



UNIVERSIDAD A DISTANCIA DE MADRID

Facultad de Ciencias Jurídicas

Programa de Doctorado en Derecho y Sociedad

Discriminación por aspecto -aspectismo-, una perspectiva psicosocial y jurídica

Tesis Doctoral presentada por:

María Montserrat Quintas Alfonsín

Dirigida por

Dr. D. José Ignacio Baile Ayensa

Madrid, enero 2023

Dedicada a mi director, D. José Ignacio Baile, por sus aportaciones, por su inestimable apoyo, por su comprensión, paciencia y por “saber” introyectar con suma facilidad mi pensamiento a la hora de desarrollar esta investigación. Le agradezco su magnífica tutela, todo “su saber”, y el que haya posibilitado, desde el principio, un trabajo hecho sin influencias, con mente crítica y libertad de pensamiento, pero, sobre todo, con una “mirada” amplia, rica, diversa, y empática con aquellos que alguna vez han sufrido injustamente y se han sentido estigmatizados por su apariencia. Este trabajo es un homenaje, “a ellas y a ellos”, a aquellos, que, aunque no se puedan nombrar, seguramente, serán muchas/os..., para que siempre se amen a sí mismos, tomando sus propias decisiones, sin dejarse deslumbrar por la aceptación social para sentirse queridos.

Especialmente, brindo este trabajo a un compañero de vida, al desaparecido doctor Nóvoa Salgado, por su generosidad, por dedicar toda su vida al servicio de los demás y por ser el principal impulsor de este doctorado. Siempre creyó que la difusión del conocimiento científico era el principal artífice de la democratización de la vida de las personas para acabar con las desigualdades, acercando la cultura a la sociedad, pues consideraba que esta era una responsabilidad compartida de todos los investigadores. Donde quiera que estés, no solo tu persona, sino tus valores, será imposible olvidarte.

Con cariño, a mi querido hijo, Adrián, para que persiga sus sueños y alcance sus logros vitales, con el mismo esfuerzo y dedicación que se ha puesto en la elaboración de esta tesis, pero, siempre, sin comprometer sus principios éticos y sin dejarse arrastrar por influencias ajenas. Cada ser humano, con todas sus imperfecciones, está lleno de riqueza, experiencias y de aprendizajes...Siempre, sé tú mismo...Ahora más que nunca, ten presente que ya no caminarás solo.

Agradecimientos

Agradecimiento infinito a mi amigo y preparador en la judicatura, Magistrado del Tribunal Superior de Justicia de Galicia, D. Fernando Alañón Olmedo que con su eminente formación jurídica y haciendo gala de paciencia, ha sumado conocimiento a esta investigación, con sus aportaciones, ideas y correcciones, suponiendo, además una “inyección” de energía con su personalidad, siempre optimista.

Gratitud y reconocimiento a mi estimada compañera en psicología, Doña Lorena Joga Dacal por sus comentarios en la parte psicosocial de este trabajo. Con cariño, a mi querida maestra argentina, Doña Susana Alicia Yáñez González a la que deseo agradecer sus avispados comentarios literarios a esta tesis. Tampoco me olvido de las aportaciones de mi querido amigo, el doctor D. Eloy Outeiriño Viso y de sus correcciones al abstract.

Finalmente, dado que ningún investigador es una “isla”, deseo agradecer todas las contribuciones científicas de los autores e instituciones reseñados en este trabajo, que han permitido que esta investigación fuera posible, sustentando la base de mi trabajo con muchas de sus aportaciones y que, sin

duda, permitirán ampliar futuras líneas de investigación en la temática tratada y servir a otros propósitos como adoptar otros modos de argumentar las excelencias corporales.

“Todos ven lo que pareces ser, más pocos saben lo que eres,
y esos pocos no se atreven a oponerse a la opinión de la mayoría,
que se escuda detrás de la majestad del Estado”.

Maquiavelo (2019).

“En el reino de la apariencia lo más profundo es la superficie”.

Laufer y Paradeise (1982).

“No hay apariencia física por la que merezca la pena no comer pasta (...). Sé tú mismo (...). Aspira a ser tú. Si aspiras a ser algo que no eres, siempre fracasarás (...). “Nadie puede hacerte sentir inferior sin tu consentimiento”, dijo Eleanor Roosevelt (...). Sé tú al descubierto (...). Encajar está bien, pero nunca te esfuerces en hacerlo si esa forma de encajar implica convertirte en algo que no eres. Conviértete en tú. Conviértete en la persona que nadie más es. Si no le gustas a la gente, deja que así sea (...). Es demasiado agotador pasar esta existencia siendo otra persona (...). Navega por tu conciencia en busca de razones para estar agradecido por ser tú. El único miedo a perderte algo que importa es el miedo a perderte algo de ti mismo (...). La perfección pertenece a otro mundo”.

Haig (2021).

“No hay más realidad que la que tenemos dentro. Por eso la mayoría de los seres humanos viven tan irrealmente, porque creen que las imágenes exteriores son la realidad y no permiten a su mundo interior manifestarse”.

Hermann Hesse (1919).

Resumen

En este trabajo se realiza una investigación de revisión sobre el aspectismo o discriminación por apariencia desde una doble perspectiva. Desde una perspectiva psicosocial, se plantea que las personas no deban asumir como una cuestión de normalidad la imposición de una morfología corporal específica, que las lleve a mermar sus habilidades, o, a desarrollar ciertas psicopatologías. Desde la perspectiva jurídica, se quiere visibilizar como en diferentes ámbitos, sobre todo, en el ocupacional, se hace necesario controlar normativamente este tipo de discriminación, así como adoptar diferentes medidas preventivas con el fin de hacer más consciente este fenómeno. Esa doble perspectiva, en cierto modo, condiciona la metodología utilizada. Desde la perspectiva psicosocial, se conceptualiza el aspectismo, su naturaleza, las características, los elementos constitutivos y la variedad de los ámbitos en los que opera. Desde el plano jurídico, se utiliza un análisis doctrinal, jurisprudencial y de derecho comparado para analizar la protección que otorgan los distintos ordenamientos frente a la discriminación basada en el aspecto. Respecto a las técnicas para observar la realidad investigada, se ha utilizado una estrategia mixta, tanto fuentes primarias documentales como fuentes secundarias. Los resultados muestran como en el ámbito ocupacional, las personas pueden ser estigmatizadas y discriminadas por su aspecto durante todas las fases del desempeño laboral, y, como en el ámbito escolar, los niños y las niñas se comportan atendiendo a estereotipos corporales desde la infancia temprana. Se asegura que, si bien, en la actualidad, se han producido avances regulando sectorialmente el aspectismo, en la mayoría de los ordenamientos sigue siendo insuficiente la protección que el derecho dispensa a las personas frente al aspectismo. En las conclusiones se aborda si se han logrado los objetivos planteados, efectuando propuestas de afrontamiento para prevenir la estigmatización de la persona por su aspecto. Finalmente, se enfoca la prospectiva de futuras líneas de investigación sobre este análisis documental.

Palabras clave: aspectismo, atractivo físico, estereotipo, prejuicio, sesgo cognitivo, discriminación, principio de igualdad.

Abstract

In this study, a revision investigation on lookism or discrimination based on appearance is carried out from a double perspective. From a psychosocial perspective, it is proposed that people should not assume as a matter of normality the imposition of a specific body morphology, which would lead them to reduce their abilities, or to develop certain psychopathologies. From a legal perspective, we would like to make it visible how in different fields, especially in the occupational field, it is necessary to control this type of discrimination by law and adopt different preventive measures in order to make this phenomenon more aware. This double perspective, in a way, conditions the methodology to be used. From the psychosocial perspective, lookism is conceptualized, its nature, characteristics, constitutive elements and the variety of fields in which it operates. From the legal level, a doctrinal, jurisprudential and comparative law analysis is used to analyze the protection granted by the different legal systems against discrimination based on appearance. Regarding techniques to observe the investigated reality, a mixed strategy has been used, considering into account both primary and secondary documentary sources. The results of this investigation show how in the occupational field, people can be stigmatized and discriminated against due to their appearance during all phases of work performance, and, as in the school field, boys and girls behave according to body stereotypes from early childhood. This investigation also shows that, although, at present, there have been advances regulating lookism, in most legal systems the protection that the law provides to people against lookism is still insufficient. Conclusions address whether the proposed objectives have been achieved, making coping proposals to prevent the stigmatization of the person due to her appearance. We finally focus on the prospective of possible future lines of research that could derive from this documentary analysis.

Keywords: lookism, physical attractiveness, stereotype, prejudice, cognitive bias, discrimination, principle of equality.

ÍNDICE

Contenido

INTRODUCCIÓN	14
JUSTIFICACIÓN.....	16
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
OBJETIVOS.....	21
Objetivo general.....	21
Objetivos específicos	21
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO: LA ADOPCIÓN DE UNA APARIENCIA. TEORÍAS EXPLICATIVAS DESDE UN MODELO MULTICAUSAL	23
1.1. Mapa conceptual.....	23
1.2. Los prejuicios sociales como parte explicativa del fenómeno	25
1.3. Los prejuicios cognitivos	36
1.4. Influencia de los medios de comunicación: el control de la información y los medios masivos de comunicación	39
1.5. Síntesis	43
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA.....	46
2.1. Naturaleza de la investigación	46
2.2. Justificación del formato de las referencias	48
2.3. Diseño de la investigación, métodos y las técnicas utilizadas	48
2.4. Medios para su logro: bases de datos, fuentes bibliográficas, y materiales utilizados.....	49
2.5. Proceso o fases en la metodología utilizada.....	51
2.6. Dificultades encontradas	51
PARTE I. PERSPECTIVA PSICOSOCIAL.....	53
INTRODUCCIÓN	53
CAPÍTULO 3. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA APARIENCIA.....	53
3.1. Justificación del estudio de la apariencia física en determinados momentos históricos y entornos socioculturales.....	53

3.2. La apariencia física en las grandes civilizaciones de la historia	58
3.2.1. Egipto.....	59
3.2.2. Grecia.....	61
3.2.3. Roma.....	64
3.3. La apariencia durante la Edad Media (hasta finales del siglo XV).....	70
3.4. La apariencia desde el siglo XVI hasta el siglo XIX	72
3.5. Influencias estéticas en el siglo XX: la delgadez como elemento inexcusable de la apariencia	75
3.6. Los patrones estéticos en los albores del siglo XXI: “físico a la carta”	76
3.7. Síntesis y reflexiones	78
CAPÍTULO 4. LA APARIENCIA FÍSICA Y LA PRESIÓN SOCIAL SOBRE EL CUERPO	81
4.1. Introducción.....	81
4.2. La imagen corporal e insatisfacción corporal.....	83
4.3. El patrón estético promovido en la sociedad contemporánea: ¿qué cualidades suelen considerarse como conformadoras del atractivo de una persona?	86
4.4. La importancia del aspecto físico: ¿es cuestión de género?	92
4.5. La presión social sobre el cuerpo ¿es exclusiva de las clases pudientes?	97
4.6. El doble filo del aspecto físico: cuando el atractivo de la persona posee tantos inconvenientes como ventajas.....	100
4.7. Síntesis del capítulo	104
CAPÍTULO 5. FACTORES O FENÓMENOS QUE CONTRIBUYEN A LA PRESIÓN SOCIAL SOBRE EL CUERPO	106
5.1. Introducción	106
5.2. La publicidad como agente de presión social sobre el cuerpo	107
5.2.1. El prototipo de belleza que difunden los medios de comunicación.....	108
5.2.2. Campañas publicitarias relacionadas con el patrón estético imperante y la influencia de los medios de comunicación.....	110
5.2.3. La influencia de las revistas sobre la apariencia.....	114
5.2.4. Los maniqués de los escaparates están enfermos	115
5.2.5. Posibles consecuencias de la presión estética ejercida por los medios.....	119
5.3. Emular la tiranía del culto al cuerpo a través de los pretendidos influencers del siglo XXI ...	122

5.3.1. La belleza “fantasma” en redes sociales. Imágenes editables y publicidad ilícita.....	122
5.3.2. El fenómeno de las influencers.....	127
5.3.3. Un análisis sobre la estética de los /las influencers en redes sociales	134
5.4. La estética globalizadora y su influencia en la apariencia	138
5.5. Síntesis del capítulo y justificación de su aportación al discurso de la tesis.....	144
CAPÍTULO 6. ASPECTISMO O DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA FÍSICA	146
6.1. Introducción	146
6.2. Construcción conceptual: ciertas inconsistencias en la definición de aspectismo	149
6.3. Variabilidad de los ámbitos en los que se desarrolla	154
6.4. Discriminación múltiple femenina.....	160
6.5. Aspectismo en el ámbito laboral	164
6.5.1. Características que podrían influir en el éxito o arruinar el acceso a la ocupación laboral	168
6.5.2. ¿La discriminación por apariencia existe en todas las profesiones, o, solo opera en algunas de ellas?	169
6.5.3. ¿Debe ser ampliado el concepto de competencia ocupacional incorporando la apariencia física como una cualidad personal del trabajador?	173
6.6. Aspectismo en el ámbito escolar.....	176
CAPÍTULO 7. REFLEXIONES FINALES DESDE LA PERSPECTIVA PSICOSOCIAL	182
7.1. Una reflexión moral sobre la legitimidad del trabajo estético: ¿no se debe juzgar a los demás por su aspecto, o, no se debe juzgar, exclusivamente, por apariencia?.....	182
7.2. ¿En qué medida se puede justificar el tratamiento dispar de los/las candidatos/as a un puesto de trabajo basándose en su apariencia?.....	184
7.3. Síntesis	186
PARTE II. PERSPECTIVA JURÍDICA	188
INTRODUCCIÓN	188
CAPÍTULO 8. SISTEMÁTICA DE LOS ORDENAMIENTOS JURÍDICOS PARA ESTABLECER POSIBLES MOTIVOS ANTIDISCRIMINATORIOS	191
8.1. La discriminación, en general. La discriminación directa y la discriminación indirecta. Discriminación laboral	191

8.2. Tipología de cláusulas discriminatorias: formulación genérica o específica con un listado de motivos discriminatorios.....	194
CAPÍTULO 9. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL DERECHO ESPAÑOL.....	200
9.1. Principio de igualdad formal del artículo 14 de la constitución.....	200
9.2. La “igualdad material” del artículo 9.2. constitucional.....	202
9.3. Problemas en el derecho español para garantizar la protección del individuo frente al aspectismo: el derecho a la intimidad personal y a la propia imagen. El poder de dirección empresarial.....	203
9.3.1. El derecho a la intimidad y a la propia imagen.....	204
9.3.2. El derecho a la libertad de empresa y al poder de dirección empresarial	209
9.3.3. Controversia y conciliación entre el derecho a la propia imagen del trabajador y el derecho del empresario al poder de dirección empresarial	211
9.4. Análisis del derecho a la dignidad de la persona en relación con el derecho a la propia imagen y a la intimidad personal	222
9.5. Análisis de la legislación estatal española relacionada con el derecho a no ser discriminado por el aspecto.....	224
9.5.1. La ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación	225
9.5.2. Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia.....	227
9.5.3. La ley 19/2020, de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación promulgada por el parlamento catalán.....	227
9.5.4. Ley 17/2015, de 21 de julio, de igualdad efectiva de mujeres y hombres.....	228
9.5.5. Proyecto de Ley integral para la igualdad de trato y la no discriminación. Proyecto de ley 121/00030. BOE de 10 de febrero de 2011	229
9.5.6. Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición.....	229
9.5.7. La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual; y, la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual	231
9.5.8. Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, por el que se aprueba el Estatuto del Estudiante Universitario	234
9.5.9. LO 3/2007, de 22 de marzo, por la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres.....	236
9.5.10. LO 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género	236
9.5.11. La Ley 51/2003, de 2 de diciembre de igualdad de Oportunidades, no discriminación Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad	237

9.5.12. Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto por el que se aprueba el texto refundido de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social (LISOS).....	238
9.5.13. Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica del menor, de modificación del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil.....	238
9.5.14. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores (ETT)	239
9.5.15. LO 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal.....	245
9.5.16. Ley 34/1988, de 11 de noviembre general de publicidad	251
9.5.17. LO 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen	253
9.5.18. Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil Español ...	254
9.5.19. Síntesis.....	255
CAPÍTULO 10. CASUÍSTICA EN LA JURISPRUDENCIA ESPAÑOLA SOBRE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA	257
10.1. La obesidad, lipofobia o gordofobia: el odio al cuerpo obeso	258
10.2. Tatuajes, piercings e inserciones.....	266
10.3. El cabello: alopecia, cortes de pelo y tinturas modernas. Barba, perilla y bigote	271
10.4. El pielismo y edadismo	276
10.5. La segunda piel del cuerpo: el atuendo	281
10.6. La altura	286
10.7. El maquillaje	287
CAPÍTULO 11. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL DERECHO DE LA UNIÓN EUROPEA.....	290
11.1. Derecho primario: el Tratado de la Unión Europea y la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea y jurisprudencia relacionada con los Tratados Constitutivos.....	291
11.2. Derecho derivado: Directivas sobre discriminación y jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) relacionada con las directivas.....	298
CAPÍTULO 12. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL CONSEJO DE EUROPA	307
12.1. Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales (CEDH).....	307
12.2. Pronunciamientos del TEDH.....	309

CAPÍTULO 13. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL DERECHO DE INTERNACIONAL.....	314
13.1. Protección internacional de los derechos	314
13.2. Derecho de las Naciones Unidas: ámbito universal.....	315
13.3. Sistema internacional de protección en el ámbito regional americano	318
CAPÍTULO 14. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL DERECHO COMPARADO	323
14.1. Problemas metodológicos para efectuar un análisis comparado de posibles cláusulas antidiscriminatorias.....	323
14.1. Francia.....	324
14.2. Derecho anglosajón: Estados Unidos.....	327
14.3. México	338
14.4. Chile.....	341
14.5. Perú	345
14.6. Argentina.....	346
14.7. Australia.....	349
CAPÍTULO 15. PROPUESTAS.....	351
15.1. Propuestas de carácter psico-social.....	352
15.2. Propuestas de índole jurídico	356
CONCLUSIONES	360
¿Se han logrado los objetivos desde la perspectiva psicosocial y jurídica?.....	360
LIMITACIONES Y PROSPECTIVA	365
Referencias	367
Anexo I. Registro para el análisis de anuncios televisivos	387
Anexo II. Registro para el análisis sobre maniqués	388
Anexo III. Registro sobre la estética de influencers masculinos y femeninos en redes sociales	389
Anexo IV. Metodología de la investigación sobre la estética de influencers en redes sociales.....	391

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa Conceptual. (Elaboración propia)	24
Figura 2. Factores interrelacionados con influencia negativa sobre la apariencia. (Elaboración propia)	25
Figura 3. Teorías que conllevan “prejuicios sociales” que pueden ayudar a explicar la discriminación. (Elaboración propia)	25
Figura 4. Esquema constructivo de la discriminación basada en el aspecto. (Elaboración propia)	32
Figura 5. Influencia del efecto halo en el aspectismo. (Elaboración propia)	38
Figura 6. Efectos en relación con la influencia de la publicidad. (Elaboración propia)	40
Figura 7. Fases de trabajo del proceso de investigación. (Elaboración propia)	51
Figura 8. Escaparates con maniqués excesivamente delgados. (Elaboración propia)	118
Figura 9. Fotografías sexistas de una compañía aérea en un almanaque de 2008. (El País).....	166

INTRODUCCIÓN

La presente tesis doctoral analiza la discriminación por apariencia, también denominada como aspectismo o con el americanismo, *lookism*, consistente en otorgar a la persona un trato diferencial perjudicial o discriminatorio basándose exclusivamente en la apariencia física.

En una sociedad moderna como la occidental, atributos, tales como, la delgadez, la vestimenta, la esbeltez o la juventud, entre otros, se imponen como rígidos cánones estéticos, haciendo que el aspecto físico de la persona se capitalice y se potencie como valor, ofreciendo un repertorio de oportunidades a los que deciden someterse a la presión social de la apariencia física.

Este trabajo se sitúa en un amplio contexto, con el objeto de analizar el derecho de la persona a no ser discriminada por su apariencia física, pues aunque se utiliza, principalmente, la doble perspectiva psicosocial y jurídica, no cabe duda de que este trabajo posee también extensas implicaciones desde la ética social, dado que en ocasiones es difícil trazar una nítida línea divisoria entre lo lícito y lo ilícito, sobre todo, teniendo en cuenta la cantidad de intereses implicados en el fenómeno.

Desde una perspectiva psicosocial, se analiza la apariencia, las diferentes formas de ejercicio de presión social sobre el físico, los agentes implicados y se relaciona el aspectismo con otros fenómenos sociales, tales como, la publicidad y la globalización. Se trata de hacer visible un fenómeno muy naturalizado en la sociedad al que no se le concede la relevancia que posee, quizás, porque sus consecuencias sociales y psicológicas no se manifiestan de inmediato. Las personas que no poseen una apariencia física que se ajuste a los cánones de belleza imperantes en la sociedad, suelen ser estigmatizadas, discriminadas y, en ocasiones, pueden sufrir exclusión social en diferentes ámbitos, tales como, en la escuela, en las relaciones interpersonales o en el empleo, entre otros.

Desde la perspectiva jurídica sería conveniente contemplar expresamente en las legislaciones nacionales la discriminación basada en la apariencia. Si bien, en los últimos tiempos han existido avances importantes en la legislación sobre el aspectismo, aún sigue siendo insuficiente la protección que el derecho concede a las personas que son discriminadas por su aspecto.

Desde una perspectiva ecológica, teniendo en cuenta la literatura científica se efectuarán una serie de propuestas psicosociales y jurídicas dirigidas, en general, a la sociedad y al legislador, y en particular,

a diferentes agentes implicados para que la apariencia no sea objeto de sanción, cuando se trata de competir en igualdad de condiciones por derechos que la legislación reconoce a cada persona¹.

¹ Según Machillot (2017, p. 212), los agentes que intervienen, se encuentran interconectados y se retroalimentan mutuamente en diferentes niveles. Se usa una perspectiva ecológica, porque todos los agentes que intervienen en el fenómeno del aspectismo están relacionados entre sí. Sería imposible intentar suprimir o reducir este tipo de discriminación, interviniendo aisladamente sobre un determinado agente, puesto que cualquier modificación que se efectúe en una parte del ecosistema terminará afectando a otra parte, al estar todos los intervinientes en continua interacción. Según Giménez (2003), no se puede perder de vista “el carácter relacional, dinámico y situado”.

JUSTIFICACIÓN

La importancia de esta investigación radica, por un lado, en el tipo de enfoque multidisciplinar utilizado para analizar la temática de trabajo y, por otro lado, se analiza el derecho de las personas a no ser discriminadas por su apariencia en diferentes ámbitos.

Quando el aspecto físico se convierte en una condición personal donde se implican diferentes consideraciones, de orden estético, de salud, de posible responsabilidad personal (...), nos encontramos con uno de los motivos emergentes de discriminación más importantes de la actualidad².

Este trabajo tiene interés social y múltiples conexiones con la ética y la psicología social, no limitándose a los aspectos éticos propios que toda investigación científica ha de poseer, sino que, por su propio objeto, es una cuestión ética, o por lo menos, la problemática que subyace posee un carácter ético y social, incluida la dimensión jurídica del mismo.

En la sociedad actual, el aspecto físico se ha convertido en una obsesión. Se duda si el aspecto físico funciona solo como signo externo de belleza moral o si también como valor general que deba adoptar la persona. El individuo vive en una cultura moderna “en la que se fusionan las redes sociales, la meritocracia y la cultura de las celebridades” puesto que “creeremos en la igualdad social, siempre y cuando uno sea precioso”³.

Existe certeza de que uno de los factores socioculturales primordiales a la hora de desarrollar ciertos trastornos alimentarios ha sido la imposición de determinados valores estéticos, tales como, la delgadez⁴. Suele percibirse que esta va ligada al éxito social y a la obtención de mayores oportunidades en la vida. Esa percepción termina generando un sentido de rechazo sistemático hacia las personas que no siguen la estética imperante, por ejemplo, personas con obesidad, con sobrepeso, o que son excesivamente altas o excesivamente bajas o que simplemente no resultan atractivas a los ojos de los demás.

La temática de esta investigación, si bien, no es enteramente original, dado que antes algunos estudios han abordado las posibles ventajas y sanciones basadas en la apariencia física⁵, la gran mayoría de ellos

² Baile (2017, p. 21).

³ Brooks, D. (2021, junio 24). *Why is it ok to be mean to the ugly?* The New York Times.

⁴ Baile, Raich y Garrido (2003).

⁵ Elizathe, Murawski y Rutzstein (2010); Espizua (2017); Hollier (2017); Jabbour (2013).

proceden de Estados Unidos, siendo ajenos al contexto social y jurídico de la realidad social española y suelen centrarse, exclusivamente, en un único ámbito o en una sola tipología de discriminación, tales como, la obesidad⁶, el edadismo⁷, el ámbito escolar⁸, el ámbito de la política⁹, el impacto del atractivo de los litigantes en justicia¹⁰, en el ámbito de trabajo¹¹, por el prejuicio racial¹², etcétera. Así, son pocos los estudios que tratan de manera conjunta la variabilidad de los ámbitos en los que se suele presentar el aspectismo, tal y como se hace desde esta tesis doctoral, desde una perspectiva poliédrica.

Además, se hace un enfoque desde una perspectiva holística e integradora, teniendo en cuenta el carácter contextual (ocupacional, escolar, etcétera) y la dimensión física, psicológica y emocional de la persona¹³. Lo expuesto pone de manifiesto el interés que posee esta investigación para comprender la dinámica discriminatoria que se produce por la interacción de los individuos en la sociedad, pues los comportamientos de las personas se encuentran mediados por elementos afectivos y cognitivos y el fenómeno del aspectismo no puede ser abordado de forma “unidireccional”. Debe reconocerse el papel activo y pasivo que cada agente interviniente posee debido a las mutuas influencias que se establecen en las relaciones sociales¹⁴.

En general, los estudios sobre aspectismo son anecdóticos¹⁵. Desde luego “son pocos los que analizan el problema frontalmente, se habla sutilmente de sexismo, de edad, de etnocentrismo o racismo, pero no se ha discutido directamente como tal”¹⁶. Existe acuerdo en la literatura de que este tipo de

⁶ Baile (2017), efectúa una investigación sobre esta materia, pero aún en este caso, no se refiere a la totalidad de atributos físicos de un individuo, sino que exclusivamente, trata la discriminación por obesidad.

⁷ Kramkowska (2019).

⁸ Elizathe et al., 2010.

⁹ Espizua (2017); García et al., 2017.

¹⁰ Hollier (2017); Little y Craig (2012).

¹¹ Jabbour (2013).

¹² Ojeda y González (2012).

¹³ Quintas-Alfonsín (2021). En este Trabajo de Fin de Máster Universitario (TFM) se efectúa una propuesta de intervención en la escuela, desde una perspectiva ecológica, holística e integradora de la persona, dado que es necesario implicar a todos los agentes implicados para abordar el fenómeno del aspectismo, lo que no se lograría si solo se actúa sobre un agente concreto, por ejemplo, intervenir de manera aislada sobre el alumnado.

¹⁴ En el mismo sentido, Guerrero y Zambrano (2013) reconocen las mutuas influencias en el establecimiento de las relaciones sociales.

¹⁵ Guerrero y Zambrano (2013) señalan que, los estudios con respecto a esta problemática son muy recientes y escasos.

¹⁶ Corbet (2007), citado por Chelcea e Ivan (2016, p. 158). Corbet, W. R. (2007). The ugly truth about appearance discrimination and the beauty of out employment discrimination law.

discriminación, a pesar de lo habitual que resulta, se hace invisible a los ojos de la sociedad¹⁷. La persona al verse afectada en su autoestima suele autopercebir su imagen de manera negativa, terminando por cumplirse las expectativas que los demás tienen sobre ella debido al “efecto Pigmalión”¹⁸.

Este trabajo se justifica desde la perspectiva psicosocial, porque la temática abordada puede tener gran repercusión en la vida de las personas, por ejemplo, las burlas que pueden sufrir en diferentes contextos por poseer rasgos que los diferencian de los demás o por no acomodarse a la estética de la gran mayoría. Señala Baile que “el ser diferente conlleva el riesgo de ser tratado de forma injusta, aun cuando la moral, la religión o una constitución lo prohíban”¹⁹.

Desde la dimensión jurídica, se observa una desprotección por parte de los ordenamientos en esta tipología de discriminación, ya que la misma no se encuentra recogida de manera explícita en el derecho interno español y en pocas legislaciones en el derecho comparado.

El aspectismo no solo posee transcendencia psicosocial y jurídica, sino que desde un planteamiento ético social podría cuestionarse hasta qué punto es ético que el empleador penalice a un trabajador o trabajadora que no le resulta atractivo/a físicamente, ya que esta percepción termina generando en el candidato/a expectativas de poca competencia.

A lo largo de este trabajo quedará documentado como el aspectismo no es una utopía, por lo que su realidad debería quedar reflejada expresamente en los ordenamientos jurídicos. Los estudios científicos son tajantes al reconocer su existencia, las ventajas y las sanciones del atractivo físico en diferentes contextos, pues parece que la primera impresión de la apariencia a todos nos ciega.

¹⁷ Baile et al., 2002.

¹⁸ Según Elizathe et al., 2010, consiste en que, cuando la persona se percibe negativamente, con una imagen inalcanzable, sintiéndose menos atractiva, menos competente, o incluso que se vea como más desagradable, termina por desarrollar acciones que confirmen esa autopercepción, por ejemplo, que los lleve a un inadecuado desempeño laboral, o en el caso del alumnado, a un escaso rendimiento, al fracaso escolar o al abandono de los estudios.

¹⁹ Para Baile (2017, p. 21) uno de los posibles motivos por los que una persona puede ser diferente y recibir un trato injusto es por su aspecto físico, bien porque esta persona sea “muy alto o muy bajo, con sobrepeso, delgado, feo o atractivo (...) El aspecto físico, cuando podía calificarse como desagradable y ofender a los demás, llegó a ser motivo de persecución legal, y en algunos países se llegaron a emitir las llamadas “leyes de feos”.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El atractivo físico es algo relativo y subjetivo, en el que suelen influir factores sociales y culturales, si bien, en la cultura occidental, parece que prima el prototipo de la extrema delgadez²⁰. La preocupación por la apariencia física se mantiene más o menos constante a lo largo de la vida y en esa preocupación influyen los pensamientos, las representaciones mentales que cada persona posee sobre su propio cuerpo, los sentimientos, las emociones, los factores socioculturales y las autovaloraciones que esta efectúa. Así, la imagen corporal va a estar determinada por hechos internos y externos, es decir, por la confluencia entre las interacciones contextuales con las autovaloraciones y autopercepciones que la persona efectúa. Para los demás la imagen es decisiva a la hora de atribuir al sujeto determinadas capacidades. Existen abundantes ejemplos discriminatorios por apariencia, en los que el atractivo físico se relaciona con el éxito o la sanción, en una variabilidad contextual:

- “Tienes el mejor currículum de todas las chicas que hemos entrevistado!, pero, ¡qué bien estarías con algunos kilitos de menos! ¡Procura cenar tres yogures desnatados!”²¹.
- “¡Una trabajadora como tú, con sobrepeso, no es apta para este puesto! (...) ¡Una gorda y subnormal no puede trabajar en una tienda vendiendo ropa a un público sofisticado!”²².

En la actualidad, en las sociedades modernas suele promoverse un canon estético basado en la delgadez y esbeltez. Sobre todo, la juventud, aunque, también algunas personas adultas están obsesionadas con “las marcas” en el vestir. La marca embellece al individuo.

Desde los medios publicitarios lanzan mensajes sobre la importancia que posee el esfuerzo personal para llegar a los estándares de belleza que la sociedad impone. En los anuncios aparecen cuerpos de

²⁰ Guadarrama-Guadarrama et al., 2018.

²¹ Cano (2017, marzo 17). *Expulsadas del mercado laboral por su peso*. El Confidencial.

²² Este último caso se dilucidó ante unos tribunales españoles. A pesar de que no existía ningún impedimento para que la trabajadora siguiese prestando sus servicios en la tienda, la encargada acosa a la trabajadora, gritándole e infligiéndole malos tratos de palabra y faltas de respeto que, sin ninguna duda, emergen de la discriminación basada en apariencia, debido al sobrepeso. Sentencia del Tribunal Superior de Justicia. Sala de lo Social (Valladolid) de 23 de enero de 2013 de Castilla y León. Número de Recurso de Suplicación 2356/2012. Ponente: Susana María Molina Gutiérrez.

modelos perfectos, las imágenes de los productos anunciados están hipersexualizadas y los cuerpos que proponen, cada vez más, son delgados, incluso desafiantes de la estabilidad corporal.

La literatura científica documenta como la apariencia física influye en las decisiones de la contratación. También influye en la autopercepción del trabajador o de la trabajadora para competir eficazmente en su puesto de trabajo²³. Se ha persuadido acerca de cómo las personas que padecen obesidad suelen sufrir discriminación en el ámbito laboral, recibiendo peor trato por parte de los compañeros/as de trabajo, lo que las conduce a niveles más bajos de autoaceptación²⁴.

La gran paradoja del siglo XXI es que a pesar de que los medios de comunicación lanzan mensajes estéticos al público promoviendo la extrema delgadez, anteriormente nunca había existido una sociedad que tuviese tantos problemas para mantener una vida saludable. Es la era de los transportes, de los ordenadores que acercan virtualmente a las personas sin que estas tengan que desplazarse físicamente, de la utilización de las escaleras mecánicas y de los modernos ascensores, de la “comida basura” para agilizar el tiempo escaso del que se dispone.

El ámbito escolar no es ajeno a este problema: los niños y las niñas aprenden desde la infancia temprana a discriminar a sus pares basándose en el aspecto físico²⁵.

La influencia del atractivo está presente durante todo el ciclo vital. En un estudio realizado en Polonia con personas mayores de sesenta años, se mostró como estas cuidaban su apariencia justificándola en que “quieren ser aceptadas por la sociedad” o en que “quieren agradar a su entorno”. Sin embargo, en el análisis no se recoge la justificación por propio convencimiento de que el individuo se encuentre bien consigo mismo, sin presiones ajenas²⁶.

En definitiva, el problema que se plantea es determinar si la apariencia física de la persona puede influir en las decisiones empresariales de la contratación o si durante el desempeño laboral la persona puede ser discriminada por su imagen y si este problema ocurre en otros ámbitos, tales como, el escolar y si todo ello posee algún tipo de repercusión.

²³ Little y Craig (2012).

²⁴ Baile (2017); Elizathe et al., 2010.

²⁵ Elizathe et al., 2010.

²⁶ Kramkowska (2019).

OBJETIVOS

Objetivo general

Esta tesis doctoral posee un doble objetivo general:

Primero, responde al propósito social de lograr aumentar la visibilidad del aspectismo o discriminación por apariencia física para contribuir a un mejor conocimiento del fenómeno, aportando certeza de su existencia en diferentes ámbitos.

En segundo lugar, se propone, la adopción de medidas psicosociales y jurídicas para reducir o suprimir la discriminación por apariencia y de medidas preventivas para tratar de fomentar una cultura igualitaria y de aceptación de la diversidad física, mostrando los vínculos existentes del aspectismo con los sesgos del atractivo.

Objetivos específicos

Del objetivo general planteado, derivan los siguientes objetivos específicos:

1. Revisar el concepto de aspectismo para efectuar propuestas de mejora con el objeto de superar las inconsistencias en su definición de la literatura científica.
2. Demostrar, a través de un estudio histórico-evolutivo como la imagen de una persona se encuentra íntimamente relacionado con la cultura de cada momento histórico, aunque las variables socioculturales no sean las únicas que influyen en la imagen de la persona.
3. Proponer un modelo explicativo multicausal del fenómeno del aspectismo.
4. Establecer con apoyo de la literatura científica, la posible relación entre el aspecto físico y las expectativas que el atractivo genera en los demás sobre los logros y habilidades de la persona.
5. Analizar la importancia que la publicidad y los medios de comunicación ejercen sobre la presión estética social, desentrañando si estos son claves a la hora de difundir un determinado prototipo estético, especialmente, el de la delgadez.
6. Concretar, qué influencia puede ejercer el fenómeno de la globalización en la difusión mundial de una determinada apariencia estética.
7. Analizar si existe un derecho a la apariencia, si esa facultad es reconocida por las legislaciones.

8. Determinar cómo debe realizarse la pacificación cuando colisiona el ejercicio del poder empresarial y el derecho del trabajador o de la trabajadora a no ser discriminado/a por su aspecto y a acceder en condiciones de igualdad de oportunidades a la selección de un puesto de trabajo o a no ser despedido/a.
9. Efectuar un análisis en el derecho comparado sobre la regulación de la discriminación por apariencia y recoger las principales formas de protección jurídica que otorgan las legislaciones.
10. Finalmente, hacer propuestas específicas y contextualizadas, de carácter jurídico y psicosocial, que vayan dirigidas al legislador, al conjunto de la sociedad, y en particular, al individuo como ser humano.

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO: LA ADOPCIÓN DE UNA APARIENCIA. TEORÍAS EXPLICATIVAS DESDE UN MODELO MULTICAUSAL

1.1. Mapa conceptual

En este trabajo se parte de la concepción de que no existe una única teoría para explicar el fenómeno del aspectismo, por lo que se propone la construcción de un marco teórico multicausal²⁷.

Para visibilizar esquemáticamente este fenómeno, se propone una representación gráfica, visibilizando los diferentes elementos que pueden afectar a las decisiones del individuo. En la Figura 1 se recogen los conceptos que pueden ayudar a explicar el concepto de aspectismo. En la construcción esbozada, se han utilizado conectores gráficos para complementar las ideas que constituyen el punto de partida del análisis visual de los factores que podrían influir en la discriminación basada en el aspecto.

Tomando como base la literatura científica relacionada con el tema expuesto, se ha observado como la causa de esta tipología discriminatoria se encuentra en las relaciones sociales, en ocasiones, en las relaciones familiares debido a ciertos aprendizajes, pero también en la esfera ocupacional. El fenómeno causal suele incidir a través de la formación de estereotipos y prejuicios sociales, aunque, creemos que no únicamente, dado que también podrían influir los sesgos cognitivos, la incidencia de la publicidad y las redes sociales.

En este trabajo se toman en cuenta, tanto teorías de carácter sociocultural como teorías de la psicología social. Las primeras, tienen que ver mucho con los estereotipos, el prejuicio y el estigma; las segundas, con los sesgos cognitivos. Además de las teorías socioculturales y de la psicología social conviene reflejar la excesiva influencia que posee la publicidad en el aspecto estereotipado de las personas. Los medios de comunicación suelen difundir el canon de la belleza inmutable, de la persona que no envejece, eterna y que se encuentra al margen de las imperfecciones.

²⁷ Quintas-Alfonsín (2021).

