

Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Lerma

Arte interactivo

**“Solo es un consejo”**

Licenciatura en Arte y Comunicación digitales

UEA VI Arte Interactivo

Rodrigo Rosales González

Iván Abreu Ochoa

Hernani Villaseñor Ramírez

Angelica Trejo                    2233073288

Estefania Hernández            2233072978

Monserrath Jiménez            2233073091

## I. Introducción

- [1.1. Temática](#)
- [1.2. Justificación](#)
- [1.3. Objetivos](#)

- [1.3.1. Objetivo general](#)
  - [1.3.2. Objetivos específicos](#)

- [1.4. Definiciones y teorías auxiliares](#)
- [1.5. Resumen del abordaje metodológico](#)
- [1.6. Conclusiones](#)

## II. Antecedentes

- [2.1. La década de los 2000](#)
- [2.2. Referencias artísticas](#)
  - [2.2.1. "La reencarnación de Saint Orlan" de Orlan \(1990\)](#)
  - [2.2.2. Cindy Sherman – Untitled Film Stills \(1977–80\)](#)
  - [2.2.3. "Body Editor" de Ewa Doroszenko \(2020\)](#)
  - [2.2.4. "Barbie" de Greta Gerwig \(2023\)](#)
  - [2.2.5. "The substance" de Coralie Fargeat \(2024\)](#)

## III. Marco Conceptual

- [3.1. Interaccionismo simbólico](#)
- [3.2. Violencia Simbólica y Violencia estética](#)
- [3.3. Cuerpo, imagen y norma](#)
- [3.4. El estándar de belleza en la actualidad y sus efectos en la salud](#)

## IV. Objeto de estudio, preguntas y justificación

## V. Metodología de investigación-creación

- [5.1. Metodología utilizada](#)
- [5.2. Estética general](#)
- [5.3. Juegos de belleza en internet de los años 2000](#)
- [5.4. Recursos visuales](#)
  - [5.4.1. Mujer con IA](#)

[5.5. Propuesta creativa](#)

[5.6. Proceso de producción](#)

[VI. Conclusiones de la investigación](#)

[VII. Resultados de la creación](#)

[7.1. Título y statement](#)

[7.2. Ficha técnica](#)

[Referencias](#)

[Apéndice](#)

## **Resumen y palabras clave**

“Solo es un consejo” es una instalación interactiva audiovisual que traduce críticamente los discursos visuales y simbólicos que moldean la percepción del cuerpo femenino. A través de discursos estéticos inspirados en la cultura pop de los años 2000, la obra crea una experiencia inmersiva que interpela al espectador desde lo nostálgico. A partir de una investigación documental, la instalación presenta conceptos como la violencia estética, imagen corporal y estándar de belleza, para abrir a una reflexión sobre cómo estos discursos normalizados disfrazados de autocuidado afectan la autoestima y salud mental escondiendo mecanismo de control y consumo.

**Palabras clave: Cuerpo, belleza, estándares, estereotipos, femenino, identidad, violencia, tendencias, manipulación.**

# I. Introducción

## 1.1. Temática

“Solo es un consejo” es una instalación interactiva audiovisual que expone y critica cómo la industria de la moda femenina e internet imponen ideales de belleza inalcanzables, transformando el cuerpo de la mujer en un producto visual, moldeable y desecharable. Estas imposiciones no solo afectan profundamente la autoestima y la construcción de la identidad, sino que alimentan discursos violentos y normalizan prácticas que ejercen presión constante para modificar el cuerpo para cumplir con expectativas externas.

El cuerpo femenino se convierte así en un objeto intervenido por el mercado, atrapado en una lógica de consumo donde la presión por encajar lleva a las personas a invertir en productos, tratamientos y procedimientos que prometen “arreglar” lo que se considera un defecto, alimentando a la misma industria que impone esos estándares.

La instalación busca invitar al público a reflexionar sobre el canon de belleza como un juego cruel e imposible, como un entorno que exige encajar.

Para el desarrollo de la instalación se parte de una pregunta clave que orienta a la reflexión y el enfoque conceptual del proyecto:

1. ¿En qué momento el cuerpo femenino deja de ser algo que nos pertenece y empieza a ser una construcción social que habitamos?

Esta interrogante busca abrir un espacio crítico sobre los mecanismos mediante los cuales el cuerpo femenino se ve presionado a ser intervenido y regulado desde discursos externos, especialmente aquellos impulsados por la industria de la moda y el internet.

## 1.2. Justificación

“Los ideales de belleza femenina han sufrido cambios drásticos a través de los años, desde ser un símbolo de fertilidad hasta ser un símbolo de consumo sexual” (Álvarez-Piña & Zamora-Lugo, 2024).

Los cánones de belleza consisten en una serie de normas y reglas que rige la sociedad para decir qué tipos de rasgos parecen bellos o atractivos. A través de la historia los estándares de belleza siempre han sido impuestos a las mujeres, adaptándose a las circunstancias y características de cada época recomendando productos o dando consejos para poder adaptar tu apariencia al canon de ese momento. Después de la segunda guerra mundial gracias al surgimiento del mundo del entretenimiento es que surgen las llamadas “sex symbols”(Un Solo Uso, 2020). A partir de esto la publicidad toma una nueva postura al promover nuevas modas, tendencias, y cultura en la sociedad, dictando cómo es que tiene que ser una mujer, ya sea en cuanto a su cuerpo, su ropa, maquillaje, comportamiento y sexualidad.

Cabe mencionar que estos cánones de belleza inalcanzables transmitidos se erigen sobre una base de premisas sexistas, racistas, gerontofóbicas, gordofóbicas y capacitistas.

Esto ha causado que, desde niñas hasta mujeres se sientan inseguras en su propia piel, provocando distintos problemas en la autoestima y trastornos de salud mental como lo son la anorexia, bulimia, depresión, ansiedad, dismorfia corporal, etc.

## 1.3. Objetivos

### 1.3.1. Objetivo general

1.3.1.1. Cuestionar cómo los discursos sociales impulsados por el internet y los medios moldean la percepción del cuerpo femenino promoviendo una estética hegemónica disfrazada de autocuidado,

mediante una instalación interactiva que simula la estética de los juegos de belleza en internet de los años 2000.

### 1.3.2. Objetivos específicos

1.3.2.1. Visibilizar cómo los medios de entretenimiento han reforzado históricamente estereotipos corporales que convierten el cuerpo femenino en un producto visual.

1.3.2.2. Crear un contraste entre la apariencia inofensiva e infantil de la instalación y los mensajes simbólicos de la violencia estética para provocar incomodidad y generar una reflexión del espectador.

