“La falta de implementación efectiva de la Ley de Talles y su relación con la percepción de la imagen corporal y el Trastorno Dismórfico Corporal en adolescentes y jóvenes argentinas”

Trabajo Final de Carrera

Licenciatura en Psicología

Tutor: Lic. Claudio Ghiso

Alumna: Gimena Carla Córdoba

ID: 000-174451

Firma:



Índice

Agradecimientos **4**
Resumen **5**
Introducción **5**
Presentación del tema **5**
Planteo del problema de Investigación 7
Pregunta de investigación 8
Relevancia de la temática 8
Objetivo general 9
Objetivos específicos 9
Antecedentes **10**
Contexto histórico de la Ley de Talles en Argentina 10
Activismo social 10
Proceso normativo y sanción de Ley de Talles 27.521 11
La industria textil y el surgimiento de los sistemas de talles 11
Trayectoria del tallaje europeo 12
Antecedentes del sistema de talles norteamericano 12
Desarrollo del sistema de talles y la industria textil en Argentina 13
Experiencias latinoamericanas acerca de una ley nacional de talles 14
Evolución sociocultural de los estereotipos de belleza femenina 14
Papel de los medios de comunicación en la construcción de los estereotipos femeninos 17
Estado del Arte **19**
Presión sociocultural y malestar psicológico: La construcción del ideal corporal y su impacto en la juventud 19
Estándares socioculturales de belleza e impacto en la autoimagen 19
Prevalencia de la insatisfacción corporal en población juvenil 19
Distorsión perceptiva y dismorfia corporal en la era digital 20
Influencias socioculturales y efectos psicológicos de la presión estética 21
Impacto psicopatológico de la autoimagen negativa: correlación con ansiedad y desórdenes alimenticios 21
Insatisfacción corporal y riesgo de Trastornos de la Conducta Alimentaria 22
Limitaciones en la aplicación de la Ley de Talles 23
Marco teórico **27**
Sistema de gobierno en Argentina 27
Bloque jurídico 27
Bloque psicológico 29
Bloque jurídico-psicológico 36
Desarrollo metodológico **38**
Hipótesis 38
Procedimiento 38
Muestra 39
Instrumentos 39
Resultados **41**
Oferta De Talles 41
Adolescentes 41
Jóvenes 41

Experiencias al Comprar Indumentaria....42
Adolescentes....42
Jóvenes....43
Percepción del Talle Personal....43
Adolescentes....43
Jóvenes....44
Impacto Subjetivo de la Variación de Talles....44
Adolescentes....44
Jóvenes....45
Imagen Corporal....45
Adolescentes....45
Jóvenes....46
Percepción y Conductas Relacionadas al Cuerpo....47
Adolescentes....47
Jóvenes....48
Ley de Talles y Experiencia Personal....49
Adolescentes....49
Jóvenes....50
Discusión....51
Limitaciones....55
Conclusión....56
Bibliografía....57

Agradecimientos

Detrás de este trabajo hay años de aprendizaje, desafíos, emociones y personas que estuvieron allí para acompañarme a lo largo de esta etapa.

A mi familia, porque sin ella nada de esto hubiera sido posible. A mis padres, quienes estuvieron presentes en cada momento, brindándome su amor y cariño, junto con su sabiduría y conocimiento. A mis hermanas, que me acompañaron en cada examen parcial y final, aconsejándome y alentándome.

A mis amigas de la vida, quienes supieron estar presentes en los momentos necesarios con risas, mensajes y apoyo.

A mis facuamigas, me las llevo en el corazón y para siempre. No me imagino cómo hubiera sido mi camino por la facultad sin ustedes, pero agradezco profundamente haberlas conocido y que hayamos logrado hacer nuestro recorrido más liviano y divertido.

A la Universidad de Belgrano, a sus autoridades y profesores, por su profesionalismo, amabilidad y compromiso. La universidad no fue solo una institución académica, sino también el lugar donde adquirí conocimientos y herramientas, y donde tuve la posibilidad de crecer tanto personal como profesionalmente.

A mi tutor, Claudio Ghiso, quien supo guiarme y ayudarme en cada entrega y en cada momento del proceso, siempre con la palabra justa y acompañándome en cada instancia.

Terminar este recorrido sola hubiera sido difícil. Por eso agradezco a cada persona que supo frenar un momento para dar un abrazo, sacar una risa, una charla, tomar un café, hacer una llamada nocturna para estudiar, mandar un mensaje de aliento o celebrar cada pequeño logro.

Resumen

El presente informe aspira a demostrar cómo la industria textil argentina, en función con la Ley Nacional de Talles 27.521 y la reglamentación de la misma, no cumple completamente con los estándares previstos. Esto desde un punto de vista psicológico, puede provocar en mayor o menor medida el comienzo de un trastorno dismórfico corporal (no detectable) en gran parte de adolescentes y jóvenes.

Introducción

Presentación del tema

La percepción del cuerpo humano es considerado hoy en día como un tema frecuente entre los jóvenes argentinos, debido a la creciente influencia de los estándares estéticos impuestos por la sociedad y viralizados por los medios de comunicación, redes sociales e industria de la moda. La dismorfia corporal es un trastorno psicológico que contempla los siguientes criterios: preocupación por uno o más defectos percibidos en la apariencia física que no son observables para los demás; ejecución de conductas repetitivas o actos mentales en respuesta a una preocupación constante y excesiva por la apariencia física; y malestar clínicamente significativo en distintas áreas de la vida del individuo. Además, la preocupación por la apariencia no se limita a la preocupación por la grasa corporal o el peso en una persona cuyo diagnóstico cumple con los criterios de un trastorno alimentario (Asociación Americana de Psiquiatría, 2022).

El Trastorno Dismórfico Corporal ejerce un impacto altamente significativo no sólo sobre la apariencia física, sino también en la salud mental, impulsando la aparición de trastornos psicológicos. El trastorno puede causar un notable aumento en la ansiedad y el estrés, debido a supuestos defectos, provocando un estado de alerta permanente. Además, quienes padecen este trastorno se enfrentan a situaciones difíciles cuando sienten que están siendo juzgados negativamente por su aspecto. De manera similar, puede causar la aparición de síntomas depresivos, relacionados con una baja autoestima, que resulta de pensamientos negativos sobre su propia imagen. En situaciones donde no se nota mejora alguna en su aspecto, puede llevar a sentimientos de impotencia y desesperanza.

Simultáneamente con el trastorno depresivo, frecuentemente se encuentra la presencia de trastornos de la conducta alimentaria. Esto se debe a que una imagen distorsionada o errónea de sí mismos puede llevar a los individuos a intentar controlar su peso mediante patrones restrictivos de la alimentación. La persona diagnosticada con dismorfia corporal puede

llegar a experimentar que su carácter y autopercepción dependen exclusivamente de su imagen corporal, lo que refuerza la necesidad urgente de modificar su cuerpo.

Incluso, es común en este tipo de personas que presenten patrones rumiativos, donde repiten de forma compulsiva, pensamientos negativos sobre su apariencia, sin poder detenerlos. Este proceso no sólo resulta emocionalmente agotador, sino que también refuerza las representaciones erróneas sobre la imagen corporal.

De igual manera, se observa la coexistencia de trastornos obsesivo-compulsivos, ya que la preocupación por la apariencia puede generar pensamientos intrusivos que se vuelven obsesivos. A raíz de esto, los individuos sienten la necesidad de realizar rituales específicos para disminuir su ansiedad, tales como mirarse repetidamente en el espejo o compararse con los cuerpos de otras personas.

Finalmente, en casos extremos, se encuentra el riesgo de suicidio. Los sentimientos de desesperanza, depresión, aislamiento social y la falta de una red de apoyo pueden llevar a los individuos a la conclusión de que la única forma de escapar de su sufrimiento es mediante el suicidio.

En Argentina, a fines del año 2019, se sancionó la Ley de Talles N° 27.521, con el objetivo de “establecer un Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria” (Ley 27.521, 2019). Este sistema único, denominado por sus siglas SUNITI es una estructura de identificación de talles, creada en base a las medidas y proporciones físicas de los ciudadanos argentinos. Para poder oficializar los talles estandarizados, se realizará un estudio antropométrico cada 10 años en todo el territorio nacional argentino, según indica el Artículo 4° de la Ley N° 27.521.

Dicho SUNITI, a través de la Ley de Talles, pretende ser utilizado por comerciantes y fabricantes textiles y no textiles, para indicar al consumidor las características antropométricas que corresponden a dicha prenda. Además, estas características deberán estar presentes de manera visible, a través de una tabla de medidas corporales junto a la indumentaria.

Es así como por medio de la reglamentación de la Ley de Talles, se trata de solucionar las distorsiones cognitivas a la hora de estar dentro de un probador de ropa o de manera online, generando menor sintomatología relacionada al trastorno dismórfico corporal. Sin embargo, la pregunta a continuación es: ¿Se implementa efectivamente la Ley de Talles?

Ahora bien, en el territorio argentino hay un sistema de talles unificado y estandarizado, que proporciona a cada talle existente en la industria textil ciertas medidas que corresponden a distintas partes del cuerpo, como pueden ser cadera, muslos, brazo, cintura, entre otros. Por

intermedio de internet y de locales físicos de indumentaria, se constata que no es del todo cierto. Si bien queda en evidencia la tabla de medidas corporales que debe estar presente, el talle de una prenda de ropa no es exactamente el mismo en distintas tiendas de indumentaria; y es en ese punto donde aparece la problemática que este informe pretende abordar.

Planteo del problema de Investigación

A lo largo de la historia, la imagen corporal ha ocupado un gran lugar en la población a través de los estereotipos de belleza. La apariencia física se comenzó a utilizar como una herramienta de trabajo en ámbitos profesionales como el modelaje y la fotografía, generando y creando en las personas una imagen mental de cómo deberían ser los cuerpos. Así, se impuso a lo largo de los años, un modelo prototípico del cuerpo femenino que todas las mujeres debían seguir: las famosas medidas 90-60-90.

Este estándar ha generado en las mujeres el pensamiento y deseo de ser delgadas, promoviendo prácticas como dietas restrictivas, ejercicio, consumo de suplementos, entre otros. Además, ha provocado sentimientos de competitividad e inferioridad frente a otras mujeres, acompañados de angustia, rabia, tristeza e ilusión.

El momento de enfrentarse a un espejo o a un probador de ropa suele despertar expectativas. Muchas personas conocen su talla habitual, por lo que, si una mujer busca un jean de talla 42 y éste no le queda, ¿Qué sensaciones y pensamientos experimentará?¿Cuál será su siguiente acción? Generalmente, solicita una talla más grande y continúa probándose prendas hasta encontrar la adecuada. Sin embargo, puede descubrir que pasó de una talla 42 a un 48. ¿Por qué sucedió eso? A veces, en otro local, solicita nuevamente su “talle ideal” y la prenda le queda grande. ¿Cómo es posible? Estas inconsistencias en los talles generan una profunda distorsión cognitiva de la imagen corporal.

Si bien existe una ley que regula las medidas de las prendas, la falta de estandarización en la aplicación de dicha ley evidencia fallas en su reglamentación.

El Departamento de Extensión, Relaciones Institucionales y Graduados del área de Niñez y Adolescencia de la Universidad del Aconcagua (Mendoza, Argentina) elaboró un informe sobre la imagen corporal e influencia de los estereotipos de género. En él, se informa que el 49% de los encuestados argentinos de género femenino puntuaron un “alto grado de internalización del ideal de delgadez”. Así mismo, el 80% de los encuestados de Argentina y Chile manifestaron que su imagen en el espejo les genera malestar.

En la misma línea, un informe realizado en 2009 por la Universidad de Buenos Aires (UBA) sobre la prevalencia e incidencia de los trastornos alimentarios analizó la correlación entre conductas alimentarias y factores psicológicos. En ese estudio, el 16% de los encuestados presentaba conductas dietantes, de los cuales el 25% reportaba al mismo tiempo, episodios de atracones. Además, el 4,3% sufría atracones, y el 90% de ellos realizaban dietas restrictivas. El grupo que presentaba trastorno por atracón mostraba un claro perfil psicopatológico asociado a los trastornos de la conducta alimentaria.

Pregunta de investigación

Habiendo planteado todas las incongruencias que encuentro frente a la Ley de Talles, surge la siguiente pregunta: ¿Cómo la falta de implementación efectiva de la Ley de Talles podría relacionarse con el Trastorno Dismórfico Corporal y con la percepción de la imagen corporal de las adolescentes y jóvenes argentinas?

Relevancia de la temática

El presente informe pretende demostrar la actual relevancia que siguen ejerciendo los cuerpos hegemónicos femeninos frente a las adolescentes y jóvenes. La dismorfia corporal, se ha vuelto una problemática que afecta la autoestima, autoimagen y la salud mental. Es por eso que, estudiar su posible relación con la falta de implementación efectiva de la Ley de Talles, permite visibilizar cómo las políticas públicas pueden estar directamente implicadas en la construcción de la imagen corporal.

A pesar de que la Ley de Talles fue sancionada en el 2019 y posteriormente reglamentada, esto no significa que esté efectivamente implementada en todo el ámbito nacional argentino. Esta ineficacia deja a muchas mujeres por fuera de la validación social y además las expone a la frustración constante de no encontrar talles, lo cual puede actuar como un factor de riesgo para el desarrollo de sintomatología correspondiente a la dismorfia corporal.

El abordaje planteado en esta tesina busca aportar evidencia empírica a través de cuestionarios realizados con la plataforma Google Forms, lo que permitirá comprender con mayor precisión esta vinculación, desde una mirada psicológica y social.

Objetivo general

Analizar la relación entre la falta de implementación efectiva de la Ley de Talles y la distorsión de la imagen corporal en adolescentes y jóvenes del género femenino, con el fin de comprender su futuro impacto en la construcción de su imagen corporal y salud mental.

Objetivos específicos

- Analizar el marco de la Ley de Talles y su evolución en la Argentina desde su sanción.
- Abordar la conexión entre los estereotipos de belleza y la presión social sobre las mujeres jóvenes en Argentina.
- Evaluar el posible efecto psicológico que la falta de acceso a ropa adecuada puede tener sobre la autoestima y la autoimagen de mujeres jóvenes.
- Detectar posibles factores de riesgo que podrían propiciar el desarrollo de futuros problemas relacionados a la salud mental.
- Estudiar la relación entre los estándares de belleza y sus efectos psicológicos en el contexto sociocultural de la imagen corporal.
- Examinar la Ley de Talles dentro del derecho positivo argentino.
- Dimensionar el grado de implementación y cumplimiento de la Ley de Talles en Argentina.
- Revisar las implicancias jurídicas del incumplimiento de la Ley de Talles en relación con el posible daño moral y psíquico.

Antecedentes

Contexto histórico de la Ley de Talles en Argentina

Durante la última década se observaron crecientes exigencias sociales por parte de los argentinos para reglamentar una ley de talles. Sin embargo, estos reclamos existían previo al año 2019. En ocho de las veinticuatro provincias argentinas (Entre Ríos, Buenos Aires, Córdoba, Santa Fé, Río Negro, Salta, Tucumán y Mendoza), existían y se encontraban vigentes leyes provinciales de talles que se ajustaban a las características de cada territorio argentino.

No obstante, seguimos cuestionandonos por qué todavía se requería una ley para toda la nación, considerando que el 33,3% de las jurisdicciones provinciales, se encontraban en marcha. Esto se debe a que cada artículo de las leyes provinciales variaba en cuanto a alcances, objetivos y criterios de aplicación. Esta diversidad normativa evidenció la necesidad de contar con una legislación unificada para todo el país.

Activismo social

El principal impulsor de la Ley de Talles fue Anybody Argentina, una organización civil que, a través de campañas de concientización, logró llevar su propuesta al Congreso de la Nación.

Desde el 2012, la organización desarrolla encuestas anuales acerca del acceso a talles de indumentaria, cuyos resultados evidenciaron un alto grado de disconformidad. En su primer relevamiento (2012), sobre 395 respuestas, el 67,63% de las personas indicó tener problemas para encontrar su talla de ropa. En 2017, la participación aumentó notablemente, a 6386 respuestas y el 68,32% expresó dificultades similares. Ese año, se incorporaron preguntas sobre los sentimientos asociados a la imposibilidad de acceder a la indumentaria adecuada: los más frecuentes fueron el cuestionamiento del propio cuerpo y la sensación de impotencia. Además, un 6,25% manifestó haber iniciado una dieta como consecuencia de esta exclusión.

Durante el contexto pandémico, participaron 8025 personas, de las cuales el 65% declaró no poder encontrar su talla. En esta etapa, el sentimiento predominante pasó de la impotencia a la tristeza, aunque el cuestionamiento corporal continuó presente. Posteriormente la encuesta publicada en el 2022, reunió un total de 6668 respuestas: el 53% afirmó tener dificultades para encontrar su talla; el 61% manifestó sentirse triste, el 45% expresó enojo con su cuerpo, y un 64% manifestó haberse cuestionado físicamente. Asimismo, un 36% reconoció haber adoptado conductas de riesgo, tales como dietas, restricción alimentaria, atracones, vómitos o realizar ejercicio en exceso

La última encuesta publicada (2024) declinó en cuanto al total de encuestados, bajando a 5110 respuestas, por lo tanto, el 54% aseguró dificultades a la hora de encontrar talle dentro del cual el 50,2% testifica sentirse triste por no encajar con la ropa deseada y el 46,9% declaró sentirse enojado con el comercio por no tener la talla precisada. Del mismo modo, el 44,2% cuestiona su cuerpo o realiza conductas de riesgo.

A partir de estos hallazgos, Anybody Argentina comenzó a vincularse con actores políticos y referentes institucionales para promover una ley que abordara y reglamentara la problemática en cuestión.

Gracias a la persistencia de la organización, el proyecto fue impulsado en el Congreso con el acompañamiento de diversas legisladoras que defendieron la necesidad de establecer un sistema de talles basado en un estudio antropométrico representativo de la población argentina.

Del mismo modo que realizan encuestas, la ONG desarrolló múltiples campañas de sensibilización durante 2013 y 2019. Dentro de las primeras acciones realizadas encontramos el modelometro (2012), un aparato desarrollado por Anybody UK, que muestra la gran variedad de corporalidades y la diferencia con el ideal 90-60-90. Años más tarde, en el 2015, impulsaron una iniciativa dirigida hacia Facebook, reclamando que se eliminen las opciones como “me siento gorda” y “me siento fea”, ya que reforzaban estereotipos negativos sobre la imagen corporal. Para finalizar, otra de las campañas más conocidas se llevó a cabo entre el 2016 y 2019, en la cual destacaron y reconocieron a aquellas marcas que ofrecían un rango inclusivo de talles.

Proceso normativo y sanción de Ley de Talles 27.521

Con la sanción de la ley 27.521, Argentina se convirtió en el primer país en legislar de manera obligatoria sobre los talles de indumentaria a nivel nacional. Este avance resulta altamente significativo si se compara con otros países, donde las normativas vinculadas a los talles poseen carácter meramente voluntario o técnico.

La industria textil y el surgimiento de los sistemas de talles

La industria textil evolucionó de manera notable con el paso del tiempo; lo que al principio fue una producción individual de indumentaria, pasó a convertirse en una elaboración masiva, produciendo un punto de inflexión en su historia. En el siglo XVIII, los sastres y costureras eran los encargados de confeccionar las prendas, tomando medidas exactas de sus clientes; esto era un procedimiento difícil y arduo, ya que cada prenda se confeccionaba con hilo y aguja de forma precisa.

Para que la fabricación masiva tuviera lugar, fue importante la llegada de la Revolución Industrial del siglo XIX. Este cambio social permitió la introducción de las primeras máquinas de coser al mercado de corte y confección, acelerando su desarrollo. Dicho avance transformó la manera de realizar las prendas: ya no se producían exclusivamente a medida, sino que comenzaron a elaborarse para grupos de personas con características corporales similares.

