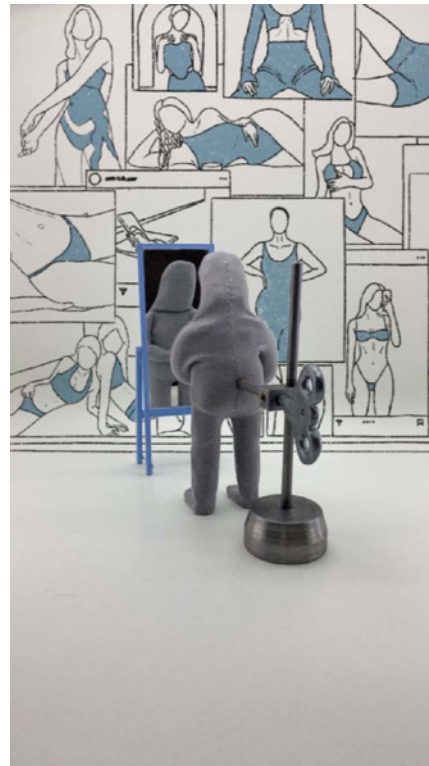


Fig. 68
Extractos Episodio
La insatisfacción
(Elaboración
Propia, 2022)

EPISODIO 2
EL ESCONDERSE



Fig. 69
Extractos Episodio
El Escondarse
(Elaboración
Propia, 2022)

EPISODIO 3
LA CULPA

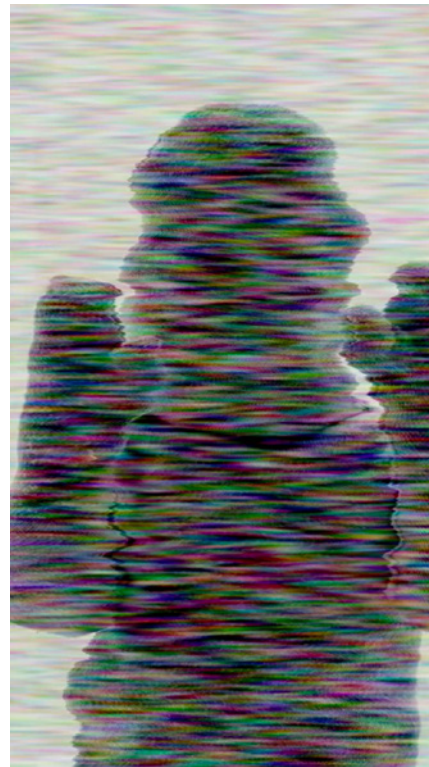


Fig. 80
Extractos Episodio
La Culpa
(Elaboración
Propia, 2022)



MI CUERPO,
¿SUS REGLAS?

IMPLEMENTACIÓN

La implementación del proyecto se inició con la creación de las respectivas redes sociales, por lo que se creó un Instagram y un Facebook propio de la serie. El lanzamiento se determinó a realizar en dos etapas: en un primer momento la difusión comenzaría por medio de Instagram, con el fin de concentrar esfuerzos en el anuncio y contacto con perfiles que pudiesen cooperar en la llegada de los videos a otros y más usuarios. Luego, con Facebook, se utilizaría la experiencia adquirida en la plataforma anterior y se comenzaría, una semana después, la difusión de la serie mediante la utilización de grupos.

LANZAMIENTO VÍA INSTAGRAM

La estrategia de difusión se determinó para ser realizada en tres días, en donde en cada uno de esos días se publicaría un video, junto con una publicación en donde se expondrían algunos testimonios de la encuesta realizada para este proyecto y una reflexión en torno a ellos. De esta manera se mantendría el perfil activo y aumentaría su alcance, además de permitirle a los usuarios ver cada video completo sin cansarse en un contexto de una plataforma que está hecha para ver y deslizar. Esto reconociendo, además, que los cortos de la serie podrían resultar fuertes para algunas emocionalidades, y saturar con ellos y causar algún malestar negativo no es el objetivo de la serie, si no más bien reflexionar desde el reconocimiento.

La publicación de los videos se realizó mediante Instagram Reels, que es la forma en que se suben los videos con

la nueva actualización de la red social, para esto, fue necesaria la selección de una portada, la que correspondió al fotograma más representativo de cada episodio. No se utilizó la portada utilizada en el inicio de cada video, debido a que en el perfil todos los videos se verían igual, y el objetivo de esta carta de presentación es llamar la atención de los usuarios que visitan la página. Por último, se hizo contacto con distintas agrupaciones y perfiles con una cantidad importante de seguidores (sobre 1000) para invitarlos a ver la serie y solicitar su difusión. Cabe mencionar también, la relevancia de respoteos vía historia que realizaron usuarios de cuentas naturales, puesto que, si bien su alcance en cuanto a números puede no ser tan amplio, si representan una buena vía de acceso a personas corrientes, en donde las recomendaciones entre amigos son más revisadas.