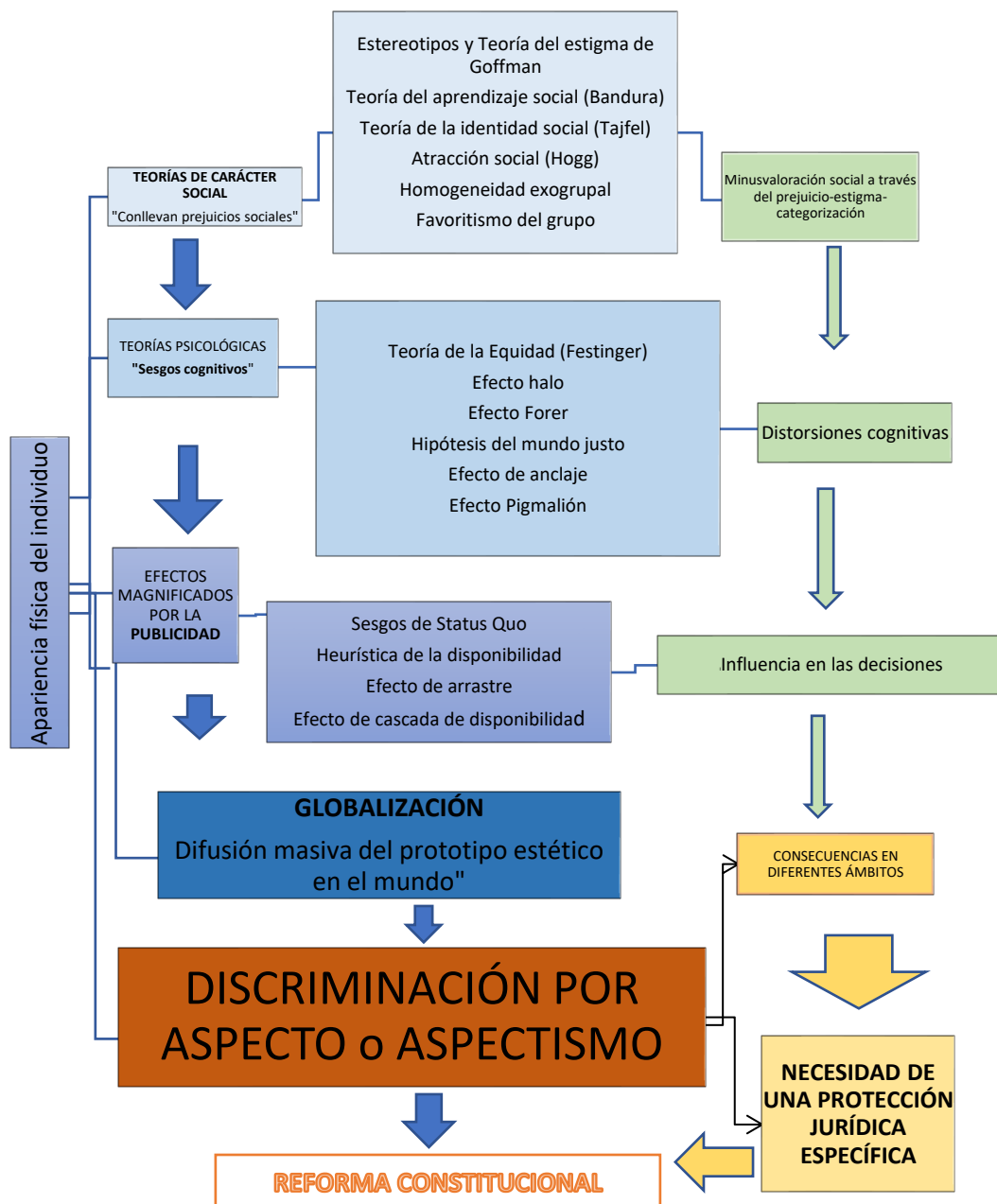


Figura 1. Mapa Conceptual. (Elaboración propia).

En la Figura 2 pueden observarse los elementos explicativos del marco teórico propuesto, interrelacionados que influirían sobre el individuo a la hora de configurar negativamente su apariencia.



Figura 2. Factores interrelacionados con influencia negativa sobre la apariencia. (Elaboración propia).

1.2. Los prejuicios sociales como parte explicativa del fenómeno

Para explicar la discriminación por apariencia es esencial relacionar la identidad personal con los estereotipos, los prejuicios sociales, la categorización (*labelling*) y el estigma.

En la Figura 3 se recogen varias teorías: la teoría de Goffman para explicar el estigma, la teoría del aprendizaje social, de Bandura y la teoría de la equidad, de Festinger. Además, se tienen en cuenta algunos conceptos interrelacionados que podrían dar lugar a la discriminación.



Figura 3. Teorías sociales y conceptos que pueden ayudar a explicar la discriminación. (Elaboración propia).

La identidad del individuo es el soporte sobre el que descansan sus caracteres y sus atributos, tales como, el nombre, su historia vital, los roles sociales que desempeña o, en general, los diferentes elementos que le identifican y que le confieren individualidad, diferenciándolo de los demás. La identidad sería una especie de “coctelera” del historial de la persona que entremezcla todos los hechos particulares y sociales, así como, sus atributos más íntimos y externos, tales como la apariencia. Todos ellos se unifican para configurarlo como un ser singular y único. Lástima que “en el logro de la perfección estética estandarizada, se suele perder la diferencia poniendo en riesgo la propia identidad”²⁸. Así, la identidad personal sería esencial para reivindicar determinadas posiciones en la sociedad. Existe convicción de que la identidad, las convicciones morales y las experiencias personales pueden conducir a la radicalización de un individuo²⁹.

Durante mucho tiempo la discriminación se explicó aludiendo a las diferencias que existían entre determinadas clases sociales, si bien, esta percepción sería minimalista, dado que toda tipología discriminatoria constituye un fenómeno complejo que ha ido evolucionando a lo largo del tiempo sobre el que será necesario considerar múltiples factores de aparición reciente.

En las sociedades modernas debe hacerse valer el principio constitucional de igualdad que tutela los derechos fundamentales del individuo, los derechos personalísimos que aluden a su esfera individual para que la persona sea efectivamente respetada por su singularidad y por el término descriptivo de la “diferencia”, es decir, se ha de partir de la base de que “entre las personas, hay diferencias (...), la identidad de cada persona está dada, precisamente por sus diferencias (...). Sus diferencias son las que deben ser tuteladas, respetadas y garantizadas en obsequio del principio de igualdad”³⁰. Sin embargo, en ocasiones, el credo de la igualdad no opera de facto en la vida real, sino que se convierte en un principio programático asentado en las constituciones de los Estados. Además, la discriminación no se encuentra limitada al reducto económico o de poder, sino que existen múltiples discriminaciones que afectan a diferentes esferas del individuo, tales como, el acceso a los servicios públicos, el acceso a la vivienda, a la educación, el acceso al empleo, entre otros.

²⁸ Muñiz (2014, p. 3). Según Goffman (2006, p. 127), la identidad social y personal forman parte, ante todo, de las expectativas y definiciones que tienen otras personas respecto al individuo cuya identidad se cuestiona. (...) La identidad del yo es, en primer lugar, una cuestión subjetiva, reflexiva, que necesariamente debe ser experimentada por el individuo cuya identidad se discute (...). El concepto de identidad social permite considerar la estigmatización y el concepto de la identidad personal, permitirá considerar el papel del control de la información en el manejo del estigma.

²⁹ Jarvis y Lister (2017).

³⁰ Pérez (2010, p. 36). El autor, también hace referencia al dinamismo de la globalización para transformar los significados, planteando una nueva forma de desigualdad y contradicciones.

La discriminación no solo se ha vinculado con la desigualdad, sino con la diferencia, porque una vez que el individuo forma “*categorías de personas*” busca los rasgos que las unifica y los que las separa del resto. Esta operación se realiza a través de la *comparación social*. Posteriormente, etiqueta y estigmatiza a las personas cuando estas no encajan en una determinada categoría, por ejemplo, respecto a la apariencia, la mayoría tratará de pertenecer a la categoría ubicada en el prototipo estético occidental.

La categorización suele cumplir una función normativa: el individuo que forma categorías, utiliza un cierto sistema de criterios para etiquetar a las personas. Ese sistema es personal, depende de sus propios valores, que, normalmente, están ligados a su identidad personal. Haciendo categorías basadas en el aspecto físico, según las propias creencias, se van unificando rasgos y características de las personas hasta que estas resultan equivalentes.

La psicología social podría contribuir a la explicación del fenómeno del aspectismo, a través de la teoría de la equidad de Festinger³¹. El mecanismo de “comparación social” explica como los seres humanos interactúan y se comparan, continuamente, con otras personas. Sin embargo, los criterios que se utilizan en esa comparación son subjetivos, ya que dependen de los propios valores, percepciones y experiencias personales.

El mecanismo de la “disonancia cognitiva”, ofrece una explicación psicosocial de la atracción. Cuando surge un conflicto entre las creencias que una persona posee y la reciente información que obtiene, necesita eliminar el malestar, el desagrado que le produce dicha inconsistencia. Ese proceso para lograr la consistencia es explicado a través de la disonancia cognitiva. La disonancia hace referencia a un estado de malestar, en el que las personas tratan de evitar ese estado tensional, con el objeto de alcanzar la consonancia. La disonancia dependerá de varios factores, entre ellos, estaría la importancia que posean los factores para la persona (por ejemplo, el malestar ante la fealdad ajena), y también de la proporción de los elementos disonantes entre sí (por ejemplo, una nariz deformada en un rostro asimétrico y lleno de cicatrices podría producir en el observador un malestar superior que si fuese un solo rasgo el que percibiese como poco atractivo o en otra parte del cuerpo menos visible).

Para que se produzca el cambio de actitud con el objeto de reducir la disonancia, es necesario que exista apoyo social después de la “desconfirmación”, porque revocar una decisión rígida es un proceso

³¹ Según Festinger (1954), las personas necesitan evaluar sus opiniones, y cuando esto no se puede efectuar a través de medios físicos, recurrirán al establecimiento de comparaciones con otras personas (...). Las personas se comparan a sí mismas con otras similares para reducir la incertidumbre acerca de la adecuación de su conducta, sentimientos y creencias (...).

difícil de efectuar en la práctica y puede devolver al sujeto al estado predecisional³². Existirían condiciones que favorecen que aparezca la disonancia, entre ellas:

- que la conducta sea pública,
- que el que toma la decisión se sienta responsable de las consecuencias,
- del sentimiento de libertad para aceptar o rechazar la elección,
- de la previsibilidad de las consecuencias negativas de la acción,
- de la relevancia de las consecuencias negativas de la conducta,
- que el incentivo sea suficientemente atractivo y ejerza la presión necesaria³³.

Otra operación posterior a formar categorías de personas es el de etiquetamiento. En el *proceso de etiquetamiento* suelen elegirse ciertas características para identificar la globalidad de la persona con un rasgo específico al que se asocian atributos negativos y, que, como resultado suele producir la dicotomía “nosotros” vs. “ellos”. Este proceso da lugar a la asociación de características que son percibidas como negativas para los sujetos que poseen una apariencia que se aparta del prototipo estético dominante, dando lugar a lo que se le ha denominado como “racismo del cuerpo”³⁴. Al final, “la etiquetación o el *labelling* es una expresión perversa de la clasificación”³⁵.

La etiqueta suele justificar el tratamiento que el individuo recibe de los demás y, a la vez, altera la concepción que el sujeto posee de sí mismo y de su destino, haciendo que se cumpla el “efecto Pigmalión” o la “profecía autocumplida”, convirtiéndose en el tipo de persona que los demás esperan y que habían pronosticado a través del etiquetamiento³⁶.

³² Morales et al., 1994.

³³ Morales et al., 1994.

³⁴ Kaplan y Szapu (2019, p. 109): El racismo del cuerpo se muestra en la convivencia social, en las interacciones en el trabajo, en la escuela, en los diferentes contextos, donde los “normales” (los no estigmatizados), se consideran valiosos porque se acoplan a lo que quiere el resto de la sociedad, frente a los estigmatizados, a los que se margina por no seguir el criterio estético de la mayoría.

³⁵ Giménez (2003); Según Donnelly (2000, p. 101); citado en Giménez (2003), el etiquetamiento se trata de una operación de mantenimiento de fronteras que establece diferencias, asignando al individuo etiquetado, una categoría de estatus más baja como tipo de outsider (...). Es una noción socio-psicológica, que consiste en asignar al individuo una etiqueta degradante, que lo sujeta a un tratamiento involuntario y no personalizado por parte de los demás.

³⁶ Giménez (2003), se refiere a que en el etiquetamiento influyen las normas sociales, las costumbres, los usos sociales, los valores morales y los principios del individuo, así como las descripciones que efectúan otras instituciones sobre quién puede recibir la condición de “desviado social”. Recoge una estructura para el etiquetamiento: 1/ La publicidad: el etiquetamiento es público, visible en el círculo más importante de

Los procesos de formar categorías y de etiquetar, explicarían muy bien lo que puede suceder, por ejemplo, con una persona que sufre en su vida cotidiana por su fealdad, por su obesidad o por otro problema de apariencia: su problema no sería tanto cómo es percibida por la sociedad, sino el sufrimiento de autoperibirse culpable, merecedora de todos los improperios ajenos, por no poseer voluntad y autocontrol para lograr una mejor imagen. El individuo que se autopercibe de manera negativa, termina interiorizando esa etiqueta e incluso llega a justificar todo lo que le ocurre en las interacciones diarias. Con frustración y sin ayuda, ira descontrolando aún más sus comportamientos y al no encontrar consuelo, confirmará las expectativas de aquellos que le etiquetaron como “obesa por falta de control o “fea por falta de esfuerzo”. Incluso, puede que incida en actividades insanas que aún le perjudicarán más, pues “la asignación de etiquetas (...) negativizantes a ciertos grupos, a causa de los rasgos físicos que los caracterizan, genera en estos últimos sentimientos de exclusión que producen una sensación de vacío existencial”³⁷.

Para que se desarrollen comportamientos o prácticas discriminatorias, no es necesario que se den desigualdades o que haya conflicto o lucha de intereses, basta tan solo con que queden constadas ciertas “diferencias” entre grupos o personas. La apariencia física del individuo conlleva un simbolismo, da información no verbal, sobre lo que quiere mostrar o exhibir a la sociedad. Si las características estéticas son fieles al endogrupo, explican su pertenencia grupal y que los individuos se sientan cercanos o semejantes a los que desean acatar las normas estéticas del endogrupo.

Las categorías y del etiquetamiento conectan con el estereotipo. El término de *estereotipo* ha seguido poseyendo el significado que Lippman le había dado, para referirse a un mecanismo que nos ayuda a simplificar la realidad y que adopta las siguientes características³⁸:

- Se impone como un concepto simple por razones de economía, lo que puede comportar el peligro de distorsionar la realidad,
- Es más falso que verdadero,
- Ha sido adquirido por conocimiento indirecto,
- Es muy rígido y resistente al cambio.

reconocimiento del sujeto; 2/ Una clasificación unidimensional: esta clasificación suscita una imagen estereotipada y no personal o individualizada. Se cree que, podría añadirse otro elemento más a la estructura anterior: que posee una finalidad, pues se hace con el objeto de comparar atributos o características de las diferentes categorías que se generan. Al final, unas categorías serán aceptables y otras, denigradas.

³⁷ Kaplan y Szapu (2019, p. 111).

³⁸ Pérez (2010).

En la consideración que se posee sobre el atractivo físico como valor, influirán las creencias subjetivas, pero también los factores socioculturales. Las personas de culturas homogéneas suelen perseguir valores semejantes, si bien, cada cultura posee su propia jerarquía de valores y sus propios estándares de belleza³⁹. Así, por ejemplo, en Asia Oriental, los cánones de belleza han cambiado drásticamente, quizás, influidos por Occidente, debido a que nos encontramos en una sociedad interconectada, moderna e industrializada. En países como Corea y China, existen estereotipos estrictos de belleza, que hacen referencia al atractivo físico propio de esas culturas⁴⁰.

Es difícil estudiar la discriminación desligada de las normas, porque, “éstas definen y etiquetan las desviaciones y a los desviados”⁴¹. El estigma no es una construcción natural, sino artificial, creada por la cultura y la sociedad: “la víctima no lo es tanto por sus características, como por los límites trazados en el grupo, límites definidos por la norma imperante dentro de este”⁴².

Se suele hablar de una “estrategia de normalización de producción de cuerpos dóciles”, ya que a través de este proceso suele llevarse a cabo una autodisciplina corporal con el objeto de transformarse y acomodarse al servicio de las costumbres para ser aceptados socialmente en diferentes ámbitos, en el trabajo, en la pandilla, en la escuela, etcétera. Los estereotipos culturales relativos al ideal estético, presionan a las personas de tal manera, que, al final, estas no serán capaces de desenvolverse en la sociedad si llevan encima la etiqueta de “cuerpo no grato”⁴³.

Como puede observarse, los estereotipos son esenciales para explicar las causas de generación de la discriminación basada en la apariencia, aunque no es el único factor a tener en cuenta. El estereotipo suele ser concebido como la “antesala” del prejuicio, y este daría paso a la estigmatización⁴⁴. La consecuencia sería que los individuos estigmatizados, terminan interiorizando el prejuicio, “siendo poco probable que desafíen las formas estructurales de la discriminación”⁴⁵.

³⁹ Guadarrama-Guadarrama et al., 2018.

⁴⁰ Sunwoo y Yuri (2018). Esa afirmación resulta curiosa, porque en otros países asiáticos, por ejemplo, Japón, se suele admitir la diversidad en cuanto a el aspecto físico, quizás, porque es una sociedad muy mediatizada por los medios de comunicación masivos, que terminan extendiendo el prototipo estético occidental en ese país. Estos autores aluden a la necesidad de comprender el fenómeno de el aspecto físico teniendo en cuenta la comparación social, la competencia social y las normas sociales.

⁴¹ Becker (1985, p. 32); Machillot (2017, p. 211).

⁴² Becker (1985); Machillot (2017, p. 218).

⁴³ Bañuelos (1994).

⁴⁴ Pérez (2010, p. 43).

⁴⁵ Pérez (2010, p. 43).

La palabra *prejuicio* proviene del término latino “*praejudicium*”, que significa “juicio previo”. Alude a la actitud de prejuizar antes de poseer una base cierta y de fundamento para hacerlo. Algunos trabajos se refieren a una variabilidad de elementos para configurar el prejuicio⁴⁶:

- Una creencia o actitud arraigada, derivada de percepciones que han sido adquiridas en diferentes entornos, a lo largo de la vida de la persona.
- Implica una valoración que puede ser positiva o negativa y que sirve como orientadora de la conducta.
- Tiene un destinatario, que puede ser un individuo o un grupo.
- Posee una finalidad para producir unos efectos.
- Suele poseer una “tipología de discurso”, porque es necesario efectuar un discurso específico y elaborado, por ejemplo, con el objeto de clasificar y diferenciar los cuerpos atractivos de los cuerpos que no lo son.

El prejuicio social se vincula directamente al estigma⁴⁷. La palabra “*stigma*” proviene del griego para hacer referencia a una marca que se hacía con fuego en los extranjeros o en los esclavos, en los traidores o en personas corruptas, para dejar constancia de su desprestigio y de las connotaciones negativas del portador. A menudo, los signos corporales funcionan como un discurso que legitima la estigmatización, como si fuese un mecanismo de “dominación simbólica” que sanciona a muchas personas en diferentes contextos.

En la Figura 4 se recoge un esquema de cómo podría operar la discriminación por apariencia, con la interacción de los elementos antes definidos y aplicados al ámbito ocupacional.

⁴⁶ Pérez (2010, p. 41).

⁴⁷ Para Goffman (2006, p. 11,12, 23) el estigma es la marca o señal con la que el grupo de poder define al desviado: una conducta, atributo o condición socialmente devaluada, que descalifica a su poseedor desde la aceptación social (...) Aunque en la actualidad se refiere al mal o a lo negativo en sí mismo y no a sus manifestaciones corporales (...) El estigma se refiere a un atributo del individuo, que lo vuelve diferente y que lo puede convertir en una persona menos apetecible.

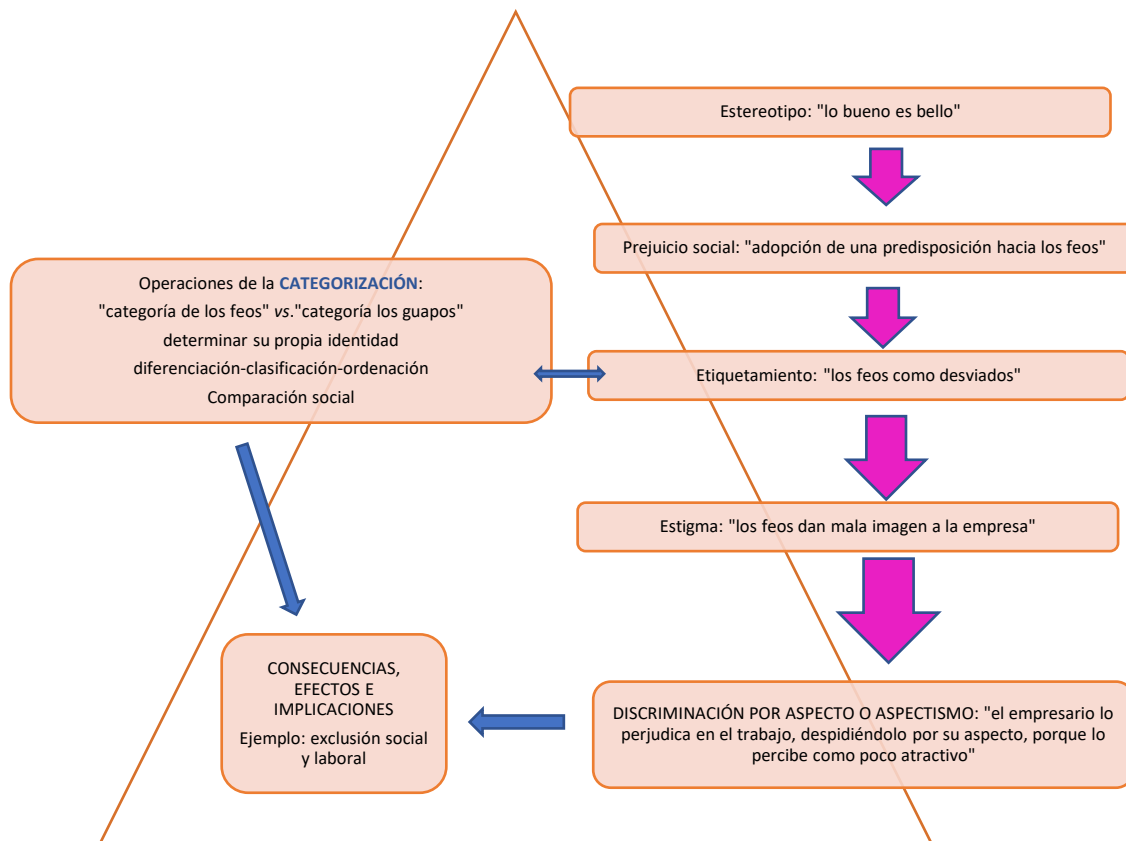


Figura 4. Esquema constructivo de la discriminación basada en el aspecto. (Elaboración propia).

El estigma es fundamental a la hora de entender la apariencia del individuo, dado que la imagen con la que nos presentamos frente a los demás puede ser objeto de burlas, de señalización, de etiquetamiento y de vergüenza. Al presentarse inadecuadamente frente a “los otros”, las personas se vuelven vulnerables, porque el ser humano está acostumbrado a interactuar socialmente a través su imagen. El estigma y el prejuicio dan lugar a la discriminación, atacando lo más íntimo e interno de la persona: se ataca su identidad, que ayuda a conformar su imagen, su cuerpo, y todo lo que proyecta frente a la sociedad, ya que el cuerpo de la persona siempre será interpretado por los demás⁴⁸. La mayoría de la gente califica negativamente o extiende etiquetas a las minorías desviadas de la normalidad social⁴⁹.

Goffman se refiere al estigma como a un atributo desacreditador que señala a la persona como fuera de la “normalidad”. Ejemplifica el caso de los soldados estadounidenses que deseaban luchar por su país

⁴⁸ Entwistle (2002).

⁴⁹ Nistal (2016, mayo 25).

y cuando poseían algún defecto físico, lo ocultaban para que no les impidieran ir a la guerra, por temor a que su estatus físico y social se viese desacreditado⁵⁰.

Un posible efecto del estigma sería la corrección. Este aspecto podría explicar el comportamiento reactivo de algunas personas, que, sintiéndose estigmatizadas por un rasgo físico, se “lanzan”, sin estudiar las consecuencias, a la realización de cirugías estéticas correctoras, con la finalidad de hacer desaparecer ese rasgo físico desagradable que los estigmatiza: por ejemplo, una nariz grande y desproporcionada con el resto de los rasgos del rostro. La nariz es un rasgo facial, de gran importancia a la hora de determinar la identidad personal del sujeto. Cuando la persona se somete a la cirugía, se elimina el rasgo que la estigmatiza, pero también corre el peligro de perder parte de su autoconcepto, el “yo”, su identidad personal. Una nariz peculiar, le concede cierto carácter a su poseedor, lo hace reconocible por ese rasgo y no tiene por qué conllevar connotaciones negativas. En la realidad social, no resultan extraños aquellos casos en que después de someterse a una rinoplastia, la persona ha tenido que contratar los servicios de un psicólogo para que le ayude a reencontrar su identidad, puesto que no se siente ella misma tras la operación, o, simplemente, no se reconoce ante el espejo⁵¹.

El autor alude al llamado “proceso de la victimización” para referirse a los resultados que se producen como consecuencia de someterse a “intervenciones fraudulentas”, que prometen convertir al individuo en una persona nueva con el objeto de hacer desaparecer su estigma a través de la corrección directa, tales como, el estiramiento de arrugas para acabar con el estigma de la vejez o la liposculptura para acabar con el estigma de obesidad⁵².

A través de la corrección indirecta, la persona podría intentar esforzarse para tratar de llegar a los estándares impuestos socialmente. Así, los demás valorarían sus aptitudes ante sus graves estigmas. Por ejemplo, el caso de una persona ciega que se convierte en el mejor senderista de la región, o, el caso de una persona a la que le falta una pierna que consigue una marca olímpica nadando.

Así, dentro de los efectos del estigma, se encuentra la posibilidad de sucumbir a las críticas de los demás, bien luchar a través de la corrección, o bien de aprovechar los beneficios secundarios que el estigma otorga. Por ejemplo, la falta de un dedo amputado por una sepsis, podría ser considerado para

⁵⁰ Goffman (2006, p. 13).

⁵¹ Un caso ejemplificativo conocido es el de la actriz Jennifer Grey y protagonista con Patrick Swayze, de la película “Dirty Dancing”. La actriz aseveró que su rinoplastia la había hecho invisible. En la actualidad con 62 años se ha arrepentido de operarse la nariz porque tal intervención la condujo al ostracismo profesional, dado que la intervención cambió tanto su fisonomía que pasó a ser una persona anónima, irreconocible para la mayoría del público.

⁵² Goffman (2006, p. 20).

una actriz o para una modelo como una gran desventaja social, pero para una persona común, la falta podría ser utilizada como ventaja, para pedir una incapacidad laboral o para obtener otros beneficios sociales. Las personas estigmatizadas pueden sentir que sus logros son únicos: los demás pueden pensar, que, a pesar del problema que tiene el individuo con su defecto, es admirable el que haya logrado pequeños éxitos, con mucha más dificultad que cualquier otra persona que no posee dicho estigma. Los demás, los “normales”, podrían percibirla incluso con más competencia que otras personas no estigmatizadas. Por ello, Goffman alude a los efectos emocionales de protección que puede desempeñar el estigma para ciertos individuos: imagínense a una persona que lleva toda su vida retrasando sus obligaciones sociales, sus quehaceres, justificando su actitud en la falla que lo estigmatiza. Estaría utilizando el estigma como un medio de protegerse frente a la responsabilidad social. Puede ocurrir, que, una vez que efectúa la corrección, eliminando su defecto, empiece a percibirse como una persona desamparada, porque ya no cuenta con la protección que poseía antes. Empezará a darse cuenta de que no está preparada para moverse en la vida sin la ayuda o sin los beneficios sociales que le reportaba ser poseedora de una desventaja como el estigma⁵³.

En el mundo superficial del modelaje, aunque suelen seguirse determinados cánones estéticos, tales como, el de la altura, la delgadez y la juventud, también existen supuestos paradigmáticos⁵⁴. Un estudio recoge el caso de una mujer, Melani Gaydos, que constituye un supuesto excepcional del modelaje, porque se trata de una modelo única por su hándicap⁵⁵. Es un caso único, porque la educación, las influencias sociales y las prescripciones culturales, impactan fuertemente en la comprensión contemporánea de el aspecto físico⁵⁶. Este caso podría identificarse con lo que Goffman denomina como

⁵³ Goffman (2006, p. 21). Para Goffman (2006, p. 65) existirían tres tipos de estigmas: 1) Las abominaciones del cuerpo, por ejemplo, las deformidades físicas. Podría considerarse aquí, una deformidad física estética, como la obesidad, poseer enanismo, ser excesivamente alta, etcétera.. 2) Los defectos del carácter, por ejemplo, los comportamientos extremistas, etcétera. 3) Los estigmas tribales, por pertenecer a un determinado, grupo, tribu, comunidad, raza, etcétera.

⁵⁴ Es el caso de Hadjipanteli, una maniquí estadounidense que muestra una frente uniceja; Harlow, que posee vitiligo que hace que su piel esté decolorada a manchones; Thando Hopa, modelo albina; Harnaam Kaur, que es una modelo atípica por la cantidad de vello que cubre su cuerpo; Viktoria Modesta, modelo a la que le falta una pierna, etcétera.. En todos estos casos, las personas lejos de ceder a la estética rigurosa requerida en el contexto del modelaje, aprovechan su “hándicap” y lo utilizan como “bandera” de su peculiaridad, para obtener diferentes beneficios. Puede que, en el pasado, estas se hayan sentido estigmatizadas, pero en la actualidad se nutren de sus logros de manera admirable.

⁵⁵ Takác (2020). El autor explica que en este ámbito se pide a las modelos que emanen belleza, que sean altas, delgadas y de tez blanca. Parece que, en la actualidad, se están empezando a cambiar las evaluaciones de lo que se considera bello en las pasarelas. La modelo padece “displasia ectodérmica”, que afecta a sus dientes, a su piel, músculos y cartílagos. A pesar de los problemas de genética que padece, reconecta con la autenticidad de su cuerpo, aceptándolo y expresando su identidad. Ella percibe su cuerpo como una marca de moda.

⁵⁶ Takác (2020).

“normificación”, es decir, serían modelos estigmatizadas por su físico, que se presentan ante la sociedad como personas comunes, corrientes, no ocultando su defecto.

El estigma no estaría referido tanto a dos grupos de personas, “los normales” (es decir, los que no están estigmatizados), y los estigmatizados, como a que ambos bandos, en realidad, ocupan perspectivas que se generan en situaciones sociales, en diferentes interacciones⁵⁷.

La teoría del aprendizaje social, de Bandura, podría ayudar a explicar la manera en que los estereotipos son aprendidos. Según esta teoría, se puede aprender de dos formas: bien a través del aprendizaje observacional, utilizando modelos sociales y emulando sus conductas, o, bien, a través de la instrucción directa, por ejemplo, cuando en los procesos de socialización, los padres instruyen en comportamientos o inculcan valores. Además, habría que tener en cuenta el reforzamiento de las conductas por parte de otros agentes sociales, ya que pueden influir en la manera en que el individuo se presenta externamente⁵⁸.

Esta teoría sirve para explicar que la persona no solo está controlada por factores ambientales, ya que esta puede decidir en cada momento lo que hacer. Es cierto, que, las experiencias de aprendizaje en los niños y las niñas pueden ser semejantes, sin embargo, las atribuciones que efectúan sobre la información disponible, no tienen por qué ser parecidas. Las personas responden de manera diferente a los mismos estímulos.

Además de los conceptos anteriores, habría que prestar atención a la influencia de otras variables, tales como, la maduración cognitiva de cada etapa, puesto que hay diversos factores interrelacionados que terminan influyendo en las decisiones que adopta cada individuo a la hora de configurar su apariencia (la propia conducta, la personalidad, la maduración, el tipo de aprendizaje, etcétera). Para comprender la discriminación basada en el aspecto, se requiere, como mínimo, estudiar el fenómeno en varios niveles de complejidad: las autoevaluaciones del individuo, su personalidad y caracteres, las interacciones con el medio, las relaciones interpersonales, las influencias de los agentes socializadores, su integración y las relaciones en los grupos sociales.

⁵⁷ Goffman (2006, p. 160).

⁵⁸ Quintas-Alfonsín (2021, p. 28).

1.3. Los prejuicios cognitivos

Al analizar las razones que contribuyen a la discriminación por apariencia, las explicaciones no se pueden sustentar solo en un fenómeno de índole social, dado que hay certidumbre de que la percepción influye en la discriminación, incluso “en la propia interpretación que efectúan los agresores o los observadores de la misma”⁵⁹. Así, se propone, que, además de tener en cuenta ciertos fenómenos de índole social, se consideren ciertos prejuicios cognitivos como elemento complementario a la hora de explicar la discriminación basada en el aspecto.

En ocasiones, inconscientemente, las personas recurren a sus disposiciones internas para explicar la conducta. A la hora de explicar los hechos se pueden cometer errores en el razonamiento esperado, porque es común “sobrevalorar la generalidad de las propias expectativas”, interviniendo los sesgos cognitivos⁶⁰. Un sesgo “consiste en una desviación respecto a una respuesta normativa correcta e implica la asunción de la existencia de una única respuesta correcta”⁶¹.

Existen multitud de sesgos cognitivos que afectan a los juicios sociales, en los que solo suele tenerse en cuenta un elemento, este último está sobrevalorado⁶². Sin embargo, no se tienen en cuenta otros elementos que también podrían tener incidencia a la hora de sustentar una toma de decisiones. Esta forma parcial de percibir puede ser errónea, ya que la decisión se suele apoyar en previas expectativas generadas inconscientemente⁶³. A modo ejemplificativo, aquí se explica el efecto halo.

El “efecto halo” o “sesgo de atractivo” es un fenómeno que permite generalizar un rasgo específico y positivo de la persona a la globalidad del individuo. Consiste “en atribuir rasgos de personalidad deseados a personas atractivas sobre personas poco atractivas, limitando de esa manera la precisión sobre las personas”⁶⁴. Así, si una persona posee un rostro atractivo, esa impresión física positiva se

⁵⁹ Machillot (2017, p. 221).

⁶⁰ Morales et al., 1994, p. 255.

⁶¹ Keren (1990, p. 526, citado en Morales et al., 1994, p. 255).

⁶² Existe gran variabilidad de sesgos cognitivos que podrían afectar a la manera en que la persona se ve influida a la hora de percibir la apariencia de los demás, sin embargo, por razones de espacio y brevedad, se hará mención al “efecto halo”, “al efecto del color de la ropa”, “el efecto Forer”, “el efecto anclaje” y “el efecto Pigmalión”.

⁶³ Por ejemplo, solemos hacer inferencias sobre el físico de las demás personas: a menudo intuimos que a través de los rasgos que conforman su apariencia, se puede intuir la disposición del sujeto en el trabajo, de cómo sería su comportamiento al desarrollar sus tareas laborales.

⁶⁴ Talamas et al, 2016.

magnífica y suele extenderse a otras competencias y rasgos de la persona⁶⁵. Para poder explicar las tendencias de la apariencia es necesario tener en cuenta el sesgo basado en la apariencia, que descansa sobre estereotipos⁶⁶.

También, se ha hablado del “efecto del color de la ropa”⁶⁷, que explica como el color que la persona viste, impacta en las percepciones que los demás le atribuyen sobre sus competencias.

Una apariencia hermosa posee ventajas competitivas, ayuda a la persona a adquirir recursos sociales limitados, tales como, la obtención de empleo. En estos casos se produce un sesgo, porque una apariencia atractiva posee un impacto positivo en la evaluación de las capacidades⁶⁸.

El efecto halo serviría para explicar por qué se suele beneficiar a los más guapos, sin embargo, posee un lado oscuro: en algunos procesos ocupacionales, sobre todo, en determinadas profesiones, tales como, el de profesores/as universitarios/as, científicos/as, economistas, entre otros, el “ser guapo/a”, podría perjudicar o hacer enfrentar a los candidatos/as a entrevistas más duras en los procesos de selección.

El efecto halo suele aparecer cuando un rasgo positivo tiende a llevar asociados a él otros rasgos positivos y un rasgo negativo lleva vinculado otras cualidades negativas”⁶⁹.

En la Figura 5 se recoge como este efecto puede influir en la atracción y como puede ser uno de los fenómenos causantes de la discriminación por apariencia, ya que se ha demostrado su incidencia en las relaciones sociales, dada la tendencia a valorar a las personas por su aspecto físico, al ser lo primero que se aprecia en los demás.

⁶⁵ Según Kramkowska (2019, p. 2), para poder explicar las tendencias de la apariencia es necesario tener en cuenta el sesgo basado en la apariencia, que descansa sobre estereotipos:” normalmente, aparece la suposición de que las personas con sobrepeso son indisciplinadas, perezosas o inseguras”.

⁶⁶ Kramkowska (2019).

⁶⁷ Little y Craig (2012).

⁶⁸ Sunwo y Yuri (2008).

⁶⁹ Morales et al., 1994, p. 101-112.

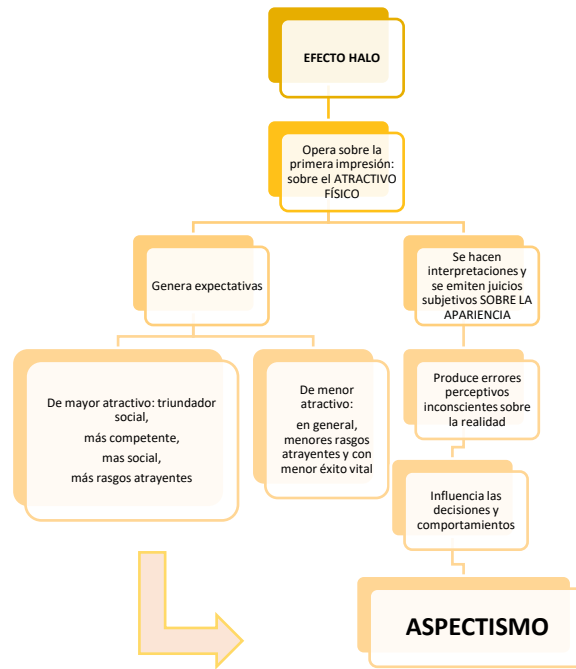


Figura 5. Influencia del efecto halo en el aspectismo. (Elaboración propia).

Otro argumento para explicar el mantenimiento del aspectismo podría descansar en la “Hipótesis del mundo justo”: hay una tendencia a creer que el mundo es justo. En base a ello, suele asumirse que los actos de injusticia que hace el mundo a la persona, los tiene merecidos. Esta hipótesis justificaría las actitudes conformistas frente a las críticas que pudiesen hacer los demás frente a la apariencia de la persona.

Otro efecto que puede ayudar a explicar la apariencia es el denominado “efecto Forer”. En este suelen hacerse descripciones específicas de rasgos muy personales, pero que en realidad son vagos. Sucede así, cuando a través de los rasgos faciales o corporales de un individuo, se pretende leer su estilo de vida. Por ejemplo, se podría pensar: “ese compañero de trabajo es obeso, se cuida poco”. Así, el observador podría presuponer que el compañero de trabajo es vago y perezoso.

Otro efecto que también contribuiría a explicar ciertas expectativas sobre las personas es el “efecto de anclaje”: este produce una tendencia a confiar, excesivamente, en el contenido que nos ofrece la primera información a la hora de tomar decisiones⁷⁰. Este sesgo podría constituir una de las influencias más importantes sobre la contratación, pues algunos empleadores suelen confiar en la primera impresión que reciben del candidato/a al puesto, es decir, su apariencia física a la hora de contratar. Así, si el

⁷⁰ Según Flanagan y Lewis (2019), (...) los juicios tendrían una tendencia a hacerse en base a la primera información que se tiene sobre algo sobre lo que hay que tomar alguna decisión. La información inicial se utilizará para adoptar decisiones posteriores, y, una vez que se hace dicha asociación (anclaje), se toman otras decisiones en relación con esa ancla, dándose un sesgo hacia otras interpretaciones, incluso aunque el anclaje esté equivocado.

trabajador o la trabajadora presenta una mala imagen, esa primera impresión podría ser suficiente para tomar la decisión de no contratarlo/a, aunque se trate de una percepción inconsciente y sin fundamento.

En definitiva, cuando se efectúe un reclutamiento a un puesto, será esencial que los entrevistadores se despojen de posibles sesgos, sobre todo, a la hora de evaluar a las personas⁷¹.

1.4. Influencia de los medios de comunicación: el control de la información y los medios masivos de comunicación

No se puede fundamentar el marco teórico propuesto sin terminar de explicar la influencia de los medios de comunicación y de la publicidad. Cada vez más, estos han adquirido importancia en la sociedad, dado que mucho del conocimiento que se posee sobre el mundo se obtiene a través de la información que los medios nos proporcionan. La sociedad actual está interconectada a través de una cultura electrónica, que posee tanto consecuencias positivas (como la inmediatez de la difusión de la información), como negativas (tales como la uniformidad de los efectos en la gente, que hoy traspasa las fronteras, debido al fenómeno de la globalización)⁷².