Trayectoria del tallaje europeo

En Europa, desde fines del siglo XIX, comenzaron a implementarse los primeros sistemas de tallas, principalmente en Reino Unido. Tras la Primera Guerra Mundial, se sistematizaron dos tablas de tallaje: Sistema de Tallas de Leeds, que tuvo mayor protagonismo pero solo resultó adecuado para la ropa masculina, y Sistema de Tallas de Londres. Como todavía no conseguían estandarizar el cuerpo femenino, decidieron tomar como referencia el sistema estadounidense adaptando las medidas a pulgadas. Finalmente, en 1929 se creó la *British Standards Institution BS 3666*.

Hacia fines del siglo XX, el Comité Europeo de Normalización (CEN/TC) desarrolló la designación de tallas conocida como *EN 13402,* que abarca a la mayoría de los países de la Unión Europea, excepto Alemania, Francia e Italia.

Dentro del contexto europeo, Italia presentó ciertas particularidades. Ante la falta de producción masiva, en 1950, la compañía italiana Gruppo Finaziario Tessile (GFT) tomó ventaja sobre otras empresas para fabricar un sistema de talles italiano. Así fue como GFT midió a más de 25.000 italianos para estructurar su corporalidad, lo que permitió concretar una tabla de talles. En Francia, se implementaron dos sistemas: el alfa, que agrupa tres tallas numéricas bajo una letra (S, M, L), y el numérico, que expresa las medidas del busto en centímetros (por ejemplo 38, 42, 46). En cuanto al sistema alemán, no se registran diferencias significativas respecto de la norma *EN 13402.*

Antecedentes del sistema de talles norteamericano

Durante el siglo XIX, las guerras estadounidenses aceleraron la necesidad de producir uniformes de manera masiva y en plazos muy cortos. Los primeros sistemas de talles organizados se aplicaron principalmente a la industria masculina, mientras que las mujeres continuaban solicitando ropa a medida. El uso de corsés fue una de las razones que impidieron la estandarización de patrones femeninos, por lo que le generaba a la silueta.

No fue hasta el inicio del siglo XX, que la silueta adoptó nuevamente formas más naturales, gracias a la influencia de la moda parisina, lo que facilitó el desarrollo de su ropa industrializada. En 1939, el gobierno estadounidense llevó a cabo el estudio “Women's

measurements for Garment and Pattern Construction", a través del cual se evaluaron aproximadamente 15.000 mujeres con el fin de mejorar el ajuste de la ropa. Sin embargo, dicha muestra resultó sesgada, debido a que estaba compuesta mayoritariamente por mujeres blancas y aquellas mujeres negras que se presentaron, fueron excluidas.

A finales de la década de 1960, el sistema numérico de talles que abarcaba del 8 al 42, fue introducido al mundo de la moda. No obstante, este sistema no prosperó debido a que continuaba basándose en los datos de 1939 y resultaba difícil de aplicar a los clientes reales. En 1970 se realizaron algunas actualizaciones, sin considerar la diversidad real de los cuerpos femeninos. Finalmente, en la década de 1980, la tabla numérica fue retirada por completo y dio inicio al fenómeno del *vanity sizing*, mediante el cual las marcas comenzaron a reducir los talles para atraer emocionalmente a los clientes. A mediados de los años noventa, la organización American Standards for Testing and Materials (ASTM) International desarrolló un estándar de talles no obligatorio, también influenciado por este fenómeno.

Desarrollo del sistema de talles y la industria textil en Argentina

Mientras las primeras potencias mundiales avanzaban en la industrialización y estandarización, Argentina presentaba un desarrollo más lento. Si bien una de las causas fue su proceso de consolidación como nación y en un estado independiente, también influyó la política económica proteccionista del Estado, que fomentó la producción local. Otro punto a tener en cuenta, fue la llegada constante de mano de obra europea, que traía consigo conocimientos y experiencias técnicas avanzadas, lo que promovió aún más el crecimiento de la industria nacional.

A partir del incremento de las guerras del siglo XIX, como la Guerra de la Triple Frontera y la Guerra de la Independencia Argentina, surgió la necesidad de fabricar uniformes de manera local. En ese contexto, Juan Manuel de Rosas promovió la creación del cuartel de Santos Lugares, en el cual numerosas mujeres y esposas condenadas por delitos correccionales se ocupaban de confeccionar los uniformes. Teniendo en cuenta que hacia 1840 aún no se habían incorporado las primeras máquinas de coser en el país, la industria textil se desarrolló de forma totalmente manual, ralentizando el trabajo de las mujeres a un promedio de 14 horas en elaborar una camisa.

A raíz de las crisis sociales y políticas europeas, miles de personas emigraron hacia Argentina. Las principales nacionalidades exiliadas fueron la española e italiana, ambas pioneras en el mundo de la moda. Esta inmigración se vio reflejada en el crecimiento del mercado y en los censos realizados durante la época, los cuales evidenciaban el desarrollo que se estaba llevando a cabo. Considerando que Argentina aún no contemplaba la idea de un talle

universal para la producción masiva de ropa, los sastres y costureras comenzaron a replicar los patrones y modelos europeos para la comercialización textil local.

El comienzo del siglo XX estuvo marcado por la interrupción del comercio global debido a la Segunda Guerra Mundial. Enfocados en sus propios conflictos bélicos, las potencias mundiales dejaron de exportar, lo que forzó a Argentina a producir localmente lo que antes importaba. El ex-presidente Juan Domingo Perón (1946), estableció la política económica de *Industrialización por Sustitución de Importaciones* (ISI), que tenía como finalidad el reforzamiento de la producción nacional argentina. Por lo tanto, en las décadas de los sesenta y setenta, el rubro textil experimentó un gran avance e incluso logró exportar su mercadería. A pesar de este crecimiento, el país continuaba atrasado en materia de estandarización de talles, ya que aún no existía una producción masiva ni una tabla de talles.

Experiencias latinoamericanas acerca de una ley nacional de talles

En países como Perú y Brasil existen normativas técnicas destinadas a estandarizar los talles de indumentaria. En Perú, el portal oficial del gobierno informa que se realizaron mediciones corporales para lograr una estandarización, aunque no se detalla públicamente el proceso. Por su parte, en Brasil, la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT) desarrolló un estándar basado en la medición de 10.000 cuerpos brasileños y consultas nacionales para alcanzar un consenso técnico. No obstante, en ambos casos estas normas tienen carácter voluntario, por lo que su aplicación queda a disposición de la identificación e interés de cada marca.

Desde el 2007, Uruguay trabaja en la consolidación de una ley de talles, y en 2023 se impulsó un proyecto a cargo de Carlos Enciso, María Pía Biestro y Eduardo Elinger. Este busca la coherencia entre los cuerpos y los talles, y además exige la diversidad de tallas. De manera similar, Chile impulsó en 2022 con los mismos objetivos: igualdad de tallas y concordancia entre cuerpo y talle, esta legislación busca producir un impacto positivo en la salud mental de la población, según informa Martina Barroeta, creadora de la plataforma Fashioned.

Evolución sociocultural de los estereotipos de belleza femenina

Desde la consolidación de la civilización humana, la belleza ha reflejado los valores y aspiraciones de cada sociedad en la antigüedad. A partir de ello es que se considera a Afrodita como la diosa de la belleza correspondiente a la Antigua Grecia, ella fue el comienzo del ideal estético para las mujeres ya que se la relacionaba con la perfección, el deseo y la armonía. En este sentido, surgió el primer patrón de belleza fomentado por la Antigua Roma; el atributo más valorado era la tez blanca y sonrosada, lo que dio inicio al consumo de productos cosméticos destinados a mejorar el aspecto físico.

La consolidación del cristianismo opacó los cánones de belleza que existían en la Edad Media. De este modo, se comenzó a concebir el cuerpo producto de un regalo de Dios, dando comienzo a una visión espiritualista de la vida. Así fue, como la apariencia física pasó a un plano secundario, ya que tomó protagonismo la bondad de la persona y la salvación de su alma. Más allá del fuerte movimiento cristiano, en algunos sectores de la sociedad persistieron ciertos ideales de belleza producto de las invasiones de los pueblos bárbaros, que establecieron la figura de la mujer nórdica como modelo de perfección: rubia, de tez blanca, cejas morenas, ojos alegres y mentón redondeado. Esta concepción se transformó de manera notable con el paso del tiempo y con el surgimiento del amor cortés y la poesía. La belleza fue nuevamente admirada en las damas de piel nívea y pelo dorado.

Teniendo en cuenta que el cuerpo femenino fue desplazado por el rigor de la espiritualidad, en el inicio de la Edad Moderna, volvió a tener su lugar preferencial. De esta forma, se retomaron nuevamente los arquetipos griegos y romanos, donde se considera al cuerpo femenino como el ideal estético. El modelo que se fomentaba, era una silueta voluminosa y resaltada con curvas, que utilizaban los corsés para obtener una figura de reloj de arena.

En el siglo XIX, la concepción de belleza femenina experimentó otra transformación. En contraposición a la voluptuosidad de la Edad Moderna, se impuso un aspecto frágil y apagado: rostros pálidos y ojerosos junto a cuerpos delgados se convirtieron en símbolos de belleza, tendencia que se mantuvo hasta comienzos del nuevo siglo. Con el nuevo siglo, algunos de los estereotipos que surgieron fueron representados por distintos prototipos femeninos.

En Estados Unidos en el año 1900, se comenzó a ver por primera vez un estilo distinto de mujer al que se estaba acostumbrado. Las *Gibson Girl* fueron un ícono de la feminidad representada en el siglo XIX. Su característica principal giraba en a su altura y curvas pronunciadas, esto fue al igual que en la Edad Moderna, gracias al uso de los corsés ya que apresaban la cintura y remarcaban las caderas, dando como resultado una postura erguida y esbelta. La sociedad consideraba a estas mujeres perfectas por la ambiguedad que exhibían, por una parte una imagen que no sensual pero no vulgar, y por otra parte una figura liberal sin ser totalmente feminista Camille Clifford es un caso emblemático, ya que fue elegida por el propio Gibson, como la mujer que mejor representaba su estereotipo.

Más tarde, en los años veinte, surgieron las *flappers* que tenían una figura totalmente distinta a las Gibson. Este modelo de mujer se comenzó a hacer presente después de la Primera Guerra Mundial, con un cuerpo delgado anguloso, resultado de la pérdida de curvas. Este nuevo modelo de mujer constituyó una ruptura con la feminidad tradicional, ya que poco a poco fueron reclamando sus derechos y adentrándose al mundo laboral. Al mismo tiempo, se

oponían a la moda establecida como acto de rebeldía, utilizando cabellos y faldas cortas, como lo hizo Louise Brooks.

Los años treinta trajeron consigo el encanto de Hollywood de la mano de Mae West y Jean Harlow. El modelo hollywoodense tuvo de particular los cuerpos delgados pero sensuales, acompañados por una cintura estrecha y pechos sugerentes Las mujeres proyectaban una imagen de elegancia, misterio y autocontrol: las conocidas *femme fatalle*, seguras de sí mismas y con un aire de poder.

Las *pin-up girls* también conocidas como *las chicas de calendario,* nacieron a mitad del siglo XX (1940-1950) y representaron el nuevo ideal femenino. En medio del momento cúlmine de la cultura visual y del consumo, surgió un modelo voluptuoso y curvilíneo, destacando las cinturas pequeñas y caderas marcadas. Un ejemplo visible fue Marilyn Monroe. Estas mujeres se mostraban sensuales, aunque conservando los límites de lo tradicional.

Los años sesenta se caracterizaron por grandes transformaciones a nivel social y cultural, las cuales dieron lugar a que dos estereotipos femeninos coexistieran. Por un lado, las *conejitas playboy*, que fueron introducidas en el mercado cultural por la revista Playboy, simbolizaron la evolución de los medios de comunicación y el aumento de la creciente sexualización de la imagen femenina. La industria cultural comenzó a exigir una representación más erótica, dejando atrás la mirada inocente pero sugerente de las pin-up para dar paso a una figura más explícita. Este modelo continúaba la línea del anterior, pero aspiraba a una figura más atlética, en particular los brazos, abdomen y glúteos; además vestían el característico uniforme de conejita: corsé, medias, accesorios y la distintiva cola. Contrariamente a estas mujeres, aparecieron otras con una impresionante delgadez extrema, piernas largas y curvas nulas. Esta congruencia de estereotipos se mantuvo hasta los años setenta, momento en el cual el canon volvió a cambiar.

Por más que todavía continuaba presente la delgadez, los años ochenta tomaron un nuevo giro. Se fusionó el cuerpo delgado y el atlético, corriendo la mirada anoréxica de la sociedad para comenzar a promocionar una contextura más saludable y asociando la belleza al ejercicio físico y la vitalidad.

En el transcurso de la década de 1990 se intensificó la presión mediática hacia las mujeres, insinuándoles criterios definitivos sobre lo que significaba ser exitosa y bella según los medios de comunicación. Al igual que en los años sesenta y setenta, predominó una doble idealización corporal: por una parte, resurgieron las pin-up girls con sus cuerpos voluminosos y sexualizados; por otra parte, la cultura de las *top-models,* que imponían una delgadez notoria y una figura alta y estilizada.

Las chicas de calendario comenzaron a desaparecer de forma gradual en la década del 2000, dando lugar a la industria de la delgadez extrema como símbolo de éxito y aceptación social. Los medios de comunicación, las publicidades y la industria de la moda, volvieron a promover un nuevo ideal corporal, esta vez con características anoréxicas y enfermizas, que reflejaba una figura frágil y delgada. A pesar de ello, este estereotipo de belleza se tornó peligroso y riesgoso para la salud mental de las mujeres, generando lamentables consecuencias como trastornos de la conducta alimentaria y, en algunos casos, la muerte. Ana Carolina Reston, Luisel y Eliana Ramos, son una tragedia de la cual hoy en día se continúa hablando, su caso pone en manifiesto la presión social que vivían y cómo eso las llevó a la muerte inmediata. El canon de delgadez extrema se mantuvo hasta la década siguiente, 2010, a pesar de las graves consecuencias que padecieron las mujeres que intentaron encajar en ese rol.

Papel de los medios de comunicación en la construcción de los estereotipos femeninos

Así como el mundo dio comienzo a un nuevo siglo, del mismo modo se dio la fabricación de la televisión. Esto fue un éxito para los medios de comunicación, ya que ofrecían una alternativa visual para la transmisión de información. El televisor llegó a Argentina en el año 1951 y lo primero que vieron los argentinos a través de ella fue el discurso de Eva Duarte y Juan Domingo Perón. Progresivamente, se incorporaron a la televisión distintos tipos de contenido que alcanzaron a diferentes públicos, como dibujos animados, obras de teatro y noticieros, los cuales favorecieron la consolidación de la televisión masiva.

Tal como es definida, la televisión es un medio de comunicación. Un intermediario entre el emisor y el receptor en el proceso de la transmisión de información. Por ello, es de máxima necesidad comprender la responsabilidad que requiere el momento de difundir un mensaje, ya que tiene un amplio alcance tanto para adultos como para niños y adolescentes. En este sentido, el contenido transmitido debe ser analizado de manera objetiva y ética, considerando el impacto que puede generar en las percepciones del público.

Así como las revistas y periódicos difundían una imagen específica de la mujer acompañada de consejos sobre cómo debía comportarse o qué debía hacer para ser considerada atractiva ante los hombres, los medios fueron promoviendo e instalando progresivamente determinados cánones de belleza. Un ejemplo ilustrativo es la publicidad del año 1926 del Té Trovar, que fomentaba una cultura de la delgadez femenina mediante un mensaje contundente: “no se exponga al ridículo (...) ser muy gordo es una pesadilla” (Tossounian, 2025). Del mismo modo, desde mediados de la década de 1950, la televisión argentina comenzó a inundarse de publicidades y artículos sobre cómo lograr el “cuerpo ideal”, consolidando así un modelo estético hegemónico asociado a la delgadez.

A pesar de los avances sociales y culturales –como el body positive y la inclusión de personas curvy, con discapacidad, afrodescendientes o latinas dentro de la industria de la moda y el modelaje– los medios de comunicación continúan reproduciendo discursos que asocian la belleza femenina con la delgadez. Distintas figuras del medio argentino han relatado cómo este ideal se mantiene vigente incluso en el siglo XXI.

Por ejemplo, la actriz Leticia Brédice relató en primera persona los hábitos normalizados entre las actrices en los años noventa para bajar de peso, como el consumo de anfetaminas, y cómo algunas figuras le aconsejaban hacerlo al igual que ellas, mientras que otras la disuadían. Además, mencionó la presión ejercida por parte de las vestuaristas para mantener una figura delgada: “Si tuvieses dos kilitos menos, esta pollera te quedaría soñada” (De María, 2025).

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en un nuevo medio de comunicación masivo como lo fue la televisión a mediados del siglo XX. Estas aplicaciones funcionan como una extensión más rápida y cómoda de los medios tradicionales, ya que se encuentran al alcance de la mano y a un solo clic de distancia. La digitalización permite la misma promoción acerca de los estereotipos de belleza, salvo por una diferencia, el mayor acceso que tienen los niños y adolescentes a las pantallas y sus posibles repercusiones psicológicas debido al algoritmo

Este fenómeno de la digitalización se encuentra en muchas figuras públicas que hacen uso de las redes sociales y que continúa a día de hoy, enfrentándose al canon de delgadez como sinónimo de belleza. Juana Repetto, actriz e influencer, suele mostrarse en redes sociales de manera natural y libre; por un lado, esta exposición genera aceptación dentro de su público, pero por otro, también recibe críticas. En su cuenta de Instagram publicó videos en bikini y compartió una reflexión con sus seguidores: “Nadie me decía qué linda estaba cuando pesaba 20 kilos más” (Infobae, 2023), expresó.

Estado del Arte

Presión sociocultural y malestar psicológico: La construcción del ideal corporal y su impacto en la juventud

Estándares socioculturales de belleza e impacto en la autoimagen

Uno de los mayores signos de insatisfacción corporal en las mujeres jóvenes y adolescentes, ha sido y continúa siendo aún hoy en la actualidad, la internalización del ideal de delgadez y los estereotipos socioculturales de belleza. Diversos estudios realizados en el país muestran que la presión social por ajustarse a ciertos estándares corporales, junto con la exposición constante a estos cánones, puede dañar la autoimagen y favorecer la aparición de malestar psicológico, como síntomas depresivos, ansiosos y problemas vinculados a la conducta alimentaria.

En el contexto internacional, una investigación realizada en España acerca de la representación de la belleza femenina en anuncios (Marín Cárdaba et al., 2022) mostró que las mujeres jóvenes pueden sufrir efectos secundarios negativos, aunque sólo se las exponga a un número limitado de publicidades que promueven ideales corporales hegemónicos. Los resultados mostraron que este tipo de mensajes aumenta la preocupación por el peso, promueve la elección de alimentos de bajas calorías y estimula conductas orientadas al control corporal, como la necesidad de realizar actividad física.

De la misma manera, Muñoz-Muñoz et al (2024) también analizaron publicidades y hallaron que todas las imágenes contenían alteraciones digitales con el propósito de reforzar los valores sociales más destacados: delgadez, juventud y belleza del rostro. Según el estudio, la delgadez fue la característica más destacada, ya que aproximadamente el 95% de las modelos aparecía con una figura visiblemente reducida mediante edición digital. Estos retoques digitales están destinados a modelar y acentuar ciertas áreas del cuerpo para que se adapten a los estándares corporales impuestos por la sociedad. Dichos ajustes fomentan los ideales estéticos hegemónicos e irreales, promoviendo la internalización del ideal de delgadez.

Prevalencia de la insatisfacción corporal en población juvenil

Debido a la gran influencia que tienen los ideales estéticos, es esencial ampliar el marco de la presión sociocultural para analizar su verdadero impacto en la población. La evidencia empírica permite dimensionar cómo este fenómeno se materializa en altos índices de insatisfacción corporal, demostrando así la magnitud del malestar que afecta al grupo etario.

De esta forma, Heras-Benavidez et al. (2017) demostraron la concordancia hallada en un grupo de jóvenes chilenas respecto de la insatisfacción corporal y la naturalidad con la que se vivencia. Siguiendo la misma línea una investigación desarrollada en México (Paredes et al., 2019), presentó que el 18,8% de las adolescentes y el 19,8% de las jóvenes, manifestaron cierto grado de insatisfacción con su apariencia física. De manera similar, un estudio hecho con 516 universitarios españoles (Medina-Gómez et al., 2019), mostró que el 61,4% de ellos tenía moderados y altos niveles de insatisfacción con su cuerpo, siendo en su mayoría las mujeres.