1.3.2.3. Abrir un espacio de crítica y diálogo sobre la cultura del consumo en torno al cuerpo, y cómo esta se enmascara bajo discursos de autocuidado

## 1.4. Definiciones y teorías auxiliares

Retomamos conceptos fundamentales como: *estándar de belleza*, *imagen corporal*, *estereotipos* y *canon hegemónico de belleza*. Con base en ellos, se expondrá cómo se configura el estándar de belleza en la actualidad, así como las repercusiones que puede tener, tanto en la salud mental como en la física. Además de que se plantean teorías clave para la realización de la obra como interaccionismo simbólico, violencia simbólica y violencia estética.

## 1.5. Resumen del abordaje metodológico

El desarrollo conceptual de la instalación interactiva audiovisual surgió a partir de una lluvia de ideas en conjunto, en las que se analizaron diversos temas de interés, como lo fue el cuerpo, la identidad y en este caso los discursos impuestos. Durante este proceso, se guió por un tema que resonara con inquietudes personales y que

tuviera una gran carga social y crítica. Una vez definido el tema, se llevó a cabo una serie de investigación cualitativa para sustentar el proyecto.

Entre los textos y teorías que guiaron a la reflexión se encuentran diversos conceptos sobre el cuerpo como construcción social y el canon de belleza como mecanismo de control.

Se han seguido una serie de pasos para poder examinar cómo los estándares impuestos en la industria refuerzan estos cánones estéticos en diferentes entornos desde hace décadas y teniendo cada vez más fuerza llegando hasta la virtualidad. Siendo una larga lucha transgeneracional, ocasionando diversas afecciones físicas y emocionales a las mujeres.

En este proceso también se incrementaron diversos espacios de diálogo en los que compartimos experiencias personales, reflexiones y preocupaciones en torno al tema, lo que ayudó a construir una propuesta visual crítica.

Esta metodología permitió no solo fundamentar la propuesta artística, sino también diseñar una experiencia que invite al espectador a cuestionar activamente los discursos normativos que atraviesan el cuerpo y la identidad en la actualidad.

## 1.6. Conclusiones

A lo largo del proyecto se reflexiona sobre cómo los estándares de belleza impuestos desde los medios, la moda y las redes sociales impactan profundamente en la construcción de la imagen corporal femenina desde edades tempranas. La instalación “Solo es un consejo” visibiliza cómo estos discursos normalizados disfrazados de autocuidado o consejos, reproducen formas de violencia simbólica y estética que afectan la percepción del cuerpo y la autoestima. Se plantea la necesidad de cuestionar estos discursos y analizar nuestras propias motivaciones frente al deseo del cambio físico.

## **II. Antecedentes**

### **2.1. La década de los 2000**

Es importante resaltar que, durante esta época, los trastornos alimenticios ampliamente normalizados, propagados por los propios medios de comunicación a través de revistas, programas de televisión, figuras públicas, e incluso por la misma juventud, que creó foros en internet donde compartían diversos “tips” bajo lemas como “Ana y Mia, tus mejores amigas”, refiriéndose a la anorexia como “Ana” y a la bulimia como “Mia”. En estos espacios se recomendaban “métodos” para dejar de comer y estrategias para evitar que los tutores no se dieran cuenta.

Uno de los mayores difusores de esta cultura ha sido la industria de la moda, con numerosos testimonios que relatan cómo esta industria prioriza estándares estéticos por encima de su salud y bienestar. (Pérez, 2024)

La moda es cíclica, y con ella también lo son ciertas ideas; el problema no es el pasado, sino que estas prácticas regresan con mayor fuerza. Actualmente, en diversas redes sociales siguen circulando estos discursos, sumergiéndonos en una cultura que promueve la comparación constante, tanto con cuerpos ajenos como con el propio.

### **2.2. Referencias artísticas**

En la indagación de referentes artísticos encontramos artistas como Orlan, Cindy Sherman, Ewa Doroszenko y Greta Gerwig, cuyas prácticas visuales abordan críticamente la representación del cuerpo femenino y las formas en que ha sido controlado, transformado y vigilado por los discursos sociales, publicitarios y digitales. Estas artistas comparten una preocupación por la corporalidad femenina como un territorio intervenido, moldeado y muchas veces violentado por expectativas ajenas.

## 2.2.1. "La reencarnación de Saint Orlan" de Orlan (1990)

- Orlan utilizó el performance y la cirugía como una forma de denuncia ante los estereotipos de belleza occidental impuestos a las mujeres, especialmente desde la historia del arte. Su obra sirve como referente para la instalación, ya que evidencia cómo las intervenciones físicas se convierten en exigencias externas. Este gesto se retoma en la pieza para mostrar cómo, tras cada “acuerdo”, la mujer virtual modifica su cuerpo para corregir el defecto señalado, reflejando la presión por encajar en un ideal.

Figura 1.

*La reencarnación de Saint Orlan*



Nota. Surgery as performance art: 'The Reincarnation of Saint ORLAN', por J.Nicolás, 2024 [foto].  
[FAR OUT]. [<https://faroutmagazine.co.uk/surgery-performance-art/>]

## 2.2.2. Cindy Sherman – Untitled Film Stills (1977–80)

- Cindy Sherman, en su serie fotográfica *Untitled Film Stills*, se retrata interpretando distintos estereotipos femeninos de los años 40 y 50, cuestionando roles impuestos a las mujeres en la cultura visual. Esta obra inspira a la instalación al representar, desde un enfoque contemporáneo, cómo esos estereotipos siguen vigentes y continúan moldeando la imagen femenina.

Figura 2

A) Cindy Sherman Untitled Film Still #2. B) Cindy Sherman Untitled Film Still #6.



Nota. Tomada de Untitled Film Stills por Cindy Sherman (Galería y análisis), por C. Sherman, 1977-1980 [foto]. [Oscar en fotos].  
[\[https://oscarenfotos.com/2016/03/26/galeria-untitled-film-stills-de-cindy-sherman/\]](https://oscarenfotos.com/2016/03/26/galeria-untitled-film-stills-de-cindy-sherman/)

### 2.2.3. “Body Editor” de Ewa Doroszenko (2020)

- La serie digital de Ewa Doroszenko, compuesta por fotografías y GIFs, representa la presión que enfrentan las mujeres para modificar su cuerpo según estándares de belleza artificiales. Inspirada en los errores de apps de edición, su obra crítica la confianza en las imágenes digitales en la era post-fotografía. Esta referencia guía a la instalación al evidenciar cómo la saturación visual de estereotipos genera una rutina cruel de autovigilancia y transformación constante.