A las personas les haría falta adquirir más seguridad en sí mismas para no caer en la trampa de transformarse en lo que la publicidad propugna a todas horas. Por eso, es importante saber controlar la información y adquirir la capacidad suficiente para dirigir la propia vida y no dejarse influenciar por los mensajes publicitarios de la belleza inmutable e irreal. Nadie debería justificar nada acerca de su apariencia. Si algo hubiese que cambiar, el cambio debe afectar a los valores de la sociedad, no al cuerpo de cada individuo, reflejo de las cicatrices de cada biografía vital.

En la Figura 6 se observa cómo pueden existir algunos efectos relacionados con el procesamiento de la información, con incidencia en la toma de decisiones.

⁷¹ Cates y Heather (2012) describen varios tipos de sesgos: el sesgo de halo, de indulgencia, de gravedad y errores de tendencia central, el efecto de contraste, el error de primera impresión, el efecto de similitud, y la necesidad de alejarse de estereotipos. Se refieren a que la utilización de entrevistas estructuradas en los procesos de selección, tendrían un nivel más alto de fiabilidad y de validez.

⁷² Monferrer (2012, p. 351).



Figura 6. Efectos en relación con la influencia de la publicidad. (Elaboración propia).

No cabe duda, de que cuanto más la persona se exponga a una realidad, que al principio puede que le pareciese extraña, más terminará por normalizarla y convertirla en su rutina diaria. En la actualidad, la población sufre un bombardeo mediático de la prensa, que relata los milagros que determinados productos pueden conseguir al convertir al individuo en una nueva persona, con éxito en la vida y con devolución a la adolescencia. Esa rutina, en parte, es la que decide la orientación de cada identidad personal, porque si los ojos de los/las colegas de trabajo pueden ayudar a desacreditar a una persona y se aboga por la corrección para ser aceptados, al final, la modificación estética puede convertirse en un problema, si se llega a normalizar ese proceso estético, convirtiéndolo en cotidiano. Esa influencia en la vida de cada sujeto para orientar sus decisiones puede venir determinada por el denominado “efecto Zajonc”.

Otra explicación de la influencia de la publicidad, se puede hallar en la denominada “Heurística de la disponibilidad”. Esta se refiere a la tendencia de las personas a basarse en los ejemplos más recientes o más cercanos, de manera que si la información puede ser fácilmente recordada, generalmente, se produce el recuerdo la información más reciente, de la información más cercana o más cotidiana. Así, si una persona no está expuesta habitualmente al uso de tatuajes en su grupo social, fácilmente podría formar un sesgo contra los que tienen tatuajes”⁷³.

⁷³ Flanagan y Lewis (2019, p. 9). Una persona que cotidianamente se integra en grupos que no poseen tatuajes, procesa esa información como más objetiva, más realista, porque cotidianamente está en contacto con esa

Este tipo de juicios pueden efectuarse debido a la influencia de la publicidad cuando los espectadores toman decisiones sobre el cuidado del cuerpo. Estos podrían guiarse por anuncios que han visto recientemente, sin haber valorado otras muchas posibilidades de las que pudiesen tener conocimiento. La publicidad se expande por todos los ámbitos de la vida de la persona, con lo que será muy fácil caer en la tentación, debido a anuncios muy bien estructurados que conquistan al espectador/a. Las rutinas lo son todo en publicidad y también en la vida particular del individuo: señala Goffman, como un individuo que posee una deformidad física, si se expone continuamente, dejará de ser “el raro del barrio”, porque esa exposición pública conducirá a que los demás normalicen su apariencia, siendo aceptado⁷⁴. El conocimiento y la proximidad pueden ser de gran importancia en la atracción interpersonal.

La tendencia de heurística, se relaciona con el “efecto de cascada de disponibilidad”, en la que las creencias de la totalidad de la colectividad suelen poseer más plausibilidad cuanto más se repiten en el discurso público. Por lo tanto, la delgadez como patrón estético, se ha instaurado como una especie de ideología común, forma parte de la realidad social, porque la sociedad suele poseer esa creencia, haciendo que mucha gente haga dietas extremas y exceso de ejercicio para conseguir llegar a dichos estándares. Este efecto suele magnificarse a través de la publicidad, dado que se difunde rápidamente por el “bombardeo” publicitario mediático sobre el aspecto físico y la delgadez.

Otro efecto, el llamado “efecto de arrastre”, se refiere a la tendencia a creer en algo porque muchas personas lo creen. Así, una persona puede creer que el aspecto físico es el atributo más importante de una persona porque la mayoría de la gente lo cree así. Es fácil que los medios de comunicación orienten el comportamiento del individuo, inconscientemente, a través del efecto de arrastre. Hay cierta vinculación entre este efecto y la teoría de la conformidad de Festinger (1950): la conformidad es uno de los resultados que se producen como consecuencia de la “uniformidad” de los grupos, donde hay comunicación directa entre los miembros. La uniformidad tendría una función de contrastación de la realidad social y de locomoción de grupo, es decir, por un lado, otorga a los miembros del grupo, confianza sobre creencias que no son directamente contrastables con la realidad objetiva, y, por otro lado, la uniformidad se percibe como necesaria para que el grupo pueda alcanzar sus metas⁷⁵.

La idea de belleza que nos inculca la publicidad, tiene mucho que ver con el “aspecto físico estático”. Las personas deben resistir el paso del tiempo, las enfermedades, los cambios fisiológicos que tienen lugar en su cuerpo, como el embarazo o los aumentos de peso. Las experiencias cambian mentalmente

información. Así, la presencia de tatuajes en la piel para ese individuo, será una realidad más lejana y subjetiva, porque no es la información más reciente de la que dispone.

⁷⁴ Goffman (2006, p. 111).

⁷⁵ Festinger (1950); Morales et al. (1994, p. 17).

a las personas, pero su cuerpo debe permanecer invariable a los ojos de la sociedad. La presión social y de la publicidad por alcanzar el aspecto físico eterno pretende detener las huellas físicas de la edad y dotar a la persona de una juventud eterna, imposible de alcanzar.

Se ha aludido a una campaña de publicidad, muy conocida entre las mujeres, que anunciaba compresas y tampones⁷⁶. Esta campaña defendía un eslogan: “no pasa nada”, pero sí que pasa⁷⁷. Esa paradoja de las campañas de publicidad (que no pasa nada con el cambio, cuando en realidad pasa), puede explicarse desde el sesgo de “Status Quo”, es decir, la tendencia a otorgar un valor supremo a todas las cosas que permanecen estables. Todo aquello que cambia a lo largo del tiempo suele suscitar rechazo. Así, por ejemplo, la televisión sigue presentando a las figuras de hace treinta años, como veinteañeros, donde su belleza permanece estable, sin marchitarse por el paso del tiempo. Lo grave es que los espectadores/as tiendan a emular lo que ven en la pantalla, sin pararse a pensar que es imposible que el paso del tiempo no haga mella también en las figuras de la gran pantalla.

Merece la pena mencionar a la “teoría de los efectos de la tercera persona” (*Third Person Effect*, TPE), que, destaca la preponderancia del entorno social en la recepción de los mensajes publicitarios, ya que existe la tendencia a pensar que la publicidad influye más al resto de las personas que a uno mismo⁷⁸. Hay convencimiento de que cuando al público se le pregunta sobre si le influye la publicidad, este suele responder que no se siente tan afectado por la publicidad como “otras terceras personas” o respecto a ciertos grupos que se consideran más vulnerables⁷⁹.

La publicidad genera estímulos que poseen gran influencia sobre el individuo⁸⁰. En el caso de la apariencia, la publicidad contribuye a uniformizar a la población. Ha de tenerse en cuenta las profundas implicaciones ético-sociales que presenta el intento de homogeneizar los cuerpos: “todo intento de

⁷⁶ Freire (2015).

⁷⁷ Según Freire (2015). “(...) pasa que las mujeres tenemos la regla, que nuestro cuerpo cambia, y entonces, cambiaron las consignas: “el orgullo de ser mujer (...), el capricho de hacer lo que se desee, cuando se desee (...). (...) las modelos de esos anuncios son perfectas, “extremadamente delgadas y en gran medida andróginas”, aparecen “con una belleza que no cambia y que oculta lo que ocurre con los cambios de humor, con las variaciones hormonales, etcétera....” Esa estética inamovible, es el mensaje que nos lanza la publicidad: cultivar la perfección y la extrema delgadez, “sobre todo en el caso de la mujer, se intenta camuflar toda imperfección y fealdad”.

⁷⁸ Davison et al., 1983, p. 1-15; Soloaga et al., 2009, p. 222.

⁷⁹ Soloaga et al., 2009, p. 222-224.

⁸⁰ Monferrer (2012, p. 365).

igualación de las mentes y también de los cuerpos, va en contra de los límites éticos de la ciencia, pues significaría la destrucción del ser humano”⁸¹.

Relacionando la influencia de la publicidad con la salud, existe suficiente certeza de que los medios de comunicación poseen un efecto estimulante en la aparición y mantenimiento de los trastornos del comportamiento alimentario⁸². La comorbilidad psicopatológica más prevalente parece estar relacionada con trastornos del estado de ánimo, con la ansiedad, el consumo de sustancias y con trastornos del comportamiento alimentario⁸³. Se ha señalado, directamente, como las tendencias estéticas actuales pueden ser una de las causas principales de los trastornos del comportamiento alimentario⁸⁴.

1.5. Síntesis

Generalmente, a la hora de explicar la discriminación, los autores suelen hacer una doble división: una, en la que estarían implicados los prejuicios sociales, y, otra, en la que estarían implicadas los sesgos cognitivos. Mientras, que, en el primer grupo, dichas percepciones estarían profundamente vinculadas a la conciencia social, en el segundo caso, quedaría implicado el procesamiento cognitivo por las expectativas, las atribuciones y los juicios subjetivos que efectúan las personas. A la división anterior podría añadirse la influencia de la publicidad y de las redes sociales: se hace visible como los medios de comunicación y la publicidad, magnifican el fenómeno del aspectismo, porque otra forma de deslegitimación del cuerpo se produce a través de la estética hegemónica propagada por los medios de difusión, cuando no se cumple con la estandarización de el aspecto físico impuesta⁸⁵. Las distintas maneras de discriminar basadas en la apariencia, tales como, el color de la piel, las características físicas de una etnia, la identidad de género o del rostro, “se anclan en determinados contextos culturales que le dan sentido”⁸⁶.

Otro elemento que puede contribuir al aspectismo es la globalización. Esta puede difundir el fenómeno a escala mundial. El disciplinamiento del cuerpo posee tal dinamismo a través de la

⁸¹ Popper (1977, p. 192).

⁸² Baile y Ruiz (2009).

⁸³ Baile y González-Calderón (2011); Baile et al., 2009.

⁸⁴ Baile y González-Calderón (2010).

⁸⁵ Pérez (2010).

⁸⁶ Kaplan y Szapu (2019, p. 111).

globalización, que debido a la conexión en redes sociales y a la posibilidad de acercar virtualmente territorios lejanos en el espacio y también por el acceso inmediato a la industria del aspecto físico, la difusión de un patrón estético mundial se expande en cuestión de segundos, transformando los significados ancestrales del cuerpo y rompiendo costumbres vinculadas a las entidades nacionales para “plantear nuevas formas de desigualdad y diversidad”⁸⁷.

Respecto a la justificación de la intolerancia por el aspecto de un individuo, es muy fácil acudir a diversos argumentos, tales como, las intenciones de dominación, envidias, celos por los recursos materiales, presiones de grupo para mostrar su fuerza y la inferioridad del exogrupo, entre otras causas⁸⁸. La literatura se ha referido a que la discriminación se puede explicar por distintos factores: por la comparación social que se efectúa respecto a otros individuos, teniendo en cuenta las preferencias personales y los valores, también por toda clase de prejuicios y estereotipos, así como por la costumbre de categorizar a los individuos⁸⁹.

Además de tener en cuenta la perspectiva sociocultural, donde se mezclan conceptos, tales como, la identidad personal, los estereotipos, el estigma, las categorizaciones, las comparaciones sociales, entre otros, así como los sesgos cognitivos y sesgos relacionados con la información, se debería considerar la necesidad de una legislación específica para regular la discriminación por aspecto.

Hay certeza de que los factores socioculturales poseen tal importancia que, según algunos autores, “puede asegurarse que, sin su existencia, no existiría tampoco la anorexia nerviosa”⁹⁰. Diferentes estudios han puesto de manifiesto como la adquisición de ciertos valores sociales, tales como, la deificación de la delgadez en la mujer y su imposición como canon a seguir, principalmente, se trataría de un producto sociocultural⁹¹.

Sobre los estereotipos se apoyaría la base del estigma y de la categorización. Estos constituirían el punto de partida indispensable para construir el marco teórico de la discriminación por aspecto, aunque, por supuesto, no la única opción, dado que la explicación aportada por la sociología interacciona con otras influencias, con elementos de otras disciplinas, tales como, la ética, el derecho y la psicología. Diversas formulaciones teóricas contribuyen en la explicación de esta problemática teniendo en cuenta

⁸⁷ Pérez (2010).

⁸⁸ Paulín (2015, p. 1122).

⁸⁹ Chelcea e Ivan (2016).

⁹⁰ Toro y Vilardell (1987).

⁹¹ Baile y González-Calderón (2010, p. 20).

todas las dimensiones de la persona, porque un solo factor por sí solo no terminaría de explicar el aspectismo, que se ha visto que debe ser interpretado por la interacción de diversos factores⁹².

Un marco teórico concebido desde una visión amplia ayuda a matizar el papel de los diferentes factores socioculturales, éticos y psicológicos que van asociados a los modelos estéticos a los que tanto peso se da en la sociedad actual. También, está la necesidad de poseer una adecuada regulación jurídica que refleje esta tipología discriminatoria.

Solo así, desde una visión multifactorial, se contribuirá adecuadamente a explicar las variadas influencias que recibe un fenómeno tan complejo, como es el de la discriminación por apariencia o aspectismo.

⁹² Quintas-Alfonsín (2021).

CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación tiene como finalidad el estudio del aspectismo en diferentes contextos. El principal motivo que impulsa esta investigación es, que, en la actualidad, el aspectismo sigue siendo un fenómeno desconocido. Como se explicó, la mayor parte de los estudios realizados, se refieren a la discriminación en general, y cuando se trata la discriminación por aspecto, suelen ser estudios, en su mayoría, estadounidenses, o bien, se refieren al aspectismo, estrictamente, en el ámbito laboral. Así, los estudios sobre aspectismo son escasos y aunque algunos de ellos son significativos, carecen de una visión múltiple de la discriminación. La doble perspectiva (psicosocial y jurídica) influye en la metodología utilizada en la investigación.

En este epígrafe se presenta la metodología utilizada, la naturaleza del trabajo, la justificación del formato de citación, la explicación del diseño, los medios y las técnicas empleadas, así como, el proceso secuencial a la hora de procesar la información.

2.1. Naturaleza de la investigación

Esta investigación presenta un enfoque multidisciplinar. Esta circunstancia se traduce en el uso de diferente metodología desde la perspectiva psicosocial y desde la perspectiva jurídica. Esta investigación es:

1. Empírica, ya que tiene como objeto de estudio una determinada parcela de la realidad observable, mediante la observación directa y su análisis (a través de textos originales, de la prensa, de las noticias de la realidad social, etcétera).
2. Atendiendo a las fuentes documentales, su naturaleza es mixta:
 - Primaria, porque los datos sobre los que versa el objetivo de la investigación, se revisan directamente por el investigador que realiza este trabajo.
 - También es secundaria, porque se van a utilizar datos que han recogido otros investigadores. No obstante, el análisis secundario siempre implicará un reanálisis posterior de los datos que otros obtuvieron, además de la integración de aportaciones para obtener conclusiones específicas y más avanzadas sobre la temática analizada. Esto no supone una repetición de los datos antiguos, ya que no solo se usa mayor cantidad de

datos, sino mejores datos al emplear un enfoque de análisis combinado desde la múltiple perspectiva metodológica.

3. Atendiendo a la modalidad de la tesis y a su amplitud, esta tesis es mixta:
 - Por un lado, es monográfica, dado que tiene interés científico al permitir un estudio profundo sobre un tema concreto, esperando alcanzar nuevas aportaciones científicas en la temática del aspectismo.
 - Por otro lado, es un trabajo panorámico, porque se revisan múltiples regulaciones teniendo en cuenta un carácter comparativo y compilativo, dado que se está comparando y reuniendo diferentes materiales jurídicos que, en gran parte, se hallan dispersos.
4. Por su alcance temporal, se trata de una tesis actual, puesto que las teorías y los trabajos que se han utilizado para su confección tienen vigencia en el tiempo presente. No obstante, para introducir el tema de la apariencia se hace una evolución histórica de cómo esta ha ido cambiando a lo largo del tiempo y en distintas culturas.
5. Por su relación con la práctica, es mixta:
 - Es básica, porque su objeto general consiste en comprender un área de la realidad social.
 - También es aplicada, porque se pretende que los logros de este trabajo se utilicen con diferentes fines prácticos, por ejemplo, para que el legislador implemente normas que regulen expresamente este tipo de discriminación, que los recursos humanos (en adelante, RRHH) de las empresas establezcan medidas que minimicen este problema a través de políticas específicas, la adopción de currículos en la escuela que contemplen la educación temprana de los infantes en aceptar la diversidad en la apariencia, entre otras medidas.
6. Por el carácter de la tesis, ostenta una doble naturaleza:
 - Descriptiva, ya que define como objeto de estudio un fenómeno concreto.
 - Relacional, ya que se buscan vínculos entre las características del fenómeno estudiado y otros fenómenos relacionados, por ejemplo, la discriminación múltiple.

Este último doble carácter de la tesis, descriptiva y relacional explica, que, a la hora de organizar el trabajo no se hayan recogido hipótesis, ya que el enfoque de esta tesis no es cuantitativo sino cualitativo: por un lado, relacionando factores que pueden influenciar las relaciones sociales y, por otro, describiendo cómo las decisiones jurídicas de contratación suelen tener en cuenta, consciente o inconscientemente, el aspecto de las personas.

La razón de la metodología empleada se encuentra en la propia naturaleza inductiva de la tesis, sobre todo descriptiva o exploratoria del fenómeno del aspectismo. Por este motivo, no se han recogido hipótesis explícitas, dado que estas derivarían de la propia razón de ser del título de la investigación, de los objetivos generales y específicos de la tesis.

2.2. Justificación del formato de las referencias

En lo relativo a la citación de este trabajo, se ha optado por un formato mixto:

- A lo largo del texto, se utilizan las referencias voladas, con llamadas a pie de página, tal y como se suele realizar en las publicaciones de derecho. La justificación de esta forma de citar reside en que permite al lector realizar una lectura más ágil, no entrecortada, siguiendo el hilo discursivo, sin distracción con las interrupciones constantes en el texto debido a las nominaciones de los autores y las correspondientes fechas de publicación que conllevaría el utilizar la normativa de la *American Psychological Association* (APA).
- En las referencias finales, se ha optado por referenciar en formato APA de la 7ª edición, cuyo uso es habitual en el ámbito de las ciencias sociales, especialmente, en el campo de la psicología por su gran precisión y sistematicidad.

2.3. Diseño de la investigación, métodos y las técnicas utilizadas

Para acercarnos al concepto de aspectismo, se utiliza la “conceptuación” y la “abstracción”. A través de la conceptualización, se destacan las principales propiedades que configuran este tipo de discriminación, expresando cuáles son los elementos que se encuentran en su contenido, de su intensión y extensión⁹³. A través de la abstracción, se trata de extraer de la realidad algunas características inteligibles, y en base a ello, acercarse a la definición del aspectismo. Otro método complementario para aproximarse a la conceptualización es la “definición”: a través de ella, se marcan los fines y los límites en la extensión del contenido del concepto de aspectismo.

También se utiliza el método de la “relación” para analizar diferentes elementos que pueden tener influencia en el fenómeno global. Así, por ejemplo, la relación entre los estereotipos, los prejuicios sociales y la estigmatización, ayuda a comprender las razones de porqué las personas pueden llegar a desarrollar comportamientos discriminatorios basados en la apariencia.

La metodología relacional está estrechamente vinculada a la “comparación”. Esta ayuda a formar juicios, poniendo en correspondencia unas realidades con otras. Así, por ejemplo, si se utiliza la comparación se puede confrontar la regulación de la discriminación por apariencia que efectúa la legislación francesa con la regulación que podría efectuar el derecho anglosajón. Este mecanismo implica, que, por un lado, pueden existir ciertas semejanzas entre los ordenamientos que se están

⁹³ La intensión se refiere al contenido del término, a sus propiedades y términos relacionados con el aspectismo, mientras que, la extensión se refiere al conjunto de sujetos a los que podríamos aplicar dicho término.

comparando, pero también podrían encontrarse diferencias que ayudan a matizar los puntos fuertes y las insuficiencias de las diferentes regulaciones y a obtener una visión global del problema.

Finalmente, se utiliza el “análisis”, porque ayuda a determinar variables que podrían incidir en la configuración del aspectismo. Analizando dichas variables se atendería a sus rasgos principales y serviría para recoger diferentes dimensiones del problema planteado.

Como técnicas de trabajo, se resaltan algunos aspectos:

- Se tienen en cuenta aportes novedosos que surgen del estudio de las fuentes documentales.
- En el análisis, se utilizan trabajos especializados en la materia, concretamente, dos tesis doctorales, directamente relacionadas con la temática de esta investigación⁹⁴.
- Se seleccionan solo los hechos o pasajes más representativos y significativos de la literatura científica consultada.
- Respecto al análisis de la publicidad, que, ocupa una parte importante de este trabajo debido a la repercusión que tiene en la conformación del fenómeno, se han utilizado pasajes ejemplificativos, comentarios literarios, notas propias manuscritas, traducciones, críticas periodísticas, actas de congresos, recortes de prensa, acontecimientos de la realidad social, etcétera.
- Una de las técnicas más utilizadas en la búsqueda de documentos científicos ha sido la de “bola de nieve”, de manera que a partir de un artículo o de un libro especializado, se han accedido a otros muchos documentos referenciados en los anteriores.
- Se insiste en el juicio independiente de este trabajo, libre de todo tipo de prejuicios.
- Para superar el inconveniente de que la bibliografía dejase de estar actualizada mientras se desarrollaba y redactaba la tesis doctoral, se generaron diariamente alertas del Boletín Oficial del Estado (BOE), relativas a normativa estatal, sobre artículos jurídicos en Aranzadi y alertas de recortes de prensa internacional y de artículos científicos en Proquest.
- Uno de los puntos fuertes de este trabajo se refiere a que al rigor de estudio se le ha añadido la creatividad, pero sin perder la objetividad y la integridad.

2.4. Medios para su logro: bases de datos, fuentes bibliográficas, y materiales utilizados

Como principal instrumento en la investigación se han utilizado “palabras clave” para ayudar a los motores de búsqueda a encontrar artículos relevantes y acceder rápidamente a la información. Las

⁹⁴ Baile (2017); Jabbour (2013).

palabras clave utilizadas son: aspectismo, atractivo físico, estereotipo, prejuicio, sesgo cognitivo, discriminación, principio de igualdad.

Las bases de datos utilizadas son:

- CENDOJ,
- CEFLegal,
- VLEX,
- Westlaw Aranzadi,
- Tirant on line,
- Portal HUDOC del TEDH,
- Proquest,
- Medline,
- Psycinfo.

Respecto a las fuentes bibliográficas empleadas se encuentran:

- Normas jurídicas del derecho interno español, de carácter internacional, del Derecho Europeo, decisiones jurisprudenciales y principios jurídicos. Concretamente, en el área del derecho se utilizan monografías especializadas en Derecho Laboral, Derecho Civil, Derecho Constitucional y Derecho Comparado.
- Artículos de revistas científicas y trabajos de otros autores (originales y traducciones), tales como, tesis doctorales, metaanálisis y/o revisiones sistemáticas.
- Libros de diferentes autores y códigos jurídicos.
- Artículos de prensa y de televisión (material audiovisual).
- Notas manuscritas.

Otros materiales utilizados han sido:

- Elaboración manual de fichas de trabajo, donde se ha ido sistematizando la información más importante.
- Elaboración de un índice por temáticas a tratar y por autores.
- Utilización de un índice de referencias cada vez que se efectúa una reseña.
- Un ordenador personal y software para tratar la información.
- Una base de datos para ir sistematizando los datos recogidos, formación de un glosario, diferentes entradas en tablas y almacén de los artículos consultados.
- Índices de Ciencias Sociales y de Humanidades.
- Códigos y manuales de legislación de consulta.
- Bases de datos de la jurisprudencia utilizada.

- Publicaciones periódicas en el ámbito del derecho, de la psicología, de historia, de Colegios Profesionales, entre otros.

2.5. Proceso o fases en la metodología utilizada

En la Figura 7 se resume el proceso de la metodología utilizada en tres fases diferenciadas:

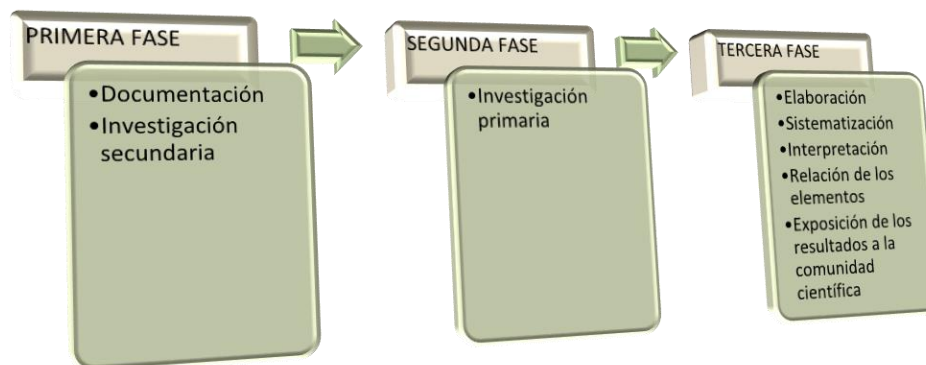


Figura 7. Fases de la metodología. (Elaboración propia).

En la primera fase, se realiza la documentación del trabajo, pues esta investigación usa como punto de partida los conocimientos de diferentes disciplinas sobre el área de trabajo investigada, seleccionando las fuentes. Posteriormente, se accede a ellas a través de la lectura, del análisis, comparación e interpretación de su contenido.

En la segunda fase, se observa directamente la realidad estudiada. Un ejemplo podría ser el determinar cómo se regula la discriminación por apariencia en un ordenamiento jurídico concreto, tal como, el estadounidense. Para ello, se efectúa el estudio de dicha legislación y de su doctrina jurisprudencial para posteriormente proceder a su análisis.

En la tercera y última fase, se lleva a cabo la elaboración de todos los materiales que, inicialmente, fueron recogidos, procediendo a su sistematización, interpretación, comparación y relación entre los mismos con el objeto de exponer los resultados y comunicarlos a la comunidad científica.

2.6. Dificultades encontradas

A la hora de tratar el aspectismo, el principal problema es que hay pocos estudios sobre esta temática. Además, los que existen suelen ser estudios estadounidenses, que parten de una realidad social

completamente distinta a la española, por lo que sus resultados son difíciles de generalizar. Esta realidad se complica más, porque los estudios estadounidenses se centran solo en el análisis del atractivo físico en el ámbito ocupacional, no refiriéndose a otros contextos diferentes.

PARTE I. PERSPECTIVA PSICOSOCIAL

INTRODUCCIÓN

En esta parte de la tesis se analiza el aspectismo desde una perspectiva psicosocial. Para ello, se hace un análisis de la evolución histórica de la apariencia, analizándola en las grandes civilizaciones antiguas y en diferentes momentos de la historia. Se hace hincapié en la importancia de la imagen corporal y de la insatisfacción corporal, así como del patrón estético dominante promovido por la sociedad, además de los factores que se creen que pueden magnificar el fenómeno, tales como, la publicidad, los medios de comunicación, las redes sociales y la globalización.

CAPÍTULO 3. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA APARIENCIA

3.1. Justificación del estudio de la apariencia física en determinados momentos históricos y entornos socioculturales

Se ha planteado el juicio de si el aspecto físico reside en el ojo del espectador o si se trata de una propiedad de la persona y si existe un consenso general de lo que debe considerarse como bello o atractivo. Desde tiempos antiguos el atuendo se consideró importante, pues era un signo distintivo de la ocupación y del estatus de su portador⁹⁵. El embellecer el cuerpo se consideraba un arte, un acto de creación estética de los seres humanos.

En relación con la recreación estética a continuación nos gustaría hacer mención a una anécdota personal sucedida hace algunos años: un conocido científico que iba a acudir a un congreso mundial sobre microorganismos y la desertización del planeta, hizo un comentario sobre el atuendo que iba a llevar para tal ocasión. Según él, consistiría en “una apariencia muy trabajada, manifestada a través de un look perfectamente descuidado”. La descripción era toda una contradicción, porque el figurar frente

⁹⁵ Holliday y Tailor (2006).

“a la galería” con una imagen natural, donde el cuidado de la persona es espontáneo sin artificiosidades, también conlleva un verdadero esfuerzo.

Según el científico, en el ramo de la ciencia, el que un colega acuda con un look demasiado cuidado, puede inducir a pensar que la persona en vez de dedicarse en cuerpo y alma a investigar, se está dedicando a cosas triviales, tales como, cultivar el físico. Esto no haría más que minimizar sus esfuerzos como profesional de la ciencia frente a sus colegas. Comentarios de este tipo muestran que la exigencia de una determinada apariencia no sería igual para todos los sectores. También podría pensarse, que, a lo mejor, la diferencia no reside tanto en el ramo de conocimiento o sector ocupacional como en los gustos subjetivos de cada persona.

Aunque no hay una norma escrita y suelen ser en su mayoría costumbres de cortesía es sabido, que, en el ámbito del derecho se elige la elegancia, un atuendo más bien rancio, que neutralice toda diferencia de género y homogeneice los conocimientos jurídicos. Se solicita una estética impecable sobre la que se asoma, probablemente, la seguridad y la tranquilidad del cliente de verse bien representado, ya que al llevar esa estética tan cuidada, se generan percepciones de que el profesional es igual de habilidoso en el ejercicio de su profesión que cuidando su imagen.

Hermógenes había definido al aspecto físico como una simetría de los miembros y de sus partes, junto a una buena complexión. Gracias a ellas “un discurso se hace bello...”. Un orador que posea el atractivo definido por Hermógenes, haría que “no se moviese una mosca” en el auditorio, ya que sus cualidades de atractivo traspasarían su cuerpo y se generalizarían al resto de sus competencias.

Desde esta tesis, se analiza la evolución de la apariencia para comprender la publicación de normas suntuarias y costumbres que pudieron afectar a la imagen del individuo e intuir cuáles eran las prácticas discriminatorias por apariencia en cada momento, teniendo en cuenta lo que ha ido cambiando sucesivamente, así como, las semejanzas que se encuentran con los tiempos actuales. Algunos autores han puesto de manifiesto como la preocupación por el embellecimiento de la imagen no es exclusiva de nuestros días:

(...) cada período de la historia cuenta con sus propios estándares de belleza, y cada cultura desarrolla diferentes conceptos sobre la propia imagen, la forma y decoración del cuerpo (...), por lo que la imagen corporal está influida por aspectos socioculturales, biológicos y ambientales⁹⁶.

⁹⁶ Vaquero-Cristóbal et al. (2012, p. 28).

La persona, a medida que avanza en el tiempo, va fomentando cambios en su imagen personal para adaptarse a la complejidad social. En diferentes culturas y en distintos momentos históricos, el atuendo y la apariencia han mostrado sus propias peculiaridades, que se van configurando con la evolución humana. Los cambios de estilo o de look son el reflejo de los cambios de mentalidad y de los cambios sociales. La evolución de la apariencia física no indica solo cómo evoluciona el atuendo de las personas, sino que nos muestra las tendencias culturales, los problemas de la época, las interacciones personales y sociales, así como, la existencia de ciertos estereotipos que contribuyen a marginar por el aspecto. Todo ello, conducirá a determinadas maneras de pensar, de intuir y de comportarse, que podrían originar prácticas discriminatorias basadas en el aspecto de las personas.

Existe convicción de cómo la indumentaria y el estilo de presentarse en la sociedad posee importancia no solo desde una visión histórica, etnográfica o filosófica, sino para comprender las complejidades sociales, la forma de pensar y de actuar de los individuos, pues “las modas cambian y con ellas los gustos estéticos de las personas”⁹⁷. Existe certeza de que “el análisis histórico y antropológico, matizan el papel de los factores socioculturales asociados a los modelos estéticos, a los que se le da tanto peso en la actualidad”⁹⁸.

El atuendo es esencial para comprender que aquellas personas que no se acercan al prototipo de vestimenta exigida socialmente en un determinado momento histórico, pueden ser estigmatizadas⁹⁹.

Para algunos autores ha de tenerse en cuenta la importancia de considerar la historicidad de las prácticas de belleza, con el objeto de vincular la individualidad a un contexto más amplio de poder, analizando los discursos acerca del cuerpo¹⁰⁰. Además, la imagen corporal se ve influida por múltiples factores, de ahí, que se haya señalado la importancia de considerar un marco multifactorial para estudiar el aspecto del individuo:

(...) la imagen corporal es una representación mental amplia de la figura corporal, su forma y tamaño, la cual está influenciada por factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos que varían con el tiempo¹⁰¹.

⁹⁷ Freire (2015, p. 91).

⁹⁸ Baile y González-Calderón (2012, p. 87).

⁹⁹ Johnson et al., 1999, p. 11. El vestido envuelve el cuerpo, es otra piel y a la vez, ayuda a disciplinarlo, dándole sentido al mismo, dependiendo del momento y de la cultura, pues “el vestido de un individuo consiste en todas las modificaciones hechas al cuerpo humano y/o a los suplementos del cuerpo”.

¹⁰⁰ Bordo (2003).

¹⁰¹ Slade (1994).

La manera en que las personas se presentan ante los demás, posee un simbolismo de lo que se pretende exhibir¹⁰². Expresa nuestro “yo”, la identidad: la apariencia posee su propio lenguaje, el lenguaje de la mirada, una comunicación no verbal¹⁰³.

La forma de presentar los cuerpos conlleva el despliegue de una serie de procedimientos sociales, psicológicos y también, mercantilistas. A través de la apariencia no se muestra solo el grado de cuidado y de esfuerzo del individuo por su estética, sino que la apariencia cumple una serie de finalidades según la cultura y el momento histórico¹⁰⁴.

¹⁰² Postrel (2021, p. 12): desde el momento en que nacemos, nos vemos arropados por una tela, por una manta... “Nosotros, simios carentes de vello, coevolucionamos con nuestras telas...”

¹⁰³ Cervantes (1935, 128-129). Don Quijote de la Mancha le decía a Sancho, “(...) si no lo sabes, que, entre los amantes, las acciones y movimientos exteriores que muestran, quando de sus amores se trata, son certissimos correos que traen las nuevas de lo que allá en lo interior del alma pasa”.

¹⁰⁴ Unas veces, el poder político, a través de la apariencia, lleva a cabo el control de la población. A esta finalidad, atendió la publicación de numerosas leyes suntuarias, que señalaban lo que se debía vestir y quién lo debía vestir. Otras veces, la apariencia ha contribuido, como elemento simbólico, a la ostentación, a exhibir la riqueza, el estatus social, el poder político o la ocupación de su portador. Así, en la antigua Roma, las togas púrpuras eran usadas, exclusivamente, por determinadas personas que ocupaban los cargos más altos, tales como, los senadores o reyes. En algunas sociedades, algunos individuos han utilizado símbolos para adornar su apariencia como elemento diferenciador, unas veces, señalando distinción y elegancia, otras veces, para señalar su baja catadura moral: un tatuaje con la flor de lis, era un símbolo heráldico de nobleza, de honor y lealtad, que, frecuentemente, adoptaban en su atuendo ciertos caballeros de la nobleza francesa. Sin embargo, en otras épocas y sociedades, se utilizó ese mismo símbolo para señalar a determinados miembros de la sociedad, funcionando como si fuese una especie de alerta para el resto de la población, significando que la persona era un ladrón, que ejercía la prostitución o, simplemente, que era un traidor. En la actualidad, el tatuaje responde a otras intencionalidades bien diferentes de lo que acontecía en el pasado, pues no cumple una finalidad de “señalamiento”, sino más bien de exhibición de experiencias a través de la propia piel, como un elemento más, que contribuye a la construcción de la identidad de su portador. De ahí que, las imágenes o frases, normalmente, vayan impregnadas de sentimientos, emociones y recuerdos, con elementos de gran significación para el individuo.

En sociedades primitivas, se utilizó la simbología, el atuendo y atavíos complementarios como elementos de supervivencia, por ejemplo, para adaptarse a la climatología, cubriendo la piel del frío y del calor. A veces, se utilizó como elemento diferenciador del individuo para hacer visible su pertenencia a ciertos grupos frente a otros pueblos enemigos.

En ocasiones, las explicaciones sobre la finalidad de la apariencia son más simples, responden a la vanidad. Se trataría de explicaciones puramente hedonistas, de satisfacción, de disfrute de placer. Por ejemplo, desde esta argumentación podría entenderse el significado que tiene para algunas personas la adquisición de ropa, nada más que, para satisfacer su vanidad. Si bien, la ropa puede también podría responder a una finalidad consumista, ya que, a veces, lo que se adquiere no es la ropa, sino la marca.

A través de la moda y de la apariencia, la persona puede exhibir que su cuerpo sigue la moda, que está en consonancia con una determinada mentalidad (por ejemplo, de pertenencia a una determinada “tribu” urbana) o con una conducta de reciclaje permanente, mostrando que no está desfasada. En cada momento, se prefiere unas prendas sobre otras, condicionando la estética del individuo, sus gustos y la tendencia a incardinarse en determinados grupos. La prioridad de seguir una estética u otra, muestra independencia y libertad, es decir, el poder elegir libremente.

Algunas veces, la moda, ha respondido a cuestiones de moralidad, por ejemplo, ciertos atuendos rigurosos se usaban para preservar las miradas ajenas, en consonancia con alguna ideología de la comunidad o ideología religiosa.

La imagen no es algo trivial para algunas personas. Algunas transfieren su seguridad a través de la estética exhibida. Una buena imagen puede ayudar a generar más seguridad en uno mismo¹⁰⁵. A veces, el atuendo responde a resaltar ciertos rasgos, por ejemplo, con el maquillaje, tratar de resaltar los ojos o al revés, tratar de ocultar defectos, por ejemplo, aquella persona que usa faldas amplias para ocultar ciertas partes de su anatomía, o, que utiliza tacones “quilométricos” para hacer pasar desapercibida su pequeña estatura.

En la actualidad, buena parte de la apariencia, responde a la necesidad de sentirse aceptados, siguiendo la estética imperante de la mayoría. Este comportamiento garantiza que la persona no sea excluida socialmente.

Así, se puede comprender que la apariencia no solo posee una dimensión individual, sino también social, basada en costumbres, en convenciones y usos sociales, pero también posee una dimensión psicológica, respecto a las atribuciones y expectativas que se generan sobre las personas por su forma de vestir, además de afectar al autoconcepto¹⁰⁶.

Sea como fuere, la apariencia siempre transmite algún mensaje psicológico, sociológico, económico, histórico o de otra índole, porque media la personalidad¹⁰⁷.

Se ha asegurado cómo desde siempre las personas han tenido preocupación por su cuerpo y han hecho esfuerzos para embellecerlo¹⁰⁸. Hoy en día, estamos preocupados por exhibir una determinada apariencia cuidada, pero nuestros antepasados también cuidaron su apariencia para presentarse en sociedad, si bien, como señalan algunos autores, el concepto de belleza ha ido cambiando con el tiempo y las culturas:

(...) desde los inicios de la civilización ha habido leyes y códigos sobre el vestir, y convenciones, que, además de la ropa, englobaban el peinado, los accesorios, las joyas, el calzado. La imagen en los lugares públicos y en el

¹⁰⁵ López (2013, p. 58). En 1778, a Beau Brummell le apodaron como el “bello Brummel”, porque se dice que fue el árbitro de la moda en Inglaterra. Su padre fue gobernador de Berkshire, estudió en Oxford e incluso llegó a conocer al rey Jorge IV. Sin embargo, sus dispendios le hicieron vivir de la caridad ajena al final de su vida, a pesar de poseer buenos recursos procedentes de su herencia y de estar bien situado en la sociedad, al gozar del favor del Príncipe de Gales. Fue un exhibicionista de su elegancia, gastaba toda su fortuna en ropajes y marcó un estilo ante el que muchas personas caían rendidas. De hecho, a él se le atribuyó la creación del traje moderno de caballero con el pañuelo anudado al cuello.