Esta tendencia que identifica a las mujeres como el grupo más vulnerable, sigue presente años más tarde, dándolo cuenta con la investigación de Vargas et al. (2021), quienes indicaron que las mujeres continúan siendo el grupo que más riesgo tiene de tener una percepción negativa de sí mismas.

En la misma dirección, Morán et al (2024) lo evidenciaron al examinar 217 adolescentes, de las cuales el 54,9% expresó sentir insatisfacción corporal, lo que concluye que la insatisfacción con la propia imagen es un fenómeno prevalente en adolescentes y jóvenes mujeres.

Distorsión perceptiva y dismorfia corporal en la era digital

A medida que los ideales de belleza se tornaron más estrictos, también lo hicieron las maneras en que estos se propagan. La manipulación estética, los filtros digitales y las herramientas tecnológicas han creado nuevas atmósferas en las que la autopercepción puede distorsionarse, lo cual intensifica la insatisfacción y amplía la brecha entre el aspecto real y el deseado.

Siguiendo esta línea, diversos autores comenzaron a investigar y demostrar que estas distorsiones tienden a ser más evidentes en mujeres jóvenes. Sigala Chavarría et al. (2019) encontraron que, a pesar de que la mitad de las mujeres tenían una imagen corporal apropiada, el 41% se autopercibía más robusta de lo que en realidad eran y, entre ellas, el 93% deseaba ser más delgada; esto muestra la discrepancia que hay entre la imagen corporal ideal y la percibida. En la misma dirección, un estudio hecho con 107 mujeres universitarias (Dipré Ortíz & Font Peláez, 2022), reveló que el 59,5% de ellas reportó notar defectos en su aspecto con frecuencia o mucha frecuencia, siendo la primera opción la más seleccionada. Además, el 60,9% expresó sentir preocupación por un defecto físico que es irrelevante para los demás, siendo la categoría frecuentemente, la más común entre las encuestadas. En cuanto a la influencia de los cánones de belleza digitales, el 34,5% afirmó que los filtros estéticos le influyen con frecuencia; por otro lado, el 19,1% dijo preferir mostrarse en redes sociales usando un filtro.

En relación con estos hallazgos, un estudio (Eidelman, 2022) muestra que el uso de la plataforma *Instagram* durante un largo período de tiempo, también contribuye a que los adolescentes experimenten malestar corporal. Las mujeres entrevistadas explicaron que su autopercepción se veía afectada de manera negativa por la exposición continua a imágenes de otras mujeres en dicha plataforma, debido a la comparación constante y a la dificultad de distinguir entre cuerpos reales y los modificados digitalmente. Del mismo modo, se notó que los filtros y herramientas de edición replican y fortalecen el ideal de belleza basado en la delgadez, lo que llevó a las jóvenes a utilizarlos para modificar su silueta o rostro con el propósito de sentirse “más normales”.

Avero Díaz & Del Pino Ojeda Alemán (2025), indicaron, además, que las personas con una imagen corporal más distorsionada suelen estar más preocupadas por su apariencia física, se exponen con mayor frecuencia a estándares estéticos irreales y tienen una propensión mayor a cambiar su aspecto mediante filtros o retoques digitales; en este sentido, subrayaron a la autoestima y la satisfacción vital como factores de protección ante estas presiones.

Influencias socioculturales y efectos psicológicos de la presión estética

Impacto psicopatológico de la autoimagen negativa: correlación con ansiedad y desórdenes alimenticios

Numerosas investigaciones han llegado a la conclusión de que los problemas relacionados con la autoimagen no son sólamente estéticos, sino que también están asociados con un aumento significativo de síntomas ansiosos y depresivos, así como también con indicios de trastornos alimentarios.

Rivarola & Zárate (2018) realizaron un estudio experimental en 143 mujeres argentinas acerca de la insatisfacción corporal. Esto demostró que las participantes presentaron altos niveles de descontento con su imagen y también preocupación por su peso, lo que las afectaba psicológicamente y convirtiendo así al cuerpo en un espacio de intervención para disminuir sus sentimientos negativos.

De manera similar, lo constató Medina-Gómez et al. (2019), aproximadamente el 20% de los 516 sujetos experimentales, manifestó altos niveles de ansiedad, que se relacionan con la insatisfacción corporal. Esto le brinda a la ansiedad un rol fundamental dentro del conjunto de factores que influyen en la percepción negativa del individuo.

Por otro lado, una investigación realizada a adolescentes de 12 a 14 años (Ruíz Martínez et al., 2021), incluyó los indicadores de riesgo alimentario como una variable a analizar. Aunque, el 6,1% presentó conductas de riesgo (como la restricción al comer, miedo a

engordar y culpabilidad), no hubo ningún participante que superara el límite de comportamiento alimentarios extremos. A pesar de no constituir un diagnóstico clínico extremo, este hallazgo muestra que existen comportamientos y cogniciones de riesgo en los jóvenes asociados con el descontento corporal.

Pedrón (2021) también notó esta tendencia al incremento en las conductas riesgosas durante el aislamiento social por COVID-19. El estudio indicó que cerca del 30% de las personas con Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA) y el 15% de los individuos sanos, aumentaron su conducta dietante, el ejercicio excesivo y los atracones. Asimismo, se detectó que el 49% de las personas sanas y el 60% de los pacientes con TCA empezaron a preocuparse por imperfecciones en su rostro que antes no habían notado, llegando incluso, a tener en cuenta tratamientos estéticos. Esto enfatiza como un incremento en la auto-observación puede hacer que la insatisfacción hacia conductas de riesgo y las preocupaciones dismórficas crezcan de manera rápida.

Insatisfacción corporal y riesgo de Trastorno de la Conducta Alimentaria

La adolescencia y la transición hacia la adultez constituyen ciclos vitales marcados por importantes cambios físicos, psicológicos y sociales. Ambas etapas etarias comparten vulnerabilidades en el proceso de conformación psíquica, lo que las vuelve más sensibles a la influencia de los estándares estéticos y la presión sociocultural. Esta exposición puede expresarse mediante síntomas ansiosos o depresivos, o bien manifestarse a través de comportamientos alimentarios cuando no logra ser adecuadamente regulada.

Con respecto a la prevalencia de riesgo en relación con la conducta alimentaria, un estudio realizado en estudiantes de nivel secundario, dieron cuenta que el 30,1% de los alumnos presentaban riesgo de desarrollar un trastorno de la conducta alimentaria. Dentro de ese grupo, al categorizar según el sexo de la población, el mayor índice correspondió a las mujeres, quienes presentaron un 41,3% (Fajardo et al., 2017). Estos resultados se complementan con la investigación de Gerbotto & Paturzo (2020) también en adolescentes pero esta vez argentinos; estos jóvenes expresaron modificar su alimentación a la hora de realizar una exposición pública de comedia musical por temor de sentirse “hinchados”, pero lo interesante es que a la hora de consultar sobre la percepción corporal, muchos señalaron sentirse incómodos con alguna parte de su cuerpo, específicamente la panza y el peso.

En esta misma línea, Torres-Cruz & Torres-Cruz (2021), dieron cuenta en su estudio, que la mitad de los individuos encuestados presentaban algún tipo de trastorno alimentario; dentro de ellos, el 30% mostraron una gran tendencia a padecerlo y un 20% ya lo tenía. Al examinar los datos en función del sexo, se corroboró nuevamente, una destacada población femenina, superando ampliamente a los varones. Lo llamativo para estos autores, fue el índice

de masa corporal, debido a que estaban dentro de los parámetros normales, y aún así había muchos casos dentro de la categoría de riesgo o incluso diagnóstico.

Un estudio adicional, desarrollado por Chammas et al., (2025), arrojó también una proporción importante de jóvenes con conductas alimentarias problemáticas; en este caso, el 30% presentó algún nivel de riesgo de desarrollar un TCA. Esto evidencia la magnitud del fenómeno y su persistencia en la población señalada.

Finalmente, según los hallazgos del equipo de Antonucci (2025) un 45,3% de la población, presentaron algún tipo de riesgo alimentario, dentro de los cuales, los jóvenes adultos tuvieron mayor índice. También se encontró que a mayor preocupación corporal, las conductas de riesgo van a ser igual de superiores. Del mismo modo sucede con las redes sociales, en este caso *Instagram*, cuanta más importancia se le de, se incrementa el riesgo de malestar e insatisfacción corporal junto a las conductas alimentarias de riesgo.

Es así como el conjunto de investigaciones mencionadas, constatan las consecuencias a las que se enfrentan las mujeres: insatisfacción corporal, trastornos de la conducta alimentaria, síntomas de ansiedad y depresión, comparativas entre el género femenino y signos de dismorfia corporal, son algunas de las dificultades debido al problema central de la investigación, *falta de regulación de talles*. Esta situación, lejos de ser un hecho meramente estético o de inconformidad, se enmarca en una problemática de salud pública y exclusión social. Es por eso, que se debe analizar las fallas en las estructuras regulatorias que, al no garantizar la inclusión y la equidad en el consumo, perpetúan la validación negativa del cuerpo.

Limitaciones en la aplicación de la Ley de Talles

La sanción de la Ley de Talles (27.521) fue aprobada como respuesta al reclamo social generado por la exclusión corporal en la industria textil. Si bien la normativa fue reglamentada en 2021, es fundamental revisar su situación actual de implementación. Diversos reportes y las experiencias objetivas de cada sujeto, indican que la ley no se aplica en su totalidad, lo que evidencia una notable discrepancia entre el marco legal y las prácticas reales del sector. Esta falta de implementación efectiva se interpreta en una continua incongruencia entre los talles, forzando a las mujeres a enfrentarse a una gran gama de variedad numérica y fortaleciendo la idea de que el cuerpo es el que debe adaptarse, y no la industria.

Según un artículo publicado a fines de 2023 en el Portal Oficial del Estado argentino, se comunicó la realización del primer Consejo Consultivo del Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria (SUNITI).

Conforme al decreto 375/2021, refiere:

> Se contempla la creación de un Consejo Técnico Consultivo cuya función será la de pronunciarse sin efecto vinculante sobre cuestiones relevantes que le solicite la Autoridad de Aplicación, en lo referente a la implementación y difusión del Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria.
>
> (Presidencia de la Nación Argentina, 2021)

Esto hace referencia a que es de carácter obligatorio contar con un grupo de representantes, quienes asesorarán, opinarán y realizarán recomendaciones en torno a la ley, solamente cuando sea necesario y requerido.

Retomando el informe procedente del Portal Oficial argentino, se deja constancia de los representantes que conforman el Consejo Técnico Consultivo, los cuales fueron designados según cada sector y actuarán en carácter voluntario, es decir, ad honorem, conforme a lo establecido en el artículo 4° del Decreto 375/2021:

> “Dos representantes de la Autoridad de Aplicación, siendo uno de ellos el titular de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje. Un representante de las cámaras sectoriales vinculadas a la indumentaria. Un representante de organizaciones de la sociedad civil vinculadas a la temática. Un representante electo por las asociaciones de consumidores inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores. Un representante de los docentes regulares de las carreras de Diseño de Indumentaria y Diseño Textil de universidades nacionales. Un representante del Ministerio de Salud. Un representante del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI). Un representante del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).”
>
> (Presidencia de la Nación Argentina, 2021)

Dicho consejo quedó conformado por Lucila Bueti, subsecretaria de Acciones para la Defensa de los Consumidores, y Alejandro Pérez Hazaña, titular de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje del Consumo, quienes oficiaron como representantes de la Autoridad de Aplicación. Junto a ellos se añadió a Cristian Urbinati, en representación de la Cámara de la Industria Argentina de la Indumentaria (CIAI), como miembro de las cámaras sectoriales vinculadas a la indumentaria. También participaron Mercedes Estruch, de la Fundación Mardel Solidaria y fundadora de Anybody Argentina, como representante de la sociedad civil vinculadas a la temática, y María Fernanda Lacey, de la Asociación Unión de Usuarios y Consumidores, en calidad de representante electa por las asociaciones de consumidores inscriptas en el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores. Asimismo, se incorporó Silvina Barretto, diseñadora y profesora regular, como representante del cuerpo docente de las carreras de Diseño de Indumentaria y Diseño Textil de universidades nacionales, y Silvina Maddaleno, licenciada, como representante del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI).

En cuanto a los representantes del Ministerio de Salud y del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), si bien se menciona la participación de “miembros” de dichas instituciones, no se especifican nombres propios, por lo que su designación formal continúa pendiente o sin difusión clara.

Sin embargo, Julieta Karaim llevó a cabo una conferencia la cual fue presentada en el Congreso Nacional y también en el Congreso Latinoamericano de Sociología Jurídica. Allí Karaim analizó la Ley de Talles desde una perspectiva de derechos humanos y sostiene que, a pesar de que la norma fue sancionada y luego reglamentada, en la práctica su cumplimiento es casi inexistente. La autora remarca que esta falta de implementación no es sólamente por cuestiones técnicas, sino que también responde a decisiones políticas que siguen promoviendo las desigualdades estructurales en el acceso al consumo, la salud y la construcción de la identidad corporal. Allí se menciona la indefinición de la conformación del Consejo, lo cual refuta lo mencionado por el Gobierno, pero ¿qué tan cierto es? El Portal Oficial Argentino oficializó los nombres que formaban parte del Consejo en el año 2023, pero al día de la fecha no hay ninguna actualización ya sea del SUNITI o mismo sobre quiénes son los delegados del INTI y del Ministerio de Salud. Por lo tanto aún podría pensarse que los pasos más importantes están hechos, pero la ausencia de un régimen que regule el funcionamiento del Consejo deja en evidencia que todavía falta avanzar en aspectos clave, incluso cuando sus integrantes actuarán ad honorem.

¿Es la falta de remuneración un obstáculo real para su implementación? ¿Los derechos humanos no deberían ser considerados una prioridad humanitaria en lugar de la

retribución económica? ¿O por el contrario, la falta de ejecución responde a decisiones políticas que mantienen frenada la aplicación efectiva de la ley?

Marco teórico

Sistema de gobierno en Argentina

El sistema de gobierno en Argentina se constituye de una tríada formada a partir de tres principios fundamentales: representativo, a partir del cual el gobierno de turno ejerce su función a través del voto democrático del pueblo; republicano, que se funda en la división de poderes que rigen en el territorio argentino (Ejecutivo, Legislativo y Judicial); y, finalmente, federal, donde cada provincia mantiene su potestad aún estando bajo el Gobierno Nacional.

Se considera al principio republicano uno de los más importantes debido a su división de poderes. El Poder Ejecutivo, encargado de ejecutar y aplicar las leyes, es ejercido por el Presidente de la Nación, quien se encuentra a cargo y fue elegido de forma democrática por los ciudadanos a través del voto secreto. El Poder Legislativo, responsable de crear y sancionar las normas, está conformado por el Congreso de la Nación Argentina, que a su vez se encuentra compuesto por la Cámara de Diputados y la Cámara de Senadores, los cuales, de igual manera, son elegidos por los argentinos. Por último, el Poder Judicial, cuya función principal es interpretar las leyes y resolver conflictos jurídicos, es desempeñado por la Corte Suprema de Justicia de la Nación y los tribunales inferiores; estos, a diferencia de los representantes del Poder Ejecutivo y Legislativo, son designados a través de un sistema en el cual interviene el Consejo de la Magistratura y, al mismo tiempo, por el Poder Ejecutivo con acuerdo del Senado.

Es fundamental tener en cuenta la estructura del gobierno argentino para poder analizar e introducir al derecho positivo en Argentina, ya que aportan el marco teórico e institucional en el que se originan, aplican y supervisan las normas que rigen la convivencia social. De este modo, permite situar normas concretas, como la Ley de Talles, dentro del marco legal, mostrando la relación entre su elaboración, implementación y supervisión judicial.

Bloque jurídico

En el territorio argentino existen dos formas de concebir el derecho: derecho natural y derecho positivo. El derecho positivo es el conjunto de normas jurídicas que se encuentran validadas por el Congreso de la Nación y cuentan con un carácter coercitivo que regula la vida en sociedad, lo que significa que su cumplimiento puede ser exigido mediante la fuerza pública. A diferencia de éste, el derecho natural se sustenta en principios universales de justicia, entendidos como exclusivos de la naturaleza humana y que no dependen de la voluntad legislativa ni de un momento histórico específico.

Teniendo en cuenta que el derecho positivo es un conjunto de normas jurídicas, cabe mencionar la distinción que se realiza entre ellas desde la jerarquía, naturaleza y finalidad de las mismas. A raíz de ello, es significativo tener en consideración el artículo web desarrollado por el ex presidente Alberto Fernández, quien desarrolló su cargo como jefe de la nación Argentina desde 2019 hasta 2023; allí provee cierta explicación acerca de términos jurídicos, entre ellos la diferenciación de los tipos de normas jurídicas.

Una de las clasificaciones se refiere a la posición jerárquica y al ámbito territorial de vigencia, donde se pueden identificar la Constitución Nacional, leyes ordinarias, decretos de ley, ordenanzas municipales, resoluciones, entre otras. De todos estos puntos relacionados con la jerarquía de la norma, vamos a tomar como punto de partida a la ley ordinaria, la cual es promulgada por el Congreso de la Nación con el fin de regular la vida en sociedad; asimismo, este tipo de ley sigue el procedimiento legislativo previsto en la Constitución Nacional.

Otra de las clasificaciones que se mencionan es por finalidad, donde nos encontramos con las leyes especiales, que son diseñadas para un objeto específico y cuentan con ciertas características que las hacen diferentes, como la participación ciudadana, la obligación a diseñar organismos de control y la mayor especificidad que requieren, ya que muchas de estas leyes especiales necesitan la creación de reglamentos para detallar mejor su implementación.

Para finalizar, la última clasificación alude a la naturaleza de las normas jurídicas, la cual puede ser de tipo sustantiva o adjetiva. La norma sustantiva hace referencia a aquellas que definen los derechos y obligaciones principales de los sujetos; entre sus características principales se encuentra el establecimiento de deberes y prohibiciones, así como la intervención directa en la relación jurídica de fondo entre sujetos. Dentro de las normas sustantivas se encuentran diferentes ramas de aplicación, como el derecho penal, derecho civil, derecho comercial, derecho ambiental, entre otros. Por otro lado, la norma adjetiva define el procedimiento que se debe realizar para hacer valer los derechos reconocidos por las normas sustantivas. Al igual que estas últimas, las normas adjetivas cuentan con diversas ramas de aplicación, que pueden encontrarse en el Código Procesal Civil y Comercial, Código Procesal Penal o en la Ley de Procedimientos Administrativos.

En este escenario, siendo la Ley de Talles el núcleo central de este trabajo, se la considerará como una norma sustantiva y ordinaria dentro del derecho positivo argentino. Esto se debe al haber sido sancionada por el Congreso de la Nación, conforme al proceso legislativo previsto en el Capítulo IV, titulado “Atribuciones del Congreso”. En particular, se destaca el artículo 75, inciso 23, que establece: “Legislar y promover medidas de acción positiva que garanticen la igualdad real de oportunidades y de trato, y el pleno goce y ejercicio de los derechos reconocidos por esta Constitución y por los tratados internacionales vigentes sobre

derechos humanos (…)" (Gobierno de la Nación Argentina, 1994). Este inciso refleja la necesidad de ocuparse no sólo de la igualdad ante la ley, sino también la igualdad material en la práctica. La ley tiene como objetivo teórico definir derechos y obligaciones para comerciantes, fabricantes y consumidores, regulando un aspecto de la vida social y económica de los ciudadanos y promoviendo la inclusión y equidad en el acceso a la indumentaria.