Figura 3

Composiciones digitales sin título de la serie “Body Editor”

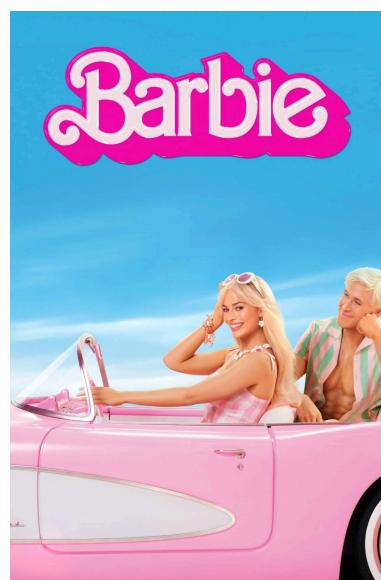


Nota. Tomada de \*Body Editor\*, por E. Doroszenko, 2018–2020 [Fotografía]. [Ewa Doroszenko].  
[\[https://ewa-doroszenko.com/portfolio/bodyeditor/\]](https://ewa-doroszenko.com/portfolio/bodyeditor/)

#### 2.2.4. "Barbie" de Greta Gerwig (2023)

Figura 4

Poster promocional de la película "Barbie" (2023).



Nota. Tomado de "Barbie" [Póster], por G. Gerwig (Directora), 2023. Warner Bros Pictures.<https://www.themoviedb.org/movie/346698-barbie/images/posters?language=es-ES>

## 2.2.5. “The substance” de Coralie Fargeat (2024)

Figura 5

*Poster promocional de la película “The substance” (2024).*



Nota. Tomado de “The substance” [Póster], por C. Fargeat (Directora), 2024. MUBI.  
<https://letterboxd.com/film/the-substance/>

Las cintas cinematográficas “Barbie” y “La sustancia” fueron elementos claves para la construcción de la pieza, ya que ambas presentan una crítica social hacia los estándares de belleza impuestos a las mujeres y la presión social que se ejerce sobre ellas para cumplir con el canon. “Solo es un consejo” establece un contraste marcado a través de su estética: al utilizar colores brillantes comúnmente asociados con lo femenino y adoptar una dinámica visual inspirada en los juegos de belleza, la instalación aparenta ser un juego inocente y divertido —uno de los propósitos, y muy similar al enfoque de la película Barbie. Sin embargo, la obra revela la crítica social mediante una dinámica inquietante, incómoda e impactante, donde el ambiente se vuelve progresivamente más crudo.

En conjunto, estas artistas nos guían hacia una comprensión más profunda de la violencia estética, y ayudaron a crear una instalación que denuncie los discursos de la belleza hegemónica, y que también confronta al espectador con su propia participación en estos mecanismos de control sobre los cuerpos femeninos.

## **III. Marco Conceptual**

### **3.1. Interaccionismo simbólico**

El interaccionismo simbólico según Blumer, quien tomó actitudes críticas en cuanto al funcionalismo teórico y el cuantitativismo empírico, explicando que la insistencia en los medios simbólicos que moldean los espacios de convivencia, entendidos en estrecha conexión con el crecimiento interactivo de la habilidad personal para llevar la vida con cierta independencia (De La Yncera, 2024). Este término hace referencia a una teoría sociológica en la que el ser humano no está determinado por ciertas estructuras, sin embargo está compuesto por diversos significados que nosotros mismos atribuimos gracias a la interacción social.

En la instalación, esta interacción simbólica se ve implicada fuertemente en varios aspectos. Desde que el público observa estas frases pasivo-agresivas -que pueden ser comunes de escuchar- y, a partir de ellas, completar de manera “intuitiva” la palabra faltante —de aspecto despectivo—, se genera una interacción guiada principalmente por la experiencia personal. Así, la obra crea un espacio de participación activa del público, que involucran entornos, imágenes y situaciones que se ven presentes alrededor de la vida generando conciencia a partir del encuentro de experiencias y valores

### **3.2. Violencia Simbólica y Violencia estética**

La violencia simbólica es una noción teórica desarrollada por el sociólogo francés Pierre Bourdieu en la década de 1970. Se refiere a una forma de violencia sutil mediante la cual se imponen ciertos significados, valores y representaciones culturales que terminan siendo aceptados como si fueran naturales, influyendo en la percepción que las personas tienen de sí mismas y de los demás (Soriano, 2024). Una de sus características principales es que los propios grupos oprimidos por estas normas las internalizan, generando una complicidad inconsciente que perpetúa

estereotipos y representaciones sesgadas en torno al género, la raza, la clase y otras categorías sociales.

Aunque se reconoce que todas las personas están sujetas a presiones sociales para encajar en determinados ideales estéticos, las mujeres experimentan una presión estética mucho más intensa y constante.

En este contexto, la socióloga venezolana Esther Pineda G. acuña en 2021 el término violencia estética, para referirse a la presión social que enfrentan las mujeres al verse obligadas a cumplir con el canon estético dominante, siendo discriminadas si no se asemejan a este o si simplemente deciden no seguirlo.

La violencia estética se inscribe dentro del marco de la violencia simbólica, constituyéndose como una forma de chantaje invisibilizado que, bajo la apariencia de ser una elección “voluntaria”, condiciona el comportamiento de las mujeres. Esta presión impacta gravemente en su salud tanto física y mental, al convertir la belleza en una prioridad de vida y fomentar una dependencia hacia la mirada masculina como validación de su valor personal (Perelló Rosselló, 2022).

### 3.3. Cuerpo, imagen y norma

A lo largo del tiempo, el estándar de belleza y lo que se considera bello —en cuanto al físico— ha tenido diversas modificaciones. Sin embargo, estos estándares siempre han influido en la percepción del cuerpo, especialmente en el caso de las mujeres. Durante décadas, los medios han sido un factor clave para la difusión e imposición de dichos ideales. Anteriormente, las revistas, el cine y la televisión eran los principales medios responsables; hoy en día, lo son las redes sociales.

“La popularización de la belleza se inició a principios del siglo XX con la aparición de infinidad de revistas femeninas, el acceso a los medios audiovisuales y el ciberespacio.” (Luna Montaño, 2001).

Los estándares de belleza son construcciones sociales y culturales, que influyen directamente en cómo las personas se perciben a sí mismas y en su forma de relacionarse con los demás. Cuando estos estándares son excluyentes o poco realistas, pueden generar insatisfacción corporal a aquellos que no se ajusten a este estándar (Laura, 2024).

La imagen corporal, entendida como la manera en que una persona piensa, siente y percibe su propio cuerpo, cumple un papel fundamental para el desarrollo (Cash, 2004, como se citó en Góngora, 2023). El cómo nos sentimos con nuestro cuerpo, el cómo nos vemos, el cómo pensamos sobre nuestro cuerpo afecta directamente nuestra percepción e interacción con el entorno.

En este tema también intervienen los estereotipos, que actúan como representaciones mentales. Muchas veces estas imágenes predefinidas y que “simplifican” la realidad son equivocadas —porque en realidad lo que hacen es cortarla—, y solo tienden a reforzar los prejuicios y ofrecer visiones reducidas de las personas y sus cuerpos (Amossy & Pierrot, 2020).