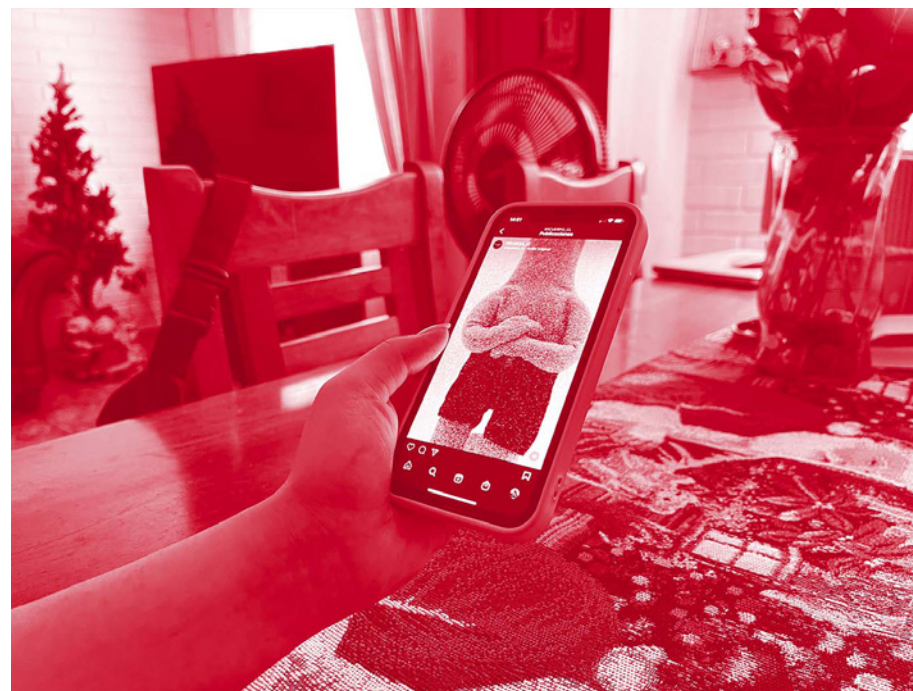


Fig. 81
Contexto de
implementación
(Instagram, 2022)



El objetivo de las publicaciones adicionales, además de tener un fin utilitario en cuanto a aumentar el alcance de la cuenta, tuvieron por misión reforzar la idea de que el problema en torno a la insatisfacción corporal es un tema más común de lo que se podría pensar. También permitió darle sentido de realidad al proyecto. Los cortos fueron realizados en base a testimonios reales, no solo en base a la experiencia personal ni a suposiciones de lo que podría ser, por lo que transparentar esto al público permitiría transmitir la honestidad del mensaje. Ahora, si bien el resultado final, es decir, los videos como piezas audiovisuales, son una exaltación gráfica de la realidad, el sentimiento es un factor que

se comparte por una comunidad que vive bajo el ojo crítico del entorno, y que fue lo que se buscó generar con la variedad de elementos utilizados (gráficas, sonidos e iluminación).

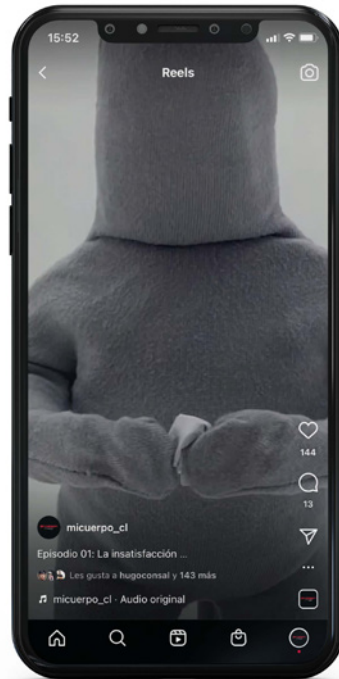
Fig. 82
Fotomontaje de
implementación
(Instagram, 2022)

Episodio 1 | La Insatisfacción

«mi memoria no recuerda algún momento en el que me haya sentido conforme conmigo misma».

Crecí con una imagen de cómo debía ser mi cuerpo, una imagen construida a punta de comentarios negativos, burlas y “consejos” disfrazados de parte de mi entorno. Nunca supe como decirles el daño que me hacían, y hoy tú, tu hermana, amiga, colega, etc. puede estar pasando por lo mismo. No hables sobre el cuerpo de otros, tu opinión puede afectar la vida de otros.

#nosehabladelcuerpodeotros
#micuerpo #micuerpomisreglas



Pregunta 1 | ¿Qué sientes cuando te miras espejo?

Al inicio de este proyecto hice una encuesta sobre insatisfacción corporal y estereotipos de belleza; la primera pregunta fue «¿qué sientes cuando te miras al espejo?» y solo cuatro de las respuestas obtenidas fueron positivas. Palabras como «odio», «asco» y «vergüenza» fueron las más repetidas, además de deseos por cambiarlo.

Muchos de esos deseos tenían origen en experiencias con familiares o amigos, donde se les comparaba con otras personas y restringían ciertas acciones o actividades por no lograr el cuerpo ideal. Por ejemplo:

«(...) muchas veces me compararon con mis hermanas delgadas... (ver perfil).»

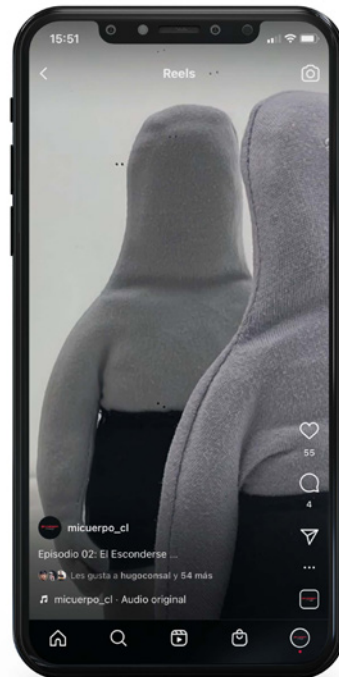
Fig. 83
Fotomontaje de
las publicaciones
(Instagram, 2022)

Episodio 2 | El Esconderse

«nunca he podido superar todos esos años de prejuicios quedando con la idea marcada en mi cabeza del 'QUÉ DIRÁN'».

Comencé a esconder mi cuerpo para evitar que los demás se refirieran a mi apariencia. Tapé cada inseguridad, pero todos los días aparecía algo nuevo y, entonces, me comencé a esconder yo. No importa si cambiaba o no, nunca fue suficiente para satisfacer las expectativas del resto, y eso me hizo sentir fracasada, insuficiente. Tus palabras, por más “buenas intenciones” que tengan, pueden ser el calvario de otra. Si no lo puedes cambiar en cinco segundos, mejor no lo digas.

#nosehabladelcuerpodeotros
#micuerpo #micuerpomisreglas



Pregunta 2 | ¿Qué has dejado de hacer por el cómo te ves?