Bloque psicológico

Según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales – Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders– (DSM-5, 2013), el Trastorno Dismórfico Corporal (TDC) se encuentra dentro del capítulo titulado "Obsesivo-Compulsivo y Relacionados Trastornos", junto a otras perturbaciones como la tricotilomanía, trastorno obsesivo-compulsivo y trastorno por excoriación. Esta disposición se debe a la existencia de obsesiones (pensamientos) y compulsiones (comportamientos repetitivos) que el sujeto realiza frente a una obsesión. El DSM (2013) afirma lo siguiente:

> El trastorno dismórfico corporal se caracteriza por la preocupación de uno o más defectos percibidos o imperfecciones en la apariencia física que no son observables o parecen leves a los demás, y por comportamientos repetitivos o actos mentales en respuesta a las preocupaciones sobre la apariencia. (p. 264).

Si bien la etiología del Trastorno Dismórfico Corporal aún no se encuentra del todo confirmada, se estima que la combinación de factores ambientales, culturales, genéticos, biológicos y personales podría desencadenar el mismo. Por ello, resulta importante mencionar los factores de riesgo y su prevalencia.

Los factores de riesgo permiten conocer ciertas características o hechos que aumentan la probabilidad de padecer TDC. Entre ellos se destacan experiencias de vida negativas, como el bullying, la presión social, baja autoestima y así también la comorbilidad con otros trastornos mentales, tales como la depresión o ansiedad.

El inicio del trastorno suele ocurrir a temprana edad, generalmente durante la adolescencia o en jóvenes adultos. Se estima una prevalencia global del TDC de entre el 2 y 3%. Estudios realizados en Estados Unidos muestran una prevalencia de entre el 2 y el 5% en adolescentes. Por otra parte, en Argentina se considera que la prevalencia en la población general es de 1,7 y 2,5%, y aproximadamente el 66% de todos ellos comienzan en la adolescencia. En este sentido, UNICEF señala que 1 de cada 5 adolescentes argentinos

presenta preocupación por su imagen corporal, y que entre el 6 y 8% manifiesta conductas alimentarias desadaptativas, tales como rechazo de la comida, atracones o ingesta a escondidas.

Resulta trascendental no limitarnos únicamente a la definición sintomatológica, considerando que el contexto sociocultural desempeña un papel fundamental en su formación. Los cánones de belleza o coloquialmente llamados, estándares de belleza, son la totalidad de atributos que la sociedad reconoce y valora como atractivos de un objeto o persona. A pesar de que estos son totalmente subjetivos e individuales, resultan clave a la hora de construirnos socioculturalmente.

Nos resulta común escuchar desde pequeños la opinión de los demás acerca de nosotros mismos, ya sea que provenga de tu familia, como puede ser nuestra madre, quien elogia nuestro color de pelo; nuestro padre quien resalta nuestras habilidades; o nuestra abuela quien comenta que estamos un poquito más rellenitos. Incluso un conocido nos recomienda ir al gimnasio y comenzar una dieta para gustarle a los demás. Todas las personas que se cruzan a lo largo de nuestra vida poseen una opinión arbitraria y sin relevancia para ellos, pero dichos juicios que realizan tienen un peso fantasmático sobre nosotros.

La industria televisiva argentina reforzó ciertos ideales estéticos a la hora de presentar sus telenovelas. Los consumos culturales apuntados a un público infanto-juvenil y las ficciones de gran alcance – por ejemplo Rebelde Way, Patito Feo y Casi Ángeles –, transmitieron mensajes directamente apuntados a prototipos de belleza que el público internalizó y aún siguen internalizando año tras año. Si bien estas tiras televisivas todavía siguen siendo furor, engendraron cierto ojo crítico especialmente sobre el cuerpo femenino; ideas acerca de cuerpos morrudos y físicos delgados fueron el auge de los años 2000.

Actrices de la industria argentina como Mariana “Lali” Espósito, Luisana Lopilato y María Eugenia “China” Suárez eran elegidas para los papeles protagónicos y, al mismo tiempo, aclamadas por el público resaltando su belleza, simpatía, carisma y talento. Mientras que actrices como Ángeles Balbiani, Daniela Aita y Laura Esquivel eran valoradas y seleccionadas por realizar papeles más cómicos o para transmitir un mensaje particular.

En un programa de debate y opinión *(PH: Podemos Hablar)*, Ángeles Balbiani, manifestó haber sufrido bullying debido a su cuerpo y declaró; “Cuando alguien ve a una persona no hay nada más innegable que lo que estás viendo, entonces, si no estás dentro de los parámetros del talle que hay que usar y te voy a decir que sos gorda […]” (La Nación, 2020). De manera similar, Daniela Aita fue comparada por un compañero de tira con otras mujeres de la industria, haciendo alusión a que no era tan atractiva como ellas: “(...) En Casi

Ángeles lo cag… porque le tocó "La Paisana" (El Trece TV, 2020). Todo esto era parte del contenido que consumían los adolescentes: comparaciones, comentarios gordofóbicos, bullying y miradas de reojo. ¿Cómo no van a desarrollar una mirada de lo que es correcto o no, lo lindo o feo, lo flaco o gordo, si aquellas novelas eran su inspiración? ¿Cómo no internalizarían un estereotipo idealizado en el que debían ser flacas, rubias o morenas, de tez blanca, para poder encajar en la sociedad, si ese era el mensaje promovido por los programas?

Este fenómeno se acentúa con la proliferación de las redes sociales. Estas plataformas digitales permiten a los individuos comunicarse de manera rápida, compartir imágenes de su día y obtener información en tiempo real. Sin embargo, el uso cotidiano y desregulado puede generar efectos adversos en la persona.

Si bien las redes sociales fueron desarrolladas con fines meramente comunicativos y sociales, la interacción progresiva de los usuarios y las constantes actualizaciones han distorsionado este objetivo. Actualmente se observan con frecuencia fenómenos tales como el ciberacoso, las noticias falsas (fake news), el sexting coercitivo (chantaje para acceder a imágenes sexuales) y el grooming (acoso en línea a menores), los cuales generan impactos negativos sobre el bienestar psicológico.

Diversos estudios muestran que los beneficios asociados con el uso excesivo de las redes sociales respecto a la salud mental en adolescentes son limitados. Entre los principales factores se incluyen depresión, autolesiones, comparaciones, insatisfacción corporal y ansiedad. En esta línea, Flores Marquéz (2024) clasifica los riesgos psicológicos provenientes de las redes sociales en tres grandes grupos: el uso prolongado de pantallas, el agravamiento de trastornos mentales asociado a la exposición digital – autolesiones y trastornos alimenticios –, y los riesgos para aquellos que lo utilizan como fines delictivos.

El siglo XXI se ha caracterizado como la era de la inmediatez y de la modernidad líquida, en términos del sociólogo Bauman. Este concepto describe la constante transformación, las relaciones frágiles y la cultura del consumo a la que se enfrenta la sociedad. Lo desarrollado por el filósofo polaco a fines del siglo XX describe con precisión lo que ocurre actualmente: lazos sociales efímeros generados a través de redes sociales; quien no resulta agradable o lindo simplemente desaparece como si nunca hubiera existido, amplificando aún más la dinámica de consumo rápido, donde todo es reemplazable con el tiempo – como ocurrió con los jeans achupinados, BlackBerry o los reproductores MP3 –.

De manera similar, los usuarios pueden experimentar efectos semejantes sobre su autopercepción. En *Instagram*, la difusión de contenido audiovisual permite a los usuarios obtener seguidores y “likes” (me gusta), lo que genera una sensación de recompensa asociada

a la aceptación social. Esta dinámica puede afectar la autoestima y la autopercepción, especialmente en adolescentes. Según Infobae (2024), “la autoestima y la autopercepción están influenciadas por la cantidad de “likes” y seguidores que reciben en plataformas como Instagram y Tik Tok. Pasa de ser un proceso interno para ser externo: no me defino yo, sino que “me definen”; esta constante exposición corporal conlleva a suponer una presión para alcanzar el aspecto físico ideal. Esto se debe a que si naturalizan dichas prácticas, se fomenta la idea de que deben cambiar algo de ellos mismos para lograr la aceptación que los demás obtuvieron, y eso es lo que resulta peligroso porque deriva en realizar prácticas riesgosas.

Pero, ¿qué puede suceder cuando esta presión sigue creciendo sin límites? ¿Qué ocurrirá con aquellos adolescentes que no tengan cierta cantidad de “likes”o seguidores? Esta presión puede derivar en la adopción de prácticas riesgosas para modificar el propio cuerpo en búsqueda de estándares de belleza aceptados socialmente.

La relevancia del tema aumenta al considerar el riesgo que suponen la utilización arbitraria de filtros en selfies, modificaciones corporales mediante herramientas de fotografía e incluso la generación de imágenes por medio de la Inteligencia Artificial (IA). Aplicaciones como Instagram, Snapchat y Tik Tok son las más utilizadas por los adolescentes, y las que permiten estos recursos visuales, los cuales pueden resultar divertidos si se usan con moderación. No obstante, existen efectos visuales que moldean el rostro y cuerpo, lo que genera una distorsión acerca de nuestra autopercepción, a la par de pensamientos negativos acerca de nosotros mismos.

La presión que experimentan los adolescentes al realizar publicaciones se intensifica por la incertidumbre sobre la recepción del mensaje o incluso por la ausencia de la notificación. La apreciación de comentarios negativos o la falta de interacción puede generar riesgos psicológicos para su salud.

La manera en que una persona se percibe y se valora no es innata, sino que se construye progresivamente a lo largo de su desarrollo, siendo la infancia intermedia su comienzo. En esa etapa del ciclo vital, el infante comienza a comparar su yo ideal con su yo real. El niño desarrolla la autoestima de manera progresiva, cuando se dan cuenta que su esfuerzo valió la pena, cuando lo que se imaginaban realmente sucede. Una de las tantas definiciones de autoestima la cataloga como primaria, siendo así: “la necesidad vital para el ser humano, es básica y efectúa una contribución esencial al proceso de la vida, desempeñando un papel clave en las elecciones y decisiones que le dan forma” (Pérez Villalobos, 2019).

Tal como mencionamos anteriormente, sobre la progresividad del desarrollo de la autoestima, hay que tener en cuenta los distintos tipos que existen y que se pueden dar en las

personas: alta o la considerada “normal”, surge cuando la persona se acepta y valora tal cual es; la autoestima baja es totalmente lo contrario, es decir que el sujeto no se acepta ni valora; y, por último, la autoestima inflada, el polo extremo siendo así una valoración exagerada y poco realista. Ahora bien, para que la autoestima se genere en cualquiera de sus modalidades, son necesarios sus respectivos componentes.

Según el autor Mauro Rodríguez, uno de los elementos esenciales es el autoconcepto, que es el conjunto de percepciones cognitivas que el sujeto tiene acerca de sí mismo, las cuales se configuran progresivamente a partir de sus experiencias y de las valoraciones de su entorno social. Es por esto mismo que se forja a través de varios niveles, como el cognitivo-intelectual, que son las ideas y creencias; el emocional-afectivo, constituye el juicio de valor; y el conductual, que son sus decisiones. Además del autoconcepto, también se encuentra presente el autorespeto y el autoconocimiento, siendo el primero la postura que tiene la persona hacia sí misma, fundamentada en el reconocimiento de su propio valor, y el autoconocimiento es el proceso de introspección que le permite conocerse a sí mismo de una mejor manera, además de favorecer la regulación del comportamiento y la toma de decisiones.

Es relevante tratar la ansiedad como una de las manifestaciones psicopatológicas más importantes ligadas al TDC, en este entramado de presiones socioculturales, comparaciones constantes y exigencias estéticas internalizadas. Más allá de que todos los trastornos de ansiedad compartan al miedo como emoción subyacente, la manifestación excesiva de la ansiedad es lo que le otorga su carácter patológico. El miedo es una respuesta primitiva y adaptativa frente a un peligro inminente, mientras que la ansiedad constituye una reacción subjetiva más constante; esta última supone un esquema de reacciones cognitivas, conductuales, afectivas y fisiológicas que se activan cuando determinados acontecimientos son percibidos como peligrosos para las áreas vitales del sujeto.

Esta condición patológica relacionada a la ansiedad surge a raíz de una prolongada persistencia de los síntomas, lo que provoca una secuencia de respuestas en las distintas áreas del funcionamiento humano. En primer lugar, se produce una reacción fisiológica, en la que el sistema nervioso autónomo se activa, especialmente a través del sistema simpático; esto prepara al organismo para reaccionar mediante la huída o la lucha. Al mismo tiempo, se activa una respuesta comportamental, que comprende patrones de acción como la inmovilización, la lucha o la huída, los cuales constituyen los modos de accionar del sujeto frente a la percepción de amenaza. Asimismo, aparecen respuestas cognitivas que marcan el pasaje del miedo hacia la ansiedad, a partir de la observación de los recursos personales disponibles y de las posibles consecuencias de la situación percibida como peligrosa. Estas cogniciones están acompañadas de respuestas emocionales como la tensión, temor, nerviosismo, entre otros.

El análisis de la ansiedad debe tener en cuenta tanto los factores etiológicos como los epidemiológicos. Según la evidencia actual, la mayoría de los trastornos mentales responden a un modelo multifactorial que incluye factores biológicos, socioculturales y psicológicos. En este sentido, la presencia de vulnerabilidades genéticas, algunos rasgos del temperamento, experiencias tempranas de abusos o maltratos y los recursos que tiene el sujeto para lidiar con esos escenarios, pueden favorecer el surgimiento y el mantenimiento de los síntomas ansiosos.

Para entender el impacto de la ansiedad, hace falta conocer la epidemiología del trastorno. Este malestar psicológico presenta una de las edades de inicio más tempranas en comparación con otros trastornos mentales, y esto se debe a la existencia de cuadros ansiosos que aparecen en la infancia, como la ansiedad por separación. Esto genera que no haya una edad estipulada de inicio del trastorno, aunque, de todos modos, la edad promedio se sitúa alrededor de los 20 años. Su prevalencia es mayor en mujeres, jóvenes y aquellas personas con escasos recursos sociales o económicos.

De acuerdo con el primer estudio epidemiológico nacional de salud mental, realizado en el año 2018 en la población argentina, se evidenció que los trastornos de ansiedad constituyeron el grupo con mayor prevalencia, con un 16,4%; es decir, aproximadamente una de cada seis personas presentó algún trastorno de ansiedad. Del mismo modo, años más tarde (2024), la Universidad de Buenos Aires informó que alrededor de la mitad de la muestra manifestó niveles de ansiedad entre moderados y severos. A nivel mundial, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que, en el año 2021, 359 millones de personas presentaron un trastorno de ansiedad, posicionándose entre los más frecuentes dentro de los trastornos mentales. Asimismo, para el año 2025 se estimó que el 4,4% de la población sufre de un trastorno de ansiedad.

Además de la estrecha relación con los cuadros de ansiedad, es pertinente abordar de igual manera, la frecuencia de sintomatología depresiva en el Trastorno Dismórfico Corporal. De acuerdo con la nosografía psiquiátrica que hemos estado analizando, este trastorno emocional se distingue por la “presencia de ánimo triste, vacío o irritable, acompañado de cambios somáticos y cognitivos que afectan significativamente a la capacidad funcional del individuo” (American Psychiatric Association, 2013, p. 155). Ahora bien, este se configura y mantiene mediante un ciclo disfuncional, en el cual los individuos interpretan las situaciones que atraviesan de un modo que favorece la aparición de pensamientos, emociones y comportamientos negativos, los cuales tienden a retroalimentarse entre sí.

La Organización Mundial de la Salud, sostiene que el desarrollo de la depresión es el “resultado de interacciones complejas entre factores sociales, psicológicos y biológicos” (2025). La aparición de síntomas depresivos se ve intensificada por la interacción entre estas variables

y los factores ambientales y de riesgo. En este escenario, algunas de las variables más importantes que se relacionan con este proceso son el consumo de alcohol u otras drogas, el nivel socioeconómico bajo,la experiencia de duelo, los entornos familiares conflictivos, el acoso escolar, la coexistencia con enfermedades crónicas, una baja autoestima y el trauma.

La depresión se ha convertido en la enfermedad del siglo debido a su elevada prevalencia y al amplio número de personas que afecta. En la actualidad, se estima una prevalencia del 4% a nivel mundial, de la cual 5,7% corresponde a adultos. En una población mundial que supera los 8.000 millones de habitantes, se calcula que aproximadamente 332 millones de personas padecen depresión, lo que representa una proporción significativa a nivel global. En Argentina, una encuesta del año 2022 reveló que casi el 91% de los encuestados manifestaron tener estrés, ansiedad, insomnio o depresión; en particular, el 16,4% de ellos refirió sintomatología depresiva. En lo que respecta a los adolescentes argentinos, el 9% indicó sentirse deprimido y el 13% angustiado.

Cuando el malestar psicológico se sostiene en el tiempo y resulta intolerable para el sujeto, existe la posibilidad de que se desarrollen manifestaciones de mayor gravedad, entre las cuales se incluyen el riesgo y la ideación suicida. Tal como informa la OMS, la depresión puede inducir al suicidio; asimismo, en la literatura clínica argentina se estima que, de cada 100 personas con depresión mayor, 15 fallecen por suicidio.

A lo largo de los últimos 20 años, las tasas de suicidio consumado incrementaron un 56% provocando que se posicione como la tercera causa de muerte más frecuente a nivel mundial entre jóvenes de 15 a 29 años. Se calcula que en el año 2021, 727.000 personas fallecieron por suicidio en el mundo, observándose un aumento particularmente significativo en la Región de las Américas.

El suicidio en Argentina representa uno de los problemas más desafiantes de la salud pública. Es tal la preocupación del país que, en el año 2015, se promulgó la Ley Nacional de Prevención del Suicidio (N° 27.130), la cual declara su interés en la atención biopsicosocial, la investigación, la detección y atención a personas en riesgo, así como la asistencia a los familiares de las víctimas. Es por ello que actualmente se indica la epidemiología investigada al Boletín Epidemiológico Nacional (BEN) del Ministerio de Salud de la Nación. Según indica el BEN, durante el período comprendido entre 2023 y 2025 hubo 15.807 intentos de suicidio informados y 3.382 muertes consumadas, referidas al año 2022, siendo Argentina uno de los paises con las tasas más altas de muerte por sucidio de América del sur.

En el lapso de todo el mes de abril del 2025 el Sistema Nacional de Vigilancia Sanitaria (SNVS) comunicó 15.807 acontecimientos, de los cuales 94,3% correspondió a personas con tentativa suicida y el 5,7% individuos fallecidos por suicidio. Este malestar, como en la mayoría de los trastornos mentales, predomina en el sexo femenino, con un 60%, teniendo como modalidad principal la sobreingesta de medicamentos. Sin embargo, son los hombres quienes presentan mayor probabilidad de consumar el acto, debido a la modalidad elegida, que suele ser el ahorcamiento, el estrangulamiento y la sofocación.

Bloque jurídico-psicológico

El impacto de la falta de implementación de la Ley de Talles no se limita solamente al plano jurídico, sino que también necesita ser analizado desde una perspectiva interdisciplinaria. Esto se debe a que, además de constituir una infracción a las normas, tiene un impacto significativamente importante que perturba el estado mental y emocional del sujeto. De este modo, el daño moral y el daño psíquico representan una conexión esencial, ya que permiten cierta conformidad entre los fundamentos jurídicos y psicológicos, al demostrar que la violación de los derechos no es un fenómeno abstracto, sino que el menoscabo de los mismos afecta directamente la subjetividad y la homeostasis de la persona.

Desde una mirada subjetiva, se entiende al daño moral como un malestar psíquico directo asociado a una percepción consciente de perjuicio y sufrimiento, vinculada a la vivencia subjetiva del damnificado. En este sentido, el Dr. Joaquín Llambías en su *Tratado de Derecho Civil* menciona: “es daño moral todo sufrimiento o dolor que se padece (…)” (Llambías, 1973, p. 300). Por lo tanto, este tipo de daño se reconoce jurídicamente sin necesidad de causar algún tipo de perjuicio económico, sino como una alteración que limita la facultad de disfrutar ciertos aspectos de la vida, lo que evidencia el sufrimiento psíquico previamente mencionado. Al ser una norma sustantiva, la Ley de Talles define derechos concretos que buscan proteger la igualdad, la dignidad humana y los derechos humanos de los ciudadanos argentinos.