### 3.4. El estándar de belleza en la actualidad y sus efectos en la salud

Sentirse bien con uno mismo es uno de los aspectos fundamentales para el desarrollo del humano en la sociedad. El recibir elogios y aceptación social influyen directamente en este bienestar, pudiendo generar efectos positivos —como la satisfacción con la imagen corporal— o, por el contrario, efectos negativos, como una disminución de la autoestima.

Salinas Ressini (2011) expone que la delgadez comenzó a considerarse atractiva e impuesta como estándar de belleza a partir del siglo XIX. Asimismo, surge la llamada “cintura de avispa”.

En cuanto a la población mexicana, De Oca et al. (2015) señala que las mujeres mexicanas tienden a dar mayor importancia a aspectos físicos como las cejas, la

boca, los labios, las pompas, el vientre, la complejión, las uñas, la cadera, el antebrazo y los senos.

Slater et al. (2017) destaca que hoy en día las niñas están creciendo en un entorno cultural que les enfatiza la importancia de parecer “sexy”, provocando la *self-objectification*, conocida en español como “auto-cosificación”, viéndose a sí mismas como un objeto que solo es valorado principalmente por su apariencia .

“Un cuerpo esbelto y delgado hoy en día es sinónimo de éxito y productividad...” (Salinas Ressini, 2011). La promoción de estos estándares de belleza suele generar baja autoestima e insatisfacción con la imagen corporal, lo que impulsa la búsqueda del cuerpo “perfecto” a través de prácticas peligrosas como intervenciones quirúrgicas, prestar demasiada atención a la cantidad de calorías o rutinas de ejercicio excesivas, todo con la esperanza de alcanzar la promesa de una mejor calidad de vida. Esta insatisfacción también puede derivar trastornos de salud mental como la depresión, la ansiedad, o en el desarrollo de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA).

## IV. Objeto de estudio, preguntas y justificación

El objeto de estudio de este proyecto es la instalación interactiva audiovisual “Solo es un consejo”, una obra artística que visibiliza y cuestiona las presiones sociales, culturales y económicas que se ejercen sobre los cuerpos femeninos mediante discursos de violencia motivados por los estándares de belleza impuestos por la moda globalizada y el internet.

Desde su dimensión material, la instalación se compone de recursos visuales y sonoros que refieren a la cultura pop de los años 2000, y que se posicionan con elementos contemporáneos como las plataformas digitales y contenidos virales. Estos elementos están organizados para generar una experiencia inmersiva que, aunque en apariencia resulta inofensiva, revela un trasfondo crítico.

Desde su dimensión conceptual, la obra se fundamenta en teorías que abordan el canon hegemónico de belleza como una construcción social impuesta al cuerpo. Se recurre a conceptos como la violencia estética, la violencia simbólica y la imagen corporal.

La tesis central de la instalación sostiene que el cuerpo femenino, condicionado por la cultura y presión social, se convierte en un objeto moldeado según discursos externos. Todo el material que consumimos constantemente—comerciales, cine, moda y redes sociales— refuerzan dichos estereotipos y promueven la cultura del consumo para poder ser “arreglada” y alcanzar una versión ideal transformándolo en un producto visual y desecharable. Es importante señalar que la finalidad de la obra no es señalar de manera negativa el deseo de transformar el cuerpo. Buscar cambios físicos puede ser una expresión de autonomía y autocuidado, siempre y cuando provenga de una decisión personal genuina, y no de la presión ejercida por discursos sociales violentos que recurren a los insultos para dictar cómo debe de lucir un cuerpo para ser considerado atractivo.

Así, “Solo es un consejo” busca abrir un espacio de reflexión sobre estos discursos que normalizan prácticas de violencia simbólica y estética que lleva a lo que parecen elecciones individuales que están fuertemente condicionadas por normas disfrazadas de autocuidado o mejora personal, pero que responden a una lógica de consumo y control.

## V. Metodología de investigación-creación

### 5.1. Metodología utilizada

Para el desarrollo del proyecto se utilizó una metodología documental o de revisión bibliográfica, donde nos enfocamos en recolectar y analizar información teórica y visual conceptual para fundamentar y enriquecer la obra, esta información provenía de fuentes académicas y digitales.

Esta revisión documental permitió estructurar un marco conceptual que orientó las decisiones discursivas de la obra con el fin de contextualizar los discursos de belleza contemporáneos sobre los estándares de belleza. A partir de dicha revisión, se tomaron fragmentos de contenido visual y textual que alimentaron a la obra, tales como las referencias de la cultura pop de los 2000 a través del color, ilustraciones y estilización de las imágenes, así como frases comunes de tipo pasivo-agresivas que se escuchan comúnmente en un entorno de la cultura mexicana.

## 5.2. Estética general

La estética que se utiliza está inspirada en las revistas de moda, representada a través de recortes que aluden a la industria que impone estos estereotipos inalcanzables desde diversos medios masivos, siendo la revista uno de los principales desde hace décadas. Del mismo modo, se emplea una estética general basada en los juegos de internet para niñas que se popularizaron en la década de los 2000.

La revista conforma desde hace varios años una referencia a cómo debe de verse el estándar de belleza para muchas mujeres, siendo así el uso de recorte de letras de revistas una estrategia visual para complementar y adicionar a lo visual para la referencia de los estereotipos.

Por otro lado, los juegos de belleza de internet de los años 2000 apelan directamente a las infancias, quienes desde temprana edad con este tipo de juegos que aparentan ser inofensivos son una vía temprana a la interiorización de mensajes sobre cómo “debe verse” una mujer para considerarse bella. Se utilizan diferentes elementos característicos de estos juegos como la paleta de colores brillantes, saturación, ilustraciones con flores y colores como morado, rosa, azul y verde —colores que se usaban mucho en esa década—, patrones como fondo y la mujer semidesnuda que hay que “arreglar”.

Figura 6

A) Juego de belleza.

B) Juego de belleza de Barbie.



Nota. Imágenes recuperadas de Pinterest.

A) Dress up game, makeup, fashion, Korean, Japanese, Y2K, 2000s, nostalgia, cute, sparkle, blog, tumblr, shoujo, harajuku, por jelly # ! ↪ (n.d.), <https://pin.it/6taSvPqtn>

B) Barbie.com website 2002, por Bree S. (n.d.), <https://pin.it/1ev7YOfqH>

### 5.3. Juegos de belleza en internet de los años 2000

La estética principal, basada en los juegos de internet para niñas de la década de los 2000, contribuye en gran parte a la narrativa visual de la obra, ya que los videojuegos, hasta el día de hoy, siguen formando parte de las infancias de muchos niños y niñas. Estos videojuegos pueden influir fuertemente en cómo se relacionan y socializan, así como en cómo perciben el mundo y sus papeles en la sociedad.