¹⁰⁶ Le Breton (2002, P. 81): “el cuerpo no puede ser otra cosa que un medio de análisis privilegiado para poner en evidencia rasgos sociales cuya elucidación es de gran relevancia para el sociólogo, como, por ejemplo, cuando quiere comprender fenómenos sociales contemporáneos”.

¹⁰⁷ Reconocía Vigarello (2005b), que el arte de embellecer el cuerpo es una práctica ambigua, porque compromete, en cierto modo, la manera cotidiana de mirar el cuerpo, al corregir lo absoluto, al retribujar el aspecto físico.

¹⁰⁸ Konstan (2012).

trabajo nunca ha tenido nada de aleatoria, ni ha sido una simple cuestión de agrado personal¹⁰⁹.

La forma de presentar el cuerpo es fundamental para mostrar al resto los esfuerzos realizados para acoplarse a lo que quiere la mayoría. Sin embargo, tan importante como presentar una determinada imagen a los demás, lo es “la forma de mirar” que posee el espectador. Los estudiosos en arte señalan como a la mayoría de las personas les gusta observar en el arte, lo que también les gusta ver en la realidad, pues a todos nos atrae lo bello, y en este sentido, agradecemos a los artistas que hayan recogido la parte más atractiva de la parte de la vida que retratan. Sin embargo, parece, que, “la hermosura de un cuadro no reside realmente en el aspecto físico de su tema”¹¹⁰. Esta afirmación puede resultar un tanto confusa, dado que dentro de las muchas funciones que desempeña el arte, una de ellas sería captar el aspecto físico que se descubre en la realidad de las cosas, pero lo que es bello es subjetivo, varía en el tiempo y de persona a persona. De la misma manera que, la percepción del arte no es sola una, sino muchas, la percepción sobre las personas también debe ser variada, no existe una sola apariencia.

3.2. La apariencia física en las grandes civilizaciones de la historia

Tal y como se asegura en la literatura científica, la apariencia de los individuos es un producto cultural y social, pues “cada cultura, cada sociedad tiene una relación particular con el universo figurativo, regla a la que no se escapan las antiguas civilizaciones, como Grecia, Egipto o Roma”¹¹¹.

En general, las personas han estado guiadas en el aspecto físico desde la antigüedad, asimilando “lo bello a lo bueno”. Diversos factores sociales, económicos, culturales e históricos han promovido una evolución estética¹¹². El concepto del aspecto físico ha ido evolucionando y aunque en las civilizaciones antiguas, tales como, la egipcia, la griega o la romana, el cuerpo también era admirado por su belleza, existe una diferencia importante con respecto a lo que ocurre en la sociedad actual: la preocupación que

¹⁰⁹ Hakim (2019, p. 213).

¹¹⁰ Gombrich (1997, p. 18).

¹¹¹ Duby y Perrot (2018, p. 208).

¹¹² Según Cabrera (2010), el problema de nuestra sociedad actual son los mensajes, aparentemente, contradictorios que existen entre la realidad y el ideal de belleza que se demanda, generalmente, de extrema delgadez. Como señalaba Carcopino (1994), “nada cambia más deprisa que las costumbres de los hombres”.

poseían los antiguos sobre una apariencia física bella respondía a exhibir el poder, por lo que una apariencia cuidada estaba reservada solo a una pequeña parte de la población, a las clases pudientes¹¹³.

Las modas y los estilos en la antigüedad solían transmitirse de manera piramidal en largos períodos de tiempo, de arriba hacia abajo: el pueblo intentaría emular los estilos de apariencia que exhibían sus gobernantes. En la actualidad, la difusión de las tendencias en la apariencia no se realiza de manera piramidal, porque no existe estratificación. La difusión se produce de manera horizontal y en escasos lapsos de tiempo, gracias a la difusión masiva de una sociedad interconectada, que llega a todas las personas y a todas las culturas a través de la globalización.

3.2.1. Egipto

Una de las representaciones más bellas del antiguo Egipto es, sin duda, el busto de la reina Nefertiti. Se muestra elegante, con un tocado enorme, rematado con una diadema y el “*uraeus*” (una serpiente)¹¹⁴. El busto está embellecido con un collar de varias vueltas de diferentes colores, que destaca su “cuello de cisne”, una “nariz de rara armonía” y una “boca de labios carnosos perfectamente dibujados”¹¹⁵. Lo más destacable es que su apariencia atractiva, ha sido considerada como la poseedora del perfil más bello de la historia¹¹⁶.

Los ropajes de los faraones estaban llenos de simbolismo para representar la autoridad en su territorio. Era muy importante la apariencia física de los faraones. Estos usaban tatuajes por razones artísticas. No es habitual observar los problemas físicos de los faraones a través de la escultura, aunque, ha habido excepciones¹¹⁷.

¹¹³ Cabrera (2010).

¹¹⁴ A las reinas y reyes solían representarlos con la cobra en la corona y en las telas para simbolizar su posición. Algo parecido sucede con las dos plumas en la cabeza de las mujeres. Solían llevar accesorios y tocados con otros símbolos en la cabeza y amuletos protectores. Las flores también recogían el simbolismo de cualidades sagradas, es el caso, de la flor que es el símbolo de Egipto, el nenúfar.

¹¹⁵ Bravo (1996).

¹¹⁶ Muñiz (1994, p. 416). Esta reina “siempre estuvo obsesionada con su belleza y se cuidaba, continuamente, con afeites y cremas que ella misma elaboraba”.

¹¹⁷ Amenofis III (1388-1351 a.C.) presumía de haber logrado ciertas marcas deportivas y de haber realizado varios matrimonios de conveniencia para frenar a los hititas. Sin embargo, el rey va paulatinamente adquiriendo otra fisonomía, con una piel más envejecida, engordando y desarrollando varias enfermedades. Estas representaciones son muy raras, porque los egipcios no eran individualistas en el arte y solían reproducir escenas bastantes uniformes de la vida cotidiana, respetando unas normas.

En la IV Dinastía, los artistas individualizan los rasgos. A finales de la Dinastía, se representa el cuerpo de forma atlética y con fortaleza. En estas obras se reproduce la vejez o las desviaciones corporales, tales como, la corpulencia o el enanismo, otorgando más realismo a las composiciones. Se busca una belleza intemporal, con unos rasgos, tales como, la nariz recta y los labios rectos, carentes de toda emoción. El faraón era ciertamente la única fuente de autoridad (...) La monarquía jugaba un papel activo en la identidad personal (...)”¹¹⁸.

En determinados períodos, un reinado en donde se destaca como virtud la fortaleza, un individuo con limitaciones físicas podría ser considerado como inservible para la sociedad, siendo discriminados/as y expulsados de los núcleos urbanos. Según los expertos:

(...) las deficiencias físicas (...) eran una muestra del castigo divino (...), o bien, signo externo de la malignidad del sujeto (...), sobre todo, en el caso de personas pertenecientes a la casa real o de alta alcurnia (...) si bien, existen pruebas de que se aceptaba y se trataba de mejorar al individuo discapacitado

119.

Los faraones representaban un papel análogo al que, en la actualidad, ejercen los “influencers”, marcando el canon estético a seguir. En Egipto el hecho de que la moda del vestido cambie poco o nada, se explica porque es una sociedad conservadora y muy estratificada. La vestimenta era un elemento que dignificaba a la persona, exteriorizando la jerarquía que ocupaba la persona en la sociedad.

Las mujeres de la corte, marcaban la pauta de lo que debían vestir las egipcias para seducir. La propia hija de Tolomeo XII, Cleopatra VII, que ha sido definida muchas veces a lo largo de la historia, como una de las mujeres más seductoras por su apariencia, distaba mucho de ser una belleza, pero la propaganda amplía los bulos en el tiempo. Según Plutarco, Cleopatra poseía bastante encanto y cultura, sin embargo, “su belleza, considerada en sí misma, no era incomparable, ni propia a causar asombro a los que la veían (...)”¹²⁰.

¹¹⁸ Horacio (2014, p. 6).

¹¹⁹ Hernández (2001, p. 12).

¹²⁰ Plutarco. Vida de Antonio, Vida de César, Vida de Bruto. Según el cronista, Plutarco, Cleopatra era “más bien pequeña”, señalando que: (...) ella reconoció en Marco Antonio al soldado y al hombre simple, así, uso muy pronto con él ese tono desenfadado y llano. Pues en sí, su belleza, como se dice, no era tan incomparable, ni de tal naturaleza que tocara a primera vista, pero en su trato ... hacía gala de un encanto irresistible, y su figura unida a su atrayente conversación y la gracia que desplegaba en todo, dejó clavado un agujón. También era un placer escuchar la armonía de su voz. Sabía adaptar fácilmente su lengua como un instrumento polifónico a cualquier idioma, y no empleaba intérpretes (...).”

Plutarco, invita a reflexionar sobre cuáles eran los atributos de la apariencia más importantes para definir a una persona como bella o atractiva, pues la apariencia no sólo se configura por características que se ven a primera vista y que hacen referencia a lo físico, sino que existirían elementos que ayudan a configurar la apariencia y la propia identidad, para describir el aspecto de un individuo, tales como, los modales, la adecuada modulación de la voz, la inteligencia, el dominio de diferentes disciplinas, el porte, etcétera. Todo ello, forma parte de las cualidades de una persona y pese al mito de Cleopatra, como reina del aspecto físico, la realidad parece que fue bien distinta: su encanto no residía precisamente en lo físico, sino en cualidades que “coloreaban” vivazmente su identidad y que la reina sabía fomentar, tal como, el tipo de interacciones que efectuaba, de manera sencilla, desenfadada, con gracia para relacionarse, con dominio de varias lenguas y con el manejo de una conversación atrayente¹²¹.

Cleopatra había aprendido desde niña el arte de “la cosmetología”, algo que está en plena moda en la actualidad. La reina nunca dejó de cultivar su apariencia: cuando la segunda esposa de Marco Antonio, Octavia, viaja a Asia para tratar de recuperarlo, Cleopatra despliega todas sus armas de seducción: Cleopatra “deja de comer y adelgaza”¹²². Este comportamiento es curioso, sobre todo, en la antigüedad, porque a pesar de la escasez de alimentos y hambrunas, la delgadez también está presente en ese momento como ideal de belleza y disciplinante de los cuerpos.

3.2.2. Grecia

Según Eurípides, “el que es bello es amado, el que no es bello no es amado”¹²³. Este aforismo muestra la importancia que poseía en la sociedad griega, la apariencia física. El aspecto era algo que causaba admiración y que se vinculaba a abundantes cualidades: en la antigua Grecia si la persona poseía una figura hermosa, se consideraba una bendición, por tanto, era buena persona¹²⁴.

¹²¹ Vandenberg (2014, p. 143). Aunque, Plutarco cuenta que lo más probable es que la reina utilizase afrodisíacos y otros recursos para someter a su influjo a sus amantes. Cuando Julio César es asesinado, Cleopatra, que se hallaba en Roma, a las cuatro semanas regresa a Egipto. Más tarde, Marco Antonio, envía al historiador Quinto Delio a buscar a la soberana y a llevarla a Tarso, que era dónde él se encontraba. De nuevo, desarrolla sus prácticas de presentarse “adorablemente adornada”, con equipajes repletos de joyas preciosas y un gran séquito (p. 186). Vandenberg describe muy bien como su exótica apariencia termina por conquistar a Marco Antonio.

¹²² Vandenberg (2014, p. 199).

¹²³ Eco (2010).

¹²⁴ Vallvey (2016, p. 73). El filósofo griego Crates, definía el adorno de una mujer, asimilándolo a la “decencia”: (...) llamo adorno a todo cuanto embellece, y el verdadero adorno de una mujer es aquello que la hace más decente.

Las mujeres que se dedicaban en Grecia al culto del cuerpo eran las hetairas¹²⁵. La hetaira “Friné”, solía presentarse en las fiestas desnuda, con el pelo suelto y cubierta por un velo. Su belleza dio lugar al llamado “argumento de Friné”, es decir, al aspecto físico como atenuante. Así, se ha relatado en los textos antiguos:

En una defensa, los jueces estaban indecisos, entonces Hipérides, orador que defendía a Friné, para demostrar su inocencia, abrió la túnica de la mujer, dejando sus pechos a la vista para que el juicio se centrara y se limitara a su belleza (...), olvidándose todos del delito cometido¹²⁶.

Este pasaje pone de manifiesto la importancia del aspecto físico, como este atenúa el delito y disipa todos los juicios al nublar la vista de los observadores, algo que está en consonancia con lo que aseguran algunos estudios de la literatura científica cuando señalan, que, el aspecto físico influye en las sentencias y, que, los delincuentes más guapos recibirían menos condena que los delincuentes no atractivos¹²⁷.

Sócrates hablaba del aspecto físico ideal, del aspecto físico espiritual y del aspecto físico útil o funcional. Para Sócrates el aspecto físico era un bienpreciado. Platón no discriminaba a las personas con gordura: para él, la gordura no conllevaba una degradación moral, dado que hay gordos que poseen equilibrio interno.

No todos los pensadores poseían una visión tan avanzada del cuerpo. Aristóteles, usaba un aspectismo misógino, al equiparar a la mujer con una incapacidad o deformidad. La consideraba pasiva e inferior en todos los planos, defectuosa, débil e incompleta. Llega a tachar a la mujer de “desemejanza” al compararla con el hombre, asignándole lo peor que puede poseer un ser humano. Este pensador llega a afirmar que:

(...) la hembra es como si fuese un macho estéril; en realidad, la hembra es hembra por una incapacidad, a saber, no puede producir semen, y esto, es debido a su naturaleza fría (...). La hembra es como si fuese un macho deforme, y la descarga menstrual es semen, solo que impuro, le falta un

Eso no podría producirlo ni el oro ni las esmeraldas ni la púrpura, sino un conjunto que ofrezca a la esposa rodeada de nobleza, de dignidad y de pudor.

¹²⁵ Quintana (2017, p. 99). Estas solían utilizar un atuendo consistente en “un vestido muy delgado de seda natural, que dejaba transparentar todo su cuerpo desnudo”. Se trataba de mujeres que vendían su cuerpo y sus encantos, aunque no podían asimilarse a las prostitutas. Las hetairas eran mujeres cultivadas, con conocimientos en diferentes artes y disciplinas, que no deseaban someterse a los hombres a través del yugo matrimonial

¹²⁶ Celdrán (2011, p. 223).

¹²⁷ Nistal (2016); Parra (2020).

elemento básico, el alma (...) ¹²⁸. Debemos considerar la condición femenina como si fuera una deformidad, si bien, se trata de una deformidad natural ¹²⁹.

La vida de la mujer ateniense poco o nada tenía que ver con la de las mujeres espartanas ¹³⁰. Estas se incorporaban a la vida militar, algo inconcebible para los atenienses. Su estética fue criticada, ya que “el vestido de las espartanas llegaba hasta las rodillas, con una larga abertura que llegaba hasta la cintura” ¹³¹. Se burlaban de sus cuerpos esbeltos, musculados y atléticos. Estas eran discriminadas por su aspecto, porque entrenaban desnudas, disfrutando de cierta libertad, sin preocuparles demasiado su físico. En Esparta, las leyes de Licurgo, “pretendían una mejora racial a ultranza (...), obligaban a todo aquel que al nacer presentase una deformidad física, que fuese eliminado. Para ello (...) se recurría al despeñamiento en el monte Taigeto” ¹³².

En Grecia, los rasgos que podían definir el atractivo, sobre todo, se encontraban en el rostro.

Respecto a las fallas físicas, “se llevaba a cabo el infanticidio de los/las niños/as con deformidades o de los neonatos que poseían una apariencia inusual (...). En Atenas se practicaba el infanticidio de débiles y de deformes, en ocasiones, dejándoles a la puerta de un templo por si alguien los adopta” ¹³³.

En Grecia, igual que en la actualidad, solía ensalzarse la eterna juventud y la vejez era demonizada ¹³⁴. Aristóteles afirmaba que:

¹²⁸ Caso (2019, p. 57). Señala la autora que las mujeres más libres de la sociedad griega eran las hetairas: componían música, versos, disfrutaban del sexo, debatían en asuntos políticos, bailaban y disfrutaban de los placeres de la vida.

¹²⁹ Duby y Perrot (2018, p. 115). Señalaba Aristóteles que: (...) la hembra es menos musculosa, tiene las articulaciones menos pronunciadas, también tiene el pelo más fino (...) la carne más blanda que los machos, las rodillas más juntas y las piernas más finas (...), tienen la voz más débil (...) El hombre es el que tiene el cerebro más grande, los machos tienen el cerebro más voluminoso que las hembras...

¹³⁰ Fornis (2021). Esparta estaba situada en la Laconia. Fue una sociedad que causó admiración y muchos trataron de imitar su modo de vida, como también su atuendo. Los espartanos fueron severos, austeros y rudos en la forma de expresarse, huían de toda retórica. Muchos se burlaron de sus costumbres. En la Lisístrata de Aristófenes, cuenta el autor como se representaba al rey espartano Cleómenes: sucio, sin ver el agua tras seis años y lleno de mugre. En la obra de Eurípides, la única superioridad que se le reconoce a Esparta, es la militar. Se solía criticar la estética espartana.

¹³¹ Quintana (2017, p. 99).

¹³² Hernández (2001, p. 12).

¹³³ Aguado (1995, p. 47 y 49). En los primeros tiempos de la ciudad ateniense, se realiza el infanticidio del niño/a que presenta deformidad física: “se les coloca en una vasija grande de arcilla y se le deja a la entrada de un templo. El infanticidio será la práctica más generalizada”.

¹³⁴ Era una falla y representaba el ocaso de la persona. En la mitología griega, el mito de “la caja de Pandora”, explica como los seres humanos nos transformamos en mortales y cómo los siete males que puede sufrir la

(...) fuera de la madre, la hembra, en razón de su debilidad constitutiva, alcanza más rápidamente la vejez. Durante este tiempo, los varones están en mejores condiciones físicas (...) Además, consideremos que las mujeres también envejecen más rápidamente que los hombres¹³⁵.

Por las duras condiciones de vida, habitualmente, las personas no llegaban la vejez. La esperanza de vida de la mujer estaba entre los veinte y treinta años. Muchas fallecían en los partos y de enfermedad natural¹³⁶. En esta cultura, una mujer de cincuenta años era considerada una anciana. El edadismo estaba al orden del día, mientras que, para el hombre, el envejecer era algo natural, ya que solía considerarse que el paso del tiempo lo hacía más sabio, para la mujer, la edad era un signo de inferioridad de su cuerpo.

3.2.3. Roma

Se preguntaba el poeta Ovidio, ¿por qué no cuidar los cuerpos para hacerlos más hermosos? El autor se refería a que “la hermosura es un bien quebradizo y conforme va ganando en años, disminuye y se consume ella misma con el transcurrir del cuerpo”¹³⁷. Ovidio era partidario del esfuerzo humano en cultivar el cuerpo¹³⁸.

En Roma, no es fácil encontrar en las representaciones, los rasgos realistas e individualizados del modelo, sino que los suelen representar con una apariencia idealizada. Así, los retratos de César Augusto, “no reflejan sus dientes irregulares, la nariz aguileña y las cejas tupidas, que eran rasgos característicos de este emperador”. Cuando el emperador Augusto fallece, cuenta con 80 años y, sin

humanidad, se encierran en la caja para que no salgan, manteniendo en el fondo de la caja, la esperanza. Sin embargo, Pandora, la primera mujer sobre la tierra, abre la caja y expande todos los males. Uno de los males se refiere a la apariencia física: la vejez. Desde la mitología griega, el paso de los años es tratado como uno de los males de la humanidad.

¹³⁵ Duby y Perrot (2018, p. 365).

¹³⁶ Duby y Perrot (2018).

¹³⁷ Ovidio, *Arte de Amar II*, p. 113-114.

¹³⁸ Ovidio, *Arte de Amar, III*, p.101-125: "Empiezo por el cultivo del cuerpo. De viñas cultivadas proviene el buen vino y la mies crece alta en un suelo cultivado. La hermosura es un don de la divinidad. ¿Cuántas son y quiénes las que están orgullosas de su hermosura? Una parte de vosotras se ve privada de tal don. Mas el cuidado os proporcionará un bonito rostro; un rostro, (...) Antes imperaba una rústica sencillez, ahora Roma es de oro y tiene en su poder las grandes riquezas del mundo que ha conquistado (...) Yo por lo menos me alegro de hacer nacido en este tiempo (...) porque cuidamos de nuestro cuerpo y ha sobrevivido hasta nuestra época aquella rusticidad de los antiguos”.

embargo, se sigue representando en plena juventud, idealizando su apariencia, dado que Roma siempre fue cruel con las imperfecciones físicas y con las arrugas¹³⁹.

El emperador Augusto poseía ideas muy conservadoras sobre la vestimenta femenina, considerando que los maridos debían imponer dichas normas a sus mujeres para garantizar la moralidad y el orden social¹⁴⁰. En el año 195 a. C., las romanas se habían opuesto a la denominada “Ley Opia” (215 a.C.). Esta ley les prohibía vestir en público, el color púrpura¹⁴¹.

Si la normativa romana era bastante injusta con la mujer, peor lo eran los prejuicios con los que algunos hombres retrataban a las mujeres: según Valerio Máximo, las mujeres poseían una obsesión por “refinar su adorno personal”, lo que atribuía a su “*imbecilitas mentis*”¹⁴².

Roma no perdonaba a las personas que sufrían una enfermedad o discapacidad física o mental¹⁴³. Una práctica frecuente era “la mutilación de algún miembro para ejercer la mendicidad”¹⁴⁴. Roma sentía adoración por la juventud y se rendía al aspecto físico de los cuerpos musculados y bien ejercitados, como los de los gladiadores, que constituían el símbolo de la fortaleza¹⁴⁵. Los enfermos, las personas percibidas con fealdad o débiles mentales eran apartados de la vida social¹⁴⁶.

¹³⁹ Beard (2021, p. 92). Las imágenes de los emperadores se situaban en el foro y en otros lugares públicos. Eran una especie de “periódico de la época”. Tal difusión se hacía para conmemorar victorias de los emperadores, o, simplemente, para dejar patente su poder político, pero como sucede a veces con la prensa, estas imágenes no respondían siempre a la realidad, sino que, en ocasiones, eran idealizadas con diferentes finalidades.

¹⁴⁰ Guy de la Bédoyere (2019, p. 113). Años 27 a. C.-14 d. C.

¹⁴¹ Realmente, estas leyes respondían a la finalidad de controlar el gasto romano, para evitar dispendios excesivos en los ropajes, sobre todo, en un momento de guerras, en el que Roma necesitaba todos los recursos para enviar sus soldados al conflicto. En Roma, regían las *mos maiorum* o costumbres que mantenían la estabilidad social.

¹⁴² Guy de la Bédoyere (2019, p. 38). *Imbecilitas mentis*, hace referencia a la debilidad mental de la mujer.

¹⁴³ Hernández (2001, p. 13).

¹⁴⁴ Aguado (1995, p. 45).

¹⁴⁵ Señala Hakim (2019) que, los homónimos de los gladiadores en la actualidad serían los toreros, por su atractivo erótico exhibido junto a su éxito profesional. Los gladiadores eran las estrellas de Roma, adorados por su apariencia atlética. Personas de la alta sociedad solían jugarse su reputación para encontrarse con ellos en secreto por su atractivo erótico, por su belleza y vitalidad, lo que les otorgaba gran popularidad.

¹⁴⁶ La Ley de Rómulo, estableció el abandono del hijo inválido, si cinco vecinos lo aprobaban. En caso contrario, al que incumplía la norma le era confiscada la mitad de sus bienes. Durante la República Romana, se lleva a cabo el infanticidio de las personas con deformidades. En el Imperio, los infantes deformes eran ejecutados.

Ser fea en Roma, era motivo para reducir drásticamente las posibilidades de supervivencia de una mujer, salvo que, se tratase de una rica romana¹⁴⁷. A partir del siglo II, “es frecuente comprar hombres cojos, mancos, con tres ojos, gigantes, enanos o hermafroditas para diversión”¹⁴⁸. El filósofo Séneca poseía “una aversión natural hacia las personas con deficiencias”¹⁴⁹.

El propio emperador, Claudio, sufrió aspectismo. El filósofo Séneca “lo ridiculizó por su apariencia física y por sus dificultades del habla”¹⁵⁰. Dícese, que, salvó su vida, gracias a que Calígula lo perdonó por ser “imbécil” y enfermizo.

Una de las figuras romanas más estudiadas y, también, más polémicas, ha sido, sin duda, la del dictador Julio César. Este hizo llenar el espacio público con sus imágenes¹⁵¹. A través del estudio de su apariencia, se puede desentrañar los rasgos que eran admirados y denigrados por la sociedad romana.

El físico de Julio César “estaba marcado por una nuez prominente y marcadas arrugas en el cuello”¹⁵². Su perfil es el de un hombre atractivo. Suetonio había hecho una descripción de Julio César, explicando el gusto con el que este había acogido con alegría la prerrogativa de cubrirse con laureles para ocultar su calvicie¹⁵³. La calvicie, era considerada en Roma como un defecto. Era representativa de que el sujeto había perdido parte de sus facultades, entre ellas, una de las más reconocidas por los romanos, la juventud.

Julio César, al principio, vestía con el típico atuendo romano, pero cuando se autoelige en el senado como dictador perpetuo, como símbolo de que no se va a admitir debate alguno, viste la toga de color

¹⁴⁷ Vandenberg (2014, p. 188). Cuando Plutarco relata el encuentro de Marco Antonio con Cleopatra, este estaba casado en terceras nupcias con Fulvia, y se refiere a esta última como: “(...) mujer que no tenía en sí de femenino sino sus características genitales...”.

¹⁴⁸ Scheerenberger (1984, p.30).

¹⁴⁹ Aguado (1995, p. 47, 49). Perteneciente a la casa Julio-Claudia, nació en Lyon en el año 10 a. C. Era hermano de Germánico, hijo de Druso y tío del emperador, Calígula.

¹⁵⁰ Aguado (1995, p. 51).

¹⁵¹ Beard (2021). César fue asesinado por los senadores en los Idus de marzo del año 44 a.e.c. Su época marca el inicio de la tradición del retrato imperial romano.

¹⁵² Beard (2021, p. 62).

¹⁵³ Suetonio, Julio César, 45, citado en Beard (2021, p. 69): “(...) de piel blanca, miembros bien formados, un rostro poco lleno, ojos negros y agudos (...), prestaba bastante atención al cuidado de su cuerpo, de modo que, no solo se afeitaba y se cortaba el pelo con todo cuidado de su cuerpo, sino que incluso se depilaba, según le censuraban algunos, en cambio, llevaba muy mal la fealdad producida por la calvicie, que sabía que ridiculizaban las chanzas de quienes le criticaban, y por ello, acostumbraba a peinar hacia adelante sus ralos cabellos, y de todos los honores que el senado y el pueblo le decreto, no obtuvo ni disfrutó de ninguno con mayor placer que del derecho de llevar continuamente la corona de laurel (...)”.

púrpura que hasta entonces había sido reservada a emperadores y reyes¹⁵⁴. Hay que entender las razones de la prohibición de vestir el color púrpura en aquella época: la razón residía en que el color púrpura era considerado un color que diferenciaba a los estatus más elevados y a las ocupaciones más dignas y más importantes de la sociedad, como la de los senadores o emperadores, que portaban ese color. La distinción del color púrpura puede ser explicada por su carestía para obtenerlo¹⁵⁵.

Plinio el viejo, se preguntaba, “¿qué motivo hay para pagar esos precios por unas conchas púrpuras, que tienen un hedor insalubre cuando se usan como tinte y que irradian una lúgubre matriz, semejante a un mar enfurecido?” Es fácil intuir la respuesta, pues eran necesarias muchas horas de trabajo, abundantes expertos para hacer todas las operaciones del tratamiento de los animales para la obtención del color, elevados costos para llevar el producto hasta Roma, aparte de requerirse una cantidad ingente de caracoles para obtener unos pocos gramos de púrpura.

De esa manera, solo las personas con gran poder adquisitivo podían acceder al color púrpura¹⁵⁶. Algo parecido, sucedía con las togas romanas, que era un ropaje que distinguía socialmente a su portador¹⁵⁷.

¹⁵⁴ Ese hecho actúa como predictor del poder político que va a acaparar en la sociedad romana, de su vanidad en el intento de lucir como un dios, idealizando su imagen a través de la multitud de bustos que difunde por todo el territorio, para representar el modo en que quieren ser imaginados por su pueblo.

¹⁵⁵ Essaouira, ciudad portuaria de Marruecos, situada en el Atlántico, antiguamente, se conocía como Mogador o Mogadur. Durante una época se encontró bajo el dominio romano, con la denominación de Mauritania Tingitana. Esta ciudad fue el principal centro de producción y de aprovisionamiento romano del color púrpura. Las telas que iban teñidas con este color eran muy costosas, solo unos pocos podían pagarlas, porque exigía, muchas horas de trabajo para recopilar los animales marinos de donde se extraía el color y, además, se requería recolectar muchos caracoles para extraer dosis pequeñas de púrpura.

Plinio el viejo relataba en sus escritos como se hacía el teñido de las telas con el color púrpura. El tinte púrpura se extraía de las secreciones de ciertos caracoles marinos (*Stramonita haemastoma* y *Nucella lapillus*) que había que seccionar, aplastar y cocer. El color no se correspondía en realidad con las tonalidades violetas actuales sintéticas, y por supuesto, en la actualidad, el olor de la tintura no se aprecia, es neutra, pero el olor de las secreciones de los caracoles, en aquél entonces, eran vomitivas.

Señala Postrel (2021, p. 144), que el poeta Romano Satírico, llamado Marcial, bromeaba acerca de “una mujer adinerada que se vestía de color púrpura en virtud de su hedor”¹⁵⁵, con ello, explicaba que, con el mal olor del animal, pretendía tapar el suyo propio.

¹⁵⁶ González (2017). El color azafrán era muy utilizado por los romanos: las romanas la juventud lo utilizaban en sus túnicas y en sus velos que cubrían el rostro. También servía para tinter las ropas matrimoniales. Representaba el boato. En los ceremoniales se extendía azafrán por el suelo en los vestíbulos y en el baño romano. Se utilizó como perfume natural y también como tinte no solo de la ropa, sino también del pelo. Para Ovidio, el blanco de las vestiduras representaba la pureza. El atuendo de color oro, era de los más valorados, mientras que, la púrpura estaba reservada para la jerarquía de la corte imperial y de los senadores. Otros colores típicamente utilizados para embellecer el cuerpo eran el azul marino, el celeste, el azul nube, el amarillo y el anaranjado. Todos estos colores reflejaban el estatus y la ostentación de riqueza y poder. El poeta era todo un esteticista, pues recomendaba a las mujeres de tez clara, vestir de negro, mientras que, las mujeres de tez oscura, debían de hacerlo con colores claros para destacar sus rasgos corporales.

¹⁵⁷ Postrel (2021, p. 67). “(...) se puede comprender como una prenda tan simple, sin ornamentos, podía verse como un símbolo de estatus social: estaba más cerca de tener el tamaño de una habitación que de una sábana, unos

Roma estigmatizaba a las personas con discapacidad, pero, además, también trataba de ocultar la decrepitud y la enfermedad. Durante su mandato, Julio César sufrió ataques, probablemente de epilepsia, que eran tratados por los médicos de la corte en absoluto secretismo para que la noticia no se difundiese entre el pueblo y, principalmente, entre los senadores romanos. La enfermedad a los ojos de los romanos, le restaba capacidad al individuo, y en el caso de quién les gobernaba, era mucho peor, porque podrían percibirlo como desvalido para dirigir un imperio.

No hay duda de que el atuendo comunica visualmente, sin dar más explicaciones. En Roma, no solo se tenía en cuenta la forma del atuendo, sino también la riqueza del vestido, sus detalles, el material con el que estaba confeccionado, la riqueza de la ornamentación. Todo ello informaba del estatus de su portador: “La civilización romana consideró el vestido como muy importante, dado que identificaba el estricto orden social”¹⁵⁸. En la vida romana, se conoció algo similar a lo que sucede en la actualidad respecto a los períodos o tendencias sobre la indumentaria, orientando el vestir según la época del año¹⁵⁹.

Respecto al aseo romano, Ovidio es contundente, pues la descripción que realiza no podría estar más en línea con las exigencias estéticas de nuestros días, demostrando ser un visionario respecto a los cuidados corporales, en lo relativo a la moda actual de “los cuerpos bronceados” y al arreglo “del pelo *frizz*”. Recogía en su obra, los caracteres que ayudaban a conformar el atractivo de una mujer romana, que podría ayudar a configurar perfectamente el concepto de la apariencia física para una mujer romana¹⁶⁰. Estos serían, principalmente:

Que vuestros cuerpos agraden por su limpieza; haced que se pongan morenos en el campo de Marte; procurad que os sienta bien la toga y que no lleve manchas. Que la lengua no se te quede tiesa; véanse libres de sarro tus dientes y que el pie no te nade de un lado a otro en la sandalia desatada, y que un mal corte de pelo no te deforme la cabellera, dejándotela erizada: hazte cortar el pelo y afeitar la barba por una mano experta; no te dejes crecer las

veinte metros cuadrados. Calculando se estima que requeriría, alrededor de unos cuarenta kilómetros de lana, y, aproximadamente, novecientas horas de hilado, que representan meses de trabajo”.

¹⁵⁸ Velasco (2021, p. 32).

¹⁵⁹ Existían dos tipos de atuendo: el que cubría el cuerpo y el que lo envolvía (*endumata* y *epiblemata*). Existían prendas que solo se usaban una parte de la jornada, el *amictus*, y prendas que se llevaban a todas horas, era la *indumenta*. Entre las prendas *indumenta*, se encontraba una prenda interior, el *subligaculum* o *licium*, que era un taparrabos de lino, que iba atado a la cintura y que era usada por todas las clases sociales. Las personas de clase baja se ponían sobre esa prenda interior, la túnica, que era una especie de camisa de lino, y los ciudadanos, vestían encima la toga.

¹⁶⁰ Ovidio, Arte de Amar, I, 510-524.

uñas y llévalas limpias, y que no haya ningún pelo en los orificios de tu nariz, ni sea hediondo el aliento de tu maloliente boca (...).

(...) la atracción de la compostura, el modo en que se presenta en público, vestida, peinada y maquillada, la tez blanca, las mejillas sonrosadas, los pies pequeños, la altura esbelta, los ojos chispeantes “que emitan destellos como los de una estrella (...)”¹⁶¹.

Además de la palidez, curiosamente, destaca la delgadez o esbeltez. En general, el prototipo estético atractivo, descrito por Ovidio se asemeja al canon estético femenino actual: “...posee una sensibilidad que hoy diríamos que es absolutamente contemporánea”¹⁶².

Ovidio aconsejaba a las madres que se preocuparan por el cuidado de los cuerpos delicados de sus hijas, dado que les había tocado vivir en una época, en la que también los hombres se acicalan¹⁶³. Aconsejaba a las mujeres que hicieran todo lo posible por gustar, “ya que vivís en una época en que también los hombres se adornan (...)”¹⁶⁴.

En el mundo romano, la fealdad se asemejaba a un defecto o tara. Ovidio, aconsejaba disimularla en el lenguaje del hombre que pretendía seducir, por ejemplo, llamando “rellenita” a una mujer que tuviera sobrepeso. De un pasaje, se puede inferir que eran discriminadas por su apariencia, las mujeres de piel oscura, las bizcas, las mujeres de ojos oscuros, las excesivamente delgadas, las bajas y las mujeres con gordura¹⁶⁵.

En conclusión, respecto a la estética romana, se da la contradicción que también existe en nuestros días, inherente a toda sociedad: “el choque entre lo que se quiere ser y lo que de verdad se es. Roma,

¹⁶¹ González (2017, p. 122).

¹⁶² González (2017, p. 133).

¹⁶³ González (2017). Efectúa una serie de descripciones femeninas en las que señala con toda minuciosidad, el estilismo que portaba una dama: “...vestida con una túnica sin ceñir, su cabellera peinada en dos mitades cubriéndole el blanco del cuello”. En otras descripciones tiene en cuenta cómo iba tejido el atuendo que vestía la dama, con los hilos de seda traídos desde Oriente, haciendo referencia a los productos que venían de Tiro y de la isla de Cos, valorando no solo el material sino también los colores.

¹⁶⁴ Ovidio, Sobre la cosmética del rostro femenino, p. 11-33. El embellecimiento se completaba con un maquillaje característico: la tez se blanqueaba con productos que llevaban albayalde, los labios, oscuros con el poso del vino, los ojos se pintaban de color ceniza, con polvo de antimonio. Para resaltar el atractivo se utilizaban joyas con incrustaciones de piedras naturales, típicas como la esmeralda. En los brazos y piernas, solían llevarse unos aros denominados *pericelides*.

¹⁶⁵ Ovidio, Arte de Amar, II, 657-663.

ideales y realidad (...)”¹⁶⁶, y, también los comportamientos actuales, crueles contra aquellos que se apartan de la “normalidad”, también existían en Roma respecto a las personas que no poseían la apariencia usual del resto: “estas prácticas y esta actitud de rechazo y desprecio es aceptada por la mayoría, intelectuales como Séneca incluidos (...)”¹⁶⁷.

3.3. La apariencia durante la Edad Media (hasta finales del siglo XV)

Durante la Edad Media, “hubo serias disputas respecto a la representación de la fealdad como a la de la misma belleza (...), si bien, en esta época, lo bello es manifestación de Dios”¹⁶⁸. En la búsqueda de la belleza espiritual, considerando que el aspecto físico era otorgado naturalmente por Dios, “empezó a cuestionarse el embellecimiento artificial del cuerpo”¹⁶⁹.

En el Medievo, la persona que sufre una discapacidad física es perseguida y excluida socialmente.

Aunque la atención se centra en lo espiritual, no faltan descripciones de autores medievales, que describen con detalle el ideal de belleza femenino, reconociendo la importancia de la armonía en la estructura anatómica¹⁷⁰. Durante la Edad Media la estética se conecta a la moralidad, a los pecados capitales. Así, la glotonería sería indeseable en la sociedad medieval, era un pecado del alma: “la gula o glotonería implica el exceso de comida, pero no importa si se está pasado de peso o no”¹⁷¹. La persona que en la Edad Media era oronda, podía exhibir su riqueza y poderío sin recaer en el pecado de la gula.

Durante los siglos XIII y XIV se llevan vestidos elegantes y lujosos. El dispendio llegó a tal punto que las autoridades endurecieron la legislación con leyes suntuarias¹⁷². En España, van a surgir numerosas pragmáticas para evitar que el lujo y la ostentación de la corte se difunda a toda la población, tal y como sucede con la seda.

¹⁶⁶ González (2017).

¹⁶⁷ Aguado (1995, p. 53).

¹⁶⁸ Rosenkranz (2015, p. 15).

¹⁶⁹ Jiménez (2008, p. 216).

¹⁷⁰ Eco (1997, p. 20).

¹⁷¹ García et al., 2010, p. 306.

¹⁷² Según Velasco (2022, p. 21): “En Francia, un decreto real publicado en 1294 determinaba cuántas prendas podía adquirir alguien según su nivel social y económico, y se limitaba el uso de ciertos tejidos, especialmente de pieles y joyas. Había normas que impedían portar prendas de color rojo a quién no perteneciese a la realeza (...)”.

En las sociedades estratificadas, en las que hay escasa movilidad social, es raro que la población siga cambios frecuentes en la apariencia. En este período, en toda Europa, el traje dota de homogeneidad a los sujetos¹⁷³. Prácticamente, hasta el siglo XIV, la ropa uniformiza a todas las personas, sobre todo, al pueblo llano, porque no está individualizada¹⁷⁴.