Hoy les comparto otra de las preguntas que contribuyeron a la realización de este proyecto. Muchas de las respuestas ante esta cuestión hicieron referencia al dejar de hacer cosas por las críticas provenientes de distintas personas de su entorno, quienes validaban el canon de belleza como algo deseable en desmedro de aquello que se saliera de la norma o críticas directas sobre sus corporalidades.

«mi familia (...) siempre me recalcó que estaba gorda, que soy muy ancha, que sería más linda si fuese delgada, etc. Crecí entre nutricionistas y dietas, con atracones a escondidas por todas las restricciones que ponían a mi alimentación, avergonzada... (ver perfil).

Fig. 84
Fotomontaje de
las publicaciones
(Instagram, 2022)

Episodio 3 | La Culpa

«Cómo llegue a este extremo, por qué no puedo tener el cuerpo dentro de lo normalizado por la sociedad, por qué no tengo la fuerza de voluntad suficiente para poder hacer ejercicio y cuidar mi alimentación».

Cada vez que me enfrenté al espejo, cada vez que algo no me quedó como “debería”, cada vez que me juzgaron una voz me recriminaba no lograr tener el cuerpo el ideal. “Es tu culpa”, “eres incapaz”, “quién te va a querer así”. Dejé de estar tranquila, y los días se convirtieron en una constante comparación, restricción e idealización del estándar. “Cuando sea de tal forma al fin seré feliz”, pero ¿alguna vez llegó tal felicidad? Para la sociedad nunca es suficiente, entonces, ¿por qué hacer miserable a alguien más con esas expectativas? Si no es tu cuerpo, no tienes por qué opinar.

#nosehabladelcuerpodeotros
#micuerpo #micuerpomisreglas

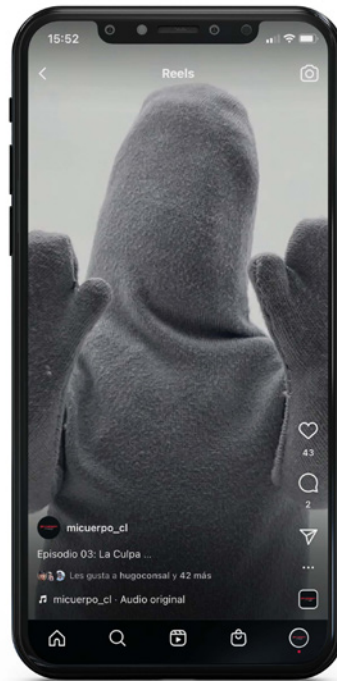


Fig. 85
Fotomontaje de
las publicaciones
(Instagram, 2022)

Pregunta 3 | ¿Cómo te afecta la percepción que tienes sobre tu cuerpo?

Con este post dejo a libre disposición esta triada de cortos para comunicar lo que los comentarios sobre el cuerpo te hacen sentir, yo nunca supe como decirlo y pasé años escondiéndome en la ropa y privándome de la comida y actividades que expusieran mi cuerpo. A todos aquellos que no saben lo que sus opiniones pueden causar les digo que siempre es un buen momento para detenerse y revisar como nos estamos relacionando con las personas a nuestro alrededor, siempre es un buen momento para ayudar a que alguien deje de odiarse y esconderse.

Seguiré poniendo mi grano de arena para que cada vez haya menos voces.

LANZAMIENTO VÍA FACEBOOK

La segunda parte del lanzamiento correspondió a la plataforma de Facebook, en la que para la creación del perfil se desarrolló una imagen de portada. Esta se realizó con una fotografía tomada del personaje frente al espejo y se le agregaron algunas de las frases utilizadas en la serie para generar una atmósfera de lo que sería el contenido disponible en la página. En esta red social no se realizaron publicaciones auxiliares debido a la concentración de los esfuerzos en la difusión de la serie, ya que, si bien Facebook es una red social con alta confluencia de público, las interacciones se dan mayormente entre usuarios amigos o con páginas que tienen un grupo de personas arraigado, por lo que la estrategia se centró en llegar a esas personas con tres publicaciones fijas y no distraer la atención.

La publicación de la serie también se realizó en tres días, de manera de poder darle una buena difusión a cada episodio. La publicación de cada capítulo fue compartida en al menos cuatro grupos, dentro de los que se encontraron comunidades vecinales, universitarias y de avisos, y se le agregó una pequeña descripción sobre el significado de la serie y una invitación a tomarse el tiempo para reflexionar en torno al mensaje.

Para la publicación en Facebook se utilizó la misma descripción que en Instagram, por lo que, para no redundar, a continuación se pueden ver algunos de los grupos utilizados para hacer difusión a la serie. Todas estas comunidades eran de libre acceso y sin restricciones para realizar publicaciones, por lo que la difusión se pudo llevar a cabo de buena manera.



Fig. 86
Contexto de
implementación
(Instagram, 2022)