Además, se utilizan elementos visuales que se diseñaron intencionalmente para emular a esta estética, como los colores brillantes —normalmente se ocupa el rosa—, el avatar semidesnudo, la referencia a los juegos en línea (apareciendo un link falso en la parte superior de la imagen principal), los botones con ilustraciones que no tienen una función práctica directa dentro de la narrativa o interactividad de la obra, pero sirven como elementos de ambientación que refuerzan el lenguaje visual del juego digital infantil. La intención es crear un ambiente reconocible e incluso nostálgico, lo que aparenta ser un juego amigable e inofensivo, es en realidad un espacio donde se reproducen discursos violentos sobre el cuerpo de la mujer.

Esta representación es importante para el proyecto, ya que justamente se busca reflejar cómo el propio entorno —como los medios masivos y el internet— provoca esta internalización de ideales de belleza que, muchas veces, son inalcanzables o llevan procesos peligrosos para alcanzarlos. Se escogen los juegos de belleza de la década de los 2000 por la estética y dinámica tan marcada que hacen obvia esta normalización de los estereotipos.

La dinámica normalmente empieza con una mujer semidesnuda a la cual se debe de vestir y maquillar para “verse bien”. En otros casos, comienza desde una mujer considerada “fea” y con rasgos exagerados, que se tiene que “arreglar”; pero muchas veces estos aspectos físicos a modificar son completamente normales dentro del desarrollo del ser humano, como el vello corporal, los granos, las diferentes tonalidades de piel y los dientes que no están perfectamente alineados ni son completamente blancos. Esto solo refuerza la idea de que una debe de ser “arreglada” para poder ser considerada bonita. El proyecto retoma esta misma

dinámica, pero como una crítica y burla para generar una reflexión acerca del mensaje de estos juegos valor de la chica = apariencia física.

## 5.4. Recursos visuales

### 5.4.1. Mujer con IA

Para representar la figura femenina, se utilizó una inteligencia artificial generadora de imágenes a la que se le proporcionó una descripción detallada basada en medidas corporales promedio de mujeres mexicanas —el busto (o copa), cintura, cadera, estatura y peso—, con el objetivo de construir una representación visual lo más cercana posible a la realidad. También se incluyeron referencias sobre el tono de piel promedio. Los datos fueron obtenidos de artículos que reportan características de la población femenina de México. (CANAIVE, 2012)

Durante el proceso, fue necesario realizar ajustes constantes en la descripción, ya que la IA no siempre reproducía con precisión los parámetros solicitados. Además, se detallaron aspectos adicionales como la postura de la figura, el color del fondo y las prendas de vestir. En cuanto a rasgos faciales como los ojos, labios y nariz, se elaboraron descripciones cuidadosas basadas en la intención de construir una figura realista, aunque no se contaba con promedios oficiales para esas características.

La descripción proporcionada a la inteligencia artificial fue la siguiente: “Mujer mexicana de cuerpo completo con una altura de 1.58 metros, peso de 68.7 kg, busto de copa A, cintura de 89.2 cm y cadera de 105.3 cm. Tiene un tono de piel más oscuro o similar al color al hexadecimal #ad9272. Su cuerpo no es atlético, con proporciones realistas. Viste ropa interior negra: un brasier sin tirantes tipo bandeau y una parte inferior tipo panty. El ombligo debe ser visible. La imagen debe mostrarla de pies a cabeza, de forma frontal, con el cuerpo completamente recto y en posición neutra, sin ninguna pose ni expresión estilizada. Brazos relajados a los costados, mirada al frente,

cabello suelto color negro hasta los hombros. Ojos pequeños, labios largos y delgados, con una nariz tipo romana: recta, con un ligero puente prominente y una curva sutil hacia abajo. Es una nariz alargada y firme que resalta en el perfil y un poco ancha. Fondo blanco, sin texto, con iluminación suave tipo estudio.”

## 5.5. Propuesta creativa

La instalación propone una dinámica inspirada en el juego del “ahorcado”, donde los participantes deben adivinar palabras que completan frases disfrazadas de consejos bienintencionados hacia el cuerpo femenino. En el centro de la sala, un teclado físico permite ingresar letras para revelar la palabra oculta en la pantalla principal, junto a la imagen de una mujer.

Tras cada acierto, aparecen breves “intermedios” con efectos de glitch que aluden a cómo estos discursos afectan la percepción corporal. A medida que avanza, los glitches se intensifican y la figura femenina se transforma, incorporando alteraciones físicas sugeridas por las frases.

Al completar la última palabra, la imagen reaparece marcada por todos los cambios impuestos, mostrando cicatrices y moretones. Finalmente, un mensaje en las tres pantallas revela el canon de belleza como un juego cruel e imposible, un sistema que exige encajar y somete al cuerpo a una violencia constante disfrazada de cuidado.

## 5.6. Proceso de producción

Durante el desarrollo del proyecto se exploraron distintas posibilidades para ampliar la interacción. En un inicio se consideró el uso de la voz del espectador, pero se descartó por las dificultades técnicas del reconocimiento de voz, como la variación del volumen y la pronunciación. También se evaluó el empleo de la cámara web —propuesto en los primeros bocetos— para registrar gestos específicos. En

síntesis, varias de estas propuestas se descartaron por las limitaciones de tiempo y la complejidad técnica que implicaban.

Figura 7

*Primeros avances*



Nota. Imagen de autoría propia

Figura 8.

*Mujer modificada final*



Nota. Imagen de autoría propia

Figura 9.

*Tres pantallas*



Nota. Imagen de autoría propia

Figura 10.

*Mapeo de pantallas*



Nota. Fotografía de autoría propia

## VI. Conclusiones de la investigación

El internet y otros medios, como las revistas, nos venden la delgadez como un ideal atractivo. A través de anuncios, promocionan productos que crean necesidades y refuerzan la cultura de la belleza “ideal”, alimentando la idea de que alcanzar ese cuerpo normativo es indispensable para ser “aceptada”, sin importar el costo físico o emocional que esto implique.

Es fundamental tomar conciencia de este fenómeno, ya que desde edades tempranas se les inculca a las niñas la creencia de que su valor radica únicamente en su apariencia física con medios como los juegos. Esta presión constante genera efectos profundos como la baja autoestima, dismorfia corporal, depresión e incluso Trastornos de Conducta Alimentaria (TCA)

Durante el desarrollo del proyecto se identificó una gran cantidad de contenido que normaliza la necesidad de “arreglar” estos supuestos defectos bajo el disfraz del autocuidado. No solo a través de comentarios despectivos que circulan en redes

sociales —donde los cuerpos no normativos son constantemente criticados, corregidos, insultados o ridiculizados—, sino también en la publicidad, que impone un modelo a seguir y sugiere que consumir ciertos productos nos hará “más bellas”, perpetuando un ciclo de dependencia e insatisfacción.