Existe certeza de que “los patrones estéticos como elemento crucial sociocultural no existieron antaño”. Sin embargo, existe certeza de que a lo largo de toda la historia, en las diferentes sociedades, han existido ciertos patrones culturales estéticos (por ejemplo, en Roma el de la delgadez para las jovencitas)¹⁷⁵.

Entre los rasgos que configuraban el atractivo físico de la mujer, estaría la fuerza de la mirada, una tez cuidada, la fragilidad, el pudor y su nobleza, que se percibían como rasgos que contribuían a su atractivo, frente a la fortaleza, que era considerada como un rasgo de perfección para el varón.

Los roles de la mujer durante la Edad Media quedan, prácticamente, relegados al ámbito doméstico. Las mujeres de la corte eran valoradas por su belleza a diferencia de las mujeres del pueblo llano, que eran valoradas por su trabajo y por su capacidad para engendrar.

Algunos autores señalan que el adelgazamiento era una práctica que se utiliza a partir del siglo XIX¹⁷⁶. Sin embargo, hay certeza de que esta práctica ya se utilizó anteriormente, y, también durante la Edad Media¹⁷⁷. En esta época, las mujeres recurrían a diferentes tratamientos (aunque fuesen más rudimentarios) para adelgazar: se bañaban en agua de mar para conseguir una figura esbelta. Las mujeres de complexión robusta, usaban métodos similares a los actuales, activando la circulación con cepillos, la práctica de masajes y también el uso baños fríos. En esta época existe casuística sobre mujeres que seguían rituales de ayuno basados en un ascetismo: la función de la restricción alimentaria se basaba en una especie de “impulso agresivo respecto al cuerpo, siguiendo prácticas y rituales de ayuno¹⁷⁸”.

¹⁷³ Prácticamente, hasta el siglo XIV, la ropa uniformiza a todas las personas, sobre todo, al pueblo llano, porque no está individualizada: los vestidos eran rudos y sencillos, aunque hay prendas variadas, que a medida que va pasando el tiempo se van a ir complicando. La gente trabajadora deseaba emular a los nobles que visten prendas muy deseadas, de manera que los comerciantes, tratarán de imitar los gustos de la clase poderosa para que el atuendo los dignifique.

¹⁷⁴ Los vestidos eran rudos y sencillos, aunque hay prendas variadas, que a medida que va pasando el tiempo se van a ir complicando.

¹⁷⁵ Baile y González-Calderón (2012, p. 86).

¹⁷⁶ Baile (2017); Moreno (2016).

¹⁷⁷ Cosgrave (2005, p. 70).

¹⁷⁸ Bañuelos (1994, p. 122).

Se han conocido supuestos de anorexia nerviosa, durante el siglo XIV, como el de Santa Catalina de Siena, que desarrolla comportamientos que mucho antes se venían realizando por ser considerados como “manifestaciones religiosas de castidad y pureza”. Los ayunos significaban el autocontrol del cuerpo y el encuentro con Dios, en el plano espiritual. Realizaba comportamientos de restricción alimentaria, con la finalidad de escapar al matrimonio, con conductas autolesivas y comportamientos bulímicos, tales como, insertar trozos de madera en la garganta para provocar el vómito. Llegado un momento, decidió no ingerir agua, falleciendo a la edad de treinta y tres años, tras un ataque de apoplejía, quizás, debido a la inanición que le causó infrapeso¹⁷⁹.

Muchas religiosas de la época siguieron los comportamientos de esta santa, que fue canonizada, con conductas extremas, tales como, ayunar o flagelarse, recogiendo lo que se ha denominado como “anorexia santa” (*holy anorexia*), que se refiere a los comportamientos de ayuno basados en la inspiración religiosa, no a motivos estéticos¹⁸⁰.

3.4. La apariencia desde el siglo XVI hasta el siglo XIX

Durante los siglos XVI y XVII existe una referencia al aspecto físico por las correspondencias cósmicas. Así, la apariencia, en gran parte, se encuentra representada en el busto, en el rostro o en las manos. En estos siglos se busca un ideal estético, pero a la vez social. Se requiere que el cuerpo luzca bello, elegante con ornamentación suficiente, que resalte la figura y los rasgos anatómicos. Puede decirse que son los siglos que buscan una “apariencia esplendorosa”¹⁸¹.

¹⁷⁹ Baile y González-Calderón (2012, p. 81).

¹⁸⁰ Baile y González-Calderón (2012, p. 81). Los autores recogen otros muchos casos en los que se pudieron desarrollar los mismos comportamientos que Catalina de Siena, desde la Edad Media a la actualidad, tales como, Juana de Arco (siglo XV) o Sor Juana Inés de la Cruz (siglo XVII). La alteración del comportamiento alimentario de Catalina de Siena, desde entonces se ha manifestado a lo largo de los siglos. En la actualidad, este tema ha sido tratado en el cine. En la película “El Prodigio”, ambientada en el rural irlandés del siglo XIX, retrata muy bien el problema entre el fanatismo religioso de considerar a la niña Kila Lord Cassidy como un milagro y la psicopatología, tales como, trastornos del estado de ánimo, la depresión y trastornos del comportamiento alimentario como la anorexia, así como, la influencia de la prensa sensacionalista. Kila, una niña de 11 años, deja de comer durante cuatro meses y una enfermera inglesa, junto con una monja-enfermera, son las encargadas de investigar el caso.

¹⁸¹ Velasco (2021).

Durante los siglos XVI al XIX, también se recogerán casos vinculados al ayuno, desarrollando ciertos comportamientos alterados debidos a ciertos factores predisponentes de carácter religioso o político, tales como, la reina de Inglaterra, Jane Grey, Jeanne Balan, y Marthe Taylor, entre otros ¹⁸².

Durante el siglo XVII, la identidad de clase se va reivindicar por la apariencia (belleza interior y exterior se comunican íntimamente)¹⁸³, pero existen “marcas de género”. Por ejemplo, ciertas clases sociales dominantes, tales como, los banqueros, lucen una morfología rotunda¹⁸⁴.

Se publican algunas normas que prohibían usar parches en los ojos¹⁸⁵. Se produce una evolución de la mentalidad sobre la estética, tolerando algún que otro embellecimiento artificial. Durante el reinado de Felipe IV, se aprueban una serie de pragmáticas, como la pragmática de 10 de enero de 1623, que prohibía el uso de las famosas lechuguillas o de las gorgueras. Estas normativas se refieren a los atuendos que la población puede usar y qué tipo se prohíben¹⁸⁶. Los llamados “capítulos de reformatión” le otorgan una finalidad al atuendo: señalar quién es quién en la sociedad para seguir manteniendo el distanciamiento de las clases sociales.

Durante los siglos XVIII y XIX se vuelve a modificar el concepto del aspecto físico: el atractivo físico debe ser más funcional. Se rompe con el modelo que otorgaba una visión vertical de arriba hacia abajo, ahora la mirada es global y va dirigida a la totalidad del cuerpo, desapareciendo la verticalidad medieval. Se censura a aquellos individuos que no utilizaban un atuendo acorde con su posición, porque los hacía menos respetables.

Se produce una “comunicación bidireccional”, es decir, las tendencias estéticas se transmiten de arriba hacia abajo y también desde abajo hacia arriba, difundiéndose la moda y el estilismo imperante a la totalidad de la población, influyendo en la ideología, en la identidad de las personas, en el papel que las mujeres debían poseer en la sociedad, democratizándose la ropa para buscar la practicidad¹⁸⁷. Esa nueva funcionalidad influirá en nuevos requerimientos sobre la apariencia: se le otorga la máxima

¹⁸² Baile y González-Calderón (2010, p. 21).

¹⁸³ Moreno (2016, p. 19).

¹⁸⁴ Moreno (2016, p. 19).

¹⁸⁵ Entwistle (2000, p. 111).

¹⁸⁶ Serán sancionadas aquellas mujeres que lleven el rostro oculto tras los mantos, si bien, aparecen las denominadas “tapadas”, consistente en un manto negro que va desde la cabeza a los pies, y que solo deja ver el ojo izquierdo, que iba muy maquillado, permitiendo a las damas el hacer señas con el objeto de seducir a los caballeros, por lo que se relacionaba con la prostitución, dada la libertad que el manto permitía.¹⁸⁶El manto señalaba a la mujer que lo llevaba como “poco honorable”. Esta costumbre de tapar el rostro aun continuará durante el siglo XIX.

¹⁸⁷ Velasco (2021).

relevancia a la cadera, a la movilidad del cuerpo y los procedimientos de embellecimiento se diversifican. La tonicidad y la firmeza del cuerpo empieza a considerarse como un signo de vitalidad. Una corriente destaca la fuerza del cuerpo como la base de dicha vitalidad: “(...) cuando un hombre está bien conformado, debe ser bien plantado, tener músculos que expresen fuerza, miembros vigorosamente presentados y todos los rasgos bien acusados”¹⁸⁸.

Empiezan a ponerse de moda, los paseos y las caminatas, que evitan el sedentarismo y, a la vez, contribuyen al entretenimiento, convirtiendo los parques en una “pasarela pública social”.

En esta época, “la moda no era una cuestión, únicamente, limitada a la mujer, los varones también la seguían fielmente, hasta el punto de hablarse de los llamados petimetres, para referirse a la juventud que solo se preocupaba por acicalarse y por las modas”¹⁸⁹. El pelo largo de los hombres exhibía el simbolismo de la virilidad. Igual que en épocas anteriores, la alopecia varonil se vincula a la pérdida de la juventud y a la entrada en la decrepitud. Parece que “la calvicie no estaba bien considerada, no solo por el prejuicio de asociarla al declive físico del hombre, sino también porque en numerosas ocasiones, era una consecuencia de la sífilis ...”¹⁹⁰. La calvicie daña la imagen pública del individuo por lo que es necesario ocultar el defecto bajo las pelucas.

En el Romanticismo (movimiento que se desarrolla desde 1801 a 1874), se fomenta la armonía entre lo espiritual y lo físico. La apariencia es vital, dado que el aspecto físico se utiliza como instrumento para relacionarse, donde la “belleza trabajada” comienza a ser tan importante como el aspecto físico natural. En este siglo, aunque hay avances, la discapacidad física suele generar “repulsión social, rechazo e ignorancia”¹⁹¹. Ya no se habla de infanticidio, pero sí de abandono. En este período la vida de las personas que poseen discapacidades físicas o mentales no va a mejorar mucho más que en las épocas pasadas¹⁹².

Durante el siglo XIX el modelo femenino va a ir pareciéndose, poco a poco, al de la delgadez extrema de los siglos XX y XXI: “las enfermas tísicas con su languidez, pasividad y rostros demacrados

¹⁸⁸ Vigarello (2005a, p. 34).

¹⁸⁹ Velasco (2021, p. 119).

¹⁹⁰ Rosillo (2021, p. 20).

¹⁹¹ Aguado (1995, p. 110).

¹⁹² Aguado (1995).

(...) constituyen el ideal de feminidad, que destaca la fragilidad de la mujer”¹⁹³. Así, se observa cómo se fomenta la silueta femenina delgada:

(...) como si se tratase de un jovencito. (...), las tendencias en la apariencia están muy influenciadas por los medios de comunicación, se produce un aumento el consumo basado en la sofisticación, el cuidado del cuerpo con diferentes cosméticos (...) ¹⁹⁴.

3.5. Influencias estéticas en el siglo XX: la delgadez como elemento inexcusable de la apariencia

A comienzos del siglo XX, la estética femenina se centra en la posesión de muslos delgados, en la esbeltez, vientre delgado y cuerpo tonificado, que se descubre. Lo característico de este siglo es la total liberación del cuerpo y la modernización de la apariencia, si bien, la realidad es otra, pues la mujer, a menudo, se ve sumida en el llamado “mito de la belleza”¹⁹⁵.

A la difusión de una estética determinada contribuirán las revistas, que generalizan una cultura de “culto al cuerpo”, donde el mundo del cuidado del aspecto físico deja de ser patrimonio exclusivo femenino y también se encauza hacia la población masculina. Las tendencias se reflejan en los protagonistas de series de televisión o de la gran pantalla, a través de los miembros de las casas reales, de supermodelos o de estrellas televisivas, produciéndose “un estilo internacional homogéneo, donde, además, de los medios tradicionales de publicidad, internet y las redes sociales”, ejercen una influencia notable en la manera de exteriorizar el aspecto para ser aceptado socialmente¹⁹⁶. Otro fenómeno ligado a la difusión de los cánones estéticos dominantes es el de los “influencers”, que contribuirán a prescribir ciertos estilismos en la apariencia, terminando por uniformar a los seguidores con la cultura de la delgadez y de la corrección de las imperfecciones corporales.

Para moldear la figura se van a utilizar las dietas y el ejercicio físico. Se comienza a fomentar la silueta femenina excesivamente delgada, casi andrógina. Se produce un cambio con respecto a épocas

¹⁹³ Cabrera (2010, p. 229).

¹⁹⁴ Velasco (2021, p. 186).

¹⁹⁵ Según Wolf (1991, p. 215): (...) a pesar, de que la mujer ha tomado el autocontrol de su vida, desprendiéndose del mito doméstico, aparece una vena oscura de odio hacia sí misma, una obsesión por el físico, un terror por el envejecer (...), destruyendo de manera psicológica y soterrada todos los logros que ha conseguido (...).

¹⁹⁶ Velasco (2021, p. 226).

anteriores, si antes se valoraba la delgadez vinculándola solo a la juventud, ahora, la norma de la delgadez se extiende a todo tipo de personas.

3.6. Los patrones estéticos en los albores del siglo XXI: “físico a la carta”

En la actualidad, la sociedad enfatiza la delgadez como “primer criterio de belleza”¹⁹⁷. Es tal la presión social sobre los cuerpos para alcanzar el ideal de la delgadez, que se ha considerado a la delgadez como el símbolo del éxito en la vida de las personas. Actualmente, existen muchas explicaciones para restringir la alimentación, una de ellas, se refiere a las costumbres sociales rígidas, que se han instalado en ciertas frases estereotipadas ¹⁹⁸. Habría que “cuestionar el excesivo papel que en la actualidad se asigna a la difusión de los patrones estéticos como elemento crucial e imprescindible para el desarrollo...”¹⁹⁹.

Los casos de restricción alimentaria recogidos desde el siglo XIII presentan ciertas semejanzas con los de la actualidad: en todos ellos se observa una actitud alterada hacia el comportamiento alimentario. Además, dichas alteraciones, se concretan en ciertas acciones similares como el ayuno, la alimentación selectiva, o el purgamiento, entre otras. También aparecen ciertas semejanzas en los rasgos de perfeccionismo, de hiperactividad o tendencias obsesivo-compulsivas.

Algunos estudios han puesto de manifiesto la agresividad verbal con la que los medios se refieren al cuerpo para disciplinarlo y “mortificarlo con fines estéticos”, con el objeto de emular a las modelos que desfilan con una apariencia casi anoréxica, dando la sensación de que no pueden sostener la envergadura de su cuerpo sobre unas piernas como alambres. Sobre estas *celebrities*, el público genera expectativas positivas relacionadas con el éxito. Algunos autores llegan al convencimiento de que en el ámbito de la publicidad, el cuerpo se ha convertido en un campo de batalla: “desenterrar el hacha de guerra, (...)”,

¹⁹⁷ Bañuelos (1994, p. 69).

¹⁹⁸ En la cultura popular se recogen ciertos aforismos, tales como, “a la mujer gorda, se la conoce por la boca”, entre otras. Estas ideas están basadas en estereotipos, pero existen otras muchas en el refranero español, que sirven para ilustrar como a menudo existe la creencia de que la mujer, quizás por el perfeccionismo y por el autocontrol del cuerpo que debe mostrar frente a los demás, debe constreñir sus ganas de comer en público. A título anecdótico se cuenta un hecho donde, quizás, las ideas estereotipadas estén ancladas en ciertas costumbres. Hace algunos años, en la celebración de una boda, una mujer panameña, de 35 años, que poseía un excesivo control estético sobre su cuerpo, llamaba la atención a otra mujer que estaba devorando todos los pinchos que servían. Le explicaba que no está bien visto, que la mujer coma en público desafortadamente. Argumentaba, que, en la mesa es adecuado controlar el deseo de comer, que es mejor que los demás critiquen a las mujeres por cuidar su figura en exceso, que las critiquen por famélicas y descontroladas. Afirmaba con convencimiento, que, lo más conveniente era “salir comida de casa o que cuando finalizase el evento, comiese al llegar a su casa”.

¹⁹⁹ Baile y González-Calderón (2012, p. 86).

actuar en varios frentes, (...), combatir, neutralizar, proteger de las agresiones (...), emplear el arsenal, etcétera”²⁰⁰. Estas expresiones ponen de manifiesto como el ideal del aspecto físico, que durante el siglo XIX y XX era, fundamentalmente, la de la delgadez, ahora agrega un elemento más: luchar contra las imperfecciones del cuerpo, contra la evolución natural de las arrugas, contra los signos de la decrepitud.

Existe certeza de que en la actualidad “el atractivo de la esbeltez se ha enraizado profundamente en nuestra cultura, como forma de violencia”²⁰¹. El sufrimiento de la persona por su cuerpo le puede llevar a culpabilizarse, influyendo sesgos como “el del mundo justo”. Además, esa violencia también se manifiesta en la manera de tratar a los demás, ya que sin pedir opinión, se suele entrar a hacer valoraciones sobre el físico de los demás, incluso bromas, como sucedió hace unos días en la “gala de los Oscar”, en la que el presentador bromeaba con la alopecia de una mujer²⁰².

Como no se permite ningún tipo de imperfección, es necesario encauzar el cuerpo a la corrección estética. Los cirujanos cincelan los cuerpos como si de escultores se tratasen. Existe un “menú a la carta” de posibles operaciones para lograr el efecto deseado. Muchos acuden a las clínicas con el eslogan, “quiero un cuerpo como el de...”. En muchas ocasiones, el problema no estará solo en la estética, sino más bien en lo psicológico, en la insatisfacción corporal y en la búsqueda de la propia identidad²⁰³.

La industria del aspecto físico suele utilizar “anzuelos”, que en su mayoría suelen ser las *celebrities* que anuncian marcas, clínicas o productos. Son los pretendidos influencers del siglo XXI, que lucen una estética casi irreal, aconsejando al público para que se esfuercen en cultivar su imagen, animándolos a conseguir lo que se propongan²⁰⁴.

²⁰⁰ Morant y Martín (2010).

²⁰¹ Morant y Martín (2010, p. 124).

²⁰² Fernández (2022, marzo 28). *El polémico tortazo de Will Smith a Chris Rock por un comentario sobre su mujer*. El Correo. En: <https://www.elcorreo.com/culturas/premios-oscar/premios-oscar-2022-punetazo-will-smith-comico-chris-rock1-20220328044156-nt.html>

En la noche de los Oscar, Will Smith propina un puñetazo al presentador de gala ante todo el público, porque este hizo un comentario jocoso y ofensivo sobre su esposa, sobre la alopecia de su mujer, que sufre una enfermedad autoinmune y que le ha llevado a grandes sufrimientos.

²⁰³ Señala Hakim (2019, p. 223) que, “en el siglo XXI, los famosos se han convertido en las figuras públicas que proporcionan el punto de partida para los debates públicos acerca de cuestiones sociales y morales. Estos famosos pueden ser: estrellas de cine, cantantes de pop, estrellas del deporte, modelos o políticos”.

²⁰⁴ Morant y Martín (2010).

Así, “un buen número de personas creen realmente que por una cantidad de dinero asumible pueden alcanzar los ideales estéticos que persiguen y hacerse con un auténtico cuerpo a la carta...”²⁰⁵.

3.7. Síntesis y reflexiones

Algunos autores constatan que la transformación estética que se produce en el tiempo, no es tanto de carácter cuantitativo, como cualitativo, al referirse a la corrección del cuerpo a través de variados procedimientos. Existe certidumbre de que “lo que se fomenta a lo largo del tiempo es la liberación del cuerpo”²⁰⁶.

En la evolución de las prendas, se observa que, de las formas físicas más rígidas de antaño que constriñen el cuerpo femenino se pasa a formas menos opresivas para disciplinarlo. Parece que, “en la actualidad nos encontramos con un corsé inmaterial simbólico: el canon contemporáneo de belleza, conseguido a través del trabajo moldeador del cuerpo, a través del ejercicio y dieta”, sobre todo, para exhibir la delgadez²⁰⁷. Una manifestación común entre los tiempos pasados y presentes es la “presión social para cumplir con un valor social imperante en cada momento histórico”, que lleva a considerar la delgadez y el ayuno como un valor social positivo²⁰⁸.

En conclusión, se desprende que la moda del cuerpo es todo lo contrario a estatismo. El aspecto físico va cambiando en función de la finalidad perseguida en cada momento. Durante las primeras etapas históricas se buscaba dejar patente que los atuendos exhiben el estatus social del individuo. Esto es algo que cambia en la modernidad, porque la relación entre el estilismo y el estatus social no aparece claramente delimitada, sino que es bastante difusa, porque, aunque existan determinadas “marcas” en el mercado, que se presume que solo pueden ser adquiridas con un enorme poder adquisitivo, los “outlets” de marcas prestigiosas y otros recursos para cuidar el físico, hoy, son accesibles para la mayoría de la población. Actualmente, una apariencia cuidada no conoce fronteras entre clases sociales. La juventud accede a ellos, sin dificultades, para canalizar sus emociones y sentimientos, para exhibir su personalidad y dejarse encantar por las tendencias más glamourosas. Hoy, la apariencia, responde a

²⁰⁵ Morant y Martín (2010, p. 273).

²⁰⁶ Entwistle (2002, p. 88).

²⁰⁷ Entwistle (2002, p. 88).

²⁰⁸ Baile y González-Calderón (2010, p. 24).

criterios, mayoritariamente, mercantilistas, al consumismo, aunque, también a sentirse aceptados por los demás²⁰⁹.

La parte común y negativa a todos los períodos históricos es que la mayoría de la población se deja uniformizar por los gurús de la moda, que reciben distintas denominaciones según los tiempos: en Roma, son los emperadores y las familias de la nobleza, en la Edad Media, los guías de los estilismos son los gobernantes y las altas clases sociales. En la actualidad, aparecen los “pretendidos influencers”, que, a base de cheque por emisión en las redes sociales, informan de las tendencias actuales, que se reducen a las marcas que pagan su visibilidad en los medios, según la cantidad de interacciones que realicen.

Existe evidencia de que “el vestido desde una posición originaria, más distante al cuerpo, se va aproximando al cuerpo”²¹⁰. A medida que avanza el tiempo, según las costumbres y los roles sociales, es necesario que el vestido sea más funcional. En períodos como el Medieval, por cuestiones morales, era necesario diluir el cuerpo entre las telas, algo que no sucede en la actualidad, donde las personas son más espontáneas y poseen una mente más abierta, porque las formas corporales se valoran positivamente, el cuerpo no es pecaminoso y su exhibición se enfatiza como algo positivo.

Hoy, la manera en que se difunden los estilismos es diferente a cómo se hacía en tiempos pasados. En las sociedades antiguas, la moda se difundía verticalmente, mientras que, en la actualidad, la estética se difunde de manera homogénea e igualitaria. En nuestros días, casi todo el mundo tiene acceso a los estilismos, aunque algunos autores difieren en esta afirmación²¹¹.

Puede que el único punto en común en la difusión de los estilismos entre los tiempos pasados y el presente, esté en el “carácter uniformador de la apariencia”, es decir, en el pasado, las tendencias llegan de forma desigual a toda la población, pero homogeniza el estilismo de todos los individuos. Algo así, también sucede hoy en día, pues la mayoría de las personas, lucen una misma estética corporal, visten marcas conocidas, dando la sensación de que todos van con el mismo uniforme, ¡hasta con la misma cara!, al hacerse cirugías siguiendo un mismo modelo estético facial. Quizás, en tiempos pasados puede que las personas fuesen más conscientes de la tendencia homogeneizadora de su aspecto, porque era un modo de control de la población por parte del poder político. Sin embargo, el problema actual es que las

²⁰⁹ Cabrera (2010).

²¹⁰ Entwistle (2002, p. 88).

²¹¹ Bañuelos (1994), asocia la obesidad al estatus socioeconómico. Sin embargo, en la actualidad, el cuidar la apariencia puede ser una cuestión de prioridades: una persona puede ir andando al trabajo y ahorrarse el transporte, pagando en su lugar un gimnasio, algo que no era plausible en la antigüedad, donde los recursos eran limitados y cuestión de supervivencia.

personas no terminan de ser conscientes de cómo los diseñadores, influencers y, en general, la industria de la moda termina uniformando a todos, despojando a las personas de lo más valioso, de su individualidad a la hora de exteriorizar su apariencia para disciplinar a las personas.

De este análisis histórico se extrae como en cada cultura ha prevalecido un determinado ideal de belleza, sobre todo para la mujer, casi siempre, basado en la delgadez, en la piel blanca y en el cuerpo cuidado.

El embellecimiento personal llegaba a ser una aflicción que se había adueñado no solo de los estatus más altos de la sociedad sino de la mayoría de la población. Esta solía imitar la apariencia de sus mandatarios, porque el vestido que nos envuelve o una apariencia cuidada puede ser reflejo de muchas cosas: podría reflejar la personalidad del portador, su estatus social o el poder político, su ideología, etcétera. Toda apariencia puede perseguir un fin estético, pero también puede tener un fin situacional en la sociedad en la que se incardina esa persona, proyectando su personalidad y su estilo de vida.

La apariencia física constituye un vehículo para presentarse en sociedad, teniendo importancia no sólo como un tema histórico o social, sino también desde una perspectiva ético-moral y/o psicológica. Se ha visto como no es posible eludir la importancia que puede poseer la moda de la delgadez sobre ciertos trastornos psicológicos, tales como, la anorexia, pero también sobre el disciplinamiento estético de las masas.

En tiempos ancestrales la apariencia produce diferencias interindividuales, aunque también terminaría por uniformizar a la población si esta llega a adoptar un único canon estético. Es innegable, que, en todos los tiempos la apariencia de la mujer ha estado mucho más condicionada que la del hombre, porque siempre se ha reconducido su imagen a un “universo figurativo”.

En general, la sociedad ha sido más cruel con la tipología estética femenina que con la masculina, alejándola de la diversidad humana respecto a la forma externa de exteriorizar su personalidad. A pesar de que la historia muestra en cada momento y en cada cultura unas peculiaridades propias, tradicionalmente, la mujer siempre se ha caracterizado por una estética estereotipada conducente a discriminarla de forma sistemática por su aspecto. Se ha demostrado en este análisis como el cuerpo femenino (no solo por la estética, sino también como afán mercantilista) siempre ha despertado más interés que el masculino, y, por tanto, han sido las más criticadas, siendo estigmatizadas por sus atributos corporales que los hombres.

En definitiva, a lo largo de la historia, la motivación de adaptarse a una determinada apariencia ha sido cambiante, pero la existencia de la presión social sobre la apariencia de la mujer, con independencia de la finalidad, siempre ha estado patente en cualquier tiempo.

CAPÍTULO 4. LA APARIENCIA FÍSICA Y LA PRESIÓN SOCIAL SOBRE EL CUERPO

En este capítulo se ofrece una definición de los atributos que puede comprender el atractivo, mostrando la presión social que existe sobre la apariencia física. También se incide en el concepto de la imagen corporal y los elementos que suelen configurarla según diferentes autores.

Se evidencia como en la sociedad contemporánea existen diferentes consideraciones sobre las cualidades que pueden conformar el atractivo de una persona. Se plantea la cuestión de si las exigencias de una estética cuidada, son iguales para los hombres que para las mujeres, o, si la presión social que se ejerce sobre la mujer es mayor a la que se ejerce sobre el hombre.

Otras cuestiones a tratar son las relativas a si la presión social sobre el cuerpo solo afecta a las clases más pudientes o a la mayoría, y, si la belleza presenta solo ventajas, o, puede que no sea tan ventajosa como se cree en algunos ámbitos.

4.1. Introducción

Los antiguos explicaban, que, había dos tipos de belleza: el aspecto físico natural, que no necesitaría ningún esfuerzo, ya que es lo que es por sí mismo, poco frecuente y efímero, y en caso de no existir esta belleza, existiría otra, la sofisticada, que es compartida por la mayoría de las mujeres, las cuales, al estar privadas de un aspecto físico natural, se verían obligadas, con toda licitud, a tratar de compensar los defectos con toda clase de cuidados²¹². Hoy en día, ha ocurrido una transformación en el modo de valorar el aspecto físico, pues ahora se valora el aspecto físico tras haber realizado un gran esfuerzo, que la persona sea disciplinada, capaz de llevar a cabo un control diario del peso, que sea metódica para mantener su cuerpo a raya, lo que exigirá una gran inversión de tiempo, dinero y energía.

Se ha señalado, que, el aspecto físico como tal, como único criterio de la apariencia, es inexistente, porque en cierto modo, la imagen externa dependerá del efecto que produzca en los demás y el aspecto físico morfológico no depende de un exclusivo patrón²¹³.

²¹² Ovidio, Arte de amar III, 255-256, haciendo referencia al poeta Publio Ovidio Nasón (8 d.C.).

²¹³ Moreno (2016, p. 12), refiriéndose a los Diálogos de Platón.

Es inevitable el trasvase de significación que se articula desde el plano físico al plano moral. De esta forma, un rasgo visible, físico, tangible se convierte en un rasgo de personalidad del individuo: “la apariencia física es mucho más que sólo una forma corporal”²¹⁴. Parece que el concepto de apariencia no se circunscribe, al menos no únicamente, a lo visible y corpóreo, sino que existen otro tipo de factores, que ayudan a conformar la apariencia física.

El aspecto físico se referiría a una evaluación subjetiva y relativa: lo que es bello para uno, puede no serlo para otro, si bien existirían ciertas características que gozan de consenso sobre lo que sería atractivo²¹⁵. El aspecto físico no solo dependería de lo que vemos o de lo que observamos, sino de “cómo se efectúa esa mirada sobre los demás”. Además, no se refiere tan solo a los rasgos faciales y corporales, sino también a los comportamientos y actitudes de los demás.

El concepto de belleza en coherencia con la imagen posee gran importancia en las profesiones en constante interacción con el público, donde la imagen es muy visible. Ocurre en profesiones en las que la apariencia se refiere, sobre todo, a la “vestibilidad”, es decir, a la apariencia adecuada y al buen vestir, a la vez, que, es creíble y atractivo/a, por ejemplo, en la política. Esta perspectiva exige que el candidato/a conozca cuáles son sus debilidades y fortalezas de su propia apariencia, dependiendo del mensaje que pretenda transmitir²¹⁶.

A la hora de ofrecer una definición de apariencia personal, podemos recurrir a las definiciones ofrecidas por la legislación. Según el estatuto antidiscriminatorio de Washington, D.C., la apariencia personal:

significa, independientemente del sexo, con referencia a las condiciones o características del cuerpo, la manera o estilo de vestir, la manera o estilo de aseo personal, incluyendo, aunque no limitado al estilo del peinado y barbas²¹⁷.

La apariencia es lo primero que se percibe del otro, es la carta de presentación frente a los demás: “en la primera impresión es cuando se realiza un juicio, en el que el rostro dice sin decir, traduce de la manera más llamativa la confusión entre signo y sujeto”²¹⁸. Sería incomprensible considerar al ser

²¹⁴ Bañuelos (1994, p. 136).

²¹⁵ Jabbour (2013).

²¹⁶ Espizua (2017).

²¹⁷ D.C. Code Ann. 2-1401.02(22) (2010).

²¹⁸ Le Breton (2013).

humano como una “madeja de músculos”. No se puede eliminar la piel sobre la que descansa la alegría, el rencor, el interés o la sorpresa, no debemos concebir la apariencia desde una perspectiva reduccionista basada en la genética o en lo biológico, dejando de percibir los sentimientos del individuo en la forma en que este se presenta en público. Tampoco se puede ignorar el contexto donde la persona controla sus afectos, excluyendo la timidez, la modestia, los matices de las arrugas de la cara, la piel donde “el actor experimenta o simula en la interacción”. Se añade a todo ello, la sensibilidad de la emoción, no solo en el rostro, sino en el conjunto del cuerpo del individuo, en todos los movimientos de su cuerpo y de sus desplazamientos en el espacio²¹⁹.

El aspecto físico no solo es aquel que proviene del interior, aunque ahí comience. Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, desde una concepción dinámica, se estaría en condiciones de ofrecer una definición de apariencia:

La apariencia se refiere a los rasgos físicos, comportamientos o actitudes, considerados como los aspectos más objetivos de la corporalidad humana, en los que también influirán elementos, tales como, como el contexto y la percepción del observador, que no es igual en todos los tiempos y culturas y que tampoco dependerá de un único prototipo estético.

4.2. La imagen corporal e insatisfacción corporal

Se ha asumido que la imagen corporal es un concepto teórico, multidimensional y polifacético, dado que es necesario implicar a múltiples factores para poder explicar toda su complejidad²²⁰. Recogiendo diferentes aportaciones teóricas, se ha propuesto la siguiente definición:

Es un constructo psicológico complejo, que se refiere a cómo la autopercepción del cuerpo/apariencia genera una representación mental, compuesta por un esquema corporal perceptivo, así como las emociones, pensamientos y conductas asociadas²²¹.

No existe una definición consensuada sobre la imagen corporal, dado que los autores utilizan diversos conceptos para referirse a ella, tales como, esquema corporal, satisfacción corporal, estima corporal,

²¹⁹ Le Breton (2013, p. 76).

²²⁰ Baile (2003).

²²¹ Baile (2003, p. 8).

apariciencia corporal, entre otros. Incluso, el concepto de apariciencia se ha utilizado como sinónimo de imagen corporal, si bien, “la imagen corporal” como sinónimo de “apariciencia”, no termina de corresponderse en su totalidad según algunas definiciones, puesto que algunos autores engloban en la definición de imagen corporal, los rasgos del individuo, fundamentalmente, psicológicos, al implicar la subjetividad, las cogniciones y sentimientos, sin hacer referencia a otros aspectos más objetivos de la corporalidad humana²²².

Este autor caracteriza a la imagen corporal por los siguientes rasgos:

- El concepto incorpora una imagen perceptual o rasgos relativos a la percepción sobre nuestro cuerpo, que se refiere al tamaño y forma y cada una de sus partes.
- También se incorpora al concepto, la imagen cognitiva, referida a los pensamientos de la persona sobre su propio cuerpo.
- La imagen conlleva emociones, que se refieren a nuestros sentimientos sobre la satisfacción que poseemos sobre nuestro cuerpo.
- Se encuentra relacionada con la autoconciencia, con la forma en que solemos autopercebirnos.
- Es un concepto multifacético.
- A su vez, la imagen no es inmutable, sino que es un constructo dinámico, cambiante que varía a lo largo del tiempo y con las situaciones de la experiencia vital²²³.
- Se trata de un concepto construido socialmente, dado que la imagen no se puede entender sin los hechos sociales que van a influir durante todo el ciclo vital en la manera de percibir la apariciencia, pero a la vez, también recibe influencias de elementos psicológicos, históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos, que varían con el tiempo²²⁴.
- La imagen corporal influye en las actitudes y comportamientos, así como, en el procesamiento de la información.
- Además, la imagen conlleva componentes comportamentales que regirían sobre el origen de conductas, tales como, evitar situaciones donde el cuerpo se presente desnudo.

Algunos estudios han precisado que son factores que influyen en la imagen corporal²²⁵:

²²² Baile (2003, p. 5).

²²³ En el mismo sentido, Guadarrama-Guadarrama et al., 2018.

²²⁴ Slade (1994).

²²⁵ Behar (2010), citado en Cruzat-Mandich et al., 2016, p. 743.

a) Factores socioculturales, como son los estereotipos corporales sobre el modelo cultural de belleza de la sociedad occidental contemporánea, los patrones estéticos, la clase social, el mundo del modelaje, los medios de comunicación, la publicidad y el culto narcisista al cuerpo.

b) Factores individuales, tales como, las diferencias de género respecto a las actitudes corporales, la feminidad, el factor étnico, los patrones de crianza de la familia, la interrelación con las amistades, las críticas o burlas, el desarrollo físico y el reforzamiento social, la adolescencia, el perfeccionismo y los sitios de internet.

La imagen corporal es uno de los aspectos más importantes en la conformación de la identidad personal e identidad social de la juventud, debido a la influencia que ejerce sobre el autoconcepto físico, sobre todo, durante el período de la adolescencia²²⁶. La adolescencia sería una etapa fundamental para desarrollar la imagen corporal, debido a la necesidad que existe por parte de los jóvenes la aceptación por sus pares²²⁷. La imagen corporal se va desarrollando con la evolución y madurez del individuo.

Se ha asegurado por parte de la literatura científica como en la construcción de la imagen corporal influyen diferentes valoraciones subjetivas, pero también el entorno, así como los contextos socioculturales. Estas definiciones hacen referencia a la conexión del sujeto con la cultura, con la identidad. A la hora de construir la imagen corporal, no solo intervendría la cultura, sino la ética y la estética, “guiando al sujeto en la apropiación de imágenes ideales que forman parte del repertorio de sus identificaciones”, e interviniendo diferentes agentes de socialización como pueden ser, los pares, la escuela y los medios de comunicación, al ser los principales transmisores de los valores sociales²²⁸.

Cuando las personas se evalúan, porque existe una gran distancia entre su apariencia y la que les gustaría tener, aparecen valoraciones negativas que dan lugar a la insatisfacción del cuerpo: “la insatisfacción corporal es la discrepancia entre la figura que se considera actual y la que se considera ideal”²²⁹. La insatisfacción corporal “deriva de un proceso cognitivo de comparación, autoevaluación y auto-rechazo, los cuales son susceptibles de educación y de orientación”²³⁰.

²²⁶ Cruzat-Mandich et al., 2016, p. 744.

²²⁷ Rodríguez y Cruz (2006), citados en Guadarrama-Guadarrama et al., 2018.

²²⁸ Pastor y Bonilla (2000, p. 36).

²²⁹ Gardner y Stark, 1999, citados en Baile (2003).

²³⁰ Baile et al., 2002, p. 442.

La tiranía del cuerpo conducirá a que la insatisfacción con la imagen corporal sea un sentimiento normalizado en la mayoría de la población, de manera que cada vez más, se hacen más frecuentes los trastornos de conducta en la adolescencia que se relacionan con la imagen corporal²³¹.

El culto al cuerpo, cada vez, importa más. La mayoría de los mensajes mediáticos dirigidos a la población sobrevaloran la delgadez, lo que lleva a muchas personas a desarrollar conductas de riesgo para poder alcanzar ese canon estético. En la actualidad, “lo normativo” es la insatisfacción corporal y el seguimiento de dietas²³². Por eso, acertadamente, se ha señalado, que, para amortiguar la excesiva importancia del cuerpo, debe poseerse mayores dosis de bienestar y de satisfacción personal:

(...) condicionar nuestro bienestar a la opinión de los demás y a los dictados estéticos, nos vuelve extremadamente vulnerables (...). En lugar de perseguir a las tres gracias- belleza, juventud y delgadez- se sugiere el cultivo de la satisfacción personal y la coherencia con los propios valores (...)²³³.

4.3. El patrón estético promovido en la sociedad contemporánea: ¿qué cualidades suelen considerarse como conformadoras del atractivo de una persona?

Anteriormente, se ha observado que los ideales estéticos de belleza han variado según los tiempos y la cultura. Sin embargo, llama la atención como en la sociedad actual todas las mentes se han aunado para exigir una única tipología de belleza, es decir, la prohibición de imperfecciones, que, normalmente, suelen venir dadas por la naturaleza mutable de los seres vivos: las arrugas del envejecimiento, la sintomatología física de la enfermedad, los efectos físicos de la discapacidad o de la gordura, cambios físicos en la evolución física de la persona, etcétera. Todas esas consecuencias mutables, debido al carácter efímero de los seres humanos, dejan su impronta, que parece que es necesario borrar para acoplarse al prototipo estético. Si se deforma el cuerpo a través de la obesidad o de la vejez, es necesario elegir su corrección con el objeto de ser aceptado/a socialmente. En la actualidad, existe un alto grado

²³¹ Colás y Castro (2011).

²³² Pallares y Baile (2012, p. 16).