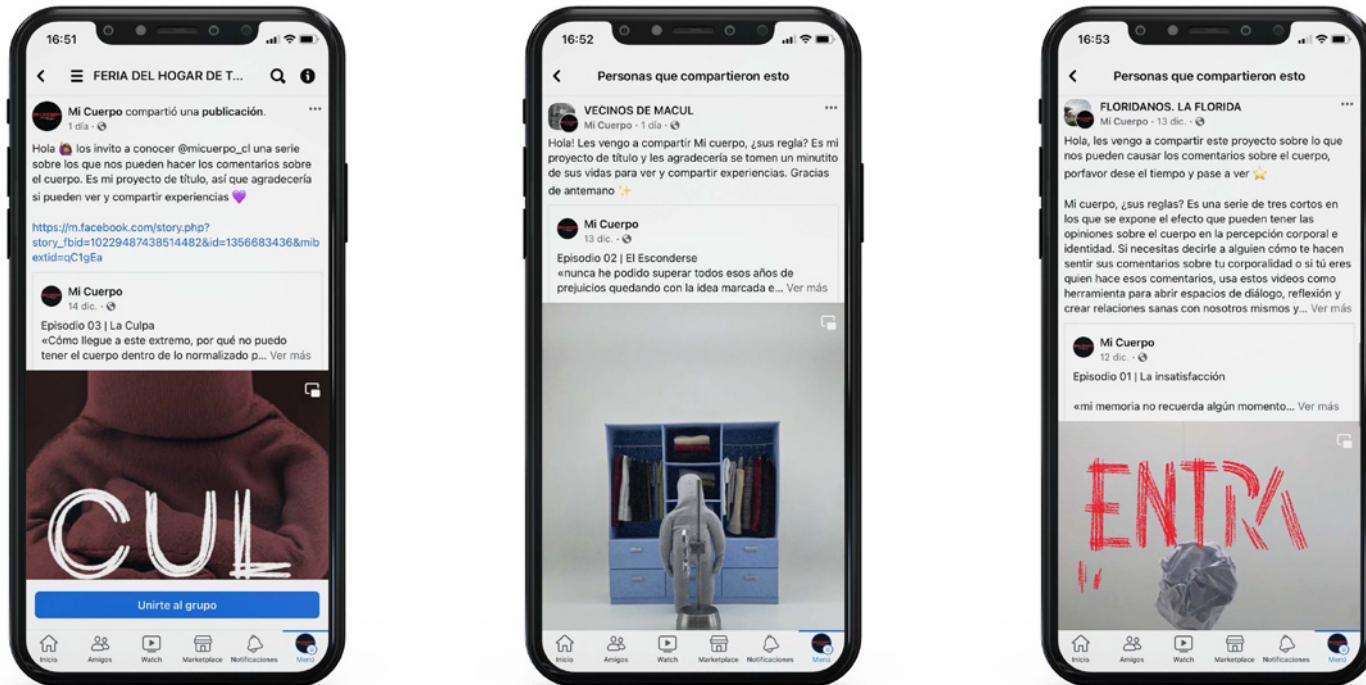


Fig. 87
Fotomontaje de
las publicaciones
(Instagram, 2022)

VALIDACIÓN

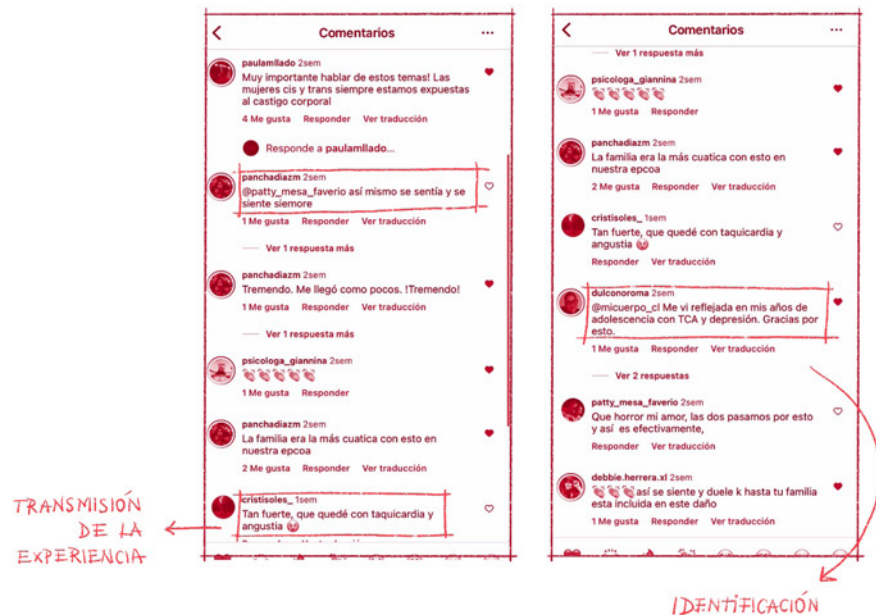
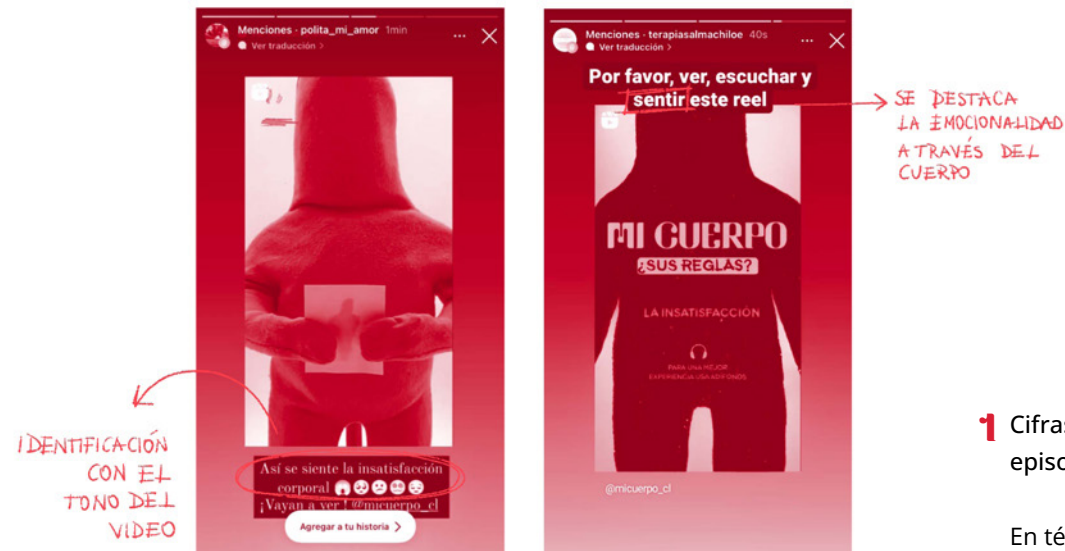
Los resultados de la publicación de la serie fueron diferentes en cada red social, sin embargo, se reconoce un alcance general aceptable respecto de la cantidad de reproducciones obtenidas en ambas redes sociales, factor determinado como clave debido al objetivo de concientización. A continuación, se expondrán los números obtenidos en cada video según el alcance de Instagram y Facebook.