Reflexionar sobre estas prácticas contribuye a tomar decisiones más conscientes sobre lo que consumimos y reproducimos como usuarios en internet, sobre todo en la parte de comentar. También, a examinar nuestras propias motivaciones: ¿realmente buscamos un cambio por deseo propio, o estamos respondiendo a exigencias externas disfrazadas de consejo?

Se considera que, a futuro “Solo es un consejo” tiene el potencial de ser presentado en distintos espacios artísticos y culturales enfocados en arte, tecnología y feminismo. Entre ellos destacan el Laboratorio Arte Alameda, el Centro de Cultura Digital y el Museo Universitario de Arte Contemporáneo. Así como espacios con un enfoque comunitario y de género como la Casa de la Cultura Feminista Simone de Beauvoir, Museo de la Mujer y Colectivas feministas de la UAM o la UNAM. También podría formar parte de festivales como el Festival TRANSVERSAL —dedicado al arte, la ciencia y la tecnología— donde se valora el arte digital con crítica social.

## VII. Resultados de la creación

### 7.1. Título y statement

Título: “Solo es un consejo”

Statement:

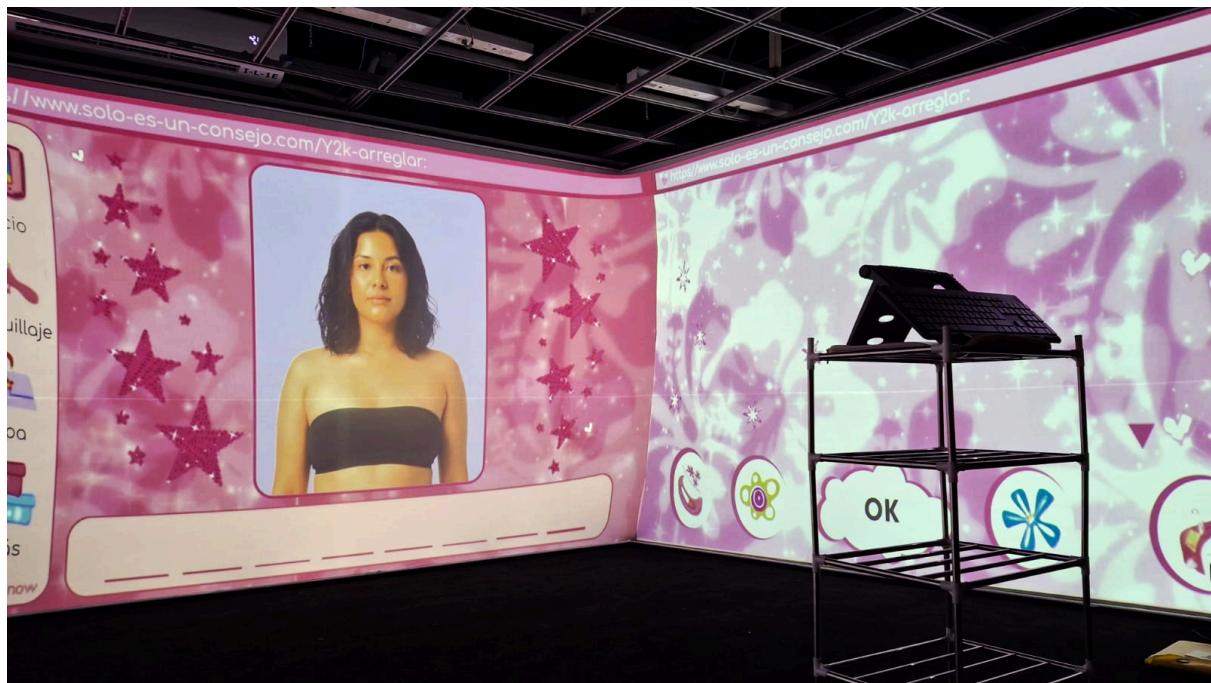
“Solo es un consejo” es una instalación interactiva audiovisual que surge de la necesidad de cuestionar los discursos de violencia que moldean la percepción del cuerpo femenino. A partir de estéticas inspiradas en la cultura pop de los años 2000, se construye un espacio inmersivo que, desde la nostalgia y la crueldad, invita a una reflexión crítica.

El interés por cómo estos discursos, disfrazados de autocuidado, se normalizan al punto de ocultar mecanismos de control y consumo, llevó a la investigación de conceptos que sustentan la obra, como la violencia estética, la violencia simbólica, la imagen corporal y los estándares de belleza.

La obra presenta estos conceptos no solo desde la teoría, sino como experiencias que atraviesan el cuerpo y afectan directamente la autoestima y la salud mental. Esta pieza busca visibilizar las presiones sociales que, desde edades tempranas, nos enseñan a moldearnos según lo que otros esperan ver.

Figura 11.

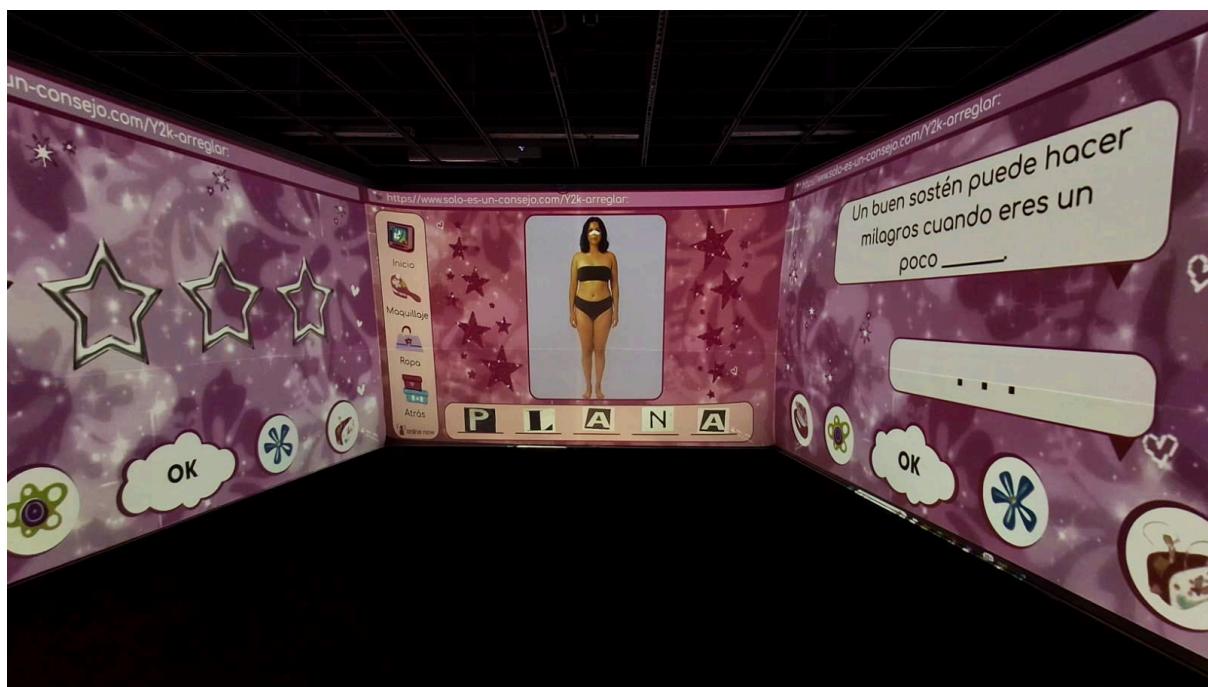
*Primera presentación oficial*



Nota. Fotografía de autoría propia

Figura 12.