En contraposición, el daño psíquico se constituye a partir de un evento traumático que genera una connotación negativa en el sujeto. En concordancia con ello, Gardiner (2003) sistematiza el concepto de daño psíquico a partir de diferentes características, entre las que se incluyen su naturaleza patológica, la necesidad de intervención de un perito especializado que confirme dicha patología, la obligatoriedad de una prueba específica y la incapacidad del damnificado. A su vez, este tipo de daño se lo delimita en cuatro categorías: tiempo, que puede ser actual cuando el daño está presente al momento de la evaluación o futuro cuando se pronostica su manifestación; prevalencia, permanente cuando deja secuelas irreversibles o transitoria cuando es capaz de recuperarse a través de un tratamiento; magnitud, que determina la dimensión de la incapacidad pudiendo ser total (100%) o parcial (menor al 100%);

y vinculación, que puede ser directa, cuando perjudica directamente a la persona, o indirecta, cuando daña los derechos o facultades del sujeto.

En el ámbito profesional, los límites entre el daño moral y el daño psíquico no siempre son evidentes, ya que estas dos categorías suelen superponerse en la experiencia subjetiva del sujeto. En tanto que el daño moral refiere a la angustia, vergüenza, tristeza, estrés, impotencia o desesperanza, y no necesita cerciorarse por un profesional, el daño psíquico comprende un cuadro psicopatológico. De todas formas, el daño moral puede llegar a ser la base del daño psíquico en una instancia previa. De este modo, la deficiente reglamentación de la Ley de Talles no se limita únicamente a un dilema legal, sino que también es considerada un factor de riesgo para la salud mental, teniendo en cuenta que pone a los ciudadanos en contacto con vivencias no satisfactorias y discriminatorias, que ponen en riesgo su percepción de sí mismo y su equilibrio emocional; es decir, situaciones que pueden configurar un daño moral. Así, la articulación entre el derecho y la psicología permite dar cuenta de las consecuencias subjetivas y psicológicas derivadas de la falta de efectividad de la Ley de Talles.

Desarrollo metodológico

Hipótesis

Resulta sumamente significativo comprender el impacto que generan los talles de indumentaria en la imagen corporal. Por eso mismo, es necesario analizar cómo se relacionan distintas variables psicológicas en dos etapas críticas de la vida, como lo son la adolescencia y la juventud. De ese modo, se postula como hipótesis principal que la inconsistencia de talles se vincula con un incremento en los niveles de insatisfacción corporal. De la misma forma, se postula que la dificultad para hallar el talle adecuado incide negativamente en la experiencia de compra de indumentaria.

Asimismo, esta investigación postula una relación entre la frecuencia de pensamientos negativos automáticos en torno a la propia apariencia física y la inconsistencia del talle. Finalmente, resulta pertinente analizar si los obstáculos a los cuales se enfrentan las mujeres para acceder a prendas adecuadas derivan en un alto interés por controlar el peso corporal, lo que representaría un posible factor de riesgo para la salud mental.

Procedimiento

En cuanto al abordaje metodológico, se adoptó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de tipo transversal alcanzando un nivel descriptivo-correlacional.

El cuestionario fue difundido a través de redes sociales como Instagram (mediante historias de formato 24 horas), grupos de WhatsApp y flyers digitales. Se solicitó a quienes completaron la encuesta que la enviaran a otras personas que cumplieran los criterios de inclusión.

A pesar de haber recolectado 116 participantes, la muestra final terminó conformada por 106 mujeres debido al empleo de criterios de exclusión. Tras aplicar dichas normas, fueron descartadas 10 respuestas por no cumplir las condiciones solicitadas: cinco participantes corresponden al género masculino y no binario, y los cinco restantes, no cumplían con la edad especificada. De esta manera, la muestra definitiva terminó consolidándose en 106 mujeres de 16 a 35 años, las cuales se segmentan en dos grandes grupos: adolescentes (16 a 19 años) y jóvenes (20 a 35 años).

Muestra

La muestra estuvo compuesta por un total de 106 mujeres. Para proceder a la selección, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y bola de nieve. Los criterios de inclusión establecidos para participar fueron: 1) identificarse con el género femenino, 2) tener entre 16 y 35 años y 3) residir en Argentina.

De la totalidad de los participantes, el 100% se identificó con el género femenino. En cuanto a la distribución etaria, el 19,8% corresponde a adolescentes y el 80,2% a jóvenes.

Dentro de la población adolescente, la mayor participación por provincia correspondió a Córdoba (42,9%) y Salta (14,3%), mientras que el resto de las provincias presentaron menor representación. Respecto a su nivel educativo máximo alcanzado, la mayoría informó haber completado la escuela secundaria siendo ellos el 38,1% y otro 38,1% indicó tener el secundario incompleto. Asimismo, la totalidad de la población etaria manifestó estar realizando estudios académicos.

En relación con la muestra juvenil, la región con mayor representación fue la Provincia de Buenos Aires con un 61,2% y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con un 31,8%. En cuanto al nivel educativo más alto alcanzado, estudios universitarios completos fueron los más seleccionados con un 48,2%, seguido del universitario incompleto con un 33%. En cuanto a su ocupación, la mayoría de las jóvenes se identificaron como estudiantes (21%) y licenciadas en psicología (15%), mientras que el resto abarcó diversas áreas profesionales como administración, recursos humanos, docencia y acompañamiento terapéutico.

Instrumentos

Para la recolección de datos se diseñó y aplicó un cuestionario de elaboración propia, administrado de manera virtual, que permitió indagar las variables propuestas. En primer lugar, el instrumento incluyó una sección destinada al perfil sociodemográfico de las participantes, incluyendo los datos sobre su edad, género, lugar de residencia, nivel máximo de estudios alcanzado y profesión. Esta serie de preguntas preliminares resultó fundamental para segmentar la muestra en los grupos etarios.

Posteriormente, se incorporó un bloque dedicado a la percepción de la oferta de talles, donde se evaluó la frecuencia de hallazgo tanto en tiendas físicas como online, así como la estabilidad del talle entre diversas marcas de indumentaria a través de escalas Likert de cinco puntos.

Seguidamente se profundizó en las experiencias personales y el impacto emocional de las mujeres vinculado a la hora de comprar indumentaria. Se indagaron las respuestas emocionales como frustración, tristeza e inseguridad, que surgen al momento de usar el probador o ante la imposibilidad de encontrar su talle. Dentro del mismo se utilizaron respuestas de opciones múltiples con una variedad de emociones para que las participantes pudieran seleccionar la que mejor se ajustara a su vivencia.

Los siguientes dos grupos de preguntas buscaban tener en cuenta cómo es la percepción de su propio talle y el impacto emocional que los mismos le generan a las mujeres. Para ello, se indagó acerca de cuánto les influye la variabilidad de talles entre marcas, su número de talle habitual y cuánto les influye en su propia percepción ese mismo talle, del mismo modo se exploró cuánto les afecta no saber su talle y cómo se sienten con respecto a eso.

Del mismo modo, el cuestionario abordó preguntas relacionadas a la sintomatología dismórfica. Se indagó sobre la frecuencia de preocupaciones estéticas, la distorsión de la imagen y la realización de conductas para cambiar la propia imagen, corroborando si las mismas fueron consultadas con un profesional.

Para finalizar, se incluyó un bloque referido a la Ley de Talles en Argentina para saber el grado de conocimiento que presentan las participantes sobre la temática, su percepción sobre el cumplimiento de la misma en el mercado textil y las reacciones emocionales derivadas de la falta de estandarización de talles.

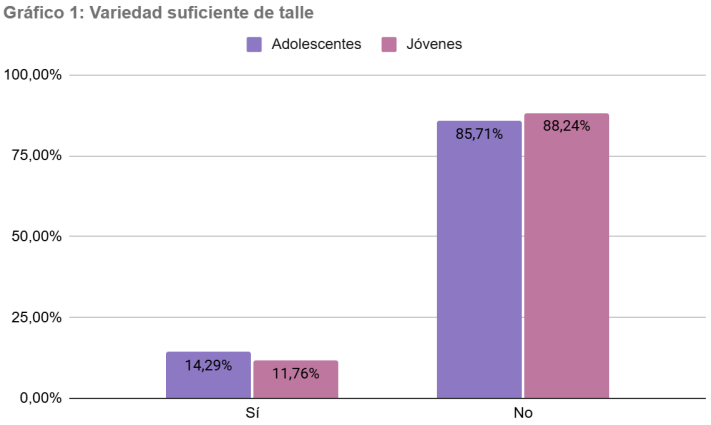
Resultados

Los hallazgos obtenidos en la investigación, van a ser expuestos en este apartado de forma organizada en bloques temáticos que corresponden a las dimensiones que fueron abordadas en la encuesta, al mismo tiempo que van a ser segmentados en función de la distribución etaria.

Oferta De Talles

Adolescentes.

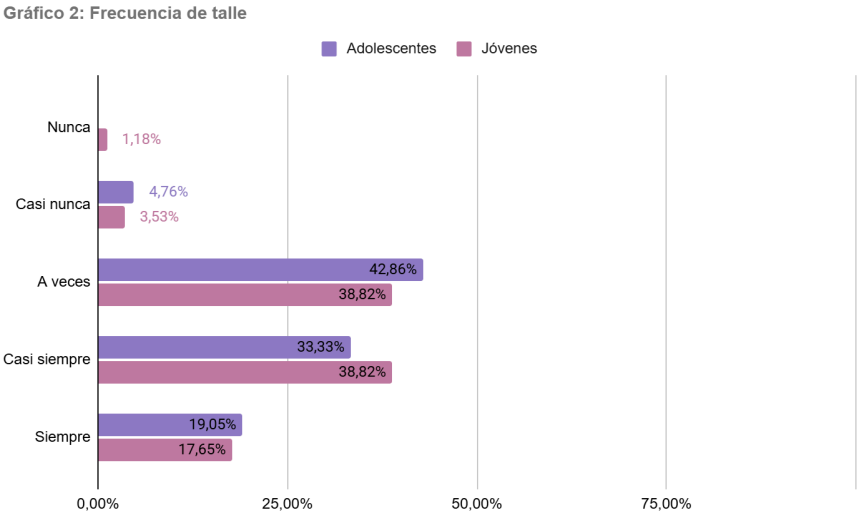
Con respecto a la oferta del mercado, un 85,71% de las adolescentes encuestadas consideró que las tiendas no ofrecen una variedad suficiente de talles. Respecto a la frecuencia con la que encuentran su talle de ropa, el 42,86% manifestó hacerlo “A veces”. Una tendencia similar se observó al indagar si encuentran su talle en la primera tienda visitada, donde el 47,62% eligió la categoría “A veces”.



En relación con la uniformidad de los talles entre diferentes marcas, la respuesta predominante fue “A veces”, seleccionada por el 57,14% de las participantes. Del mismo modo, al indagar sobre las tiendas online, las categorías “Sí” y “A veces” presentaron la misma proporción de respuestas con un 42,86% en cuanto a la disponibilidad de talles. Por último, el 52,38% señaló que las guías de talle “A veces” le resultan útiles para identificar la medida adecuada.

Jóvenes.

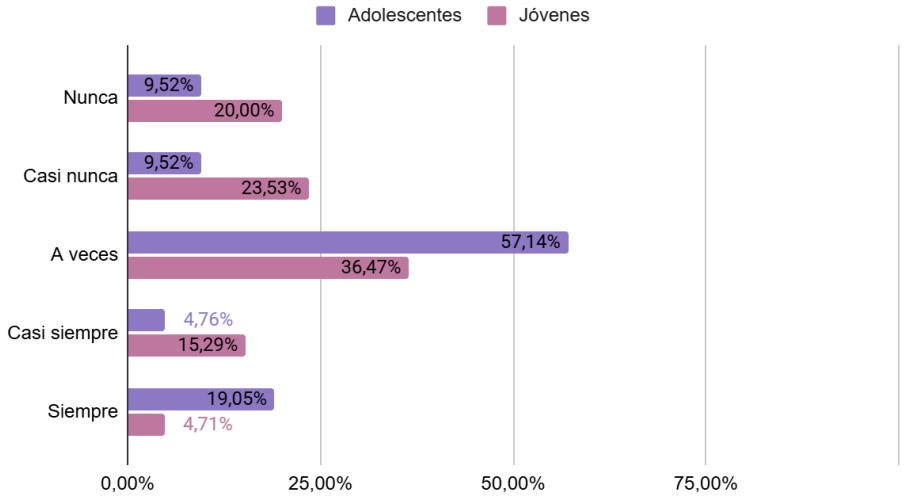
En cuanto a las jóvenes, el 88,24% consideró no encontrar una suficiente variedad de talles en el mercado textil. Respecto a la frecuencia con la que encuentran su talle de ropa, las categorías con mayor predominio fueron “A veces” y “Casi siempre”, ambas con un 38,82%. En relación con la



posibilidad de encontrar su talle en la primera tienda que visitan, la categoría más seleccionada fue “A veces”, con un 34,11%.

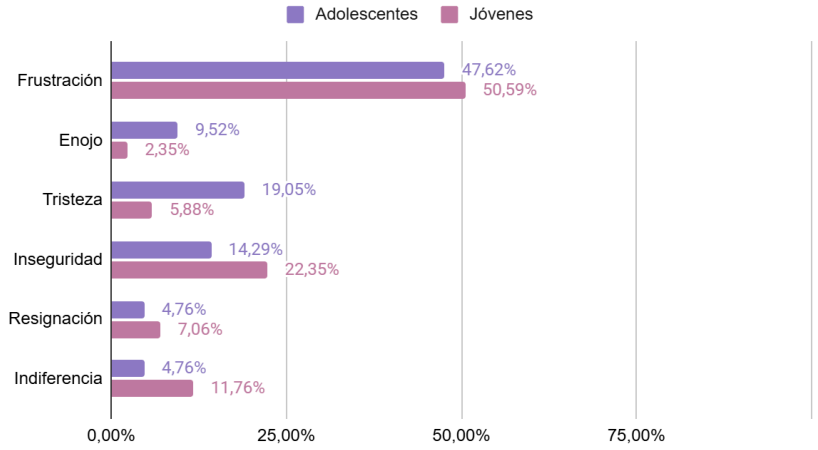
Acerca de la estabilidad del tallaje entre diferentes marcas, el 36,47% de la muestra declaró que esto les sucede “A veces”. Con respecto a las tiendas online, el 48,24% manifestó encontrar disponible su talle en este tipo de tiendas. Asimismo, el 48,24% indicó que las guías de talle online “A veces” les resultan útiles para identificarse.

Gráfico 3: Estabilidad de talle entre marcas



Experiencias al Comprar Indumentaria

Gráfico 4: ¿Cómo te sentís cuando no encontrás tu talle?



Adolescentes.

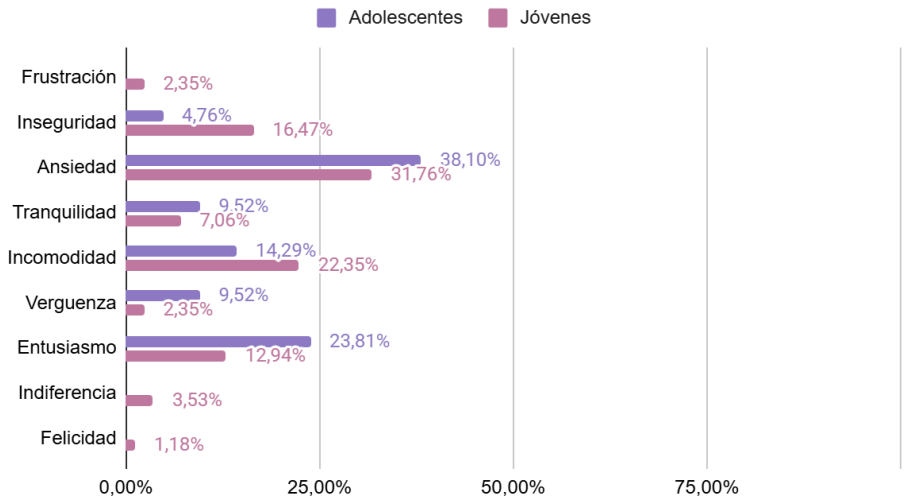
En relación con el estado anímico al momento de ir a comprar indumentaria, el 61,90% de las adolescentes manifestó sentirse feliz. Ante la situación específica de no hallar el talle buscado, la respuesta predominante fue la frustración con un 47,62%. Por el contrario, frente a la situación de encontrar el talle con facilidad, el 57,14% reportó sentimientos de felicidad. Finalmente, al

indagar sobre la emoción emergente en el momento de entrar al probador y probarse ropa, la opción más seleccionada fue la ansiedad con un 38,10%.

Jóvenes.

En torno a las emociones experimentadas por las jóvenes durante la compra de indumentaria, el 25,88% declaró sentirse ansioso. Frente a la situación de no encontrar el talle deseado, el 50,59% de la muestra refirió sentir frustración. Por otro lado, al encontrar su talle con facilidad, la categoría predominante fue “Conformidad”, con un 36,47%. Por último, respecto al momento de probarse ropa en una tienda física, el 31,76% manifestó sentir ansiedad.

Gráfico 5: ¿Cómo te sentis cuando entras al probador?

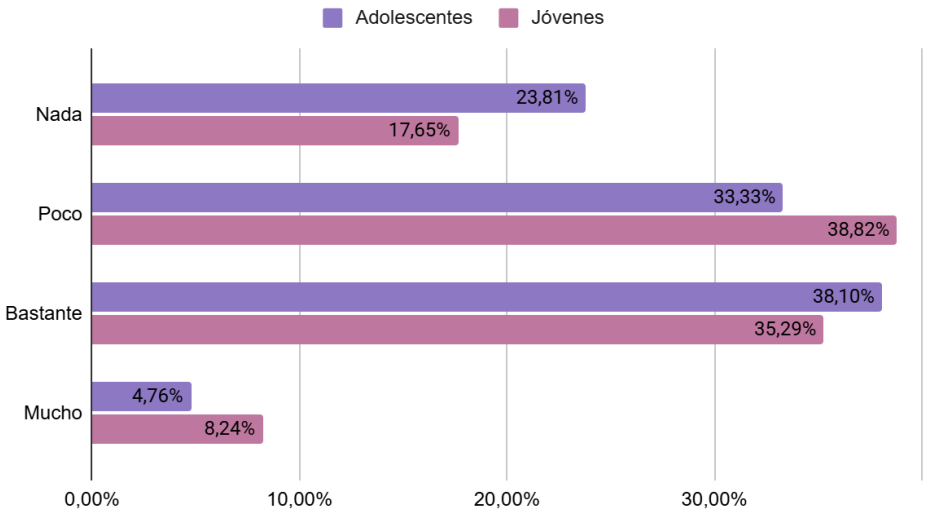


Percepción del Talle Personal

Adolescentes.

Ante el cambio de talle según la marca o tienda, un 57,14% de las adolescentes seleccionaron sentirse confusas frente a esta situación. Respecto al desconocimiento del talle exacto, el 38,10% indicó que esto le influye bastante.

Gráfico 6: ¿Cómo te influye no saber qué talle sos?



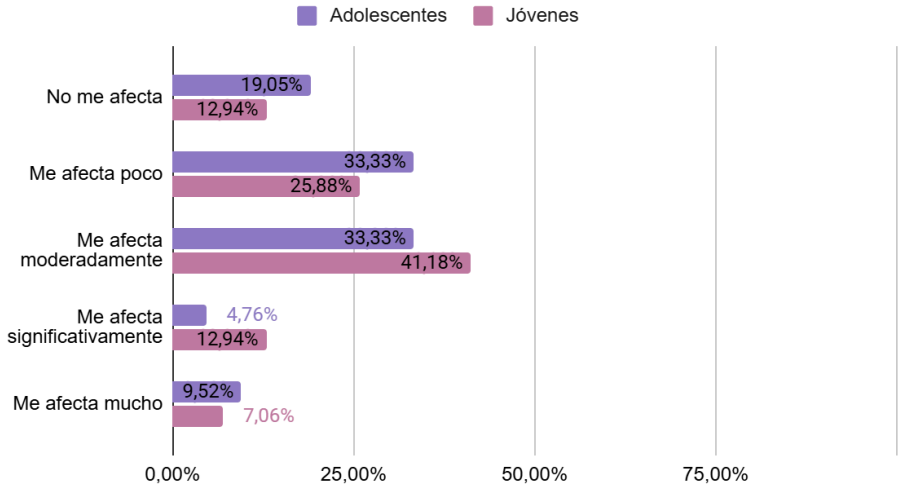
En cuanto a la variabilidad de medidas en

una misma prenda, se reportó una distribución equitativa entre las categorías “Me afecta poco” y “Me afecta moderadamente” con el 33,33%.