²³³ Morant y Martín (2010, p. 282). Los autores se refieren a la necesidad de aceptar la imperfección humana como parte de la vida, de alejarse del bombardeo publicitario mediático, insisten en que la persona jamás perderá su belleza por el hecho de envejecer, porque todo parte de la autoaceptación, de sentirnos ricos como personas al ser coherente con uno mismo y tratando de vivir en armonía para ser feliz.

de consenso estético entre los pueblos más lejanos del universo, que parece que confluye en la hermosura de la delgadez.

Existe en la sociedad una fobia generalizada hacia el sobrepeso. Este se ha convertido no solo en un factor de riesgo para la salud, sino de riesgo para la dignidad de la persona, “siendo la lipofobia y el rechazo al obeso” los elementos más estigmatizantes en la sociedad²³⁴. Existe una lucha continua contra la obesidad por parte de aquellas sociedades que más fomentan en el mercado dietas no demasiado equilibradas, como la comida “*junk food*” o comida basura. Es el caso de Reino Unido que ha declarado la guerra a la obesidad, incluso llegando a un extremo en el que los restaurantes deben especificar en los menús, el número de calorías que posee cada plato.

Hay una preocupación exagerada por la obesogenia, pero no tanto porque afecte a la salud, sino porque afecta a la percepción sobre la armonía. De hecho, cuando se le llama “gordo/a” a alguien, es para insultarlo, porque suele ir vinculado “a la burla y escarnio, a la fealdad y ridiculez”²³⁵. Recientemente, en un programa de televisión se generaron críticas por la forma que un presentador de televisión abordó a una modelo con una talla 46, preguntándole, dónde estaba la línea de la estética y la línea de la salud, porque puede que la imagen que proyectaba la modelo no fuese la de una vida saludable. Esta precisión molestó enormemente a la modelo, preguntando al presentador si para él, el equivalente a tener una talla grande es tener mala salud. Añadió la modelo, que “lo que no puede ser normal es que por tener una talla 40-42 o una 50-52, la gente que te vea en la moda te discrimine sin conocerte (...) es ridículo, porque el 80% de la población hoy en día, a partir de una determinada edad, son más bien *curvys* (...)”²³⁶.

Especialistas en esta temática han indicado que “en los países occidentalizados el canon de belleza y de éxito que prevalece es el de la delgadez o esbeltez”²³⁷. Los rasgos identificatorios como atractivos del individuo dependerán de los usos sociales de cada momento. Como referencia, algunos autores indican que:

(...) la perfección irreal aumenta constantemente sus exigencias, cualquier variación o diferencia del modelo es considerada un defecto que se debe corregir (...), pues ahora no se busca ser normal, sino perfecto de una manera

²³⁴ Rivas (2015, p. 1).

²³⁵ Rivas (2015, p. 9).

²³⁶ Moreno (2022, abril 4). *El motivo por el que “Ya son las ocho” ha sido acusado de gordofobia*. Los 40. En: https://los40.com/los40/2022/04/07/cinetv/1649320761_533661.html

²³⁷ Raich, 2016; Thompson, Schaefer y Menzel (2012).

homogénea. (...) Los contornos faciales atienden a un patrón de cara ovalada del que se retiran las mejillas regordetas. Los labios voluminosos por los implantes, los injertos y las inyecciones de colágeno o ácido hialurónico y agrandados por el efecto del lifting, persiguen una apariencia voluptuosa y sexy. Los ojos de color usando lentillas de contacto, agrandados, sin ojeras, sin arrugas, mediante la blefaroplastia (...) ²³⁸.

Existen pocos estándares consistentes de belleza en las distintas culturas, sin embargo, dentro de una misma cultura, teniendo en cuenta el tiempo, existen grandes estándares de belleza. Esto es fácil de comprobar, pues basta con mirar un álbum personal para reflexionar cómo hace veinte años las personas lucían una estética bien diferente a la actual ²³⁹.

Se ha mencionado la “sede del aspecto físico”, para referirse a los nueve puntos de Jacobo Alighieri, es decir, a la juventud, piel blanca, cabello rubio, brazos y piernas bien delineados. Otros autores proponen hasta treinta puntos, multiplicando la lista de los cánones de belleza ²⁴⁰.

En la sociedad occidental, cada vez más, se exigen cuerpos sin imperfecciones, dando lugar a la discriminación basada en apariencia para aquellos que no cumplen los prototipos estéticos imperantes, tales como, poseer “piel blanca, cabello rubio, ojos claros, nariz respingada, estatura y delgadez extrema” ²⁴¹.

La alopecia, un cutis lleno de acné, o arrugado, o una nariz grande, unas orejas despegadas (...), pueden ser fuente de marginación o de desconsuelo para quien lo padece” ²⁴². La calvicie también puede

²³⁸ Muñiz (1994, p. 424).

²³⁹ Así, en Corea del Sur, el atractivo está en la piel blanca como la porcelana. Tailandia prefiere la mujer menuda, más bien pequeña. Lo mismo sucede en China. Las tribus de los Mursi (Etiopía) consideran bella a la mujer que, a partir de la adolescencia, empieza a colocar discos de cerámica dentro de su boca, hasta deformar los labios totalmente. En Nueva Zelanda, los maorís utilizan los tatuajes para identificarse. Estos suelen hacerse en la zona de la boca y en el mentón y sirven para contar la historia personal del individuo. Las mujeres de Myanmar, son bellas cuanto más largo sea cuello, sostenido con aros que van incrementándose cada cierto tiempo. Mauritania, posee un canon estético femenino bastante alejado a lo que suele imperar en el resto del mundo: la mujer, cuanto más peso tenga, más bella se considera. En esta cultura, la gordura se vincula directamente a la riqueza.

²⁴⁰ Vigarello (2005b).

²⁴¹ Muñiz (1994, p. 416).

²⁴² Cabrera (2010, p. 236).

afectar a la autoestima de la persona: “la calvicie en el mundo laboral supone un aspecto negativo a la hora de enfrentarse a una entrevista de trabajo”²⁴³.

Se exige la corrección de las facciones del rostro, de la nariz, pómulos, ojos, labios y barbilla, que las partes alteradas del cuerpo sean corregidas a través de la liposucción o incluso poniendo implantes, que la piel sea firme y el cabello sin canas, una piel blanca, aterciopelada y sin arrugas y por supuesto, poseer un cuerpo bien definido²⁴⁴. Tal y como expone el autor:

(...) la sociedad prepara y alienta a los individuos para procurarse un cuerpo que ostente juventud, delgadez²⁴⁵. También sensualidad, en tanto que, debemos rechazar el cuerpo decadente, envejecido o discapacitado²⁴⁶.

Se ha precisado como la vestimenta, los rasgos faciales, el atractivo y la altura, no constituyen una lista exhaustiva de los rasgos que pueden influir en las percepciones que poseemos sobre los demás. Existirían otras circunstancias, tales como, la edad, la fuerza física, la asimetría fluctuante, la calvicie, la barba, el uso de gafas, la etnia, el peso corporal, la marcha y otros, fácilmente observables, por ejemplo, la tersura de la piel, la ausencia o presencia de cicatrices o marcas, tatuajes o piercings, entre otros²⁴⁷.

Se han recogido circunstancias que pueden afectar a que la apariencia de una persona sea percibida como poco atractiva:

(...) la cojera, una estructura defectuosa o espalda encorvada, ser rechoncha y enana, poseer piernas demasiado cortas (paticorta), una nariz corta y arremangada, un hocico grande, la barbilla escurrida o amputada, etcétera (...), dichos defectos, en una mujer, pueden decidir su suerte (...)²⁴⁸.

Diferentes estudios de sociobiología y psicología han demostrado que los hombres prestan más atención al rostro, a las caderas y a los senos al elegir a las mujeres con fines románticos. Estas serían

²⁴³ Cabrera (2010, p. 236).

²⁴⁴ Muñiz (2014).

²⁴⁵ Cabrera (2010), para esta autora la búsqueda de la delgadez ya no solo consiste en adoptar un canon estético, sino que sería el instrumento a través del que controlar y disciplinar el propio cuerpo, de demostrar que poseemos voluntad para dominarlo. La delgadez se ha convertido en el símbolo de éxito profesional y social

²⁴⁶ Muñiz (1994, p. 420).

²⁴⁷ Little y Craig (2012).

²⁴⁸ Shopenhauer (1991), citado en Muñiz (2014, p. 426).

“señales fiables” de la aptitud reproductiva de las mujeres²⁴⁹. Estudios de psicología social han demostrado diversos factores de atracción interpersonal en términos de atractivo físico para ambos géneros, tales como, el estatus o el dominio percibido.

En el caso de los hombres, ciertas características dominantes, como, el pelo en la cara, mandíbulas gruesas, canas, cejas de tamaño inferior, y en el caso de las mujeres, los caracteres faciales “neotenosos”, hacen percibir a las personas como más atractivas.

Existe consenso al considerar que el aspecto físico reside en un rostro equilibrado y simétrico²⁵⁰; en un cuerpo armónico²⁵¹; en la juventud²⁵², o, en la delgadez²⁵³. Uno no se puede olvidar de la perfección corporal²⁵⁴. Parece que contribuyen al atractivo de una persona, la homogeneidad del color de la piel y los rasgos simétricos²⁵⁵. Existe convencimiento de que la construcción social del aspecto físico es estrecha y exclusiva, privilegiando a mujeres de piel blanca y de clase media, mientras que, se margina a otros colectivos raciales minoritarios²⁵⁶.

Algunos estudios se refieren a que el atractivo de la apariencia está localizado, al menos en un mínimo, en el rostro y en el cabello: en la simetría de los rasgos faciales, de la cara globalmente considerada, de la piel y del estilo que se posee. Otro mínimo ineludible es la belleza corporal: en la relación cintura-cadera, en el IMC, en la altura, en el peso, etcétera. Asimismo, habría que tener en cuenta los elementos relacionados con la moda: la presentación de uno mismo en sociedad, el estilo, los adornos, los tatuajes, el maquillaje, los bolsos, los zapatos, los cinturones etcétera²⁵⁷. La apariencia llevaría incorporada una serie de significados simbólicos, y a través de lo físico, el individuo también exhibiría una buena parte de cualidades no corpóreas, éticas y psicológicas.

²⁴⁹ Chelcea e Ivan (2016).

²⁵⁰ López, Rossi y Urzúa (2013). Estos autores consideran que el aspecto físico de la persona se encuentra en la simetría de los ojos y de la nariz.

²⁵¹ Muñiz (1994).

²⁵² Bernard et al., 2012.

²⁵³ Bernard et al., 2012; Morant y Martín (2010, p. 265).

²⁵⁴ Bernard et al., 2012.

²⁵⁵ Hakim (2019, p. 21).

²⁵⁶ Anderson et al., 2010.

²⁵⁷ Anderson et al. (2010, p. 566).

Se afirma que, las personas que poseen alguna discapacidad, son percibidas por los demás, como menos atractivas²⁵⁸. En general, puede ocurrir, que aquellos que sufran alguna discapacidad física (por ejemplo, cojera, que les falte un miembro, personas con espondilitis muy avanzada, etcétera), o discapacidad funcional, tales como, ciertos tipos de parálisis, el uso de sillas motorizadas, tics o de muecas faciales, sufran una reacción por parte de los demás, y según el sitio donde se encuentre la discapacidad, puede que represente mayor o menor rechazo. Normalmente, las desfiguraciones del rostro, serían las discapacidades más difíciles de perdonar, porque es el lugar de mayor atención visual.

El atractivo no es universal y su condición no es válida para cualquier momento. Sin embargo, hay partes del cuerpo humano, que siempre estarán sujetas a evaluación social como, por ejemplo, la piel.

Se constata que, “una característica destacada para comparar a los individuos, consiste en algo más que el aspecto físico de la cara y el cuerpo, porque el maquillaje y la ropa también desempeñan un papel importante en la apariencia”²⁵⁹.

Las cualidades que suelen considerarse como determinantes del atractivo de una persona no son las mismas: para algunas personas, el cuerpo es atractivo cuando conecta con la juventud. También los participantes encuestados han señalado que un cuerpo atractivo es un cuerpo delgado, de postura erguida y sin sobrepeso. Otros participantes se refirieron a la higiene del cabello, a las uñas bien cuidadas, a la apariencia ordenada, a la utilización de un atuendo limpio y adecuadamente seleccionado²⁶⁰.

Casi siempre, la persona tiene que autoretroalimentarse y justificar frente a los demás sobre el aspecto que luce. La tarea de tener que estar explicando continuamente la apariencia para resultar aceptable, es bastante inútil y decadente, ya que la apariencia es importante, pero siempre y cuando la persona se sienta bien con ella, porque sea su elección, sin influencias ajenas²⁶¹. La presión que ejerce nuestro entorno y la publicidad es insufrible. Convierten a las personas en un objeto social con valor económico, totalmente controlado, y con ello, las despojan de su singularidad para alentarlas a permanecer siempre jóvenes, perfectas y delgadas.

²⁵⁸ Berry (2008).

²⁵⁹ Mahajan (2007, p. 166).

²⁶⁰ Kramkowska (2019).

²⁶¹ Berry (2008).

4.4. La importancia del aspecto físico: ¿es cuestión de género?

Se suele afirmar, que, para las mujeres es central cultivar la apariencia, pero, acaso, ¿para los hombres no lo es? En realidad, se trataría de dos cuestiones muy diferentes: por un lado, está el que el aspecto físico sea de importancia tanto para el hombre como para la mujer, y, por otro lado, estaría la presión social que se ejerce en la mujer, que no tiene parangón con la que pueden sufrir los varones.

Aunque el atractivo físico sea relevante para ambos sexos, parece que, sobre el aspecto físico se suele ofrecer una visión fragmentada, dado que los referentes del atractivo físico no son iguales para el hombre que para la mujer, recogiendo en la literatura como existe una cierta asimetría estética polarizada:

El ideal estético de mujer contiene tres ingredientes básicos: juventud, delgadez y belleza. Esta combinación revela no solo el rechazo al cuerpo en transformación y el empeño por borrar las marcas del tiempo que se significan como signos de fealdad, de falta de control y de éxito social, sino también una tendencia uniformadora que trata de hacer desaparecer la individualidad diferenciadora bajo el imperio de un patrón uniforme y rígido de desarrollo. La rigidez y uniformidad de las diferencias básicas en los modelos ideales del atractivo en varones y mujeres se cifra en valores asimétricos como son: fortaleza y potencia frente a juventud y belleza²⁶².

Algunos estudios consideran que la moda es un feudo femenino y que el interés de las mujeres siempre ha estado cautivado por el objetivo del aspecto físico y de las modas²⁶³. Se puede discrepar de tal aseveración, dado que, desde la antigüedad los hombres también se han preocupado por la estética²⁶⁴. Se ha hecho referencia a que la estética no es cuestión de género, que no puede ir dirigida exclusivamente a la mujer²⁶⁵. El hombre también es sensible a la moda y a los cuidados del cuerpo. Así, es cómo surge la industria del aspecto físico dirigida al público masculino, de manera que para ambos géneros “el

²⁶² Bonilla y Pastor (2000, p. 37).

²⁶³ Bernard et al., 2012.

²⁶⁴ Franco de Espés (1995). Durante el Romanticismo, la apariencia externa no era una preocupación exclusiva de la mujer, a los hombres también les interesaba poseer un aspecto atractivo. La preocupación por la apariencia, llevaba a muchos hombres a utilizar corsés para realzar su figura, a usar ungüentos faciales, aguas de olor para los pies, así como el teñido de sus cabellos. La realidad social muestra que los hombres de todos los tiempos estuvieron interesados en emular las costumbres, atuendos y estilismos de los gobernantes y personas poderosas, con el objeto de construir su apariencia en el imaginario social. Un ejemplo lo encontramos en las pelucas del siglo XVIII. Estas no fueron utilizadas solo por las mujeres. Para los hombres, la peluca era un símbolo de elegancia, de riqueza, de refinamiento y de distinción, por lo que la mayoría de los hombres se preocupaban de lucir la estética apropiada.

²⁶⁵ Jiménez (2008).

aspecto físico se convierte en objeto de comercio”²⁶⁶. El aspecto físico no solo ha influido en los comportamientos femeninos, sino que también ha influido en los masculinos, ya que “tanto los hombres como las mujeres se volvieron sensibles a los cuidados de los rostros y de los cabellos”²⁶⁷.

El aspecto físico y un aspecto cuidado puede interesar por igual a ambos géneros, pero no menos cierto son las exigencias actuales sobre el atractivo físico, que no son similares para ambos géneros, sino que se encuentran fragmentadas según el género. A la mujer se le exige que esté siempre atractiva, que sea bella, siempre joven, y, sobre todo, delgada.

Los atributos que configuran el atractivo masculino, se basan, sobre todo, en la virilidad y en la fortaleza. Para ello, el varón ha de desplegar un cuerpo atlético y musculado. Se observa que el físico de los hombres suele estar muy vinculado a las ideas de poder personal, competencia, funcionalidad y de autocontrol.

En el caso de las féminas, el cuerpo suele estar vinculado a la autoestima y a su autoconcepto físico, que, prácticamente se relegan al peso, a una imagen que deseche las arrugas y que se muestre lozana, donde su cuerpo no exhiba las transformaciones estigmatizantes del paso del tiempo, que, las lleva a un extrañamiento del propio cuerpo y a una actitud de vigilancia constante sobre su aspecto físico²⁶⁸.

Las representaciones en la sociedad son muy diferentes para los hombres y para las mujeres. Algunos estudios evidencian como la imagen corporal es percibida de manera distinta para los hombres que para las mujeres: en ellas, se espera la delgadez, piernas largas, cuerpos tonificados, mientras que, en ellos, se valora la ganancia de peso y la musculatura, y si ellos no poseen ninguno de esos atributos, el ingenio de estos, quizás, bastaría para suplir la falta de hermosura²⁶⁹.

Las autopercepciones corporales cambian con el género: para las mujeres una buena apariencia física reside en la delgadez, es decir, en la reducción de la anchura de los hombros, cintura y estómago, así como cadera y piernas, mientras que, se debe aumentar la constitución del pecho, de los glúteos y del tórax. Sin embargo, los hombres suelen percibir que la mejor imagen masculina se acerca a la posesión de un cuerpo atlético, se relaciona con la fortaleza y la virilidad y con la adquisición de un mayor volumen corporal, más musculatura localizada en diferentes formas, tal como, en el pecho, tórax, brazos y piernas.

²⁶⁶ Jiménez (2008).

²⁶⁷ Jiménez (2008, p. 218)

²⁶⁸ Pastor y Bonilla (2000, p. 38).

²⁶⁹ Guadarrama-Guadarrama et al., 2018.

Se ha aludido al doble rasero con que se mide el aspecto físico de hombres y mujeres²⁷⁰. Solo es necesario reflexionar sobre la manera en que suelen representarse, tanto en el cine como en la literatura, a los personajes femeninos. Lo ejemplifica bien la ceremonia de entrega de los Oscar: a los actores no se les pide como a las actrices, que desfilen embutidos en telas semitransparentes, que amenacen con asfixiar su torso, o lo que es peor, con la posibilidad de romper una pierna por la dificultad de desfilarse con zapatos de más de dieciséis centímetros de tacón que dificultan la marcha adecuada. Esas exigencias son irrelevantes si realmente se les entrega la estatuilla por su trabajo, que es lo que se está valorando. Sin embargo, el minuto de gloria televisivo, recae únicamente sobre la imagen femenina en la alfombra roja, contribuyendo a construir listados de la más elegante, la más hortera, la más guapa, etcétera.

El aspecto físico afecta a todos, pero mucho más a la mujer. Señalan como “estas tratan de estar bellas a cualquier precio”, dado que “la herencia cultural hace que las mujeres aun sigan padeciendo más las exigencias estéticas”²⁷¹.

También se ha constatado que existe similitud de primas y sanciones de belleza entre los dos géneros, es decir, que el aspecto físico no generaría efectos muy diferentes entre las ganancias de hombres y mujeres.²⁷²

La presión social sobre la imagen en la mujer es mayor que nunca. Diferentes estudios han recogido el dato de cómo la mujer sufre mayor presión social y de cómo esta suele poseer una imagen más distorsionada de su cuerpo para emular los modelos culturales que los varones²⁷³. La insatisfacción corporal ha sido detectada, mayoritariamente, en la población femenina²⁷⁴. Algunas autoras, hablan de incluso sentirse “acosadas psicológicamente” por la presión social de la imagen²⁷⁵. Un estudio señala que las mujeres poseen mayor presión social hacia la imagen de la delgadez, quizás, porque poseen menos recursos personales de crítica y autoaceptación²⁷⁶.

Se han encontrado resultados contradictorios, es decir, que en el caso de las jóvenes españolas no se informa de un efecto significativamente mayor del sobrepeso u obesidad en su calidad de vida

²⁷⁰ Given (2021).

²⁷¹ Morant y Martín (2010, p. 266).

²⁷² Hamermesh y Biddle (1994).

²⁷³ Baile y Garrido (2001; 1999); Cabrera (2010).

²⁷⁴ Baile y Garrido (2001).

²⁷⁵ Ventura (2000, p. 40-44).

²⁷⁶ Baile y Garrido (2001); Baile et al., 2002.

relacionada con la salud o satisfacción que en el caso de los varones. La explicación podría estar en que la presión externa para estar delgada, en la actualidad, se experimente de manera similar tanto por los adolescentes españoles femeninos como masculinos ²⁷⁷.

Existe convencimiento de que “las evaluaciones negativas sobre el propio cuerpo, son mucho más frecuentes en mujeres de culturas occidentales”²⁷⁸. En este sentido, se ha hecho referencia a que el problema de la discriminación femenina es sobre todo una cuestión de género, sufriendo las mujeres un mayor estigma por las normas de apariencia²⁷⁹.

Parece que no se suele aplicar el mismo criterio de belleza a ambos sexos²⁸⁰. Se ejemplifica con variada casuística: “un hombre peludo puede ser sexy, uno con canas es interesante, uno con barriga es cachondo (...), pero si la mujer se ajusta a esos cánones resulta patética”²⁸¹. Se ha comprobado como las mujeres sufren más discriminación que los hombres, más desprecios, burlas y juicios negativos²⁸². Algo pasa con ciertas percepciones contradictorias, cargadas de ideas estereotipadas: no resulta raro oír la forma en que algunos hombres se refieren a una mujer de cincuenta años como “vieja”, mientras que, cuando aluden a un hombre de setenta y tres años, suelen verbalizar que “está hecho un chaval”.

Las mujeres tendrían una percepción de su cuerpo muy diferente a la que tienen los hombres, en la que además incide la enorme presión que ejercen ciertos estereotipos sociales y culturales sobre la femineidad, acerca de cómo deben cuidar y presentar su apariencia en sociedad, de acuerdo con sus roles sociales. La sociedad ha establecido para la mujer patrones estéticos sumamente estrictos en comparación con lo que se les exige estéticamente a los varones. Para la mujer lo que “es socialmente deseable”, en la mayoría de las ocasiones es inalcanzable y por ello, resulta más discriminada, porque debe presentarse en todo momento como si el tiempo no hubiese pasado por ella, sin imperfecciones y con un control exhaustivo de la báscula. Si eso no sucede, entonces se tornan en seres despreciables, sin voluntad por su glotonería compulsiva, de descontrol, se les culpa de autoindulgencia, asumiendo que su físico “no da la talla” en diferentes desempeños.

²⁷⁷ Baile et al., (2020).

²⁷⁸ García et al., 2010, p. 309. Estos autores se refieren a que, para las mujeres la juventud, la apariencia es fundamental para construir su autoimagen y su atractivo.

²⁷⁹ García et al., 2010, p. 312.

²⁸⁰ Maitena (2001).

²⁸¹ Maitena (2001, p. 174).

²⁸² Cossrow et al, 2001. En este estudio se miden las percepciones sobre estereotipos basados en el peso y la estigmatización sufrida por el mismo. Las mujeres informaron de mayor número y de mayor variedad de experiencias negativas que los hombres.

En la actualidad, se ha llegado a considerar como la verdadera enfermedad del siglo XXI no ser capaz de acomodarse a los cánones estéticos exigidos socialmente, es decir, el no poder alinearse estéticamente con la mayoría. Esta “enfermedad” es causa suficiente de exclusión en diferentes contextos sociales. Como han señalado algunos autores, las consecuencias de vivir bajo el estigma de la figura corporal, plantea un problema social, a lo que habría que añadir también importantes problemas de índole emocional y psicológico²⁸³.

Existe certeza de que las diferencias de género se manifiestan en que las mujeres suelen poseer una mayor tendencia a la insatisfacción corporal que los hombres. Esto suele suceder cuando la mujer presenta sobrepeso y en el caso de los hombres, cuando estos no poseen musculatura, porque tanto en un caso como en el otro, existe una relación de ajuste con el reconocimiento y admiración por parte de los demás²⁸⁴. En algunos estudios aparecen resultados contradictorios, ya que señalan que los hombres se encuentran más insatisfechos con su apariencia física que las mujeres y que el nivel de distorsión existente entre la imagen real y la imagen autoconcebida es mucho mayor que en el caso de las mujeres. Si bien, a medida que van evolucionando y aumentando la edad, la distorsión tiende a disminuir²⁸⁵.

Un estudio realizado en la República Checa se refiere a que, debido a los cambios y transformaciones, a la modernización del mercado laboral, las mujeres usan estrategias para afirmarse en el mercado de trabajo²⁸⁶. El capital que está asociado al atractivo físico tiene gran valor para la mujer en República Checa, sin embargo, en este ámbito geográfico, la penalización sobre el aspecto físico es más grande para los hombres, sobre todo, para los hombres de edad avanzada. Los resultados de este estudio no corroboran los datos sostenidos por algunos estudios americanos, según los cuales los hombres se beneficiarían más que las mujeres de poseer un atractivo físico excepcional respecto a los ingresos salariales²⁸⁷.

Concluyendo, si bien, la mayoría de estudios suelen recoger que la mujer sufre mayor presión social por su apariencia, el aspecto físico no es patrimonio exclusivo de la mujer, ya que al hombre del siglo XXI también le interesa exhibir una buena apariencia.

²⁸³ Wadden et al., 2002.

²⁸⁴ Colás y Castro (2011).

²⁸⁵ Gómez-Marmol et al., 2013.

²⁸⁶ Raudenska y Majetu (2018).

²⁸⁷ Hamermesh y Biddel (1994).

4.5. La presión social sobre el cuerpo ¿es exclusiva de las clases pudientes?

La literatura ha destacado la importancia que ha tenido el atuendo en la evolución de la humanidad:

(...) desde las caravanas de la Edad del Bronce a los buques contenedores actuales, los textiles siempre han jugado un papel fundamental en el comercio. Todo cuanto viste el cuerpo (...) representa a un tiempo, necesidades, objetos de belleza y apreciados bienes que definen el estatus (...) A los beneficios económicos, suelen sumarse ganancias, pero menos materiales que proporcionan al hombre nuevas maneras de pensar, de actuar y de comunicarse ²⁸⁸.

Se ha recogido gran variabilidad de prácticas de la cultura, donde los ropajes constituyen una parte fundamental en los intercambios comerciales. También las telas que envuelven nuestro cuerpo conllevan un simbolismo y diferentes representaciones, exhibiendo la esencia del individuo, que en cada momento advierte cuál es el lugar que ocupa en la sociedad, su rango, la riqueza y el poder que ostenta. Hay convicción de que los grupos sociales con mayor capacidad adquisitiva y con mayor acceso a la información poseen una vocación más consumista al tratar de seguir las tendencias de la moda²⁸⁹.

El mejor indicador que establece la distancia entre las clases sociales es el del embellecimiento estético²⁹⁰: en un estudio, los cuerpos más atractivos poseen un porcentaje más alto de presencia en las clases más altas (alrededor de un 58%) y solo en un 20%, aparecerían en las clases más bajas²⁹¹.

Se ha denominado a la influencia de la presión social sobre el cuerpo, “la enfermedad glamurosa”, dado que afecta, sobre todo, a la juventud y a las capas más altas de la sociedad²⁹². Se ha asegurado que “un cuerpo estilizado, soluciona todos nuestros problemas”. Claro que, si la persona no lo posee por la genética, podría apelar al dinero: cuanto más dinero posea, más belleza tendrá. A través de la riqueza, el individuo podría costearse un nuevo cuerpo: “en ocasiones, el grado de belleza es directamente proporcional al dinero del sujeto”²⁹³.

²⁸⁸ Postrel (2021, p. 177-178).

²⁸⁹ Muñiz (2014).

²⁹⁰ Moreno (2016, p. 91).

²⁹¹ Vandebroek (2013, p. 166-176).

²⁹² Cabrera (2010).

²⁹³ Cabrera (2010, p. 237).

Diferentes estudios vinculan el culto al cuerpo con las personas de la sociedad que más recursos económicos poseen. En la literatura científica se ha tratado la estratificación social por apariencia. Existen muchas variables que pueden contribuir a la estratificación social, tales como, la raza, pero una variable que no ha sido suficientemente estudiada es la apariencia física. Según el autor, las personas atractivas tendrían una mayor propensión para escalar puestos socialmente y lograr una mayor estabilidad socioeconómica²⁹⁴.

El aspecto físico requiere inversión, por lo tanto, cuanto mayor sea el estatus económico, más posibilidades de cuidarse tendrá la persona, “aunque el aspecto físico es un regalo natural, los costos de mantenerla son bastante altos. Necesitamos tiempo y dinero para dedicarlos a la apariencia física”.

Existen numerosas menciones en el refranero popular que enlazan los recursos al atractivo: “cara bonita significa buen dinero”²⁹⁵. Dinero y belleza configuran un círculo vicioso: se evidencia como las personas atractivas poseen mejores salarios y más ventajas sociales.

Así, el atractivo o belleza le otorgaría a la persona una capacidad adquisitiva más alta, le permitiría su inversión en diferentes tratamientos faciales, en el gimnasio, en cirugías, masajes, liposucciones, etcétera. Esos tratamientos le darían acceso al cultivo y mantenimiento de un aspecto más cuidado, lo que a su vez redundará en que sea percibida por los demás, como más competente, más exitosa y que se generen muchas más oportunidades vitales.

Se ha hecho referencia a que la discriminación basada en apariencia física conduce a resultados injustos, a desigualdades económicas entre las personas, por ejemplo, en el trabajo, en la obtención de una hipoteca, en el logro de una vivienda, etcétera²⁹⁶.

El hecho de que en cada momento se prefieran unas prendas sobre otras, respondería a un fenómeno netamente social y económico, donde la clase social sería el elemento central explicativo de que el atuendo sea un signo distintivo, que imprime a través del cuerpo que envuelve, una apariencia que muestra una división de clases²⁹⁷. Las estructuras de clase estarían condicionando las preferencias estéticas del individuo, orientando su forma de vestir como elemento de distinción social. La forma de vestir sería un elemento de distinción entre los grupos de una misma comunidad, pero también diferenciador entre culturas y sociedades individualizando al sujeto.

²⁹⁴ Berry (2008).

²⁹⁵ Chelcea e Ivan (2016, p. 13).

²⁹⁶ Chelcea e Ivan (2016).

²⁹⁷ Bourdieu (1979).

La estética es un elemento diferenciador de estatus o de clase social: “siempre las modas son modas de clase, ya que las modas de la clase superior se diferencian de las de la inferior, y son abandonadas en el momento en que estas comienzan a apropiarse de aquellas”²⁹⁸.

En el atavío de las personas influyen explicaciones consumistas y de ventaja social, de exhibición del poder, del estatus social y de la riqueza, de ocupación o de reputación, con lo que termina funcionando como un instrumento diferenciador entre los individuos y entre los grupos. La apariencia, por sí sola, sin necesidad de ninguna otra explicación que la complemente, es un atributo individual comunicante que aporta información visual al resto de la sociedad. Así, una apariencia cuidada, transmite que el físico no es la única cualidad positiva que se posee, generando en las demás expectativas sobre otras competencias y habilidades.

Parece que, si bien, en otros momentos históricos los estilos de ropa y de la imagen personal, informaban al resto de los humanos del sitio que ocupaba en la sociedad una determinada persona, hoy en día, “la moda cumpliría hasta cierto punto el mismo objetivo, ya que diferencia el estilo de las tribus y las formas de vida, haciendo reconocibles a los ricos”²⁹⁹.

Si en otros tiempos el atuendo era el principal elemento diferenciador de clases puede que no suceda lo mismo en la sociedad actual. En las sociedades antiguas, como la romana, el llevar un atuendo de color púrpura, significaba que su portador era rico, ya que solo los que ocupaban un cargo elevado, podían lucir el color púrpura o el color oro. En el siglo XXI “el que más, o el que menos” tiene acceso a las prendas de moda de las firmas más emblemáticas. Si bien, existen marcas internacionales que solo están al alcance de unos pocos por sus precios prohibitivos (salvo buenas falsificaciones), esto no predice que una prenda de estas características no pueda ser adquirida por un trabajador/a con escaso poder adquisitivo, ya que este podría considerar dicha adquisición como una necesidad prioritaria y esforzándose o alterando sus necesidades vitales, podría hacerse con la prenda deseada de una marca exclusiva.

En una publicación se recoge, que, “(...) el creciente aumento de intervenciones cosméticas ha llegado a los individuos de bajos recursos, quienes recurren a lugares clandestinos, donde los practicantes de dicha disciplina médica son improvisados o aprendices (...)”³⁰⁰.

²⁹⁸ Simmel (1905, p. 79).

²⁹⁹ Hakim (2019, p. 213).

³⁰⁰ Muñiz (2014, p. 417).

A través de las redes sociales, parte de la juventud exhibe prendas que un trabajador con un sueldo “milleurista” no podría comprar. A pesar de no tener ningún ingreso, algunos jóvenes se hacen con un estilismo que solo una persona adulta con cierto nivel adquisitivo podría lucir. Por eso, en la actualidad, puede ser que la ropa por sí sola, no sea un elemento de distinción social entre las personas. Quizás, lo sea la elegancia o el estilo en el vestir, que exigiría ciertas habilidades para combinar la ropa, para escoger las formas y los colores que más favorecen al individuo. La elegancia suele relacionarse más con el gusto o con las opciones personales para “dar en el clavo” con lo que a la mayoría le gusta emular, más que con el dinero. No siempre la posesión de dinero garantizaría un buen look.

Además de la riqueza, en la construcción de la apariencia, podría influir la información, otras cualidades, tales como, la creatividad, la imaginación, etcétera.

4.6. El doble filo del aspecto físico: cuando el atractivo de la persona posee tantos inconvenientes como ventajas

El aspecto físico posee notables ventajas, pero también grandes inconvenientes, porque es útil tanto para agasajar al individuo como para denigrarlo: “vivimos en un mundo tan cautivado por el aspecto físico, como incómodo con las ventajas que brinda”³⁰¹. Entre los costos de ser atractivo suele recogerse: menor valor social, menor aceptación y menor autoestima³⁰². Igualmente, menor deseabilidad social³⁰³; menor poder y estatus³⁰⁴.

Diferentes estudios se han referido a la contradicción continua del atractivo físico. En ocasiones, este genera diferencias de trato a la hora de acceder al empleo, ya que las personas atractivas suelen ser las más favorecidas. Sin embargo, hay que tomar en consideración la otra cara del atractivo: ¿el aspecto físico perjudica?, ¿qué ocurre cuando la persona recibe un trato hostil porque es percibida con exceso de atractivo? Algunos autores llegan al convencimiento de que el aspecto físico femenino también puede dejar al descubierto un sesgo irracional frente al atractivo, destacando como las exigencias de un aspecto físico femenino cuidado pueden ser una excusa para ofrecer sueldos bajos, constituyendo una trampa:

³⁰¹ Judge et al., 2009, p. 742.

³⁰² Seidah y Boulfard (2007).

³⁰³ Griffin y Langlois (2006).

³⁰⁴ Haas y Gregory (2005).

“las reacciones están dominadas por el pensamiento de suma cero, es decir: o belleza, o inteligencia, hay que elegir, no se puede tener todo (...)”³⁰⁵.

Hay certeza de que las personas que se perciben como más atractivas, por lo general, suelen recibir más ventajas sociales que aquellas personas que son percibidas como menos atractivas. Esto ocurre así, en el ámbito del trabajo, en el ámbito escolar, en otros contextos y hasta en el mercado matrimonial o de citas ³⁰⁶. Asimismo, en cómo impacta a la hora de seleccionar los amigos o de conseguir una carrera profesional³⁰⁷.

Puede ser que la persona atractiva ascienda en la escala social, que progrese, pero la otra cara de la moneda, en ocasiones, puede ser el sufrimiento. En un material audiovisual se documenta como personas de gran atractivo, por ejemplo, algunas modelos pueden sufrir, en ocasiones, abusos sexuales o ciertos comportamientos por parte de otras personas, que las denigran como profesionales³⁰⁸.

El ser guapo/a siempre implicaría ventajas para su poseedor, aunque, hay evidencia de que las concesiones positivas del aspecto físico, no se producen siempre. De hecho, se ha hablado del “doble filo del aspecto físico” o de la “discriminación basada en el atractivo”³⁰⁹. Existirían casos en los que el aspecto físico es valorado negativamente, restándole competencias a su portador/a en ciertos contextos. Existe convencimiento de que el atractivo es perjudicial para las mujeres solicitantes de empleo y no para los hombres en trabajos tradicionalmente masculinos, pero no en trabajos típicamente femeninos.

Las mujeres atractivas se suelen percibir con menos agencia para los puestos que son típicamente masculinos, porque la evaluación de los empleadores suele descansar sobre la sexualización de los puestos de trabajo, percibiendo una “falta de ajuste. Dentro de las cualidades de agencia se incluyen: el ser agresivo en el trabajo, seguro de sí mismo, ser ambicioso, independiente, asertivo y poseer cualidades analíticas. Estos autores se refieren al efecto denominado “el aspecto físico es bestial”. En este ha de tenerse en cuenta no solo el género, sino el tipo de puesto de trabajo³¹⁰. Este estudio recoge como las

³⁰⁵ Hakim (2019, p. 95; 220-228).

³⁰⁶ Hakim (2019).

³⁰⁷ Anderson et al., 2010.

³⁰⁸ Rezny (2019). Ideales de belleza. DW documental: <https://www.youtube.com/watch?v=HfsMnKVfSpY>. En el visionado, una modelo, Jass y la experta de medios de comunicación, Ulli Weish, relatan como en algunas ocasiones a las personas que trabajan en el modelaje se les ha ofrecido como trabajo encubierto el de los contactos personales o servicios de compañía, que nada o poco tienen que ver con el modelaje. El problema, es, como señala la protagonista, que, existen personas en el mundo del modelaje que venden ese comportamiento como normal.

³⁰⁹ Heilman y Saruwatari (1979).

³¹⁰ Heilman y Saruwatari (1979); Paustian-Underdahl et al., 2015.

mujeres atractivas son discriminadas cuando solicitan trabajos masculinos. Ofrece un dato curioso: cuando la persona ofrece información verbal aclarando su apariencia, puede ayudar a mitigar la construcción automática de ideas estereotipadas y reducir dicho efecto. Por ejemplo, cuando la mujer que solicita un puesto de trabajo que tradicionalmente ha sido considerado como masculino, si ella reconoce expresamente frente a su interlocutor, que a lo mejor su apariencia no es la típica en el trabajo que se está solicitando, puede ser percibida como más alta en rasgos típicos masculinos, que por el contrario si no aporta dicha información. Si bien, el reconocimiento verbal ha de hacerse con cuidado, porque también podría tener repercusiones negativas en algunos supuestos, tales como, aquellos en los que la persona no es tan atractiva físicamente, como ella se cree³¹¹.

Un estudio realizó un simulacro de entrevistas para un trabajo. Acudió una persona que estaba en sillas de ruedas. Esta explicó como lo primero que ven las personas que lo entrevistan es la silla de ruedas, no la persona³¹². Al parecer, los individuos tendrían más posibilidades de ser contratados cuando reconocen su estigma y también el haber superado su discapacidad. El beneficio de reconocer el estigma, termina por reducirlo, e incluso lo mejora, cuando el reconocimiento se hace de manera temprana en las interacciones sociales, ofreciendo información verbal (parece que la sinceridad y la espontaneidad también se valoran positivamente).