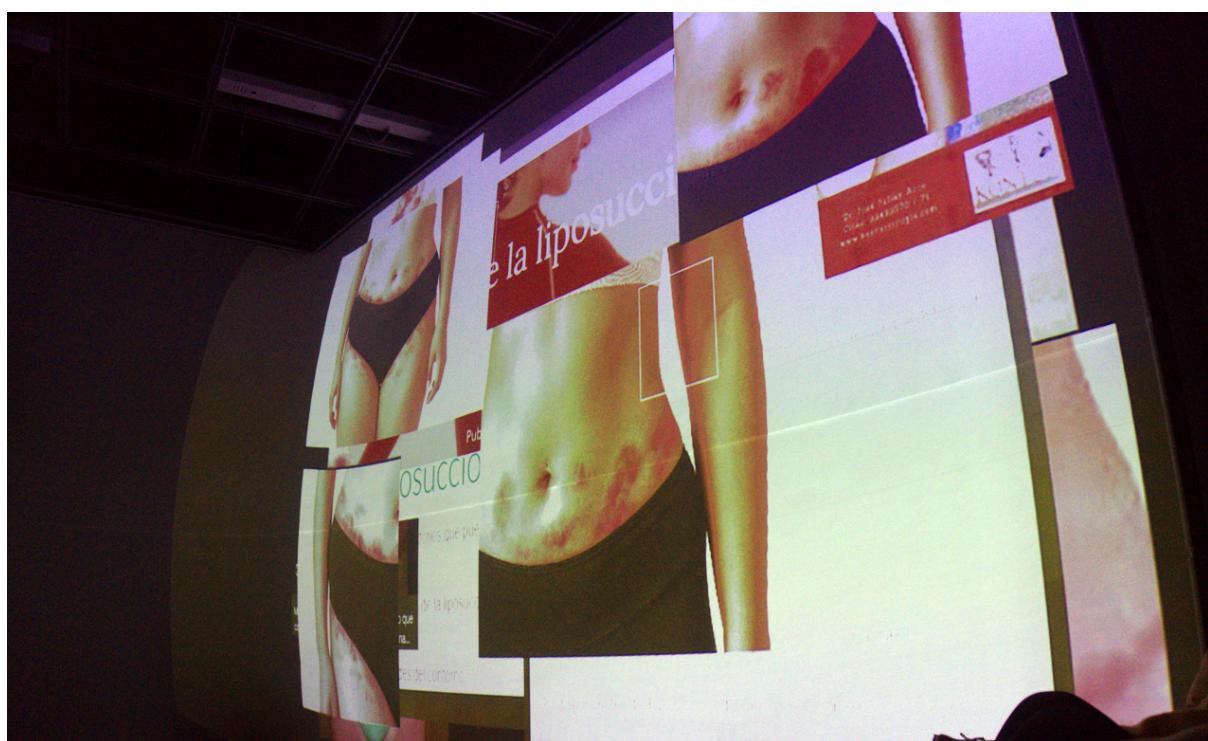
*Tres pantallas primera presentación oficial*



Nota. Fotografía de autoría propia

Figura 13.

Pantalla derecha primera presentación oficial



Nota. Fotografía tomada por Angélica Sánchez, editada por Monserrath Jiménez

## 7.2.Ficha técnica

“Solo es un consejo”

Instalación interactiva audiovisual

Estefania Hernández, Monserrath Jiménez & Angélica Trejo

Año: 2025

## Referencias

Álvarez-Piña, M. J., & Zamora-Lugo, S. (2024, septiembre-diciembre). *Belleza femenina en México: Explorando estereotipos y percepciones corporales.* +Ciencia, pp. 19–22.

Amossy, R., & Pierrot, A. H. (2020, August). *Estereotipos y clichés.* Google Books. Retrieved July 29, 2025, from <https://books.google.com.mx/books?id=Vhv8DwAAQBAJ&lpg=PA7&dq=estereotipos&lr&hl=es&pg=PA4#v=onepage&q&f=true>

Balseca Veloz, A. P. (2018). La presión estética una manifestación más de violencia contra las mujeres. Revista Ciencias Sociales, 1(40), 277–285. Recuperado a partir de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CSOCIALES/article/view/1270>

Body Editor – Ewa Doroszenko. (2024, 10 enero). Ewa Doroszenko.

<https://ewa-doroszenko.com/portfolio/bodyeditor/>

Bree S. (n.d.). Barbie.com website 2002 [Imagen]. Pinterest.

<https://pin.it/1ev7YOfqH>

Byb. (2024, 24 enero). ¿Qué es bello para los mexicanos? Belleza & Bienestar de Canipec.

<https://bellezabienestar.org/que-es-belleza-para-los-mexicanos/>

CANAIVE - Boletines de Prensa 2012. (n.d.).

[https://canaive.org.mx/boletinPrensa/boletin001\\_2012.php](https://canaive.org.mx/boletinPrensa/boletin001_2012.php)

Cepeda, M. J. P., & Alba, L. J. F. (2022, November 23). *Informe especial: La moda de los 2000 y los TCA*. Unab Radio.

<https://unabradio.com/informe-especial-la-moda-de-los-2000-y-los-tca/>

Cindy Sherman | MoMA. (s. f.). The Museum Of Modern Art.

<https://www.moma.org/artists/5392-cindy-sherman>

Colorado, Ó. (2025). Untitled Film Stills por Cindy Sherman (Galería y análisis).

Oscar En Fotos.