IMPACTO EN INSTAGRAM

Los resultados obtenidos en Instagram fueron ampliamente mayores que los alcanzados en Facebook. A rasgos generales, en un periodo de tres semanas el perfil logró un alcancé de 5.683 cuentas, dentro de las cuales el 69,4% correspondieron al rango etario de usuarios estimado en un inicio para esta red social. Esto se considera como un acierto en tanto se pudo leer correctamente el comportamiento de los usuarios a influir con los cortos. Ahora, dado que el objetivo de este proyecto era hacer llegar un mensaje a la audiencia, el nivel de éxito fue determinado según la cantidad de reproducciones obtenidas por cada video y, en un segundo plano, por el nivel de interacción que este generó. Estas interacciones corresponden a número de me gustas, comentarios y reposteos, los que también variaron según cada episodio, y los que se explicaran en las siguientes páginas.



Fig. 88
Estadísticas obtenidas
vía Instagram
(Instagram, 2022)



1 Cifras e interacciones obtenidas del episodio 1: **La Insatisfacción.**

En términos de la serie, el episodio 1 fue sin duda el más exitoso, obteniendo un total de 5.368 reproducciones y 144 me gusta en un periodo de 3 semanas, también fue el que generó más interacciones de comentarios entre los usuarios que vieron el video. Algunos de los comentarios obtenidos, tanto a través de reposteos como de historias confirmaron la intención del corto de representar la experiencia de la insatisfacción corporal, escribiendo leyendas como «creo que este video de @micuerpo_cl muestra cómo se vive la insatisfacción corporal desde dentro de una manera muy real» (@clemepumpin) y «me vi reflejada en mis años de adolescencia con TCA y depresión. Gracias por esto» (@dulconorama). Además, también se cumplió la intención de generar una pieza audiovisual

que afectara a los usuarios, no desde la compasión, sino desde lo fuerte que es odiar el cuerpo: «Tan fuerte que quedé con taquicardia y angustia» (@cristisoles_). En relación a otras estadísticas no se tienen datos (como el número de reposteos vía historias o cuantas veces fue guardado), ya que la herramienta de estadísticas dejó de funcionar con esta publicación.

Fig. 89
Captura de IG de interacciones
(Instagram, 2022)

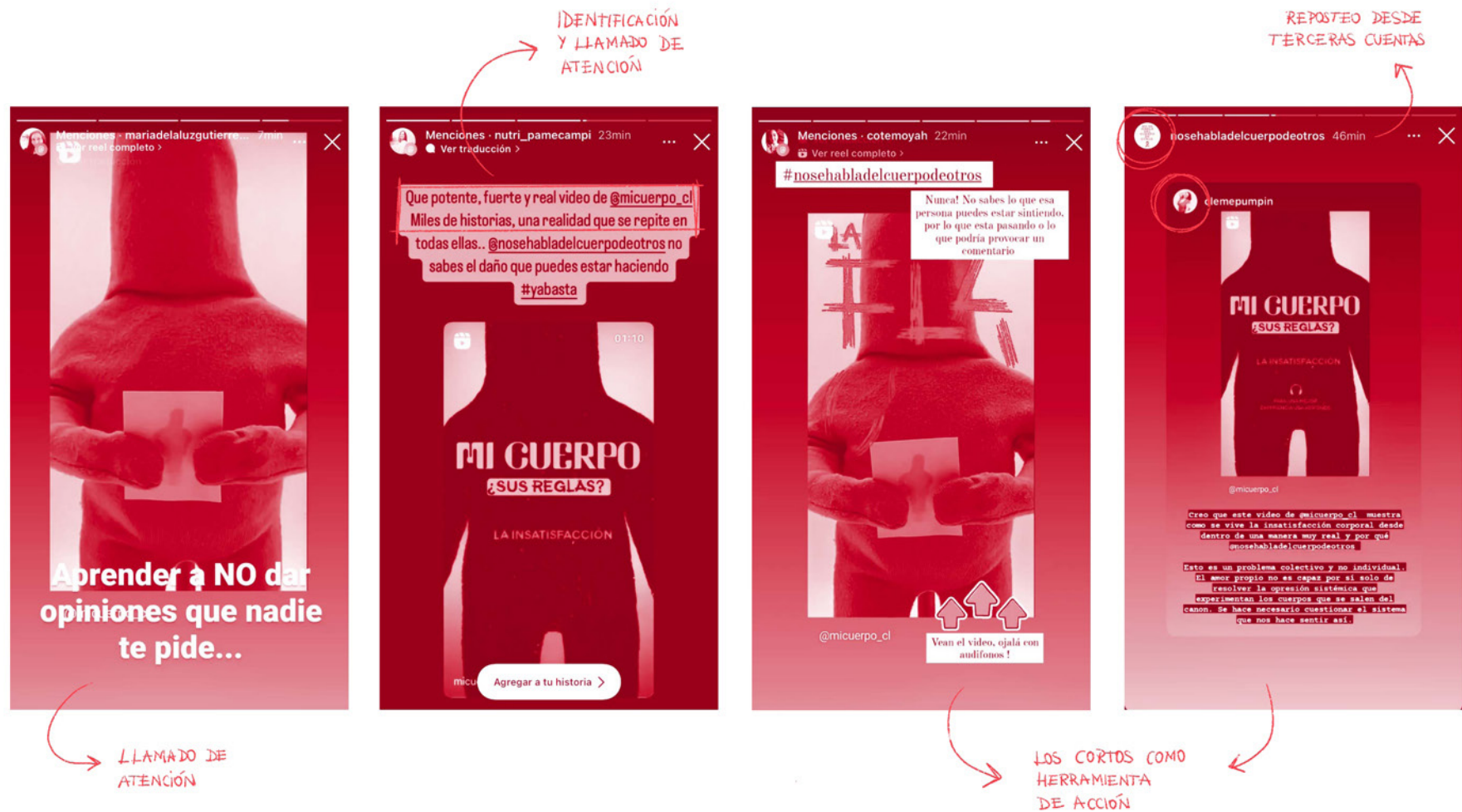


Fig. 90
Captura de IG de
interacciones
(Instagram, 2022)