Se realizó un experimento con estudiantes de pregrado³¹³. Estos debían categorizar a las personas que se presentaban como candidatos a un puesto en dos grupos: administrativos y gerentes. El estudio mostró como en el caso de los hombres, el atractivo es ventajoso para cualquiera de los dos tipos de puestos de trabajo. Sin embargo, para el caso de las mujeres, no sucedía lo mismo: las mujeres atractivas obtenían ventajas para los puestos de oficinista, ya que, en el caso de los puestos de gerencia, no eran recomendadas. Este estudio muestra la existencia de la “discriminación basada en el atractivo”, de manera que el aspecto físico no siempre es ventajoso: dependerá del contexto específico.

En el caso de las mujeres que se dedican a la política, el ser atractiva puede ser un hándicap: se ha demostrado como, tanto las referencias positivas a la apariencia física de las mismas, como las referencias negativas, las perjudican, porque ambos tipos de referencias, lo que hacen es despolitizarlas, lo que les acaba restando imagen de competencia frente al electorado³¹⁴.

³¹¹ Johnson y Sitzmann (2014).

³¹² Hebl y Kleck (2002).

³¹³ Heilman y Saruwatari (1979).

³¹⁴ García et al., 2017.

Se ha hecho referencia al denominado “efecto Bimbo”, terminología utilizada en Hollywood para referirse a las actrices y celebridades que eran consideradas muy atractivas y poco inteligentes. Según este efecto, las mujeres que poseen gran atractivo físico, pueden ser prejuizadas como menos inteligentes y como menos competentes para desarrollar determinadas competencias profesionales³¹⁵. Puede que la clave de la sanción del aspecto físico se encuentre en la consideración de que “nunca los rasgos físicos cotizan igual en todos los contextos”³¹⁶.

Debido a la nueva interactividad ampliada de la web, la accesibilidad al mundo de la moda y de la estética llega a los lugares más recónditos del mundo. Cualquier persona puede subir fotos a las redes y opinar sobre la estética ajena en breves lapsos de tiempo. Con esta situación, se está generando cierta “supervisibilidad” de algunas personas, que construyen determinados perfiles sociales, donde se muestran las interacciones sociales y los links que pulsan sus miles de seguidores. La “supervisibilidad de redes sociales” es un fenómeno social que puede convertir a una “persona de a pie”, desconocida, en una celebridad por sus estilismos en las redes, mostrando públicamente sus preferencias, su éxito profesional y su belleza. Pero, el convertirse en “visual” también tiene sus aspectos negativos, porque la persona se someterá no solo a los halagos de sus seguidores, sino también a fuertes críticas e insultos, que, puede que la persona no sea capaz de gestionar.

La excesiva visibilidad de un individuo en redes podría generar cierto malestar respecto a la empresa que va a contratarle o en la que ya desarrolla su trabajo, porque cualquier usuario puede acceder a toda su vida personal. La excesiva exhibición de la apariencia a través de los medios digitales puede producir el doble efecto del aspecto físico: si bien, la persona se encumbra como si de un personaje famoso se tratase, recibiendo halagos y valoraciones positivas sobre su belleza, puede ocurrir que se comprometa su credibilidad y confiabilidad laboral, pues el que una persona esté exhibiendo constantemente su apariencia y vida íntima en internet, podría generar expectativas negativas en el empresario que va a contratarle, porque la podría percibir como incapaz de guardar su vida íntima y, por lo tanto, que infiera que sea poco confiable para guardar los secretos profesionales. Así, el perfil online de un trabajador/a puede ser decisivo para ser contratado o para ser despedido. A veces, conviene procurarse un bajo perfil y ser cuidadosos con el doble efecto del aspecto físico en las redes sociales, porque, aunque es discriminatorio que una empresa condicione la imagen de un trabajador/a en su vida privada, en ocasiones, la penalización empresarial es inevitable.

³¹⁵ Baile (2017, p. 100).

³¹⁶ Moreno (2016, p. 28).

4.7. Síntesis del capítulo

Se ha resaltado la idea de que no existe un único tipo de imagen externa, porque esta depende del efecto que causa en el observador, y, de la misma manera que no existe una única morfología corporal, tampoco existe un único gusto respecto a la estética. La apreciación de la belleza es subjetiva y relativa, lo que puede ser bello para una persona, puede no serlo para otra. Aunque la belleza no es universal, ni las exigencias pueden ser iguales para todas las personas ni en todos los tiempos, es evidente que la mayoría sigue un canon estético dominante, que suele englobar las características del rostro, del cuerpo, los estilos o el “outfit”, el aseo personal, incluso el comportamiento, o las actitudes del individuo. Hay partes del cuerpo y personas que siempre estarán sujetas al escrutinio ajeno según el contexto donde se ubiquen.

La apariencia es la carta de presentación, porque va acompañada de simbolismos no verbales, de gran influencia e inmediatez en diferentes contextos, como ocurre en el ámbito laboral. La importancia del cuerpo hoy es excesiva, condiciona en gran parte la conducta de los jóvenes y adultos, sobrevalorando ciertas características corporales, tales como, la juventud y la delgadez.

Para poder alcanzar el canon estético exigido, las personas acuden a todo tipo de procedimientos, como, cirugías para eliminar las arrugas y líneas de expresión, el borrado de imperfecciones, o, la guerra sin tregua a la obesidad. Quizás el elemento estético más estigmatizante sea el poseer una talla grande. El estar “gordo” o “gorda” justificaría la exclusión social, porque se intuye que la persona podría tener mala salud, además de considerarla como una “inadaptada” por apartarse del canon estético de la mayoría, del canon de la perfección, que es: todos jóvenes y delgados.

Además, estas características ya no solo se consideran como elementos de atracción interpersonal, sino que también generan expectativas y presuponen el dominio del cuerpo que puede poseer la persona que se presenta con una apariencia impoluta. La presión social sobre el físico existe y se ve magnificada por el entorno, los iguales y la publicidad.

Conviene destacar, que, aunque, en la actualidad, una apariencia cuidada se exige socialmente tanto para el hombre como para la mujer, la mujer es la que lleva las de perder, porque, al hombre suele perdonársele su decrepitud manifestada a través de la calvicie, el cuerpo poco tonificado o las arrugas, si posee otras características valorables, tales como, el ingenio o la posición social.

Sin embargo, las exigencias estéticas para la mujer son rígidas, debiendo siempre aparecer delgada, joven, bella, mostrando su autocontrol. Esto lleva a que las autoevaluaciones que efectúan las féminas sobre su cuerpo, suelen ser más negativas, más estigmatizantes y que revelen más casos de insatisfacción

corporal que en el caso de los hombres, también siendo más discriminadas que los hombres por su aspecto en diferentes ámbitos.

Respecto a la idea de que el embellecimiento del cuerpo afecta sobre todo a las clases pudientes, puede que en tiempos antiguos no toda la población tuviera acceso a las tendencias de moda y belleza, a las que solo accederían los grupos con mayor poder adquisitivo, Sin embargo, en la actualidad, la vocación consumista ha generalizado el acceso al mercado de la belleza, y, la mayoría puede seguir las tendencias estéticas dominantes, sumándose a la tendencia de culto al cuerpo, invirtiendo lo necesario para mantener un físico cuidado, que redundará en que esa persona pueda ser percibida por los demás como distinguida y más competente.

CAPÍTULO 5. FACTORES O FENÓMENOS QUE CONTRIBUYEN A LA PRESIÓN SOCIAL SOBRE EL CUERPO

5.1. Introducción

En este capítulo se trata el tema de cómo la publicidad difunde valores, pero cómo también puede contribuir a extender ciertos contravalores, tales como, los modelos de personas atemporales que no envejecen y que siempre permanecen perfectas, estandarizando la estética de la mayoría de la población. Los medios de comunicación y la publicidad pueden contribuir a promover una apariencia física estandarizada, inalcanzable para muchos, llevando a que muchas personas estén continuamente autoevaluándose y comparándose socialmente con los “modelos ideales” que difunden.

Como muchos de los mensajes publicitarios van encubiertos, se hace una investigación propia analizando algunas campañas publicitarias y haciendo hincapié en la repercusión que pueden tener los medios publicitarios sobre la salud física y psicológica de la población. Puede que la publicidad sea un detonante a la hora de activar ciertos estereotipos corporales. Uno de los factores con mayor influencia son los medios de comunicación, aunque no únicamente. Un mayor consumo de revistas se asocia a un mayor desarrollo de insatisfacción corporal. Para aquellos que no son fácilmente influenciados a través de los mensajes explícitos de los medios de comunicación, de la publicidad o de las revistas, dicha dificultad queda patente cuando en su vida real se pasean a través de los escaparates de las calles más céntricas de la ciudad en que viven: los maniqués de los escaparates también van cargados de simbolismos y lanzan mensajes visuales inmediatos al observador: atrapan al público, lo seducen a comprar y a imitar un determinado modelo corporal. Para hacer más visible este problema se introducen los resultados de una investigación propia, realizada el año pasado en la que se analiza la apariencia de los maniqués de tiendas de moda, femeninas y masculinas.

Los mensajes mediáticos de la publicidad y la presencia de las figuras de “influencer” en las redes sociales pueden causar ciertos efectos sobre la imagen corporal, sobre la autoestima y sobre la capacidad de decisión del público. Debido a que la sociedad actual está interconectada, un fenómeno estrictamente local puede en milésimas de segundo convertirse en un fenómeno global, de manera que un ideal estético determinado se difunda por todo el planeta, avocando a toda una sociedad multicultural hacia una tendencia estética similar.

5.2. La publicidad como agente de presión social sobre el cuerpo

Las sociedades modernas han ido transformándose social y estructuralmente. Ello se debe a diferentes factores, entre los que se encuentra el gran desarrollo tecnológico, la excesiva importancia que se les otorga a los valores de pertenencia, la participación en la comunidad y mayor calidad de vida, pero, sobre todo, la gran influencia de los medios de comunicación ³¹⁷. En las últimas décadas se puede observar la influencia que poseen los medios de comunicación, dando lugar a una “realidad construida”:

(...) los medios de comunicación constituyen la realidad (...) Los medios estandarizan la comunicación (...), no pueden hacer justicia a la exigencia de que la comunicación se ajuste a cada individuo particular. De ahí que cada participante tenga la posibilidad de tomar, de la oferta comunicativa, lo que le conviene (...) ³¹⁸.

La publicidad se encarga de ofrecer modelos reales atemporales que no envejeczan y que no reflejen las cicatrices causadas por las experiencias vitales. El mensaje mediático principal es que, si uno se esfuerza por moldear su cuerpo a imagen de aquellos que se presentan como “los gurús de la estética”, las personas podrán ser más exitosas y disfrutar de mayor bienestar y salud en la vida. Esta meta la presentan como fácilmente alcanzable a través de los productos y servicios que publicitan para que la gente se integre con la mayoría, para que no se alejen del modelo normativo estético:

El cuerpo, modelable bajo la disciplina de las técnicas físicas, las intervenciones quirúrgicas y las dietas, se convierte en una preocupación fundamental, como signo de salud, integración y éxito social, al tiempo que se presenta como un objeto alcanzable a través del consumo y la aceptación de las normas de la apariencia ³¹⁹.

Las investigaciones sugieren que la exposición a los medios de comunicación puede estar relacionada con el deseo del cuerpo delgado y con la alteración de la imagen corporal en las mujeres. Se cree que

³¹⁷ Monferrer (2012, p. 319).

³¹⁸ Luhmann (2000, p. 4).

³¹⁹ Pastor y Bonilla (2000, p. 37).

una de las fuerzas que desempeña un papel fundamental en la insatisfacción corporal es el discurso de la extrema delgadez difundida por los medios de comunicación³²⁰.

5.2.1. El prototipo de belleza que difunden los medios de comunicación

La publicidad suele difundir un modelo de belleza basado en la perfección, que suele asociarse al éxito personal. La literatura científica ha evidenciado como la publicidad es el esqueleto sobre el que se despliegan los medios de comunicación, activando determinados estereotipos que influyen en la salud y en el bienestar de la persona:

(...) los medios de comunicación juegan un papel central en la promoción de cánones de belleza, representados por una figura delgada, la cual aparece en la actualidad como único sinónimo de éxito, felicidad y salud³²¹.

La publicidad usa imágenes femeninas como estrategia. Estas imágenes están cargadas de simbolismos, generando asociaciones inmediatas en las que el observador compara su cuerpo con dichas representaciones para reconstruir su cuerpo con los valores transmitidos.

Los medios utilizan para convencer el lenguaje visual, las representaciones y el simbolismo que permiten convertir la frustración de los espectadores en sueños hechos realidad. La comunicación publicitaria que construye la “tiranía del culto al cuerpo” se desarrolla en dos momentos:

En una primera etapa, los medios de comunicación fomentarían un determinado modelo de belleza femenina difícilmente factible para la mayor parte del público femenino, y una vez adquirido y deseado ese modelo casi inalcanzable, vendría una segunda etapa, la industria del aspecto físico para persuadir y convencer al público con sus ofertas y productos³²².

Existe convicción de que el aspecto físico es una construcción sociocultural, condicionada por los prototipos de belleza que ayudan a difundir los medios de comunicación, que son “unos modelos cerrados, estandarizados, estereotipados y muy restrictivos”³²³. El discurso publicitario es siempre el

³²⁰ Grabe et al., 2008.

³²¹ Elizathe et al., 2010, p. 1.

³²² Bernard et al., 2012, p. 172.

³²³ Cabrera (2010, p. 234); Ghodrati et al., 2015, p. 12

mismo, no fomenta la diversidad sino más bien el seguimiento de un único modelo estético posible: el de la perfección, juventud y delgadez (la metáfora de “las tres gracias”) donde el público poseedor de morfologías corporales variables no le queda más remedio que unificarse para seguir las tendencias: “los medios de comunicación fomentan la visualización de las mujeres extremadamente delgadas”³²⁴.

Los medios de comunicación ayudan a normalizar el patrón estético femenino, haciendo al cuerpo delgado y blanco como glamoroso ³²⁵. Estos contribuyen a difundir valores y contravalores a través de la difusión de noticias relacionadas con el aspecto exterior que atraen a cantidad de público de lo más variado con gran repercusión en la salud y bienestar del individuo. Ejercen un papel primordial a la hora de activar y aplicar estereotipos que llevan a efectuar juicios de valor. En la literatura científica se ha hecho una aseveración que puede ser fácilmente contradicha por lo que ocurre en realidad con la publicidad:

(...) si bien es cierto que el objetivo de la publicidad no es educar (...) o transmitir valores positivos, sin embargo, también es cierto que independientemente de la intención (...), la publicidad transmite -quiera o no- estilos de vida...³²⁶.

Debido a la “supervisibilidad” de los mensajes publicitarios estos no pueden contribuir a normalizar en la población ciertas ideas estereotipadas que pueden dañar la salud física y mental que muchos interiorizan y que tratarán de emular. Las empresas anunciantes deben adquirir responsabilidad social para que los individuos se alejen de estereotipos relativos a “cómo” o “qué” debe hacer la mujer para ser aceptada por la sociedad: “se cree que los medios de comunicación tienen la mayor influencia en la transmisión de estándares de belleza socioculturales”³²⁷.

En la actualidad, existe una presión sociocultural y estética por parte de los medios de comunicación y de la publicidad sobre la mujer, imponiendo un ideal de belleza esquelético e irreal, (...), hasta tal punto que se puede hablar de una “dictadura estética” ³²⁸.

³²⁴ García et al., 2010, p. 313.

³²⁵ Muñiz (2014).

³²⁶ Ruiz y Muñiz (2017, p. 6).

³²⁷ Ghodrati et al., 2015, p. 12; Pérez-Lugo et al., 2016, p. 40-41. Este último estudio recuerda la afirmación que se recogía en un medio de comunicación estadounidense, referenciada por Thompson, Heinberg, Altabe y Tantleff-Dunn (1998): “La anorexia nerviosa parece seguir a las suscripciones a Vogue. Si Vogue triunfa en tu país, la anorexia finalmente le seguirá”.

³²⁸ Bernard et al., 2012, p. 176.

5.2.2. Campañas publicitarias relacionadas con el patrón estético imperante y la influencia de los medios de comunicación

En la literatura se ha ejemplificado el patrón estético dominante, a través de un anuncio en la televisión sobre un champú, protagonizado por la periodista Sara Carbonero, que representa el prototipo de ideal de belleza del siglo XXI: alta, joven, extremadamente delgada y con gran perfección corporal. La protagonista posee unos rasgos muy marcados, ojos grandes y verdes, un pelo largo, muy cuidado y en su globalidad, emana seducción³²⁹.

El mensaje del anuncio está encubierto, porque quieren decir a las mujeres algo semejante a que si desean poseer esa estética para ser una mujer exitosa y tener visibilidad social, deben consumir ese champú. Los realizadores del anuncio están inculcando un eslogan en la población femenina que dice que para triunfar han de poseer la imagen estética del anuncio, vinculando una imagen femenina a ideas fantasiosas que no responden a la realidad, ya que todas las morfologías capilares son distintas y no existe un único modelo de pelo. Este tipo de publicidad, lo único que contribuye es a generar una excesiva obsesión por un modelo estético que puede llegar a traducirse en problemas de salud y trastornos del comportamiento alimentario si no somos capaces de alcanzar dichas cotas.

Dada la influencia que ejerce la publicidad sobre el público, se ha hecho una investigación propia, analizando diversos anuncios de televisión, teniendo en cuenta diferentes categorías. Para recoger los datos se ha utilizado un registro que se incorpora en el Anexo I. Hemos seleccionado al azar, diez anuncios de productos dispares, tales como: coches, cremas faciales, leche, pasta de dientes, perfume y chocolate. La mitad de estos anuncios publicitarios se han filmado usando escenarios idílicos (tales como una isla en el Mediterráneo, una carretera en las nubes, prados verdes entre montañas, ciudades sofisticadas), con el objeto de atraer la atención del espectador.

Un 80% de estos anuncios contiene objetos ubicados en su entorno usual. Un 50% poseen una melodía que los caracteriza y todos ellos usan la palabra hablada. Solo un 10 % posee efectos sonoros naturales (por ejemplo, el ruido del mar) y un 90% de los anuncios utiliza el texto sobrescrito en la pantalla, casi siempre, al final del anuncio para ayudar a memorizar al espectador el producto anunciado.

El 30% de los anuncios, además de los protagonistas principales del spot, utiliza otros personajes complementarios, tales como, niño/as, animales, familias, equipos médicos, etcétera.

³²⁹ Bernard et al., 2012.

Se utilizan diferentes estrategias para captar la atención del espectador, que pueden ir desde utilizar una gama cromática intensa (por ejemplo, el azul del mar, o el blanco para aludir a la pureza), hasta monocromáticos (blanco-negro), el uso de contrastes, juegos de luz, etcétera. De los anuncios analizados el 60% de ellos están destinados a una población con estatus económico medio-alto, ya que se trata de productos elitistas.

Sobre el análisis subjetivo, es decir, relativo a la intención o motivación del anuncio, el 60% de ellos pretende persuadir a la audiencia para que consuman una determinada marca, ninguno de ellos pretende dar información sin vender y el 40% atrae la atención de los espectadores con estrategias bastante originales (por ejemplo, un tiovivo suspendido en las nubes). El 40% publicita directamente productos relacionados con el aspecto físico y el 20% aunque no lo hace directamente por el producto que vende, contiene alusiones indirectamente a la apariencia física incidiendo en el bienestar o en la salud. Uno de los anuncios estudiados se encuentra excesivamente sexualizado, destacando la agencia del varón frente a la pasividad de la mujer.

El 90% de los anuncios analizados utilizan como protagonista a la mujer. Solo un anuncio utiliza la figura masculina como protagonista. Esto viene a respaldar la idea tradicional de que existe en marketing una excesiva utilización de la figura femenina para vender productos, a veces, innecesaria según el tipo de producto que ofertan. El prototipo estético femenino utilizado suele ser una mujer de edad inferior a los 50 años, de piel blanca y pelo moreno. En el 80% de los anuncios analizados la estructura corporal de la mujer es delgada y en un 10% extremadamente delgada, ya que se notan en exceso los huesos de las clavículas.

Se ha observado cómo en las campañas publicitarias a pesar de que no se necesita vincular el producto con la imagen femenina, se utiliza siempre a la mujer y además, es recurrente usar una figura corporal delgada, una piel joven y tersa, de piel blanca o pálida. Ese es el prototipo estético que suele difundir la publicidad, con lo que viene a corroborar la idea de seguir fomentando el patrón de “las tres Gracias” (juventud, perfección y delgadez).

Los resultados del análisis son claros: el mensaje mediático es que “las mujeres son aceptables solo cuando son jóvenes, delgadas, blancas, hermosas, meticulosamente peinadas y pulidas”³³⁰. Algunos autores han recogido como este mensaje es oneroso debido a la gran influencia que ejerce sobre los pensamientos, actitudes y comportamientos del individuo para controlar su imagen:

El mundo de (...) la publicidad (...) puede influir en nuestra conducta. Nos encontramos ante la posible inducción de determinados comportamientos a

³³⁰ Bernard et al., 2012, p. 174.

través de la publicidad. El aspecto físico, la importancia del aspecto físico y el culto al cuerpo se han ido imponiendo en el ámbito publicitario y las consecuencias sociales y personales, derivadas de ello todavía están por evaluar en profundidad³³¹.

En general, los anuncios de ropa o la industria perfumista se han sexualizado³³². Se suele recurrir a la imagen femenina para vender productos, aunque, en la actualidad, la industria del aspecto físico también se dirige al público masculino. La publicidad suele generar mayor presión corporal sobre la mujer que sobre el hombre tratando de fomentar una imagen totalmente irreal, ya que “se ha tergiversado su cuerpo y donde se le exhibe con una imagen excesivamente delgada, a través de la modificación de imágenes para mostrar una figura casi anoréxica, que no se corresponde con la realidad”³³³.

Constantemente, se exhiben cuerpos delgados, jóvenes, tersos, atléticos con un buen look a los que se desea emular cueste lo que cueste, porque orientan en los estándares de belleza a seguir:

Los cánones de belleza actuales exigen un ideal de belleza física basada en la extrema delgadez; y este ideal se hace aún más patente en los medios de comunicación, considerados hoy en día como uno de los factores predisponentes más importantes en los trastornos de la conducta alimentaria, debido a la influencia, a través de sus modelos estéticos, que puede ejercer en la insatisfacción corporal y la autoestima de los adolescentes, como mayor población de riesgo³³⁴.

Otra perspectiva del discurso publicitario es que suele transmitir el mensaje de que se puede controlar el aspecto físico como si la persona fuese de barro. La publicidad educa en el mantenimiento del esfuerzo estético. Uniformando la corporalidad nos han estandarizado a base de la perfección existiendo el riesgo de perder la propia identidad, porque estamos dejando que otros interpreten la percepción del propio cuerpo además de cosificar a las personas³³⁵.

Habitualmente, la publicidad relacionada con la industria del aspecto físico usa un léxico, tal como, “corregir”, “sentirte a gusto con tu cuerpo”, “alcanzar”, “retocar”, “compensar”, “armonizar”, que

³³¹ Fanjul (2008, p. 20).

³³² Hakim (2019).

³³³ García et al., 2010.

³³⁴ Baile et al., 2009.

³³⁵ Muñoz (2014).

aluden a la necesidad de modificar la genética para adaptarse a la estética hegemónica para corregir la corporalidad con imperfecciones, que tan mal hace sentir. El resultado es que la alteración de los cuerpos borra las diferencias entre las personas, homogeneizando a la población³³⁶.

Un estereotipo que está especialmente potenciado desde los medios de comunicación es que los niños posean cuerpos atléticos y que las niñas tengan un cuerpo delgado. Esa idea suele conducir a la estigmatización de los niños y las niñas con obesidad³³⁷. Los medios de comunicación pueden tener un efecto estimulante en la aparición de trastornos del comportamiento alimentario, tales como, la anorexia o la bulimia:

(...) se cree que los mensajes promoviendo un ideal estético de delgadez afectan a la satisfacción corporal de las adolescentes, y a la vez, a su autoestima, convirtiéndose en factores de riesgo de trastornos del comportamiento alimentario³³⁸.

Se ha argumentado como las personas que se comparan con los modelos de la televisión suelen mostrar mayor rechazo a la obesidad, debido a la influencia que ejerce la publicidad sobre las personas³³⁹:

(...) las modelos que aparecen habitualmente en dichos medios suelen tener una apariencia física difícil de conseguir para la mayor parte de las adolescentes, además de relacionar aspectos negativos con el sobrepeso, y el éxito con la delgadez, creando unas expectativas casi imposibles de conseguir³⁴⁰.

Continuamente, se está juzgando a los demás por su físico cuando en la mayoría de los casos para solucionar los problemas no se necesita hacer referencia a la apariencia de los demás³⁴¹. Para la literatura

³³⁶ Muñiz (2014).

³³⁷ Pallares y Baile, 2012.

³³⁸ Baile y Ruiz (2009, p. 1).

³³⁹ Hernández et al., 2012.

³⁴⁰ Baile y Ruiz, 2009.

³⁴¹ Rezny (2019). Ideales de belleza. DW documental. En: <https://www.youtube.com/watch?v=HfsMnKVfspY>. En un documental que analiza la importancia del aspecto físico para la juventud, cuando entrevistan a una joven estudiante que había padecido trastornos del comportamiento alimentario, esta explica cómo, continuamente, miraba muchas fotos de modelos delgadas para poder emular su físico. Dado que el ideal estético que seguía era extremo y muy alejado de la realidad, su autoestima quedaba afectada, generándole un estado permanente de tristeza. Cuando se dio cuenta que estaba padeciendo un trastorno y que necesitaba terapia, cambió los referentes

científica, “(...) los cánones de belleza actuales y el rechazo social a la obesidad femenina hacen que las adolescentes sientan un impulso irrefrenable de estar tan delgadas como las *top models* que la publicidad y los medios de comunicación presentan a diario”³⁴².

5.2.3. La influencia de las revistas sobre la apariencia

Uno de los factores que más influye en el público joven son las revistas³⁴³. Según un estudio “un mayor consumo de revistas de moda se asocia a mayor insatisfacción con la imagen corporal y con el desarrollo de alteraciones alimentarias”³⁴⁴.

Las imágenes de la mujer que son utilizadas por las revistas ejercen una gran influencia en la sociedad a través de los mensajes que envían respecto a la imagen corporal. Se evidencia como la insatisfacción corporal se asocia a la promoción de una estética que no responde a la realidad, porque se fundamenta en una delgadez extrema donde los medios de comunicación, la publicidad y las revistas tienen un papel importante a la hora de difundir ese modelo estético.

En un estudio se analizó como en México las portadas de revistas de belleza y de moda expanden entre la población un patrón estético basado en la delgadez. Los resultados mostraron que en un 100% de las portadas se seguía utilizando las imágenes de mujeres como reclamo y que, además, en un 98% se trataba de mujeres delgadas o muy delgadas. Las principales conclusiones de los autores se refieren a que la imagen de la mujer sigue siendo el principal reclamo que gira alrededor de la estética, que la mayoría de las mujeres que salen en portada son delgadas o flacas y que en la mayoría de las revistas se priman los mensajes de carácter estético.

Esas conclusiones ponen de manifiesto que en la vida real el modelo estético que utilizan las revistas no se corresponde con la apariencia física de la mayoría de la población, sobre todo, en México, donde

a los cuáles seguir en redes sociales. Era proclive en exceso a vigilar constantemente su cuerpo, por lo que su decisión ya no sería tan libre como quieren hacer creer.

La modelo entrevistada en el documental, Jass, de 20 años, físicamente, estaría dentro del canon de “las tres Gracias”, pues es perfecta, joven y muy delgada. A pesar de ello, la modelo expone su indignación, porque en el momento en el que estuvo más delgada, un agente le comentó que tendría dificultades para desfilarse en la semana de la moda de Londres, dado que sus caderas eran demasiado anchas a pesar de que lo único que salían de sus caderas eran huesos extremadamente marcados.

³⁴² Bernard et al., 2012, p. 182.

³⁴³ Baile y Ruiz, 2009.

³⁴⁴ Levine et al., 2006; citado en Hernández et al., 2012.

los adultos mexicanos poseen una de las tasas de sobrepeso y obesidad más elevadas del mundo. Además, existen diversos grupos étnicos con distintas morfologías corporales y distintos colores de piel, por lo que las mujeres de portada no representan al prototipo de mujer mexicana³⁴⁵.

Cuando el canon estético difundido no puede ser alcanzado, genera frustración e insatisfacción en las personas. Se ha asegurado que las revistas tienen influencia en la insatisfacción corporal y en la autoestima de las mujeres³⁴⁶. Es necesario mayor responsabilidad de los medios de comunicación, conteniéndose en la difusión de modelos estéticos basados en la delgadez³⁴⁷.

5.2.4. Los maniqués de los escaparates están enfermos

La publicidad orienta el cuerpo hacia el consumismo. La industria del aspecto físico propugna la perfección, pero las tendencias de belleza y moda son imparables. Muchos medios de publicidad lanzan mensajes que fomentan en la población la realización de prácticas peligrosas que terminarán afectando a la salud de la persona, por ejemplo, dietas restrictivas para bajar de peso en poco tiempo³⁴⁸. Aunque la persona se sustraiga a los mensajes explícitos de los medios y a los implícitos de las imágenes de la publicidad y de las redes sociales, esa dificultad se sigue manteniendo en la vida real. Basta con observar los sofisticados escaparates en el centro de las ciudades donde se vende moda: los maniqués de los escaparates están enfermos.

Es una opinión personal que, si los maniqués femeninos fuesen personas reales estarían enfermos, con probabilidad padecerían trastornos del comportamiento alimentario y un bajo peso extremo. Esta afirmación choca con lo observado en las tiendas masculinas, en las que los maniqués poseen una representación normal del cuerpo del varón. Así, podría decirse que los maniqués femeninos están enfermos mientras que los masculinos gozan de salud.

³⁴⁵ Pérez-Lugo et al. (2016).

³⁴⁶ Baile y Ruiz, 2009.

³⁴⁷ Pérez-Lugo et al., 2016.

³⁴⁸ Moreno (2023, enero 31). Antena 3. En prensa se recogió el 12 de febrero de 2023 como la famosa Lisa Marie Presley, nieta de Elvis Presley falleció por un paro cardíaco a los 54 años. Posteriormente, se conoció que seguía una dieta extrema en los meses previos a la gala de los premios, además de someterse a operaciones imposibles para perder peso en un breve período de tiempo para asistir impecable a la gala de los Globos de Oro. Consiguió perder 20 kilos en seis semanas a base de medicamentos y cirugías plásticas. Este tipo de comportamientos cada vez son más frecuentes entre las personas que viven de su imagen, sacrificando la salud para aparecer como más deseables frente a su público.

Los maniqués están cargados de simbolismos, porque se está difundiendo un modelo estético en el que parece que se valora el desequilibrio estético entre ambos sexos, desvalorizando el cuerpo de la mujer a través de la sexualización. Los escaparates no dejan de ser como un teatro donde los personajes están cargados de representaciones: atrapan al que los mira, pero también seducen a comprar y a la imitación de un modelo corporal. Si el comprador puede con su cuerpo suplantar el lugar del maniquí, le producirá tranquilidad, pero, por el contrario, si no puede asumir por su morfología corporal el lugar que ocupa el maniquí, esa situación puede contribuir a generar ansiedad y tristeza. En el fondo, el transeúnte establece una especie de comunicación visual con los maniqués que son observados y que le conecta con pensamientos íntimos relacionados con su cuerpo: evalúa si las prendas exhibidas quedarán bien en su cuerpo:

(...) la moda representada por sus creadores ya no es protagonista, sino que es la moda usada por el cuerpo lo que se vuelve central en sus discursos, postulando una bidireccionalidad absoluta de las miradas hacia el cuerpo y por el cuerpo. Pero el observador no ve la realidad sino un engaño estudiado que parece mostrar una completa revelación, mientras que, en realidad está protegido de una ocultación que al menos resiste al material físico de que está hecho. El vestido que parece estar en primer plano, en realidad no lo está, es solo un simulacro de la realidad (...)³⁴⁹.

Cuando la persona se detiene ante el escaparate, realiza una identificación entre el maniquí y su cuerpo, representando mentalmente como le quedaría la ropa que luce el maniquí. Así, las casas de moda a través de los maniqués suelen enviar al observador el mensaje necesario para reforzar la intención de compra.

Para hacer más conscientes las anteriores representaciones, se ha llevado a cabo una investigación propia durante el mes de enero de 2022. Se trata de un experimento en el que se han analizado algunos escaparates de la ciudad de Orense. Se seleccionaron al azar diez tiendas de moda femeninas y diez tiendas masculinas, de marcas nacionales e internacionales.

Nuestro estudio incidió en los siguientes aspectos: el tipo de maniquí (si tiene rostro o no, cabeza sin facciones y sin marcar, si se trata de un maniquí clásico sin cabeza, si la cara es realista o no, si tiene pelo y ojos bien definidos o no, si tiene piernas o no). Respecto al tipo de maniquí, el realista hace referencia a un maniquí semejante al cuerpo de un ser humano, con maquillaje permanente y con pelucas. Estos suelen utilizarse en tiendas de gama alta. Los maniqués abstractos se suelen utilizar en

³⁴⁹ Chiaïs (2020, p. 71).

escaparates de tiendas minimalistas. Suelen reflejar grandes rasgos, son altos, se pueden utilizar en diferentes materiales, como cristal, terciopelo, etcétera y no reflejan pequeños detalles humanos, tales como, las uñas, los músculos, rasgos faciales, etcétera. Los maniqués sensuales, hiperrealistas, reflejan el mínimo detalle del cuerpo. Suelen ser usados en tiendas de lencería y muestran formas voluptuosas, con extremidades desmontables. Dentro de los maniqués clásicos, sobre todo, usados en tiendas masculinas clásicas, se encuentran los maniqués sin cabeza, solamente de cuerpo. Los maniqués de busto o de torso sin cabeza solo reflejan esa parte del cuerpo humano, por lo que representan al cuerpo carente de toda emoción. Suelen ser de plástico, son fáciles de transportar y son más baratos, por lo que suelen utilizarse en el pequeño comercio. Normalmente, no llevan brazos y piernas, aunque podrían añadirsele.

Se analizó la posición del maniquí (estática de pie, sentados, en una posición natural como un ser humano, si puede reproducir una historia, si mira directamente al espectador), la ubicación del maniquí (si está lejos o cerca de la puerta de entrada de la tienda), visualmente la complejión del maniquí (si es alto, si posee la musculatura bien marcada o no, si posee un cuerpo atlético o no, si se trata de un maniquí, que de manera semejante a un ser humano tendría bajo peso extremo, bajo peso, peso normal o sobrepeso). Se tiene en cuenta otras características del aspecto: si posee un cuerpo atlético, si es alto, si posee músculos marcados, u otros (por ejemplo, un aspecto andrógino, formas voluptuosas, mal aspecto, etcétera). En la Figura 8 puede observarse un escaparate con maniqués femeninos de aspecto extremadamente delgado.



Figura 8. Escaparates con maniqués excesivamente delgados. (Elaboración propia).

El último aspecto analizado se refiere al tipo de ropa: si es una marca de lujo, moda rápida, moda deportiva, ropa interior, etcétera. Para la recogida de datos se utilizó un registro que se incorpora al Anexo II.

El análisis de los datos sobre los escaparates, arrojó los siguientes resultados:

De los escaparates masculinos analizados, el 50% de la forma de los maniqués eran sin cabeza, solo de torso, con lo que es difícil precisar la altura. Estos suelen utilizarse en tiendas clásicas y que venden prendas de lujo. El otro 50% eran maniqués abstractos, sin rasgos faciales, de diferentes colores (negros, grises, marrones y blancos). Los maniqués femeninos, casi en su totalidad, eran abstractos (90%), solo uno de ellos era realista, con pelo. Normalmente, los femeninos poseían colores suaves, blancos y plateados, bastante atractivos. La posición masculina en su totalidad era de pie, en posición rígida, similar a la posición de los maniqués femeninos. En cuanto a la estimación visual corporal, en el caso de los masculinos, la totalidad de los maniqués analizados presentaban una estructura corporal normal (100%). Estos en su mayoría se encuentran ubicados en tiendas de lujo (70%).

Las características de los maniqués masculinos contrastan con las de los femeninos que parecen enfermos: se estimó que un 10% posee extremo bajo peso, con caderas extremadamente marcadas, como si fuera un cuerpo “huesudo”, con mal aspecto. Solo un 20% de los maniqués femeninos ofrecían un aspecto normal (estas eran tiendas de ropa clásica, cara y para adultas). Además, el 70% de los mismos poseían un aspecto delgado. La mayoría de las tiendas de ropa femenina vendían moda rápida (un 60%), sobre todo, destinadas a mujeres jóvenes.

En conclusión, en el caso de los maniqués masculinos las formas corporales están de acuerdo con el cuerpo real de los varones. Esto no sucede con los maniqués femeninos, donde la mayoría lucen formas delgadas o muy delgadas que no corresponden con la figura corporal real de la mayoría de las mujeres de la provincia. Los maniqués femeninos no presentan formas óptimas corporales. Las tiendas de ropa deberían replantearse vender “vallas publicitarias reales”, porque a través de sus escaparates están fomentando que las mujeres se identifiquen con formas andróginas o escuálidas.

En el caso de los maniqués masculinos, como la mitad de los analizados eran sin cabeza, no se ha podido conocer con certeza si se da una proporción equilibrada entre la forma corporal y la altura. Sin embargo, en el caso de los maniqués femeninos, eran menudos y altos, estimados como superiores a 1.80 cm, que es una media que está muy por encima de la talla de la mujer española.

Mientras que los maniqués masculinos están dentro de los cánones de normalidad del cuerpo del varón español, los maniqués femeninos están sobrerrepresentados y muy alejados de la estética real que posee la mujer española. Esta disparidad femenina puede estar alentando ciertos cánones estéticos en la población femenina poniendo en riesgo su salud: si quisieran seguir el ejemplo de los maniqués, podrían pesar realmente 50 kilos con una altura de 1.80 cm. Todo ello se traduciría en que los maniqués femeninos se corresponderían con mujeres reales que poseerían un IMC de 14.

En definitiva, es importante que las tiendas de moda se percaten que no solo venden ropa sino representaciones femeninas de gran impacto en la vida de las personas. Así, es necesario que el imperio de la moda use maniqués femeninos que respondan a la realidad.

5.2.5. Posibles consecuencias de la presión estética ejercida por los medios

Los mensajes mediáticos pueden causar efectos perversos sobre la imagen corporal, sobre la autoestima y sobre la anulación de la capacidad de decisión de los individuos. La literatura científica evidencia como el público puede dejarse arrastrar por ciertas informaciones y por las bellas imágenes que están orientando sus comportamientos y actitudes humanas. Así, la mayoría trataríamos de emular los modelos cosificados:

La interiorización de los cánones culturales de belleza ocasiona conflictos confirmatorios de difícil resolución, en los que el sujeto se enfrenta con la devolución de su imagen, que confirma o no la deseabilidad y el atractivo, y cuya evaluación forma parte integrante de la autoestima³⁵⁰.

Entre las consecuencias de la presión estética que ejerce la publicidad, podría estar la práctica de dietas poco saludables para el control de peso. El fenómeno de la obesidad puede llevar a las mujeres a preocuparse en exceso por su peso al ser influenciadas por los medios de comunicación que suelen promover el canon estético de la delgadez. Así, los medios de comunicación suelen alterar los estándares de belleza y la mayoría de la población va a preferir la delgadez³⁵¹.

La presión mediática ejercida sobre la población femenina lleva a la autodestrucción, porque los medios de comunicación, la publicidad y las redes sociales están transmitiendo una imagen estereotipada e irreal de la mujer para que esta se enganche a la tiranía de las apariencias. Los medios inducen a las personas a centrar toda la vida en el cuerpo, a estar excesivamente preocupados por controlar las formas corporales y mantenerse dentro de la estética impuesta socialmente.

La cultura de la delgadez impone la ofuscación por poseer “un cuerpo danone”, “un cuerpo diez”, perfecto, donde no existan taras o defectos, proyectando una imagen perfecta. En ocasiones, esta

³⁵⁰Pastor y Bonilla (2000, p. 38).

³⁵¹ Musaiger y Al-Mannai (2013).

situación puede conducir a la distorsión de la realidad frente al espejo y a la de la propia identidad afectando a la salud física y psicológica³⁵².