<https://oscarenfotos.com/2016/03/26/galeria-untitled-film-stills-de-cindy-sherman/>

Color de Piel. (n.d.). Color De Piel. <https://colordepiel.colmex.mx/vida/>

De Oca, Y. P. a. M., Medina, J. L. V., Blanquet, E. R. P., Muñoz, M. a. T., & Fuentes, N. I. G. a. L. (2015). Self perception of body attractiveness in two cultures: Mexican and Argentine. *Revista Mexicana De Trastornos Alimentarios/Mexican Journal of Eating Disorders*, 6(1), 45–50.  
<https://doi.org/10.1016/j.rmta.2015.05.003>

De La Yncera, I. S. (2024). El interaccionismo simbólico: George Herbert Mead, Herbert Blumer y Erving Goffman. In *Libro en coedición UAM-I y Gedisa* (pp. 561–588). <https://doi.org/10.28928/omp/ebook/2024/562/csr/interaccionismo>

Doroszenko, E. (2018–2020). \*Body Editor\* [Fotografía]. Ewa Doroszenko.  
<https://ewa-doroszenko.com/portfolio/bodyeditor/>

Emilysteidel. (2013). *Saint-Orlan reincarnated: the artist's body as a "Medium of transformation."* Beauty and Race: AMST 225.  
<https://beautyandrace.wordpress.com/2013/06/07/saint-orlan-reincarnated-the-artists-body-as-a-medium-of-transformation/>

Fargeat, C. (Directora). (2024). *The Substance* [Póster]. MUBI.  
<https://letterboxd.com/film/the-substance/>

Gerwig, G. (Directora). (2023). *Barbie* [Póster]. Warner Bros Pictures.  
<https://www.themoviedb.org/movie/346698-barbie/images/posters?language=es-ES>

Góngora, Vanesa C. (2023). Actividades en redes sociales, insatisfacción corporal, ideales de belleza y apreciación corporal en mujeres adultas. Psychology, Society & Education, 15(2), 19-27. Epub 18 de marzo de 2024.<https://dx.doi.org/10.21071/psye.v15i2.15798>

jelly # ! 🌸. (n.d.). Dress up game, makeup, fashion, Korean, Japanese, Y2K, 2000s, nostalgia, cute, sparkle, blog, tumblr, shoujo, harajuku [Imagen]. Pinterest. <https://pin.it/6taSvPqtn>

Laura, M. C. (2024). *Percepción de la belleza en Corea del Sur entre jóvenes y su relación con afecciones conductuales, emocionales y cognitivas.*

Repositori Institucional De La UVic-UCC.  
<https://repositori.uvic-ucc.cat/handle/10854/8319>

Leiro, V. & Carbia, S. (2024). Violencia estética. Dermatología Argentina, 30(2), 99–100.

<https://dermatolarg.org.ar/index.php/dermatolarg/article/view/2499/1426>

Luna Montaño, I. (2001). Mujer, belleza y psicopatología. Revista Colombiana De Psiquiatría, XXX(4), 383–388.

<https://www.redalyc.org/pdf/806/80630405.pdf>

Martín, S. (2021, May 31). La reencarnación de Saint Orlan - Feminacida.

Feminacida - Periodismo feminista.

<https://www.feminacida.com.ar/la-reencarnacion-de-saint-orlan/>

Medidas corporales de la población mexicana. (2020). Studocu. Retrieved

July 10, 2025, from

<https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-autonoma-de-nuevo-leon/literatura-y-comunicacion/medidas-corporales-de-la-poblacion-mexicana/10212966>

Moya Garófano, A. (2016). *Cosificación de las mujeres: análisis de las consecuencias psicosociales de los piropos*. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=56436#:~:text=La%20auto%C2Dcosificaci%C3%B3n%20se%20da,conjunto%20de%20partes%20del%20cuerpo.>

Nicolás, J. (2024). *Surgery as performance art: 'The Reincarnation of Saint ORLAN'* [Fotografía]. FAR OUT.

<https://faroutmagazine.co.uk/surgery-performance-art/>

On the reincarnation of St. Orlan and humanness. (n.d.). Vimeo.

<https://vimeo.com/194990152>

Pérez, E. (2024, July). El regreso de los 2000. Goooya.

<https://puedjs.unam.mx/gooya/el-regreso-de-los-2000/#:~:text=Durant>

[e%20los%202000%2C%20much%C3%ADsimas%20mujeres,a%20pro  
vocar%20hasta%20la%20muerte](#)

Pérez-Lugo, Ana Laura, Gabino-Campos, María, & Baile, José Ignacio. (2016). Análisis de los estereotipos estéticos sobre la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas. Revista mexicana de trastornos alimentarios, 7(1), 40-45. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.02.001>

Perelló Rosselló, M. A. (2022, September 13). *Violencia estética sobre las mujeres: una propuesta de intervención*. UIBrepositori. <https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/161883>

Salinas Ressini, D. F. (2011). Los medios de comunicación, los ideales de belleza y la manifestación de anorexia. Punto Cero, 16, 18–24. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421839649003>

Sherman, C. (1977–1980). *Untitled Film Stills* [Fotografía]. Oscar en fotos. <https://oscarenfotos.com/2016/03/26/galeria-untitled-film-stills-de-cindy-sherman/>

Slater, A., Halliwell, E., Jarman, H. et al. More than Just Child's Play?: An Experimental Investigation of the Impact of an Appearance-Focused Internet Game on Body Image and Career Aspirations of Young Girls. *Youth Adolescence* 46, 2047–2059 (2017). <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0659-7>

Soriano, J. (2024, December 4). Violencia simbólica: qué es, características y ejemplos. Psicología y Mente.

<https://psicologiaymente.com/social/violencia-simbolica-ejemplos>

Suárez, A. (2024). HISTORIA DE LA VIOLENCIA ESTÉTICA Y LOS ESTEREOTIPOS DE BELLEZA EN OCCIDENTE. Revista Enlace Jurídico, N° 1, 258–281.

[https://www.eventos.cch.unam.mx/olimpiada/files/Fragmento\\_Historia\\_violencia\\_estetica\\_y\\_estereotipos\\_de\\_belleza\\_en\\_Occidente.pdf](https://www.eventos.cch.unam.mx/olimpiada/files/Fragmento_Historia_violencia_estetica_y_estereotipos_de_belleza_en_Occidente.pdf)

Órgano Informativo de la Universidad Autónoma Metropolitana. (2022, 28 de febrero). *Egresada de la UAM analiza estereotipos de belleza en la industria cosmética.* Semanario de la UAM, (31).

<https://www.uam.mx/semanario/repositorio/2022/pdf/febrero/Semanario-UAM-Anio-3-No-31-28Feb2022.pdf>

Un Solo Uso. (2020, May 28). *EVOLUCIÓN DE LA BELLEZA a TRAVÉS DEL SIGLO XX - un solo uso.* Un Solo Uso.  
<https://unsolousosl.com/evolucion-de-la-belleza-a-traves-del-siglo-xx/>

## Apéndice

Durante el proceso de elaboración del presente documento, se contó con la asistencia de una inteligencia artificial (Chat GPT, desarrollado por OpenAI) para la revisión y corrección ortográfica, gramatical y de puntuación del texto, lo cual contribuyó a mejorar la claridad, coherencia y calidad de la redacción final.