Jóvenes.

En relación con la variación de talles entre marcas, el 45,88% de la muestra manifestó sentirse confundida. Asimismo, el 38,82% indicó que la dificultad para identificarse con los talles les influye poco. Respecto a la variación en las dimensiones de una misma prenda, el 41,18% señaló verse afectada moderadamente.

Gráfico 7: ¿Cómo te influye el hecho de que tu talle varíe significativamente en una misma prenda de distintas marcas?



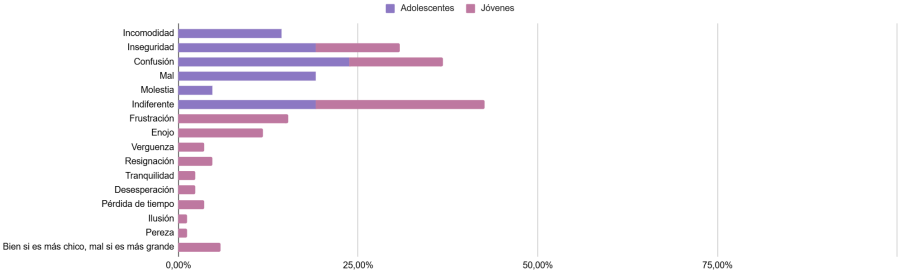
Impacto Subjetivo de la Variación de Talles

Adolescentes.

Con respecto a la percepción de su propio talle, el 23,81% de las adolescentes expresó confusión sobre la necesidad de usar un talle diferente al habitual, ya sea más grande o más pequeño. Asimismo, al investigar el efecto de la variación de talles entre marcas en la percepción corporal, el 42,86% eligió la categoría “A veces”.

Por otra parte, la categoría “Moderado” (4 a 7) tuvo una incidencia emocional de 38,10%. Por último, respecto al impacto que tiene el talle de la ropa sobre la percepción corporal, la categoría “Mucho” (8 a 10) fue la más seleccionada, con un 23,81% de las adolescentes.

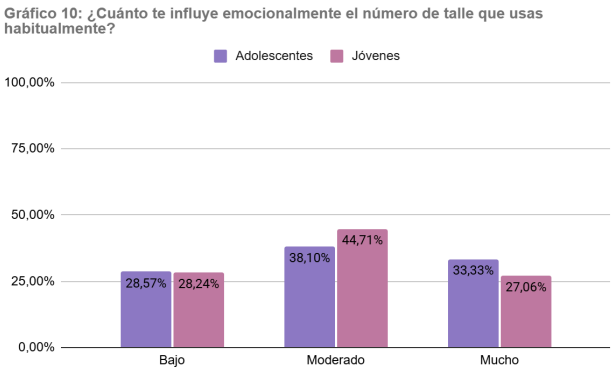
Gráfico 8: ¿Qué sensación tenés cuando necesitas un talle distinto al habitual?



Jóvenes.

Respecto a la percepción de necesitar un talle distinto al habitual, las jóvenes declararon sentirse indiferentes con un 23,53%. Además, en lo referido a la variación de talles entre marcas y su impacto en la percepción corporal, el 38,82% refirió que esta situación influye en sí mismas.

En referencia a la influencia emocional atribuida al número de talle, la categoría “Moderado” fue la más representativa con un 44,71%. Por otro lado, al considerar la influencia del talle en la percepción corporal, la categoría más seleccionada fue “Mucho”, con un 28,24%.



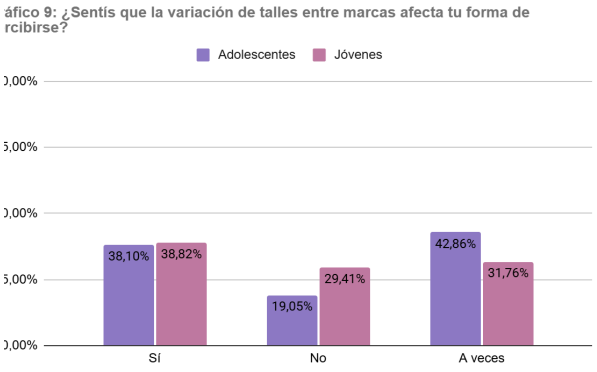
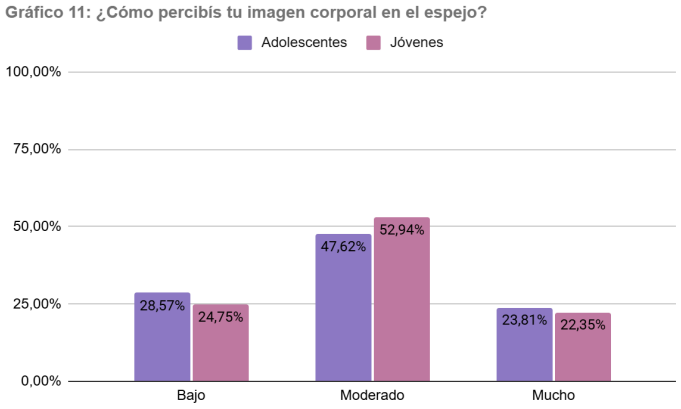


Imagen Corporal

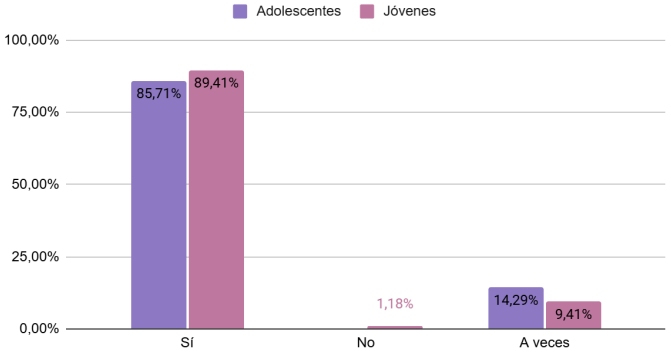
Adolescentes.



En relación con cómo las encuestadas se sienten con su cuerpo en general, las respuestas se distribuyeron principalmente entre las categorías “Mucho” y ”Moderado”, representando ambos un 19,05%. Respecto del grado de satisfacción con la imagen corporal, las puntuaciones más frecuentes corresponden a niveles altos, alcanzando el 23,81%. Por otro lado, en cuanto a la percepción de la imagen corporal frente al espejo, el 52,94% de las participantes se ubicaron en el valor medio de la encuesta “Moderado”.

Con respecto al mundo de las redes sociales, el 85,71% expresó que estas potencian la comparación entre las mujeres. Asimismo, la emoción mencionada con mayor frecuencia al observar modelos o influencers fue la insatisfacción, seleccionada por el 28,57% de las encuestadas. En relación con el momento de sacarse o verse en fotos, la sensación de inseguridad fue una de las respuestas más frecuentes, con un 28,57%.

Gráfico 12: ¿Consideras que las redes sociales potencian la comparación entre mujeres?

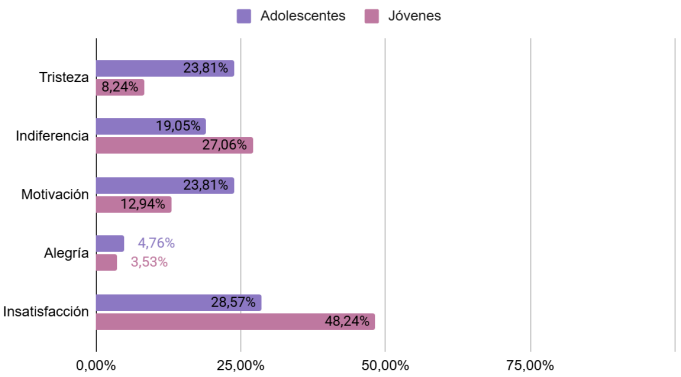


En cuanto al grado de afectación por la opinión de otras personas, la categoría ”Depende quién lo diga” registró el mayor porcentaje de respuestas, con un 33,33%. Respecto de la insatisfacción con alguna parte del cuerpo, el abdomen fue la zona mencionada con mayor frecuencia, representando el 38,10% de las respuestas. Finalmente, entre quienes manifestaron insatisfacción corporal, la frecuencia más reportada fue “Frecuentemente” con un 33,33%.

Jóvenes.

En esta sección la categoría “Moderado” fue la más seleccionada al evaluar cómo las participantes se sienten con su cuerpo en general, con un 18,82%. En relación con la insatisfacción corporal, de igual manera predominó la puntuación moderada, alcanzando el 18,82% de las respuestas. Del mismo modo sucedió al observarse frente al espejo, el 47,62% ubicó su percepción corporal en el valor medio de la escala.

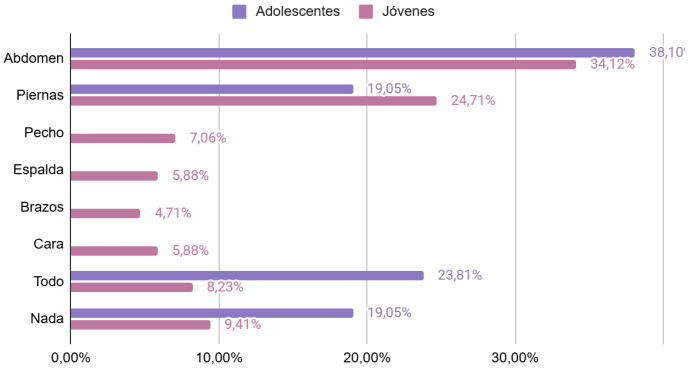
Gráfico 13: ¿Qué emociones sentís a la hora de ver modelos en las redes sociales?



En el ámbito de las redes sociales, el 89,41% consideró que estas fomentan la comparación entre mujeres. La insatisfacción apareció como la emoción más frecuente al visualizar modelos o influencers, representando el 48,24% de la muestra. Del mismo modo, la inseguridad fue una de las sensaciones más reportadas al momento de verse o tomarse fotos con un 51,76%.

Por otra parte, la categoría “Depende quién lo diga” concentró el mayor número de respuestas al consultar sobre la influencia de la opinión ajena, alcanzando el 32,94%. En cuanto a las zonas corporales asociadas a mayor insatisfacción, el abdomen fue mencionado con más frecuencia, con un 34,12%. Finalmente, entre quienes manifestaron insatisfacción corporal, la frecuencia predominante fue “Frecuentemente” con un 36,47%.

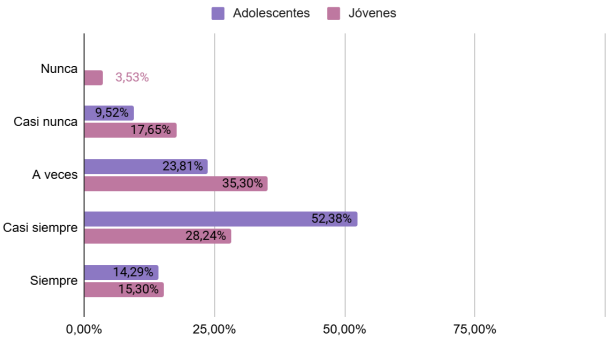
Gráfico 14: ¿Estás insatisfecho con alguna parte de tu cuerpo? ¿Cuál?



Percepción y Conductas Relacionadas al Cuerpo

Adolescentes.

Gráfico 16: ¿Cuán a menudo sentis que "no me veo como debería"?



En relación con la percepción corporal, el 52,38% de las adolescentes manifestó que “A veces” tiene inseguridades sobre su propia imagen tras probarse ropa en varias tiendas. De la misma manera, el 52,38% indicó que “Casi siempre” siente que no se ve como debería. El 33,33% de las participantes señaló preocuparse frecuentemente por su apariencia física, posicionando a la opción como la más elegida.

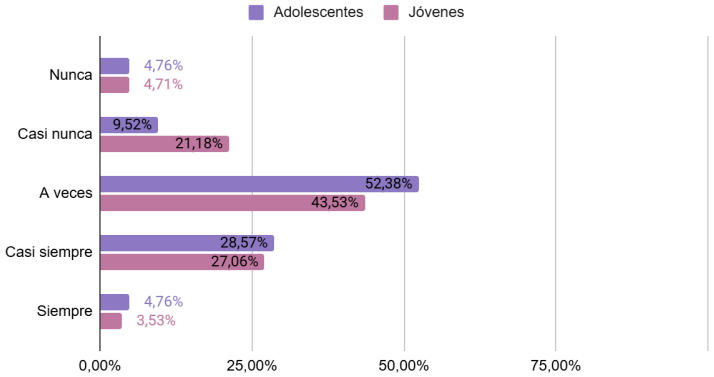
Con respecto a las modificaciones realizadas sobre la apariencia corporal, la actividad que más predominó fue la actividad física con un 76,19%, seguida por realización de dietas (9,52%) y el ayuno (4,76%). El total de las encuestadas que indicaron haber realizado un plan alimentario, señalaron que siguieron el plan Keto. Algunas adolescentes también señalaron conductas no contempladas inicialmente, como dejar de alimentarse y otros comportamientos vinculados con trastornos de la alimentación. Un 42,86% de la muestra eligió “Más de una vez a la semana” como la frecuencia más seleccionada. Adicionalmente, el 71,42% indicó no haber tenido contacto previo con un profesional de la salud antes de realizarlas. Por último, en cuanto

a la afectación de comentarios o comparaciones estéticas compartidas en redes sociales respecto a la modificación corporal, el 52,38% respondió de manera afirmativa.

Jóvenes.

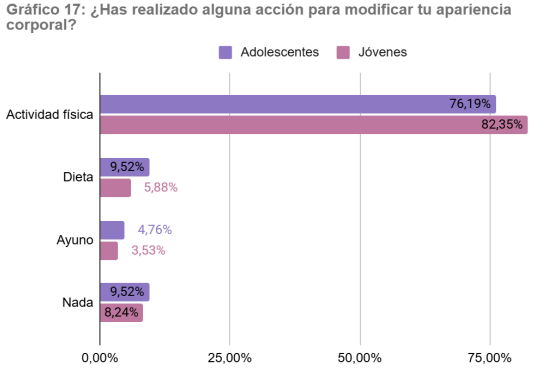
En lo referido a la percepción corporal, el 43,53% de las participantes manifestó “A veces” experimentar dudas acerca de su imagen luego de probarse ropa en distintas tiendas. Del mismo modo, el 35,29% señaló que “A veces” siente que no se ve como debería. En cuanto a la frecuencia que preocupa la apariencia física, el grupo “Frecuentemente” fue el más predominante, abarcando un 36,47% de la muestra.

Gráfico 15: ¿Con qué frecuencia dudas de tu propia percepción corporal después de probarte ropa en diferentes tiendas?



Al indagar sobre las estrategias enfocadas en cambiar la apariencia física, la actividad física fue lo que más resaltó con un 82,35%. En menor proporción, se identificaron conductas orientadas a la realización de dietas (5,89%) y ayuno (3,52%). Dentro del subgrupo que manifestó haber recurrido a dietas, las acciones más recurrentes incluyeron la reducción del consumo de harinas, la adherencia a un plan hipocalórico, el consumo de alimentos bajos en calorías, el mantenimiento de un déficit calórico y la adopción de un planes alimentarios elaborados por nutricionistas. Además de las variables previstas, se dejó una pregunta de respuesta opcional y libre, donde surgieron otras conductas como dejar de alimentarse, consumir grandes cantidades de agua, realizar tratamientos estéticos o presentar comportamientos vinculados a trastornos de la conducta alimentaria.

Gráfico 17: ¿Has realizado alguna acción para modificar tu apariencia corporal?

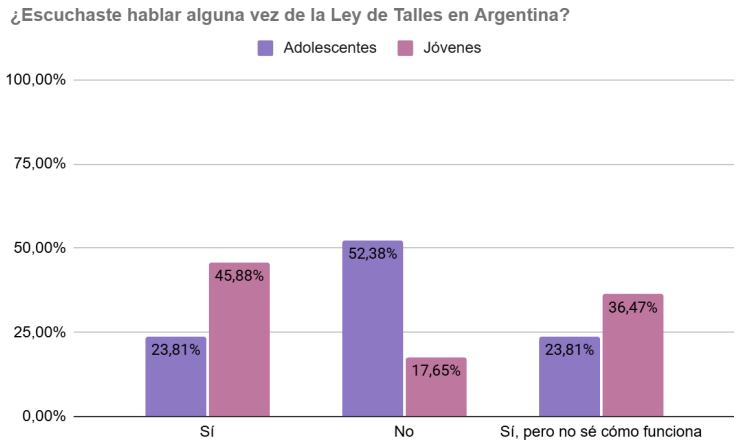


Respecto a la frecuencia de este conjunto de prácticas, la opción “Más de una vez a la semana” se posicionó como la tendencia principal, alcanzando el 44,71% de las respuestas. Cabe destacar que el 55,29% admitió no haber consultado a un profesional de la salud antes de llevarlas a cabo. Finalmente, el análisis evidenció la influencia del

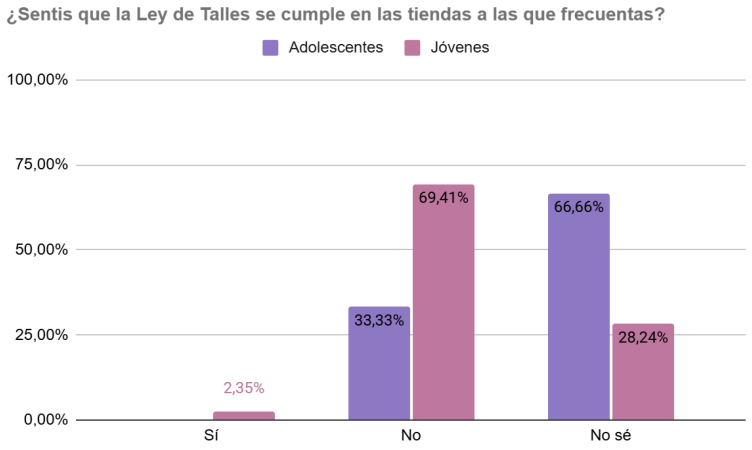
entorno digital en la autopercepción, el 42,35% de las jóvenes encuestadas señaló que los comentarios, las interacciones y las dinámicas de comparación estética presentes en las redes sociales ejercieron un impacto directo en la decisión de modificar su apariencia corporal.

Ley de Talles y Experiencia Personal

Adolescentes.



En referencia al conocimiento sobre la Ley de Talles en Argentina, el 52,38% de las participantes manifestó no haber escuchado hablar acerca de la normativa. A su vez, frente a su cumplimiento en las tiendas frecuentadas, la categoría más seleccionada fue “No sé”, representando el 66,67% de las respuestas. Del mismo modo, acerca de los cambios observados en la disponibilidad de talles desde su implementación, el 57,14% respondió no haber percibido modificaciones.



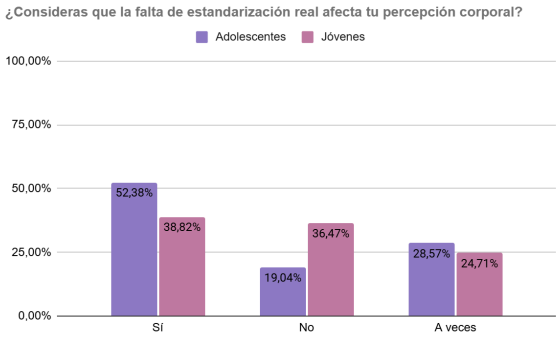
En cuanto a las emociones asociadas a la existencia de la ley y a su incumplimiento, la respuesta más frecuente fue “Confusión”, con un 33,33%. Asimismo, el 52,38% de las participantes consideró que la falta de estandarización afecta la percepción corporal. Por último, las valoraciones sobre la utilidad de la ley para garantizar consistencia entre marcas se

concentraron principalmente en la categoría “Moderadamente útil”, seleccionada por el 47,62% de la muestra.