2 Cifras e interacciones obtenidas del episodio 2: **El Esconderse**

El episodio dos fue el que tuvo cifras más bajas, sin embargo, de igual manera tuvo un alcance significativo y logró representar el sentimiento del esconderse del entorno social y de la vida por la apariencia física. Junto con esto, al igual que los tres videos se consiguió llegar a un público más amplio que el obtenido a través de los seguidores, por lo que la estrategia de comunicarse con perfiles que tuvieran un grupo importante de seguidores rindió fruto.

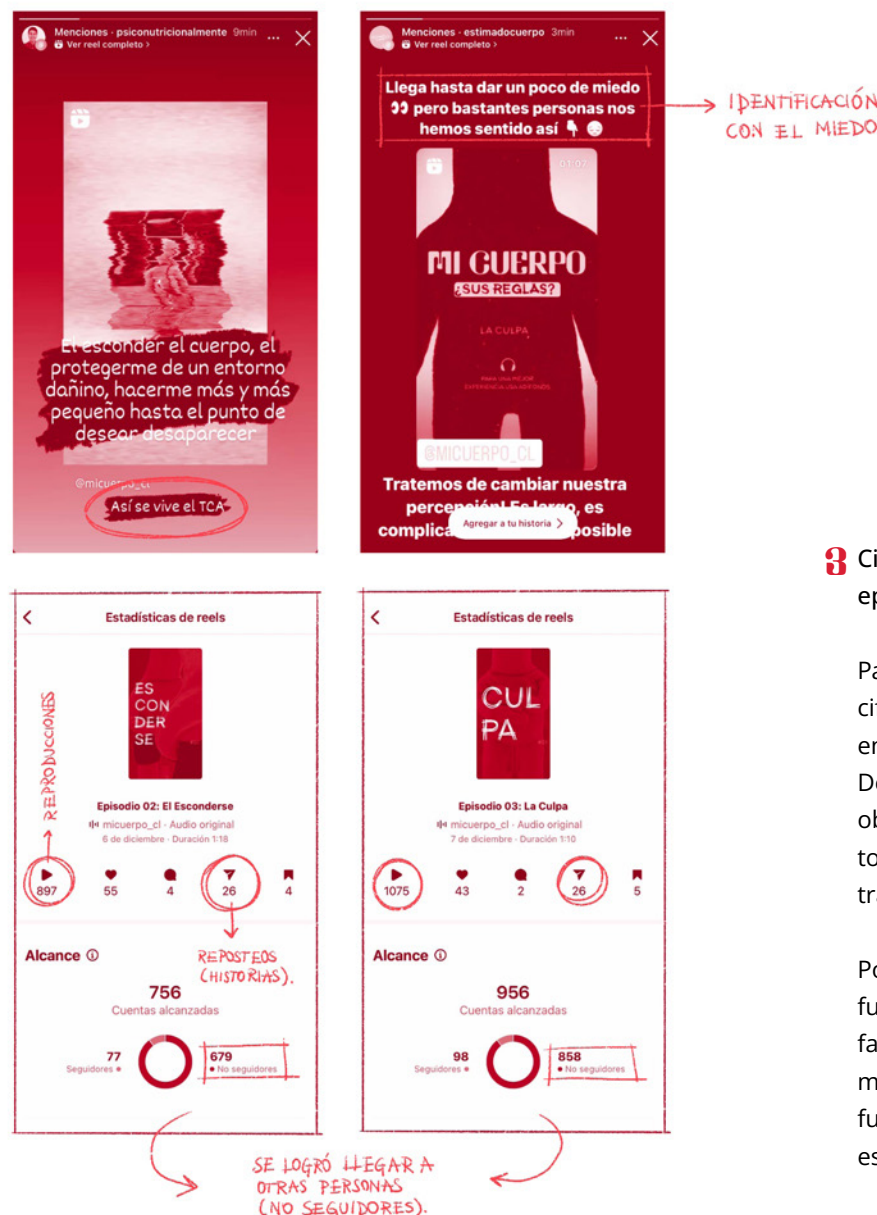


Fig. 91
Captura de IG
y estadísticas
(Instagram, 2022)