Jóvenes.

En relación con el conocimiento acerca de la Ley de Talles en Argentina, el 45,88% de las participantes indicó haber escuchado hablar sobre dicha normativa. Asimismo, al consultar sobre su cumplimiento en las tiendas que frecuentan habitualmente, la categoría predominante fue “No”, con un 69,41%. Respecto a los cambios percibidos en la disponibilidad de talles a partir de la implementación de la ley, el 64,71% de las participantes señaló no haber observado modificaciones.

Las reacciones emocionales asociadas tanto a la existencia de la ley como a su incumplimiento, reflejaron un 36,47% en la categoría “Frustración”. Del mismo modo, el 38,82% consideró que la ausencia de estandarización influye sobre la percepción corporal. Finalmente, en referencia a la utilidad atribuida a la ley para garantizar consistencia entre marcas, las respuestas se concentraron principalmente en la categoría “Muy útil”, con un 32,94%.



Discusión

El propósito central de esta investigación fue comprender cómo la falta de aplicación efectiva de la Ley de Talles podría afectar la percepción corporal de las jóvenes argentinas y generar una posible contribución al desarrollo de un Trastorno Dismórfico Corporal (TDC). En cuanto a esto, los descubrimientos empíricos obtenidos sugieren que el vacío regulatorio en el mercado podría constituir un factor de riesgo significativo a nivel psicológico, además de asociarse con experiencias de malestar físico.

En primer lugar, el probador de ropa emerge como un escenario de alta vulnerabilidad psicológica. Los hallazgos vinculados al impacto subjetivo negativo demuestran que la experiencia al momento de probarse ropa actúa como un estresor ambiental. Cuando no hay una oferta de talles estandarizada y coherente entre las marcas, el sujeto se enfrenta a un conflicto cognitivo.

Lejos de atribuir la inconsistencia de talles a la ausencia de aplicación efectiva de la ley, las jóvenes internalizan el conflicto. Estos resultados podrían interpretarse como un indicador de la alteración de la percepción corporal, ya que la variación arbitraria de los talles es interpretada por el aparato psíquico como un defecto del cuerpo. Por lo tanto, la frustración en el probador se profundiza e intensifica convirtiéndose así en sentimientos de incomodidad e inseguridad, que indicarían que la inconsistencia de la indumentaria podría afectar la estabilidad de la imagen corporal en formación.

Posteriormente, estos sentimientos generados se tornan en preocupaciones puntuales que están dirigidas hacia alguna parte concreta del cuerpo. En este punto, los resultados adquieren especial relevancia al evidenciar que la insatisfacción corporal se centra principalmente en el abdomen. En relación a este hallazgo, se establece una coincidencia con lo reportado por Gerbotto y Paturzo (2020), quienes al trabajar con adolescentes argentinos identificaron que la “panza” y el peso constituyen las principales zonas de incomodidad e insatisfacción con la propia imagen.

Si se analiza desde el punto de vista del TDC, esta preocupación fijada en una zona corporal específica es particularmente significativa y corresponde a uno de los puntos centrales descritos en el DSM-V. En este sentido, los resultados obtenidos sugieren la presencia de características compatibles con este tipo de preocupaciones corporales puntuales.

A su vez, este malestar no sólo se manifiesta en una constante inquietud, sino que también incluye acciones concretas para intentar modificar esa realidad. Es allí donde surgen las conductas repetitivas o actos mentales como una respuesta directa para tratar de calmar la

obsesión por su imagen. Esta dinámica es congruente con la investigación de Ivarola y Zárate (2018) en mujeres argentinas, que evidenció que la preocupación y el descontento con respecto al peso terminan convirtiendo al cuerpo en un espacio de intervención activa para disminuir los sentimientos negativos.

Por otra parte, de acuerdo a los resultados de la investigación, este efecto negativo no se distribuye uniformemente, sino que varía según la franja etaria. Al comparar las métricas entre ambos grupos, se observa que las adolescentes presentan indicadores de mayor vulnerabilidad que las jóvenes. Desde un punto de vista evolutivo, esto tiene sentido porque la adolescencia es la etapa crítica en la que se está formando la identidad y consolidando la imagen corporal.

Esta mayor vulnerabilidad de las adolescentes frente a un mercado de indumentaria desregulado es coherente con lo reportado recientemente por Morán et al. (2024), quienes evidencian que la insatisfacción corporal es un fenómeno de gran importancia durante la adolescencia. Por lo tanto, la exposición a un mercado de indumentaria inconsistente durante esta etapa del desarrollo podría asociarse con mayores dificultades vinculadas a la percepción corporal, sugiriendo que la falta de aplicación de la ley constituye un factor de riesgo potencialmente más relevante para las adolescentes.

Esta vulnerabilidad podría verse potenciada por el consumo digital, donde la insatisfacción ocupa un primer lugar frente a los contenidos de influencers, adquiriendo un significado esencial. Si bien la interacción con una figura de redes sociales difiere de la exposición a una modelo publicitaria tradicional, el sentido otorgado por las mujeres parecería encontrarse en sintonía. Este fenómeno se alinea con lo postulado por Marín Cardaba (2022), quien explica que las jóvenes sufren efectos secundarios negativos al exponerse a publicidades hegemónicas, lo que promueve conductas para neutralizar la emoción incipiente mediante actos dirigidos al control corporal. Esta premisa encontraría sustento en los hallazgos obtenidos, donde tanto las jóvenes como las adolescentes manifestaron que la insatisfacción es el sentimiento primordial al observar a las influencers. Este dato no solo corrobora el impacto clínico de la virtualidad, sino que permitiría vislumbrar cómo el malestar perceptivo podría afianzarse en la subjetividad de la muestra.

En relación con estos hallazgos, el estudio llevado a cabo por Eidelman (2022) muestra que el uso de la plataforma Instagram durante un largo período de tiempo también contribuiría a que las mujeres experimenten malestar corporal. Esta convergencia sugeriría que la falta de estandarización de talles y la exposición a los contenidos virtuales, también operan como factores de riesgo concurrentes. Este fenómeno de distorsión digital resultaría clave, ya que podría sentar las bases para el desarrollo de una marcada insatisfacción corporal.

Los datos obtenidos sobre el grado de insatisfacción corporal muestran que muchas de las participantes presentan esta problemática. Los hallazgos de Medina-Gómez (2019), van de la mano con el fenómeno que afectaba de forma moderada a alta a gran parte de los estudiantes universitarios. Los indicadores señalados anteriormente por Morán (2024), poseen una gran coincidencia ya que estos se encuentran localizados en ambos grupos etarios. Esta notable concordancia con la bibliografía analizada, permitiría inferir que la insatisfacción corporal en las jóvenes argentinas se estabilizaría como un emergente estructural. En este marco, la ineficacia del mercado textil para garantizar la estandarización de talles, profundiza y vuelve persistente un descontento que las participantes experimentan habitualmente debido a las presiones socioculturales vigentes.

Esta insatisfacción, además de ser un componente central en la distorsión de la imagen corporal, podría guardar una relación directa y bidireccional con el desarrollo de TCA. Este lazo no se construye en el vacío, sino que se vería fuertemente alimentado por las dinámicas de exclusión del mercado textil actual. Al respecto, informes nacionales recientes en relación sobre la aplicación de la Ley de Talles exponen que la dificultad para hallar prendas acordes a la diversidad corporal continúa siendo un obstáculo recurrente que suele desencadenar sentimientos de tristeza, enojo hacia el comercio y, en los casos de mayor vulnerabilidad, cuestionamientos hacia el propio cuerpo o la adopción de conductas de riesgo.

Esta problemática tendría un correlato directo en la experiencia cotidiana de las encuestadas. Pareciera ser que encontrar el talle adecuado, tanto en el grupo de adolescentes como en el de jóvenes, es un asunto inconstante y aleatorio, lo cual convierte la experiencia de compra en un situación de alta vulnerabilidad. Es precisamente ante esta recurrente falta de opciones en el mercado donde emergen las respuestas emocionales documentadas en la muestra. La marcada prevalencia de la frustración observada en ambos rangos etarios frente a la imposibilidad de hallar la prenda deseada guardaría sintonía teórica con la tristeza y el autorreproche reportados a nivel nacional. Por lo tanto, la frustración que se experimenta al comprar podría considerarse como el vínculo que convierte una falla del mercado en un malestar psicológico individual. Cuando esta vivencia se sostiene en el tiempo, termina afectando la estabilidad de la imagen corporal, lo que eventualmente podría crear un ambiente propicio para el desarrollo de rasgos o indicadores compatibles con el TDC.

Esta misma inestabilidad perceptiva se entrelazaría, a su vez, con una preocupante vulnerabilidad hacia el TCA. En esta investigación, la actividad física se establecería como el recurso mayoritariamente seleccionado por ambos grupos etarios para intentar modificar la apariencia, pero por debajo de esta práctica emergería la adopción de dietas restrictivas y el ayuno. Esta tendencia a convertir el cuerpo en un espacio de intervención activa para mitigar el descontento coincidiría con lo planteado por Rivarola & Zárate (2018), lo que reflejaría que el

malestar psicológico no se limita a una preocupación pasiva, sino que impulsaría la ejecución de conductas regulatorias concretas.

Al analizar los matices de estas estrategias, las adolescentes de la muestra se inclinarían por regímenes específicos de moda, como la dieta Keto, mientras que las jóvenes diversificarían la restricción mediante el déficit calórico o la reducción de harinas. Esta distinción sugeriría una diferencia en la forma que expresan el malestar psíquico, mientras las adolescentes adoptan pautas restrictivas rígidas y viralizadas, las jóvenes tienden a diversificar su conducta. El indicador más crítico de esta dinámica se encontraría en las respuestas libres de la encuesta, donde tanto adolescentes como jóvenes manifestaron de manera espontánea haber recurrido a conductas de severo riesgo alimentario, tales como dejar de comer por completo o realizar ingestas masivas de agua. La magnitud de estas manifestaciones exterioriza el impacto profundo del sufrimiento subjetivo en las participantes, el cuerpo deja de ser un espacio habitado para convertirse en un objeto modificable.

La aparición espontánea de estos comportamientos de riesgo se vincularían con las advertencias de Antonucci (2025) respecto a cómo las conductas alimentarias asociadas al descontento corporal se intensifican en la población joven. De este modo, ante la falta de opciones estandarizadas en el mercado textil, la vivencia de no hallar talle dejaría de ser una simple violación legal. Por el contrario, operaría como un estresor ambiental que empuja a las jóvenes a adoptar prácticas que ponen en riesgo su salud física y psíquica en el intento por hegemonizar sus cuerpos y encajar en la indumentaria disponible.

Desde la perspectiva jurídica, los datos recabados sugieren la posibilidad de una incongruencia entre la práctica comercial y lo establecido por la Ley de Talles. Las mujeres, al evaluar y valorar la implementación, podrían demostrar que el desacato del mercado textil se refleja en su salud mental. De igual manera, al observar el nivel de conocimiento que poseían acerca de la ley, se lleva a cabo un análisis de las diferencias entre los grupos etarios con respecto a su existencia y aplicación.

Con respecto a la información y conocimiento que poseen las participantes de comprensión acerca del conocimiento de la ley y su aplicación, se identificaron tanto coincidencias como diferencias entre los grupos etarios. La población de menor edad evidencia un mayor desconocimiento acerca de la normativa y su implementación, mientras que las jóvenes exhiben un nivel de información superior. Sin embargo, estos grupos comparten ciertos elementos en común. Ambos manifestaron sentimientos negativos sobre el incumplimiento de la ley, y del mismo modo, no perciben cambios con respecto a la estandarización de talles.

En resumen, estos hallazgos permitirían inferir que la deficiente implementación de la Ley de Talles podría contribuir a alterar la percepción corporal. Esta distorsión de la percepción corporal, junto con las dificultades para encontrar un mismo talles en distintos establecimientos y las emociones negativas que esta situación generaría, podrían favorecer la insatisfacción corporal y, en consecuencia, constituir un posible factor de riesgo para el desarrollo de sintomatología vinculada al Trastorno Dismórfico Corporal.

Limitaciones

Si bien los resultados obtenidos proporcionan información relevante, es importante considerar algunas limitaciones del presente trabajo de investigación.

La primera limitación hallada corresponde a la pequeña muestra de adolescentes. Luego, con respecto al instrumento de recolección de datos, se consideraría que, al tratarse de un autoreporte, las respuestas de las participantes pudieron haber estado influenciadas por sesgos propios de este tipo de instrumento, lo que podría haber condicionado sus respuestas. Finalmente, se considera escasa la literatura previa acerca de la Ley de Talles.

En general, estas limitaciones podrían haber restringido la amplitud de los resultados obtenidos. Sin embargo, los hallazgos aportan gran valor e información para la comprensión de la relación entre la implementación de la Ley de Talles y las variables psicológicas analizadas.

Conclusión

El trayecto realizado a lo largo de este trabajo de investigación intentó explorar una problemática invisibilizada que afecta la salud mental, y el ámbito socio-legal. La aparente

La relativa novedad de la Ley de Talles deja al descubierto ciertos aspectos que todavía deben precisan una mayor evaluación. Teniendo en cuenta esto, el presente trabajo final de carrera pretende dar visibilidad al marco normativo actual y su reglamentación.

El objetivo apuntó a mostrar la situación a la que se enfrentan las mujeres argentinas dentro del mercado textil, con el propósito de que el análisis no se limite únicamente a dicho ámbito, sino que también incluya las implicaciones relacionadas.

En esa línea, se observó que la Ley de Talles aún enfrenta obstáculos significativos para su implementación efectiva. Esto se ve reflejado en los testimonios de las participantes, quienes describieron problemas para encontrar talles, además de señalar limitaciones en la aplicación de la normativa.

Además, se advirtió que las repercusiones de dicha problemática podrían ir más allá del mercado textil y afectar la salud mental. Estas situaciones podrían asociarse con un sufrimiento psíquico, el cual podría manifestarse a través de pensamientos rumiativos, conductas alimentarias desorganizadas y comparaciones estéticas.

De esta manera, la riqueza del trabajo tiene su base en la perspectiva interdisciplinaria que se llevó a cabo desde los ámbitos social, legal y de salud mental. Esta articulación permitió abordar una problemática compleja desde una mirada integral, contemplando tanto los desafíos vinculados con la implementación de la normativa como sus posibles efectos que podría tener en la percepción corporal y las experiencias de las mujeres.

Finalmente, resulta relevante que futuras investigaciones continúen profundizando la complejidad de la Ley de Talles y su aplicación efectiva. Además, se podría ampliar el estudio incorporando otros grupos etarios y zonas residenciales, con el propósito de alcanzar una comprensión más amplia del fenómeno.

Bibliografía

Agência Brasil. (2021). *ABNT publica estándar para definir el tamaño de la ropa de mujer.* https://agenciabrasil.ebc.com.br/es/geral/noticia/2021-12/abnt-publica-estandar-para-definir-el-tamano-de-la-ropa-de-mujer

Antonucci, A., Collela, J., & Chaín, P. (2025). *Relación entre la percepción de la imagen corporal y las conductas alimentarias de riesgo en un grupo de usuarios de Instagram.* Diaeta, 42, e2404206. https://diaeta.aadynd.org.ar/index.php/2022/article/view/45

Autoestima. (s.f). *Autoestima.* Universidad de Guanajuato. http://www.dcne.ugto.mx/respaldo1/Contenido/MaterialDidactico/amezquita/Lecturas/Autoestima.pdf

Anybody Argentina. (s.f.). *Anybody Argentina: Por una Ley de Talles real.* https://anybodyargentina.org/

Anybody Argentina. (s.f). *Investigación: Encuesta nacional de talles.* https://anybodyargentina.org/encuestas/

Asociación Americana de Psiquiatría. (2013). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales: DSM-5* (5.ª ed). Asociación Americana de Psiquiatría

Asociación Americana de Psiquiatría. (2022). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales: DSM-5-TR* (5.ª ed., revisión de texto). Asociación Americana de Psiquiatría.

Avero Díaz, C., & Del Pino Ojeda Alemán, I. (2025). *Estándares de belleza, procedimientos estéticos y presión mediática: relación con imagen corporal, autoestima y satisfacción vital.* [Tesis de Grado]. Universidad de La Laguna. https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/42438/Estandares%20de%20belleza%2C%20procedimientos%20esteticos%20y%20presion%20mediatica%20relacion%20con%20imagen%20corporal%2C%20autoestima%20y%20satisfaccion%20vital%20.pdf?sequence=1

Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida.* Barcelona: Paidós.

Belini, C. (2008). *Um tempo de mudanças: a indústria têxtil argentina entre duas crises, 1914-1933.* Estudos Ibero-Americanos, 34(2), 31-48. https://doi.org/10.15448/1980-864X.2008.2.4503

Belini, C., & Deliberali Marson, M. (2024). *El desenvolvimiento de la industria textil latinoamericana en los siglos XIX y XX.* Revista Páginas, 16(41). https://doi.org/10.35305/rp.v16i41.876

Blue Nattier. (2019). *Tallas de ropa: ¿por qué son diferentes entre marcas y países?* Blue Nattier. https://www.bluenattier.com/modapedia/tallas-de-ropa-europa-eeuu-espana

Casa Rosada. (s.f). *Organización del Estado argentino.* https://www.casarosada.gob.ar/nuestro-pais/organizacion

Conceptos Jurídicos. (s.f). *Derecho natural: qué es, características y aplicación.* https://www.conceptosjuridicos.com/ar/derecho-natural/

Conceptos Jurídicos. (s.f). *Derecho positivo: qué es, vigencia de las normas, ramas y más*. https://www.conceptosjuridicos.com/ar/derecho-positivo/

Chammas, M. B., Gasparutti, G., Carmona, P., De la Vega, M. L., & Miranda, V. S. (2025). *Relación entre imagen corporal, autoestima y riesgo de trastorno alimentario en adolescentes de una escuela de modelaje en Córdoba.* Revista Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Nacional de Córdoba. https://revistas.unc.edu.ar/index.php/med/article/view/50593

Congreso de la Nación Argentina. (1994). *Constitución Nacional de la Nación Argentina.*https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/constitucion-nacional

Consenso Salud. (2022). *Salud mental en Argentina: el 90% de las personas sufre estrés, ansiedad, insomnio y/o depresión. https://www.consensosalud.com.ar/salud-mental-en-argentina-el-90-de-las-personas-sufre-estres-ansiedad-insomnio-yo-depresion/*

De María, S. (2025). *Leticia Brédice habló de la obsesión por la delgadez en la década del '90: "Consumir anfetaminas era muy fácil"*. Infobae. https://www.infobae.com/teleshow/2025/10/15/leticia-bredice-hablo-de-la-obsesion-por-la-delgadez-en-la-decada-del-90-consumir-anfetaminas-era-muy-facil/

Dipré Ortiz, L. M., & Font Peláez, L. M. (2022). *Asociación del uso de filtros en fotografías en redes sociales con rasgos de dismorfia corporal, estudiantes de psicología del sexo femenino entre 18-24 años de edad.* [Tesis de Grado]. Universidad Nacional Pedro Henríquez Peña. https://repositorio.unphu.edu.do/bitstream/handle/123456789/4363/3.Asociaci%c3%b3n%20del%20uso%20de%20filtros%20en%20fotograf%c3%adas%20en%20redes%20sociales%20con%20rasgos%20de%20dismorfia-%20Liliana%20Mar%c3%ada%20Dipr%c3%a9%20Ortiz-%20Lisa%20Marie%20Font%20Pel%c3%a1ez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Eddy Ives, L. S., Huertas Patón, A., Forti Buratti, M. A., Álvarez Pitti, J., Salmerón-Ruíz, M. A., Rodríguez Hernández, P., J., & Real-López, M. (2025). *Impact of screen and social media use on mental health.* Annals of Pediatrics, 103(2), 503909. https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2025.503909

Eidelman, L. (2022). *El ideal sociocultural de belleza difundido a través de Instagram y su relación con la construcción de la imagen corporal en mujeres adolescentes.* XIV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXIX Jornadas de Investigación. XVIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. IV Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. IV Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires. https://www.aacademica.org/000-084/943.pdf

El Trece TV. (2020). *La grieta de Casi Ángeles: Daniela Aita se indignó al ver lo que Yeyo de Gregorio dijo sobre ella y reflotó la polémica.* https://www.eltrecetv.com.ar/noticias/la-grieta-de-casi-angeles-daniela-aita-se-indigno-al-ver-lo-que-yeyo-de-gregorio-dijo-sobre_138374/

Enciso, C., Biestro, M. P., & Elinger, E. (2007). *Proyecto de ley: Establece la obligación de la industria del rubro vestimenta de confeccionar prendas de vestir con talles que respondan a las medidas antropométricas de la población uruguaya.* Cámara de Diputados del Uruguay. http://www.diputados.gub.uy/data/docs/LegActual/Repartid/R0217-A01.pdf

Etchevers, M. J., Garay, C. J., López, P., Putrino, N., & Grasso, J. (2024). *Revelamiento del estado psicológico de la población argentina.* Observatorio de Psicología Social Aplicada, Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires. http://www.psi.uba.ar/opsa/#informes

Fajardo, E., Méndez, C., & Jauregui, A. (2017). *Prevalencia del riesgo de trastornos de la conducta alimentaria en una población de estudiantes de secundaria, Bogotá - Colombia.* Revista Med, 25(1), 46-57. https://doi.org/10.18359/rmed.2917

Farfetch. (2022). *The Ultimate Guide to French Sizing and French Brands.* Farfetch *https://www.farfetch.com/style-guide/brands/french-brands-and-french-sizing-guide*

Fernández, A. (2025). *Qué tipos de leyes hay: clasificación y características.* Derecho y Política Argentina. https://alferdez.com.ar/que-tipos-de-leyes-hay/

Flores Marquéz, E. (2024). *Redes sociales y salud mental en adolescentes.* Escola Salut. https://escolasalut.sjdhospitalbarcelona.org/es/consejos-salud/salud-mental/rol-redes-sociales-salud-mental-adolescentes

García-Escribano, F., & Pérez Moreno, M. R. (2020). *Trastorno dismórfico corporal del adolescente.* Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil, 37(4), 30-35. https://doi.org/10.31766/revpsij.v37n4a3

Gardiner, G. (2003). Daño psíquico. *Construyendo puentes en Psicología Jurídica,* 81-96. JVE

Gerbotto, M., & Paturzo, C. L. (2020). *Hábitos alimentarios y percepción de la imagen corporal en un grupo de adolescentes que realizan comedia musical.* Diaeta, 38(172), 26-40. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73372020000300026&lng=es&tlng=es.