3 Cifras e interacciones obtenidas del episodio 2: **La Culpa**

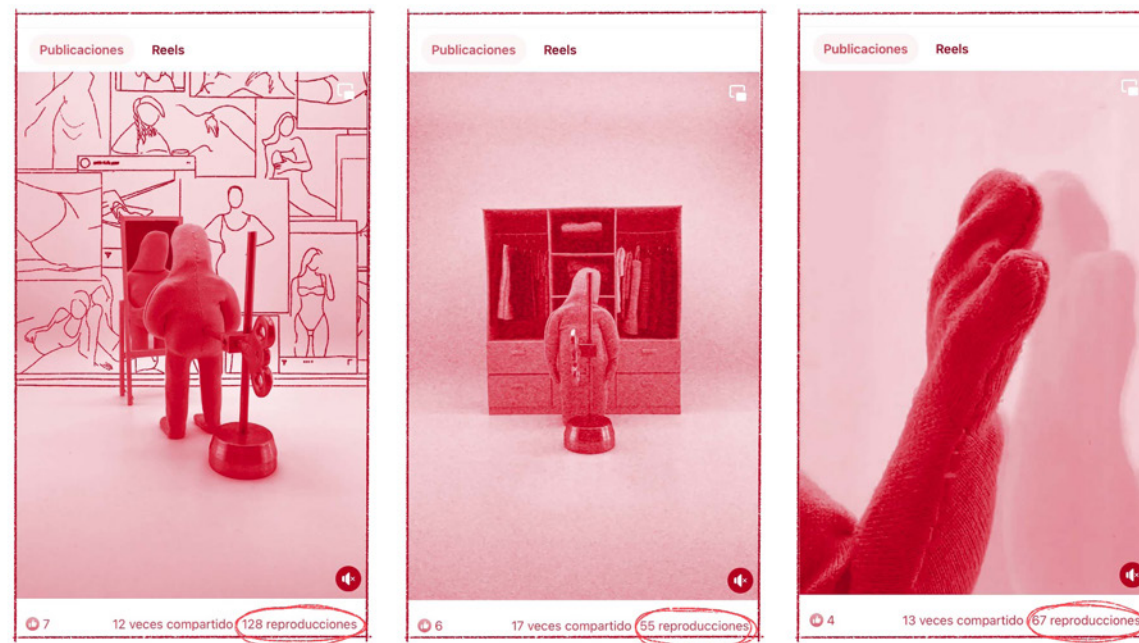
Para finalizar, el último capítulo obtuvo cifras similares a las del episodio dos, en cuanto a me gustas y reposteos. De manera que se cumplió con el objetivo de transmitir el mensaje en torno a la culpa y generar empatía a través de la identificación.

Por último, la difusión vía Instagram funcionó óptimamente gracias a la facilidad de acceso al contenido recomendado a través de historias. Esto fue el elemento clave en el éxito de esta estrategia.

IMPACTO EN FACEBOOK

Contrario a lo ocurrido con la difusión en Instagram, Facebook presentó desafíos importantes en cuanto a la difusión debido a, primero, la imposibilidad de obtener las estadísticas, ya que no se pudo convertir la página a una de anuncios, y segundo, por la falta de visibilidad de las publicaciones compartidas en los grupos. Distinto a lo que se pensó en un inicio, sobre la oportunidad de publicar en comunidades digitales para generar un impacto en términos de reproducciones, los posts compartidos no tuvieron el nivel de interacción necesario para hacerse visibles en los muros de los usuarios pertenecientes a estos grupos. Sin embargo, frente a esto, se tomó la decisión de compartir los episodios de manera reiterada, lo que permitió obtener un pequeño pero significativo impacto en cuanto a la cantidad de personas que pudieron ver la serie y recibir el mensaje.

Nº DE REPRODUCCIONES
BAJO EN COMPARACIÓN
A INSTAGRAM, PERO
POSITIVO DADAS LAS
CONDICIONES DE LA
PLATAFORMA.



LA PARTE DE
COMPARTIDOS FUERON
DE AUTORIA PROPIA
PARA LLEGAR A LOS GRUPOS

De esta manera, a modo general se contabilizaron un total de 250 reproducciones entre los tres episodios. Al igual que en la plataforma de Instagram, el capítulo uno fue el que tuvo mayor alcance, seguido por el tercero y, como último, el segundo episodio.

Fig. 92
Captura de Facebook
sobre visualizaciones
(Instagram, 2022)



CIERRE DEL
PROYECTO

«Mi cuerpo, ¿sus reglas?» un proyecto nacido desde la necesidad de transmitir un dolor colectivo y silencioso, que limita la vida y expresión de mujeres atormentadas desde la cuna por no conseguir el éxito corporal que las llevaría, al prometido, al máximo estado bienestar.

A lo largo de este proceso el cuerpo, más que nunca, ha tomado relevancia en mi visión del diseño. Un cuerpo no es solo un envase que permite a los seres vivos el movimiento y la función, el soma es la cápsula contenedora de las visiones y principios socioculturales de la humanidad, profundamente moldeado y estructurado en función de las necesidades de control y certeza. Al mismo tiempo, es el cuerpo el que nos permite la expresión y la realización, con el que se pueden llevar a cabo los anhelos y sueños personales, pero, ¿cómo puede un cuerpo limitado

por doctrinas históricas liberarse para funcionar de la forma que estime conveniente? Si bien, este proyecto se trató de los ideales de belleza y los efectos sobre la vida de las mujeres, la adaptación del cuerpo a distintas actividades modernas le ha restado voluntad y dominio sobre su movilidad. No hay que ir muy lejos para encontrar ejemplos donde el cuerpo se ha modificado de su naturalidad para favorecer la comodidad de otros, los partos humanos, por ejemplo, donde la evolución y la anatomía dictan una verticalidad para expulsar a las crías, pero que, sin embargo, fue modificado por fines externos a las mujeres.

El cuerpo entonces, es fuente de conocimiento, es el principal medio porque como seres humanos nos expresamos, es el que primero reacciona cuando un objeto no

funciona o cuando algo causa alguna respuesta emocional. “Como diseñadoras y diseñadores que nos ocupamos del cuerpo, el objeto político, social y cultural por excelencia (Grosz, 1994, p. 18) debemos buscar medios que permitan avivar la facultad del cuerpo de resistir y rebelarse frente a las fuerzas que intentan disciplinarlo y subyugarlo (Grosz, 1989)” (Bernasconi, 2022, p. 1), y que no lleve a vidas más placenteras y ricas en experiencia.

Este proyecto fue un desafío, en primer lugar, por la transmisión de dolores que siguen atormentando la existencia de muchas mujeres, y que guardan silencio para funcionar de la manera que el entorno social espera. Fue un desafío porque rememoró viejas heridas y me hizo notar que el problema es mucho más profundo de lo que pensaba. Y fue un desafío porque acceder a estas vivencias tan

personales no fue fácil. Sin embargo, es un aliento para seguir, para seguir creando desde el diseño caminos que ayuden mejorar la situación de niñas, adolescentes y jóvenes mujeres que necesitan crecer y desarrollarse en espacios seguros, donde no se les juzgue por su apariencia y donde puedan realizarse bajo los términos que les parezcan convenientes.

Aparición, E., (2015). *Los medios de comunicación en la violencia contra las mujeres: el paradigma de la delgadez*. Revista de Historia y Comunicación Social, 20 (1): 107-119. DOI: 10.5209/rev_HICS.2015.v20.n1.49550

Applebaum, S., Moore, M., Pearce, A. (2010). *Sensación, significado y aplicación del color*. Santiago, Chile: LFNT

Arija, V., Canals, J. (2022). *Factores de riesgo y estrategias de prevención en los trastornos de la conducta alimentaria*. Nutrición Hospitalaria, 39 (2), 16-26. <http://dx.doi.org/10.20960/nh.04174>

Barros, C., Castrillón, F., Cruzat, C., Moore, C., Silva, V. (2018). *Factores sociales en la vivencia del cuerpo de mujeres con peso normal y con obesidad: rol de la madre, el padre y la pareja*. La Prensa Médica Argentina, 104(3): 130-146 <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1358290>

Bayley, S., (2009). *Woman as design : before, behind, between, above, below*. Londres, Inglaterra: Conran Octopus

Behar, R., (2010). *La construcción cultural del cuerpo: EL paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria*. Revista chilena de neuropsiquiatría, 48 (4): 319-334. <https://www.redalyc.org/pdf/3315/331527722007.pdf>

Bernasconi, R. (2022). *Editorial: Formas emancipatorias de sentir (el cuerpo como proyecto subversivo)*. Diseña, (20), Editorial. <https://doi.org/10.7764/disen.20>. Editorial (Original work published 31 de enero de 2022)

Chollet, M., (2020). *Belleza fatal: La tiranía del look o los nuevos rostros de una alineación feminista*. Madrid, España: Ediciones B

Costa, H., Mora, M., Portela, S., Raich, R. (2012). *La epidemiología y los factores de riesgo de los trastornos alimentarios en la adolescencia; una revisión*. Nutrición hospitalaria, 27 (2): 391-401. DOI: 10.3305/nh.2012.27.2.5573

Déchelotte, P., Galmiche, M., Lambert, G., Tavolacci, M. (2019). *Prevalence of eating disorders over the 2000–2018 period: a systematic literature review*. The American Journal of Clinical Nutrition, 109(5), 1402-1413. <https://doi.org/10.1093/ajcn/nqy342>

Díaz, F., Cruzat, C., Heras, D., Lecaros, J. (2017). *(In) Satisfacción con la imagen corporal en jóvenes chilenas de 15 a 25 años: en la línea de la prevención*. Revista Latinoamericana de Estudios sobre el cuerpo, Emociones y Sociedad, 23 (9): 60-80. ISSN: 1852-8759

Díaz, F., Solano, P. (2016). *Un caso biográfico de insatisfacción corporal*. Demetra: Alimentación, nutrición y salud, 11 (3): 643-663. DOI: 10.12957/demetra.2016.22473

Eco, H. (2004). *Historia de la belleza*. Barcelona, España: Lume

El Desconcierto (8 de Septiembre de 2019). *Encuesta de La Rebelión del Cuerpo indica que un 84% de las mujeres no está conforme con su imagen corporal*. El Desconcierto. <https://www.eldesconcierto.cl/nacional/2019/09/08/encuesta-de-la-rebelion-del-cuerpo-indica-que-un-84-de-las-mujeres-no-esta-conforme-con-su-imagen-corporal.html>

Felice, M., Núñez, C., Tsaknaki, V. (2022). *Diseño y sensibilidades somáticas*. Diseña, (20), Intro. <https://doi.org/10.7764/disena.20.Intro> (Original work published 31 de enero de 2022)

Figueroa, N. (14 de junio de 2021). "Al 60% de las mujeres se les vienen palabras autoagresivas cuando se miran al espejo": Los resultados de la primera encuesta sobre autoestima política". El Desconcierto. <https://www.eldesconcierto.cl/nacional/2021/06/14/al-60-de-las-mujeres-se-les-vienen-palabras-autoagresivas-cuando-se-miran-al-espejo-los-resultados-de-la-primer-encuesta-sobre-autoestima-politica.html>

García, J. (2022). *Uso de Instagram en Chile*. IEDGE Bussiness School <https://www.iedge.eu/instagram-en-chile-2020-por-javier-garcia>

Hodge, J., (2019). *Sensations of History, Animation and New Media Art*. Minnesota, EE.UU: University of Minnesota Pres

Joule, A. (2011). *La paradoja del tiempo en animación. Si lo inanimado también experimenta el tiempo real, ¿por qué parece vivo por un momento?* Con A de Animación, (1), p.55-62. DOI: 10.4995/caa.2011.860

Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Chile*. Data reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-chile?rq=chile>

Navarrete, F. (14 de mayo de 2022). "No nacemos odiando nuestros cuerpos": Impulsan proyecto para prevenir y tratar los Trastornos de la Conducta Alimentaria". CHV Noticias. Recuperado de https://www.chvnoticias.cl/historias/proyecto-ley-prevencion-tratamiento-tca_20220514/

Purve, B., (2014). *Stop-motion Animation: Frame by Frame Film-making with Puppets and Models*. Nueva York, EE.UU: Bloomsbury Publishing Plc

Quiroz, N. (18 de noviembre 2021). *Autoestima en las mujeres: encuesta reveló que el 88% de las Chilenas desearía valorarse más a sí misma*. ADN Radio. <https://www.adnradio.cl/nacional/2021/11/18/autoestima-en-la-mujeres-encuesta-revelo-que-el-88-de-la-chilenas-desearia-valorarse-mas-a-si-misma.html>

Riquelme, A. (1 de julio 2021). *Trastornos alimentarios aumentaron un 30% entre adolescentes chilenos*. UC Noticias. <https://www.uc.cl/noticias/trastornos-alimentarios-aumentaron-un-30-entre-adolescentes-chilenos/>

Wolf, N., (2020). *El mito de la belleza*. Madrid, España: Continta Me Tienes