Glattili, H. M. (s.f). *Evaluación del Riesgo de Suicidio.* Universidad de Buenos Aires. https://www.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/sitios_catedras/electivas/616_psicofarmacologia/material/evaluacion.pdf

Gobierno de la Nación Argentina. (1994). *Ley 24.430: Ordenación de la publicación del texto oficial de la Constitución Nacional sancionada en 1853 con las reformas de los años 1860, 1866, 1898, 1957 y 1994.* https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24430-804

Goldstein, W. (2024). *Size standardization… It's a tricky topic.* National Costumers Association. https://www.costumers.org/size-standardization%E2%80%A6-it%E2%80%99s-a-tricky-topic/

Gupta, R., Modi, D., Hoda, Z., Lugun, R. R., & Kumari, R. (2011). *Italy Size Chart Final Doc.* Scribd. https://es.scribd.com/document/65917801/Italy-Size-Chart-Final-Doc

Heras-Benavides, D., Díaz Castrillón, F., Cruzat Mandich, C. V., & Lecaros Bravo, 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 Cuerpos, Emociones y Sociedad (RELACES), 9(23), 69-80. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6983957

Hider, J. (2023). *Before the Flapper, there was a Gibson Girl*. Messy Nessy Chic. https://www.messynessychic.com/2023/04/26/before-the-flapper-there-was-the-gibson-girl/

HelpGuide. (2024). *Las redes sociales y la salud mental: Adicción a las redes sociales.* HelpGuide.org. https://www.helpguide.org/es/problemas-de-la-adolescencia/las-redes-sociales-y-la-salud-mental

Heram, Y. (2018). *La televisión argentina: historia y composición.* La crítica de televisión en la prensa durante la formación de los multimedios. TeseoPress. https://doi.org/10.55778/ts502916743

Hospital Clínic de Barcelona. (2024). *La influencia de las redes sociales en la percepción del cuerpo y la salud mental.*

https://www.clinicbarcelona.org/noticias/la-influencia-de-las-redes-sociales-en-la-percepcion-del-cuerpo-y-la-salud-mental

INECO - Instituto de Neurología Cognitiva. (2025). *Informe sobre intentos de suicidios en el país: cuáles son los grupos más vulnerables y cómo detectar las señales de alerta.* https://www.ineco.org.ar/novedades/informe-sobre-intentos-de-suicidios-en-el-pais-cuales-son-los-grupos-mas-vulnerables-y-como-detectar-las-senales-de-alerta/

INECO - Instituto de Neurología Cognitiva. (s.f). *Trastornos de ansiedad.* https://www.ineco.org.ar/patologias/trastornos-de-ansiedad/

Infobae. (2023). *Juana Repetto reflexionó sobre su cuerpo: "La gente sigue asociando la belleza a la delgadez".* Infobae.

Instituto Nacional de Calidad. (2024). *Inacal aprueba Norma Técnica para estandarizar la designación de talla de prendas de vestir.* https://www.gob.pe/institucion/inacal/noticias/503898-inacal-aprueba-norma-tecnica-para-estandarizar-la-designacion-de-tallas-de-prendas-de-vestir

Instituto Nacional de Tecnología Industrial. (2022). *Estudio antropométrico argentino: Informe Técnico.* https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/10/estudio_antropometrico_ar_-_informe_tecnico.pdf

Karaim, J. (2025). *El talle único como conflicto social: abordaje de la ley nacional de talles desde una perspectiva de derechos humanos.* [Ponencia presentada en el XXIII Congreso Nacional y XIII Congreso Latinoamericano de Sociología Jurídica, Santiago del Estero, Argentina; Disponible en SEDIC]. Universidad Nacional de La Plata. https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/177956/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

La Nación. (2020). *Angie Balbiani acusó al elenco de Rebelde Way de hacerle bullying.* https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/angie-balbiani-acuso-al-elenco-rebelde-way-nid2532132/

Lee, S. (2020). *Roaring & Swinging: Shared fashionable ideals of flappers and mods.* Fashion History Timeline. https://fashionhistory.fitnyc.edu/roaring-swinging-flappers-and-mods/

Ley Nacional de Prevención del Suicidio N°27.130. (2015). Presidencia de la Nación Argentina. https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27130-245618/texto

Ley 27.521. (2019). *Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria*. *Boletín Oficial de la República Argentina*, 20 de diciembre de 2019. https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27521-333533/texto

Llambías, J. J. (1973). *Tratado de Derecho Civil. Obligaciones.* (2ª ed., t. I, p.300)

Martín-Cárdaba, M. A., Porto-Pedrosa, L., & Verde-Pujol, L. (2022). *Representación de la belleza femenina en publicidad: Efectos sobre el bienestar emocional, la satisfacción corporal y el control de peso en mujeres jóvenes.* Profesional de la Información, 31(1), e310117. https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.17

MasterClass. (2021). *Ready-to-Wear Fashion Guide: Inside Look at Prêt-à-Porter.* MasterClass. https://www.masterclass.com/articles/ready-to-wear-fashion-guide

Mayo Clinic. (2022). *Trastorno dismórfico corporal: Síntomas y causas.* Mayo Clinic. https://www.mayoclinic.org/es/diseases-conditions/body-dysmorphic-disorder/symptoms-causes/syc-20353938

Medina-Gómez, M. B., Martínez-Martín, M. A., Escolar-Llamazares, M. C., Gonzáles-Alonso, Y., & Mercado-Val, E. (2019). *Anxiety and body dissatisfaction in university students.* Acta Colombiana de Psicología, 22(1), 13-21. http://www.dx.doi.org/10.14718/ACP:2019.22.12

Mitidieri, G. (2022). *Ropa hecha: Trabajo y consumo de indumentaria masculina en roperías de la Ciudad de Buenos Aires, 1851-1870.* Pasado Abierto, 15. https://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/pasadoabierto/article/view/5576

Mitidieri, G. (2024). *Las costuras de Buenos Aires a mediados del siglo XIX: Una historia social con perspectiva de género del trabajo de la aguja y el hilo.* Hispanic American Historical Review, 104(4), 587-616. https://doi.org/10.1215/00182168-11384730

Morán, C., Victoriano, M., Parra, J., Ibacache, X., Pérez, R., Sánchez, J., Sáez, K., & Mosso, C. (2024). *Insatisfacción corporal, autoestima, sintomatología depresiva y estado*

nutricional en adolescentes. Andes Pediátrica, 95(1). https://doi.org/10.32641/andespediatr.v95i1.4779

Muñoz-Muñoz, A. M., & Martínez-Oña, M. M. (2024). *Análisis del canon de belleza femenina y su manipulación digital en la publicidad de perfumes.* Kamchatka. Revista de análisis cultural, 23, 527-549. https://doi.org/10.7203/KAM.23.26989

National Alliance for Eating Disorders. (2024). *Recognizing body dysmorphic disorder*. The Alliance for Eating Disorders Awareness. https://www.allianceforeatingdisorders.com/recognizing-body-dysmorphic-disorder/

Nicewicz, H. R., Torrico, T. J., & Boutrouille, J. F. (2024). *Body dysmorphic disorder.* StatPearls Publishing. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK555901/

Organización Panamericana de la Salud. (2025). *Prevención del suicidio.* https://www.paho.org/es/temas/prevencion-suicidio

Pan American Health Organization. (2021). *The burden of suicide in the Region of the Americas.* Pan American Health Organization. https://www.paho.org/en/enlace/burden-suicide

Paredes, K. F., Díaz Reséndiz, F., & Bautista Díaz, M. L. (2019). *Asociación entre conductas alimentarias de riesgo, estatus de peso e insatisfacción corporal en mujeres adolescentes y jóvenes mexicanas.* Archivos de Medicina, 19(2), 1-12. https://doi.org/10.30554/archmed.19.2.3283.2019

Pascucci, S. (2005). *La industria de la confección en la Argentina (1880-1940): Características, tendencias y particularidades.* https://www.aacademica.org/000-006/449

Pedrón, V. (2021). *Uso de plataformas de videoconferencias e insatisfacción corporal durante la cuarentena por COVID-19.* Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. https://www.aacademica.org/000-012/313

Pérez, M. (2024). *Las redes sociales y la salud mental de los adolescentes.* Infobae. https://www.infobae.com/opinion/2024/03/15/las-redes-sociales-y-la-salud-mental-de-los-adolescentes/

Pérez Villalobos, H. (2019). *Autoestima, teorías y su relación con el éxito personal*. Revista Alternativas en Psicología, (41).

https://alternativas.me/wp-content/uploads/2019/03/2.-Autoestima-teorias-y-su-relacion-con-el-exito-personal.pdf

Rivarola, M. F., & Zárate, E. C. (2018). *Insatisfacción con la imagen corporal y su relación con la evitación experiencial en mujeres argentinas.* X Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXV Jornadas de Investigación XIV Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. https://www.aacademica.org/000-122/31

Robinson K. (2015). *The Origins of Clothing Sizes: How we wound up with our current sizing system.* Seamwork Magazine. https://www.seamwork.com/style-and-wardrobe/the-origins-of-clothing-sizes?srsltid=AfmBOorVCdn8uTjslnm3M-iMrwWqrIROh_6onYbZLIFfuZepvIolAbgs&utm_source=

Rodríguez Biglieri, R., & Vetere, G. (2011). Conceptos básicos de la terapia cognitiva de los trastornos de ansiedad. En Rodríguez Biglieri, R y Vetere, G (Eds.). *Manual de Terapia Cognitiva Conductual de los Trastornos de Ansiedad.* Polemos

Ruíz Martínez, A. O., González Arratia López Fuentes, N. I., González Escobar, S., Torres Muñoz, M. A., & Vázquez Arévalo, R. (2021). *Más allá de la apariencia: imagen corporal asociada a las actitudes y conductas de riesgo de trastorno alimentario en adolescentes.* Revista de Psicología de la Universidad Autónoma del Estado de México, 10(19), 107-123. https://revistapsicologia.uaemex.mx/article/view/16054

Sánchez, E. (2022). *Cánones de belleza: ¿qué son y cómo influyen en la sociedad?* Psicología y Mente. https://psicologiaymente.com/social/canones-belleza

Sigala Chavarría, M. I., González Fernández, M. S., & Aguirre Rodríguez, L. E. (2019). *Prevalencia de imagen corporal, malestar psicológico y actividad física en mujeres.* Academia Journals. https://www.researchgate.net/publication/336967299_Prevalencia_de_imagen_corporal_malestar_psicologico_y_actividad_fisica_en_mujeres

Sizolution Team. (2019). *A brief history of sizing systems.* Medium. https://medium.com/sizolution/a-brief-history-of-sizing-systems-aee6bd066834

Stagnaro, J. C., Cía, A., Vázquez, N. R., Vommaro, H., Nemurovsky, M., Sustas, S. E., Serfaty, E., Medina Mora, M. E., Benjet, C., Aguilar Gaxiola, S., & Kessler, R. (2018). *Epidemiological study of mental health in the general population of Argentina. Vertex*, 29, 275-299. https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/176579

Suarez, A. (2024). *Historia de la violencia estética y los estereotipos de belleza en Occidente.* Revista Enlace Jurídico, (1), 258-281.

UNICEF Argentina. (2025). *Análisis de situación de la niñez y adolescencia en Argentina (SITAN) – Resumen ejecutivo.* Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). https://www.unicef.org/argentina/media/26546/file/SITAN-Resumen%20ejecutivo%20UNICEF%20FINAL.pdf.pdf

Universidad de Buenos Aires. (2025). *Más de un tercio de la población argentina presenta malestar psicológico.* UBA Noticias. https://www.uba.ar/ubanoticias/noticias/894

Universidad de Chile. (2022). *UChile podcast: Los derechos que busca resguardar la Ley de Tallas.* https://uchile.cl/noticias/187441/uchile-podcast-los-derechos-que-busca-resguardar-la-ley-de-tallas

Portal Oficial del Estado Argentino. (2023). *Se realizó el primer consejo consultivo SUNITI.* https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-realizo-el-primer-consejo-consultivo-del-suniti

Presidencia de la Nación Argentina. (2021). *Decreto N° 375/2021: Reglamentación de la Ley 27.521 - Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria (SUNITI). Boletín Oficial de la República Argentina.* https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-375-2021-350787/texto

Provincia de Buenos Aires. (2001). Ley N° 12.665: *Obligación de los comercios de venta de ropa femenina de la existencia de todos los talles.* Boletín Oficial de la Provincia de Buenos Aires, 9 de Abril de 2001. https://www.argentina.gob.ar/normativa/provincial/ley-12665-123456789-0abc-defg-566-2100bvorpyel/actualizaci%C3%B3n

Provincia de Córdoba. (2015). Ley N° 10.302: *Empresas industriales de Córdoba, fabricación y venta de indumentaria, acorde a las medidas antropométricas.* Boletín Oficial de la Provincia de Córdoba, 22 de septiembre de 2015.: https://www.saij.gob.ar/10302-local-cordoba-ley-talles-lpo0010302-2015-09-09/123456789-0abc-defg-203-0100ovorpyel

Provincia de Entre Ríos. (2006). Ley N°9.703: *Confección y comercialización de indumentaria en todos los talles.* Boletín Oficial de Entre Ríos, 22 de Mayo de 2006. https://www.senadoer.gob.ar/descargas/3570

Provincia de Mendoza. (2013). Ley N° 8.579: *Regulación de Talles de Indumentaria.* Boletín Oficial de Mendoza, 28 de Agosto de 2013. https://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/51/2016/02/LEY-8.579-DE-TALLES-docx..pdf

Provincia de Río Negro. (2012). Ley N° 4.806: *Confección de indumentaria en todos los talles por empresas industriales radicadas en la provincia.* Boletín Oficial de Río Negro. https://web.legisrn.gov.ar/legislativa/legislacion/ver?id=8824

Provincia de Salta. (2017). Ley N° 7.995: *Establecimientos industriales y comerciales de confección, venta y provisión de indumentaria deben tener en existencia todos los talles.* Boletín Oficial de Salta, 17 de Enero de 2017. https://www.diputadosalta.gob.ar/digesto_leyes/20/download_file

Provincia de Santa Fé (2007). Ley N° 12.841: *Establece que las empresas industriales radicadas en la provincia, cuya actividad principal sea la fabricación de ropa, deberán confeccionar las prendas en todos los talles necesarios para cubrir las medidas antropométricas de la mujer adolescente.* Gobierno de la Provincia de Santa Fé. https://www.santafe.gov.ar/normativa/getFile.php?id=228100&item=109308&cod=dff6ed72e7ae0349d0dcb777e0cbdf2e

Provincia de Tucumán. (2005). Ley N° 7.667: *Crea el Registro de Fabricantes y Comerciantes de prendas de vestir para adolescentes.* Boletín Oficial de Tucumán, 3 de Noviembre de 2005. https://www.saij.gob.ar/7667-local-tucuman-crea-registro-fabricantes-comerciantes-pren

das-vestir-para-adolescentes-lpt0107667-2005-11-03/123456789-0abc-defg-766-7010tvorpyel

Organización Panamericana de la Salud. (2025). *Depresión.* https://www.paho.org/es/temas/depresion

Organización Mundial de la Salud. (2025). *Trastornos de ansiedad.* https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/anxiety-disorders

Quiroga, Susana. (2009). *Prevalencia e incidencia en la actualidad : Trastornos de la conducta alimentaria.* En: Encrucijadas, no. 46. Universidad de Buenos Aires. Disponible en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad de Buenos Aires: https://repositoriouba.sisbi.uba.ar/gsdl/collect/encruci/index/assoc/HWA_258.dir/258.PDF

Tincher, N. (2025). *The history of clothing sizing.* BU Style. https://www.bu.style/articles/clothing-sizing

Torres-Cruz, E., & Torres-Cruz, F. (2021). *Trastornos de conducta alimentaria en estudiantes de educación secundaria.* Revista Innova Educación, 3(2), 349-359. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8054640

Tossounian, C. (2025). *Políticas del cuerpo: cultura de la delgadez, género y respetabilidad en la prensa de circulación masiva (Argentina, 1919-1940).* Anuario Centro de Estudios Económicos de la Empresa y el Desarrollo, (23), e3249. https://dx.doi.org/10.56503/anuario/nro.23(17)/3249

Universidad del Aconcagua. (2023). *DERIG: Área de Niñez y Adolescencia: "La imagen corporal y las influencias de los estereotipos de género"*. Universidad del Aconcagua. https://www.uda.edu.ar/index.php/noticias-psi/1331-derig-area-de-ninez-y-adolescencia-la-imagen-corporal-y-las-influencias-de-los-estereotipos-de-genero

Varela, M. (s.f). *Historia de la televisión en Argentina.* Herramientas de la Red de Historia de los Medios. http://www.rehime.com.ar/herramientas/Herramienta%2002_ReHiMe_Varela.pdf

Vargas-Almenda, R., Bautista-Díaz, M. L., & Romero Palencia, A. (2021). *Conductas alimentarias de riesgo e insatisfacción corporal en adolescentes de secundaria: El*

papel del sexo y ubicación de la escuela. Educación y Salud - Boletín Científico del Instituto de Ciencias de la Salud UAEH, 9(18), 11-19. https://doi.org/10.29057/icsa.v9i18.6571

Wilhelm, I. (2023). *El daño moral en el Código Cívil y Comercial de la Nación* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica Argentina]. Repositorio Institucional UCA. https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/17883/1/dano-moral-codigo-civil.pdf

World Health Organization. (2025). *Trastorno depresivo (depresión).* https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/depression