Un artículo periodístico refleja como “el 15% de los que acuden a la medicina estética tienen dismorfofobia, un trastorno psiquiátrico”, alertando el efecto que poseen las redes sociales en la autoimagen de la juventud”³⁵³. Este trastorno impide que la persona pueda hacer una vida normal, porque siempre se percibirá como defectuosa, llevándola a una obsesión por realizarse tratamientos estéticos de todo tipo para corregir su falla física. También podría llevarla al aislamiento social para evitar que los demás puedan criticarla por su defecto. La imagen autopercebida de los sujetos que padecen este trastorno es irreal.

Hay certeza de que existe una asociación entre el papel que ejercen los medios de comunicación sobre el cuerpo y la vulnerabilidad en relación con las alteraciones de la imagen corporal. Además, se ha encontrado relación entre los medios de comunicación y las creencias y comportamientos alimentarios de las mujeres: en general, el prototipo ideal de cuerpo medio-delgado se suele relacionar con niveles más altos de insatisfacción corporal. Cuando se internaliza la posesión de un cuerpo delgado serán más frecuentes ciertos comportamientos bulímicos y/o anoréxicos. Este estudio concluye que la exposición mediática está vinculada a la insatisfacción corporal de las mujeres, aumentando su inversión en apariencia y también respalda la existencia de comportamientos alimentarios desordenados³⁵⁴.

Las redes sociales tampoco se escapan al poder de las imágenes: aparecen imágenes de cuerpos sobreactuados, teatralizados, sin matices, una explosión de imágenes perfectas. Esta situación lo único que fomenta es mayor presión social para lograr una belleza que nunca es suficiente.

En las redes sociales se puede observar un fenómeno, el de los *hashtag* que siguen la “*thinspiration*”. Esta denominación proviene de la palabra inglesa *thin*, que significa delgado e *inspiration* (inspiración). Se trata de una apología de la delgadez extrema, enfermiza, de cuerpos maltrechos y escuálidos que se muestran con orgullo en las redes.

Normalmente, estos *hashtag* llevan etiquetas *#thinspo*. Se trata de ubicaciones con fotografías y mensajes de personas extremadamente delgadas, con cuerpos escuálidos que llevan a cabo prácticas peligrosas para su vida: algunas imágenes fomentan la autolesión, suelen aparecer con piel escasa que

³⁵² Bernard et al., 2012.

³⁵³ García (2022, febrero 25). *El 15% de los que acuden a la medicina estética tienen dismorfofobia, un trastorno psiquiátrico*. NIUS. https://www.niusdiario.es/sociedad/sanidad/15-ciento-personas-medicina-estetica-dismorfofobia-trastorno-mental_18_3288346353.html

³⁵⁴ Grabe et al., 2008.

recubre un montón de huesos salientes, cuerpos con costillas y clavículas salientes, figuras deformadas y arqueadas por la extrema delgadez:

(...) chicas haciendo alarde de sus cuerpos demacrados y angulares: *thigh gaps* inconcebibles, costillas forradas en piel, huesos que sobresalen y estómagos cóncavos³⁵⁵.

Estas personas dan consejos relativos a cómo hacer jornadas de deporte excesivas, como aguantar el hambre durante meses e incluso algunos mensajes se refieren a cómo engañar al personal que atiende a personas que se encuentran a tratamiento en clínicas por trastornos del comportamiento alimentario con el objeto de esconder la comida.

Esas imágenes deberían ser censuradas, pese a ello, se publican en diferentes lugares de internet, en diferentes plataformas. Aunque existen plataformas que automáticamente desaprueban dichas publicaciones, suele burlarse la censura publicando fotos “altamente sensibles” bajo otros contenidos que nada tienen que ver con las fotos. Cuando se dan consejos suelen englobarse bajo un título con errores ortográficos o gramaticales para no ser censurados³⁵⁶.

Los poderes legislativos deberían haber creado un órgano especializado que se encargase de fiscalizar todos los contenidos publicados en redes que difundan con imágenes, símbolos o contenidos escritos, en general, sobre la apología de la extrema delgadez. Esas publicaciones pueden ejercer un “impacto irracional” sobre las personas vulnerables a los trastornos del comportamiento alimentario y a otras patologías.

³⁵⁵ Segal (2014, septiembre 18). *Las fotos de Thinspiration de Laia Abril son difíciles de digerir*. Ediciones Vice. En: <https://www.vice.com/es/article/vdpxj9/laia-abril-on-photographing-eating-disorders-222>

³⁵⁶ Un artículo en prensa publicó como Facebook es la red social con el mayor número de insultos, ya que la distancia física permite expresar comentarios despectivos que pueden dañar la salud mental. Los comentarios negativos en Facebook van seguidos de los expresados en Twitter, Instagram y Youtube, reflejando lo fácil que resulta atacar a las personas en las redes sociales, pues los usuarios suelen dejar comentarios negativos a través de perfiles desconocidos (55%). Parece que el insultar tiene consecuencias, porque una de cada diez mujeres que reciben comentarios negativos desarrolla un trastorno alimenticio y dismorfia corporal. Este artículo recoge el hecho de que los hombres suelen hacer comentarios más negativos que las mujeres (16% frente al 9%) y cuando los reciben se ven menos afectados (al 54% les da igual, mientras que, el 25% de las mujeres hacen que se sientan nerviosas o inseguras). Steinbach (2022, noviembre 18). *Facebook, la red social con el mayor número de insultos*. <https://www.atlantico.net/articulo/sociedad/facebook-red-social-mayor-numero-insultos/20221117234050951910.html>

5.3. Emular la tiranía del culto al cuerpo a través de los pretendidos influencers del siglo XXI

En épocas pasadas, el estilismo se filtraba gradualmente desde el vértice de la pirámide, desde la élite hacia abajo, hacia las clases sociales menos pudientes. En la actualidad, los/las influencers cuentan con el apoyo de las marcas que anuncian y, de manera horizontal, el prototipo estético se difunde a toda la población, tanto para los que poseen riqueza como para los que no la poseen. Estos últimos terminarán reordenando sus prioridades vitales con el objeto de participar en esa vida de ensueño del cuerpo perfecto y de los looks sofisticados:

A la industrialización de los productos del aspecto físico sigue el auge de la cirugía estética y la llegada de internet y el uso de las redes sociales que nos devuelven imágenes de supuesta perfección. Redes que nos miran. Surge la profesión de influencer, centrada en la moda, en el rostro, en el cuerpo. Una pantalla universal proyecta cuerpos, rostros. Saben que estamos aquí. Clic. Belleza virtual, belleza inhumana, irreal³⁵⁷.

5.3.1. La belleza “fantasma” en redes sociales. Imágenes editables y publicidad ilícita

No todo es tan real como aparece en las redes sociales: bajo entornos mágicos e imágenes idílicas, las redes sociales atraen miles de seguidores. Esta era es la de la “supervisibilidad” bajo las redes sociales, tales como, Facebook, Twitter, LinkedIn o Instagram. En el mercado de trabajo, los perfiles online de los candidatos son cada vez más imprescindibles para las empresas³⁵⁸.

Ser humano significa también ser visual, poseer una presencia física y una imagen socialmente construida que no se puede dejar de lado. El individuo de hoy en día acaba siendo en exceso consciente de su apariencia o forma, ya que están constantemente reflejadas en los espejos digitales de los “social media”³⁵⁹.

Las redes sociales pueden proporcionar información sobre diversos temas en breves lapsos de tiempo. Esa información se comparte entre los internautas, se difunde y tiene una gran repercusión.

³⁵⁷ Rodríguez (2018).

³⁵⁸ Bernard et al., 2012, p. 183.

³⁵⁹ Bernard et al., 2012, p. 182.

Según el periódico *Wall Street Journal*, el 32% de los adolescentes ha afirmado que cuando se sienten mal con su propio cuerpo, Instagram los ha hecho sentir peor³⁶⁰.

Parece que una de las razones por las que el capital erótico es cada vez más importante en la sociedad actual sería debido al impacto que poseen las fotos digitales y las redes sociales, ya que produce la supervisibilidad de la persona³⁶¹. Frecuentemente, se puede observar en las redes sociales como se exhiben las vidas consumistas basadas en bienes de lujo.

La industria del aspecto físico suele centrarse en el mundo de la moda, en las tendencias, en el aspecto físico exterior de los individuos, en todas aquellas actividades que descansan sobre la apariencia o el aspecto físico:

Esta industria se apoya en un tipo de publicidad que canaliza las necesidades, expectativas y frustraciones de las consumidoras/es ofreciéndoles productos que permitan convertir sus sueños en realidad (...), esta publicidad está moldeando la identidad de las mujeres. Más concretamente, su identidad de género: su forma de ser, de concebirse a sí mismas, y de comportarse en función de aquellas expectativas que la sociedad les está demandando, sobre todo vinculadas a su apariencia física³⁶².

Las redes sociales han convertido a las personas en “muñecos de nieve”: blancos, perfectos y sin matices. Existe un clon estereotipado femenino, consistente en: “(...) dientes blancos, labios carnosos, ojos seductores, ojos impecables, cuerpos como máscaras embellecidas ajenos a los sentimientos”³⁶³.

En las redes sociales se juzga el cuerpo de las personas. Da igual el físico que posea la persona. Como refleja el documental, la mayoría anhelan “el aspecto físico fantasma”: “siempre hay algo demasiado

³⁶⁰ Pérez (2021, septiembre 15). Instagram es tóxico para la juventud según un informe del propio Facebook, quien hasta ahora decía lo contrario en público. Xataka. <https://www.xataka.com/aplicaciones/instagram-toxico-para-jovenes-adolescentes-informe-propia-facebook-quien-ahora-decia-contrario-publico#:~:text=Facebook%20sabe%20desde%202019%20del%20impacto%20negativo%20de%20Instagram%20en%20muchas%20chicas&text=Ya%20en%202019%20un%20primer,tasa%20de%20ansiedad%20y%20depreesi%C3%B3n%22>.

³⁶¹ Hakim (2019).

³⁶² Bernard et al. 2012, p. 172.

³⁶³ Rezny (2019, agosto 8). Ideales de belleza en redes sociales. DW documental. En: <https://www.youtube.com/watch?v=HfsMnKVfspY>

grande o demasiado pequeño, demasiado delgado o demasiado gordo, demasiado largo o demasiado corto, siempre hay algo “demasiado” (...) ³⁶⁴.

En algunos países para contrarrestar la información que contribuye a presionar aún más a los usuarios se han adoptado medidas, tales como, dejar de reflejar los *like* (“me gusta”) para tratar de aliviar dicha presión en los seguidores ³⁶⁵.

Como internautas, la necesidad de buscar constantemente la aprobación por parte de los demás lleva a algunas personas a realizar publicaciones para lograr el máximo número de *likes* posibles, publicitando su vida “idílica”. Algunos internautas publican imágenes corporales personales y para no sufrir críticas usan filtros tapando las imperfecciones. Los filtros cuidan que la piel se muestre lozana, tersa y sedosa, en la que deben desaparecer todo tipo de capilaridades, cicatrices, arrugas, estrías o celulitis. Los filtros contribuyen, únicamente, a la creación de una cara prototípica: un rostro casi *cyborgiano*, con ojos rasgados, labios tremendamente voluminosos, pómulos sobresalientes y nariz y barbilla pequeña. Esto contribuye a que muchos se lancen a cirugías estéticas “imposibles” para parecerse a los modelos que pretenden emular, homogeneizando el rostro.

Así, no es infrecuente el fenómeno de la “dismorfia de Snapchat”: hace referencia a las máscaras faciales que embellecen el rostro en tiempo real, que permite verse con un cutis cuidado, joven y ojos embellecidos, transformando la fisonomía del usuario, incluso, generando rostros demasiado teatralizados ³⁶⁶.

La facilidad virtual para crear el rostro deseado impulsa a los que acuden las clínicas de cirugía estética a solicitar que les reconstruyan ese rostro imaginario siguiendo la imagen de las máscaras faciales embellecidas que crean digitalmente. La imagen digital editable que genera una irrealidad inalcanzable lleva, en ocasiones, a que la persona en su vida real desee cambiar el cuerpo tal y como lo hace a través de la cirugía virtual del Photoshop, generando culpabilización y autoodio cuando no se consigue en la realidad. Todo esto lleva a una percepción negativa de la propia apariencia física debido a la influencia de una posible distorsión. La consecuencia inmediata es la inseguridad de la persona física al ver alterada su imagen, ya que por la luz o por otros factores intervinientes se percibe con los rasgos deformados, como más redondos o con aumento del tamaño o longitud de la nariz. El resultado

³⁶⁴ Rezny (2019, agosto 8).

³⁶⁵ Australia, Nueva Zelanda, Canadá, Japón, Italia, Irlanda, entre otros.

³⁶⁶ También se le ha denominado como Dismorfia de Zoom.

de esta dismorfia es la insatisfacción corporal y la necesidad de corregir las imperfecciones, pudiendo derivar hacia otros trastornos.

Hasta tal punto han llegado los retoques en internet que han circulado imágenes referidas a un modelo que, en realidad, no era tal modelo, sino que se trataba de un hombre mayor que iba montado en bicicleta.

En el documental de Rezny, una modelo entrevistada se quejaba, porque a pesar de estar extremadamente delgada, las agencias seguían presionando para que se mantuviese así³⁶⁷. A la modelo le producía indignación sus fotos montadas para la publicidad: afirmaba no reconocerse a sí misma. Se refiere a que en la publicidad nada es real debido al maquillaje, a la escenificación, a la edición virtual, a la teatralidad del rostro.

Aunque la modelo cuente con las medidas perfectas y otros requerimientos, la mayoría de las publicaciones son retocadas digitalmente, porque se venden mejor. Esta modelo hace referencia a la responsabilidad que poseen los medios de comunicación de la necesidad de avisar que esas fotos están retocadas por el impacto tan peligroso que podrían tener sobre la salud y bienestar de los individuos. Sin embargo, como señala Helmut Leder (partícipe en el documental y experto en estética), aunque exista normativa que obligue a la advertencia de publicaciones retocadas: “la imagen es siempre más fuerte que la explicación escrita”, dado que la imagen queda automáticamente grabada en el subconsciente y será más difícil de modificar.

Desde el 1 de enero de 2021 están en vigor dos nuevos códigos de conducta, aprobados en 2020 y que se aplican por “Autocontrol”, que es un organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España, que se constituye como una asociación sin ánimo de lucro. Está integrado por anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales. Su finalidad es la de velar por una publicidad responsable.

El código sobre uso de los/las influencers en la publicidad ha sido elaborado en colaboración con la Asociación de anunciantes y autocontrol (en lo sucesivo, AEA). Está firmado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y por el Ministerio de Consumo. Su objetivo se refiere a que los contenidos digitales que se publiciten por los influencers y que tengan naturaleza comercial publicitaria deben identificarse como tal. Hoy en día, gran parte de las publicaciones de los/las influencers sigue sin etiquetarse como publicidad comercial, pues deben rotular cada una de sus intervenciones publicitarias, debiendo añadir en la cabecera de la foto “colaboración pagada”. Son pocas

³⁶⁷ Rezny (2019, agosto 8). Ideales de belleza en redes sociales. DW documental. En: <https://www.youtube.com/watch?v=HfsMnKVfspY>

las celebridades que siguen el código de una publicidad responsable. Así, es muy difícil deslindar lo que es un mero consejo personal de lo que es una promoción pagada. Este tipo de medidas son necesarias para luchar contra la publicidad engañosa que genera ideales de belleza irreales.

A diferencia de lo que sucede en España, otros países se han adelantado a la adopción de medidas para que las imágenes comerciales retocadas sean plenamente identificadas como tales y que no generen representaciones irreales de la apariencia física.

En Francia, desde 2017, las fotos comerciales deben incluir la leyenda de “fotografía retocada”. Para el caso de que la entidad anunciante deje de cumplir tal obligación, se prevén multas de hasta el 30% de presupuesto del anuncio. Israel, desde 2013, obliga a etiquetar las fotos alteradas de las modelos. Reino Unido, desde 2019, posee un código de conducta creado por el organismo de control (*Advertising Standards Authority*, ASA) para influencers. Desde febrero de 2021, desarrolló una campaña con importante repercusión, denominada “*Filterdrop*” o “fuera filtros”.

Australia, desde el año 2020, posee un código de conducta publicitario que es voluntario. Noruega es otro país que se acaba de sumar a la lucha frente a la apariencia irreal. El parlamento noruego (*Storting*) aprobó en 2021 una enmienda a la Ley de Marketing de 2009 que exige que las imágenes con fines publicitarios que estén retocadas lleven una etiqueta diseñada por el gobierno. El incumplimiento de tal obligación derivaría en importantes sanciones que van desde multas a prisión. Esa obligación se refiere tanto a la publicidad consistente en anuncios en revistas, periódicos, como vallas publicitarias y redes sociales. Sin embargo, esta ley, aunque sanciona que no se avise sobre las imágenes que están retocadas, nada dice sobre la saturación de las imágenes ni del control de la luz, lo que también puede implicar un resultado engañoso, dado que la modificación de la luz puede aclarar el color de la piel y hacerla más joven³⁶⁸. La ley noruega usa la palabra “*kroppspress*” para referirse al problema de la presión social, tratando de reducir la presión corporal que soportan muchos jóvenes al tratar de emular los cuerpos idealizados en redes sociales.

Otro código es el que se refiere al tratamiento de datos en la actividad publicitaria, aprobado por la Agencia Española de protección (AEPD) con el objeto de ayudar a la industria publicitaria a cumplir las normas en la publicidad digital.

La Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, dedica su capítulo II al ámbito de la publicidad y de los medios de comunicación. En su artículo 10 regula la publicidad ilícita:

³⁶⁸ Decreto Legislativo 146. 461 L (2020-2021) Jf. Prop. 134 L (2020-2021).

De acuerdo con lo establecido en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, se considerará ilícita la publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio”. También señala que, “es ilícita toda la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la constitución española, especialmente a los que se refieren sus artículos 14,18, y 20, apartado 4”. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

Asimismo, se entenderá incluida en la previsión anterior cualquier forma de publicidad que coadyuve a generar violencia o discriminación en cualquiera de sus manifestaciones sobre las personas menores de edad, o fomite estereotipos de carácter sexista, racista, estético o de carácter homofóbico o transfóbico o por razones de discapacidad (...) La publicidad subliminal (...), la publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva (...)³⁶⁹.

En consonancia con lo anterior, la Ley General de Comunicación Audiovisual considera como infracción muy grave el emitir comunicaciones comerciales que vulneren la dignidad humana o que también utilicen la imagen de la mujer con carácter vejatorio³⁷⁰.

5.3.2. El fenómeno de las influencers

El mundo de las redes sociales se encuentra íntimamente relacionado con el fenómeno de los/las influencers, verdaderas vallas publicitarias andantes. Estos serían los verdaderos nuevos soportes de la

³⁶⁹ Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de publicidad, artículo 3.

³⁷⁰ Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, artículo 57.

industria de la moda y del aspecto físico. Puede decirse que cuentan con mayor difusión que las figuras cinematográficas y televisivas.

Su propia denominación hace referencia a la influencia de tendencias, dado que se configuran como verdaderos expertos en una temática. De manera espontánea y natural ponen su cara para representar a diversas marcas, productos y servicios en el mercado sin que se note que verdaderamente están desarrollando un trabajo de marketing relacionado con las ventas y con la difusión de una marca, obteniendo a cambio ventajas económicas y/o sociales³⁷¹. Precisamente, su proximidad al público joven puede ser el desencadenante de muchos de los problemas de los/las adolescentes al no distinguir entre la vida privada y pública de la celebridad, ya que suele tratarse de publicidad que invita al puro consumismo. El gran problema es que muchos jóvenes confunden la figura a la que siguen con la amistad y los influencers no son amigos, sino que solo desean captar el mayor número de seguidores para promocionar al producto al que representan. No es fácil deslindar esa relación debido a la proximidad con la que efectúan las publicaciones. Suelen aparecer como cercanos a sus seguidores encubriendo espúreos fines amistosos.

El mundo de los influencers poseería una cara oculta: los influencers desempeñan un papel fundamental en el capital económico y social debido a las influencias que ejercen sobre la población. Además de ejercer influencias basadas en el consumo, realizan influencias ideológicas. Todo esto lo hacen desde la cercanía, desde la proximidad a su público joven³⁷². Al mismo tiempo que publican escenas de su vida íntima están fomentando el consumo de determinados productos. Estas figuras no venden bienestar a la sociedad, sino que solo “alimentan” a las marcas y a su propio beneficio económico.

Se ha aludido muchas veces a la odisea “*Tamagochi*”: se refiere a la práctica de los influencers que para sobrevivir en redes, se nutren de los gustos de sus seguidores³⁷³. La figura de influencer no se puede desvincular de los objetivos publicitarios, porque promueve estilos de vida profundamente consumistas.

³⁷¹ Por ejemplo, pases para galas, participar en otros programas de televisión, relacionarse con otras estrellas, regalos de ropa costosa, etcétera.

³⁷² Nyomen y Wolfgang (2022).

³⁷³ Nyomen y Wolfgang (2022), bautizan así a este fenómeno. Se utiliza la metáfora del “*Tamagochi*”, como muñeco que debía ser alimentado virtualmente, vestido y atendido por sus cuidadores para no morir, y, esto sería lo mismo que hacen los influencers: sobrevivir a costa de sus seguidores. A menudo, preguntan entre sus seguidores, cuáles son las tendencias mejores en la moda, qué tablas de ejercicio son las más adecuadas, qué alimentos deben consumirse y cuáles no, etcétera. A través de esa participación, sus seguidores contribuyen a que los influencers sigan sobreviviendo a través de las redes.

Los influencers pueden estar proyectando tendencias peligrosas para los grupos más vulnerables de la población³⁷⁴. En prensa se ha recogido un hecho sorprendente: como la ganadora de un certamen de belleza, es muy parecida físicamente o casi igual a las otras dos damas finalistas del concurso. El propio concurso ha estado propiciando la similitud física de las personas, alineándolas en un mismo patrón estético, maquillándolas de la misma manera, usando peinados similares y vistiéndolas de manera uniforme, es decir, igualando el físico de todas las participantes³⁷⁵.

Suele pensarse que la figura de influencer es ejercida solo por mujeres. Este pensamiento es erróneo, porque muchos influencers son hombres y su imagen puede generar gran influencia en diferentes grupos de población con diversas motivaciones e intereses. Algunos de ellos poseen más de cuatrocientos mil seguidores. Este tipo de influencer constituye un verdadero negocio para las compañías. A través de estas figuras obtienen grandes beneficios económicos, captando mayor clientela para el negocio.

Los influencers pueden vivir, exclusivamente, de este trabajo o compaginarlo con otros, pero sea como fuere no pueden permitirse ni un fallo en su aspecto. De ahí, la importancia de retocar las fotos. Los spots protagonizados por influencers deben ser elaborados con una imagen cuidada para que puedan ser vendidos. Si las figuras poseen imperfecciones no son vendidos y las empresas no los contratan.

Se ha hablado del entorno “*aesthetic*”, que hace referencia a los entornos cuidados, estéticos, que producen placer a la vista. También marca un estilismo en la ropa y en la apariencia³⁷⁶. Aunque ese entorno es totalmente artificioso, creado para la marca a través del marketing y de la publicidad, el público tiene la sensación de que la captación de imágenes es espontánea y si esto no es ilícito, al menos, sería inmoral. Los seguidores suelen apreciar que esa imagen mostrada por los/las influencers es casual a pesar de que aspectos como la luz, la pose o su atuendo están muy pensados y cuidados.

Algunos/as influencers (representan la excepción) llegan a ser verdaderos expertos en determinados temas, siguen preparándose e indagando en determinados sectores. Con cierta preparación específica

³⁷⁴ Del Río (2022, enero 26). En: <https://www.lavanguardia.com/gente/20220126/8013321/acertada-reflexion-toni-acosta-retoques-esticos-rinoplastia-influencers-mmn.html>. La actriz Toni Costa se quejaba de las “caras uniformadas” que se venden por internet. Señalaba que hay que dejarle de dar protagonismo al mundo influencer en los medios de comunicación, porque, a menudo, lanzan a las personas a unas oleadas de operaciones innecesarias: “(...) por favor, influencers, dejad de operaros la nariz (...), antes teníais todas, la misma ropa, ahora tendréis también la misma cara ¡Que vivan las caras con personalidad!”. La presión social sobre el aspecto físico en las redes sociales llega a ser de tal intensidad que los tratamientos estéticos están al orden del día, fomentando la alienación de la imagen.

³⁷⁵ Rius (2022, julio 3). Cánones de belleza: todas las caras iguales. <https://www.lavanguardia.com/vida/20220703/8377070/canones-belleza-todas-caras-iguales.html>

³⁷⁶ Panicello y Gómez (2021, septiembre 18). El estilismo “*aesthetic*” se refiere a la utilización de camisas y sudaderas oversized, a pantalones muy anchos y accesorios estrella. <https://www.cosmopolitan.com/es/consejos-planes/familia-amigos/a34219112/aesthetic-que-es/>

llegan a desarrollar una gran influencia de manera similar a los líderes de opinión, *pundits* o expertos de opinión (*movers and shakers*)³⁷⁷. Algunos difunden determinados estilismos o estéticas peculiares:

Por ejemplo, la tendencia de las “*coconut girls*”³⁷⁸, la tendencia “*light academia*”³⁷⁹, la tendencia “*dark academia*”³⁸⁰, la tendencia “*preppy*”, que se refiere a “un look a medio camino entre chica buena, colegiala y retro”³⁸¹, la tendencia “*YSL girl*”³⁸², o, la última tendencia estética que se ha puesto de manifiesto en redes sociales es ser una “*milipili*”³⁸³.

Como se observa, se difunden múltiples tendencias a seguir en la apariencia que no dejan de responder a tendencias consumistas. En general, las/los influencers responden a estrategias de marketing

³⁷⁷ Con esta última expresión suele hacerse referencia a personas influyentes que generan gran credibilidad, que mueven los hilos, en este caso, con referencia al *outfit*, es decir, a la forma global de apariencia del individuo (prendas, peinado, maquillaje, accesorios, etcétera....).

³⁷⁸ Son aquellas jóvenes que, a través de redes sociales, fomentan un estilo marinero, tal como: collares con conchas, tatuajes con delfines, faldas de toalla, pasadores del pelo con estrellas de mar, etcétera.

³⁷⁹ Gómez (2021, marzo 12). *Qué es la tendencia “light academia” y cómo puedes incorporarla en tus looks*. Cosmopolitan. En: <https://www.cosmopolitan.com/es/moda/tendencias-moda/a35728050/light-academia-tendencia-aesthetic-romantica/>. Se refiere al uso de los looks románticos basados en la serie “*Bridgerton*”: uso de colores como el salmón, rosa, utilización de collares de perlas, adornos románticos en el pelo como flores, chalecos de punto y, en general, vestidos vintage

³⁸⁰ Rodríguez (2020, octubre 13). *Nostalgia por las clases y el eterno encanto de un internado inglés: así es la tendencia estética que marcará el otoño*. El País. En: <https://smoda.elpais.com/moda/dark-academia-tendencia-estetica-otono-2020-tiktok/>. Esta tendencia sido viralizada en redes, se refiere al uso de ropa vintage, que puede ser comprada de segunda mano. Aunque no solo se refiere a ropa o al estilismo de la persona, sino que se trata de una “subcultura”: ropa gótica, uso de objetos como tocadiscos de vinilos, interés por la caligrafía usando plumas con tintero, volver a la utilización de cámaras de carrete, el uso de libros clásicos de papel, entre otros.

³⁸¹ Gómez (2021, enero 12). *El estilo “preppy”, la tendencia que vas a llevar de invierno a primavera*. Cosmopolitan. En: <https://www.cosmopolitan.com/es/moda/tendencias-moda/g35116966/tendencia-primavera-estilo-preppy/>

³⁸² Gómez (2022, marzo 13). *Qué es la YSL girl: la estética más elegante que triunfa en TikTok*. Cosmopolitan. En: <https://www.cosmopolitan.com/es/moda/tendencias-moda/a39294216/tendencia-tiktok-ysl-girl/>. Que hace referencia a vestir un estilo Yves Saint Laurent, es decir, para gente muy elegante y sofisticada. Utiliza un chic parisino, hay una tendencia a usar ropa negra, tacones de leopardo, labios rojos, uso de joyería dorada y gafas de sol oscuras

³⁸³ De Miguel (2022, marzo 25). *Estilo “milipili”: qué significa la tendencia viral que no dejas de ver en TikTok*. Cosmopolitan. En: <https://www.cosmopolitan.com/es/moda/tendencias-moda/a39535217/estilo-milipili-que-es/>. Proviene de unir los nombres más populares de los años noventa, de “Milagros” y de “Pilar” y proviene de Argentina, pero los efectos de la globalización y de las redes sociales lo han instaurado también en España. Inicialmente, se utilizó para aludir despectivamente a las jóvenes de clase alta. Hoy, alude a chicas con un cuerpo extremadamente delgado que usan pantalones y faldas de tiro bajo, botas militares y reducidos “*tops*”, para dejar al aire el vientre esquelético. Se completa con un maquillaje elaborado, lleno de fantasía.

y estos no se mueven gratuitamente en el mercado, casi siempre, existe alguna razón de peso orientada a obtener ventajas económicas.

Para tratar de delimitar la figura de los/las influencers, se citan algunas características que pueden ayudar a su conceptualización:

- Son las “caras” de las marcas, de productos y de servicios.
- Lo habitual es que la figura no se construya con su nombre propio, sino que necesita el vínculo de su carrera profesional al éxito de una figura ya consolidada en el panorama público. Si bien, existen excepciones, en las que los sujetos anteriormente ya eran famosos o provienen de determinados sectores profesionales en los que pudieron tener gran relevancia.
- Poseen cierta empatía con el público.
- Generan credibilidad, confianza, porque poseen conocimiento basado en la experiencia directa respecto a los productos que publicitan.
- Son figuras no demasiado accesibles que suelen relacionarse con personas del mismo medio.
- Están bajo la influencia de las marcas que publicitan y de las agencias que los contratan.
- La principal característica a tener en cuenta es que “no dan consejos altruistas”. Esto conviene tenerlo presente. Están realizando un trabajo en virtud del cual obtienen importantes beneficios económicos a cambio de expansionar y difundir la marca, de captar clientes para los servicios o la adquisición de los productos publicitados.
- En consonancia con la anterior característica, su finalidad no es “educar” o “informar” para crear un mundo mejor (salvo excepciones), sino captar clientela a través de su imagen obteniendo alguna clase de beneficio (económico o social).
- Tienen conocimiento de la información que les suministra las agencias que los contratan y cómo responde el público a las informaciones que difunden en medios, por lo tanto, conocen perfectamente los efectos que producen sobre las audiencias.
- Suelen captar a los espectadores con looks sofisticados e imágenes atractivas y cuidadas.
- Ser influencer se extiende tanto al género masculino como femenino.
- Marcan tendencia y generan mucha repercusión mediática.
- Son emulados por sus seguidores, por tanto, con sus intervenciones pueden generar cambios en los hábitos de las personas.
- Existe gran probabilidad de que muchos de sus seguidores se conviertan en clientes de las marcas que anuncian.

Si se investiga las redes sociales, en el perfil de algunas/os influencers se puede observar como la mayoría reciben el apoyo de sus seguidores con comentarios positivos, con los “likes” y también con la

utilización de iconos como aplausos, corazones, muñecos que sonríen, etcétera. Sin embargo, también reciben críticas públicas e insultos gravosos. Las agencias que los representan les dicen como resolver todos estos problemas en redes y también cuándo y cómo deben responder con el objeto de no arruinar a las marcas que representan. Esto indica el tipo de relación que los/las influencers poseen con su público, siempre mediado por lo que quieren los que los contratan. No se trata de una relación espontánea, natural o sincera, ya que, en ocasiones, no responden a sus seguidores como personalmente les gustaría hacerlo. Las agencias contratantes suelen elaborar para los influencers un *briefing* o documento resumido, claro y concreto en el que detallan cómo se deben solventar los problemas en las redes sociales, transmitiendo lo que la marca desea transmitir.

Una estrategia de marketing que utilizarán las marcas es que las figuras contratadas como influencers, posean autonomía personal con el objeto de emanar naturalidad y lograr acercarse al público. Esto impedirá, en cierto modo, que el público se percate de que el mensaje no procede de las figuras a las que siguen sino de la marca que los contrata. Estas “vallas publicitarias humanas” poseen absoluta libertad para publicitar cualquier producto, dado que no existe en la actualidad ningún organismo que esté encargado del control de lo que publicitan. En la actualidad, la única sujeción de la actividad de los/las influencers es un código de conducta no vinculante de 2020³⁸⁴.

No obstante, en la nueva ley audiovisual, pendiente de publicarse este año prevé incluir como sanción la actividad de los influencers encubierta, que usen estrategias subliminales o publicidad engañosa. Según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) se consideran como prestadores de servicio de comunicación audiovisual, quedando sometidos al régimen de los medios tradicionales de comunicación como la televisión y sujetos a las mismas sanciones en caso de incumplimiento.

Un experto en el mundo de las influencers se refiere a “la burbuja de falsas influencias”:

Se nos está olvidando que un *influencer* debe influir, lo que hay ahora es una avalancha de personas que simplemente tienen unas medidas atractivas y generan seguidores. Pero eso no ejerce influencia. La influencia es la

³⁸⁴ Protocolo de fomento de la autorregulación en medios digitales de la Asociación Española de Anunciantes (AEA) y Autocontrol con el Ministerio de Consumo. La finalidad de este protocolo era que la actividad de las influencers o Bloggers con fines publicitarios se identifiquen perfectamente por su naturaleza publicitaria.

capacidad de que otros tomen decisiones en base a tus decisiones. Tú no eres influyente, tú estás bueno y punto³⁸⁵.

Las marcas que contratan a estas figuras para influir sobre las decisiones de compra y estética de otras personas se fijan en el número de seguidores que poseen en redes (*followers*), pero este dato puede estar trucado para aparecer como muy influyente. En estos casos se ha hecho referencia al fenómeno de “seudoinfluencers”, de pretendidos influencers que en realidad no tienen influencia sobre nadie, porque no tienen un perfil espontáneo influyente para tratar de obtener rendimientos económicos.

Algunos/as influencers están delinquiendo, cometiendo un fraude al ofrecer marcas internacionales etiquetadas, pero sin decir que se trata de colaboraciones pagadas, confundiendo al público. Esto se observó al analizar las intervenciones en redes sociales de algunos/as influencers, recogiendo los datos con un registro creado para ello. (Véase Anexo II).

Nos parece pertinente que para que se cumpla la normativa de la Unión Europea de la publicidad indirecta sin aviso previo, deba crearse el correspondiente organismo a nivel estatal que fiscalice estas situaciones por el impacto que puede poseer sobre el público más vulnerable, como son los adolescentes. En nuestros días, puede que el público se sienta estafado y aburrido de los pretendidos influencers del siglo XXI:

Si al exceso de publicidad y de presuntos *influencers* se le suman las colaboraciones de mentira, es decir, personas que «presumen de supuestas colaboraciones que no lo son sólo para que otras marcas les contraten» el resultado es un público cansado y que se siente estafado (...) El perfil va a evolucionar pero porque el consumidor también lo va a hacer (...) Instagram (...) ha dejado de ser una red social para convertirse en una *shopping place* con bolsita de la compra incluida (...) han conseguido que el 67% de los 21 millones de usuarios españoles que hay en Instagram pasen más tiempo en la lupita viendo vidas ajenas que en línea viendo a sus amigos (...)³⁸⁶.

³⁸⁵ Lozano (2021, febrero 6) *¿Cuánto tiempo le queda al fenómeno influencer?* El independiente. <https://www.elindependiente.com/series-y-television/2021/02/06/cuanto-tiempo-le-queda-al-fenomeno-influencer/>

³⁸⁶ Lozano (2021, febrero 6) *¿Cuánto tiempo le queda al fenómeno influencer?* El independiente. <https://www.elindependiente.com/series-y-television/2021/02/06/cuanto-tiempo-le-queda-al-fenomeno-influencer/>

5.3.3. Un análisis sobre la estética de los /las influencers en redes sociales

El propósito de la investigación que hemos llevado a cabo ha sido ilustrar los posibles problemas de salud física y mental que se pueden derivarse de la promoción por parte de los/las influencers de un determinado ideal estético, fundamentado en el modelo estético de “las tres gracias” (la juventud, la delgadez y la perfección) en mujeres y de un cuerpo atlético, musculado y con volumen como referente para la población masculina. Por esta razón, hemos llevado a cabo un análisis para averiguar si los pretendidos influencers del siglo XXI podrían estar contribuyendo a que se desarrollen ciertas patologías relacionadas con la imagen corporal.

Un resumen del proceso llevado a cabo en la investigación o su metodología se recoge y puede consultarse en el Anexo IV. Aquí nos limitamos a recoger los objetivos planteados, los principales resultados y conclusiones obtenidas.

Los objetivos planteados trataron de responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Los influencers de mayor difusión utilizan en sus redes sociales imágenes corporales personales?
2. ¿En qué proporción la apariencia de las influencers femeninas seleccionadas se corresponden con el modelo estético de “las tres gracias” (juventud, delgadez, perfección)?
3. ¿En qué proporción la apariencia de los influencers masculinos seleccionados se corresponden con el modelo estético “griego-fitness”, es decir, mesomorfo (atlético-músculos marcados-complejión voluminosa), o “tableta de chocolate”, con piernas y brazos bien formados y definidos?

Los resultados recogen los siguientes datos:

Las influencers femeninas analizadas poseen distintas nacionalidades, tales como, China, Mónaco, Estados Unidos, Reino Unido, Suiza, Italia, Brasil y España. El promedio de edad se encuentra en 28,7 años. En las plataformas suelen definirse a sí mismas de diferentes formas: modelo selecta, artista, científico, personaje público, entretenimiento o con el registro del nombre de las marcas que representan en su perfil o, bien, no se definen. Un dato curioso es que se trata de influencers con abundantes seguidores y que mueven marcas internacionales importantes, pero ninguna de ellas en su perfil se define como influencer, aunque algunas se dedican a ese trabajo en exclusiva. Da la sensación de que evitan usar esa palabra, porque puede conllevar connotaciones negativas.

La mitad de las influencer femeninas analizadas poseen más de 300.000 seguidores, lo que quiere decir que poseen gran visibilidad para las empresas, generándoles importantes beneficios económicos.

El 40% no utiliza foto de perfil y dentro del 60 %, que sí usan foto de perfil, un 30% usan el primer plano (plano del rostro) y el otro 30%, el plano entero.

Respecto a los contenidos tratados, el 100% de las mujeres influencers dedican los contenidos a la moda, aunque, algunas de ellas también tratan otros temas relativos a el aspecto físico y a la música. Sin embargo, de las diez influencers analizadas en las últimas cuatro publicaciones más recientes realizadas solo una influencer advierte de que se trata de un contenido pagado, a pesar, de que muchas etiquetan las marcas de la ropa a la que representan, pero no avisan de que se tratan de colaboraciones pagadas.

Relativo a la estimación corporal, el 70% de las influencers femeninas analizadas poseen una constitución delgada. El 20% posee un cuerpo normal con curvas. Solo una influencer, que además es modelo, posee el criterio definitorio de “flaca”, que alude a un cuerpo en el que se observan las marcas de los huesos, estimando que puede estar en un IMC de 17.

Otras estimaciones analizadas se refieren al tipo de imagen que proyectan, normalmente, muy cuidado, casi rondando la perfección, lo que puede ser significativo de que probablemente utilicen filtros para corregir las imperfecciones corporales. Un 80% de los influencers analizados no dejan ver ningún tipo de imperfección y que sus imágenes son sumamente cuidadas. Solo una influencer se muestra con imperfecciones, espontánea y con una imagen natural. Un 90% ofrece un aspecto físico sin arrugas ni marcas de expresión, una imagen de juventud eterna, casi añorada. Solo en el caso de una influencer, la imagen que proyecta se corresponde realmente con la edad que tiene.

Respecto a la figura corporal femenina, el 90% posee una forma corporal rectangular. Solo una influencer posee una estructura corporal ovalada y otra influencer, la forma de reloj de arena.

El color de la piel femenina, en el 40% responde a una imagen rosada/pálida, el otro 40% clara y un 20% a una piel morena-clara. Por lo tanto, la piel morena-oscura o negra está ausente.

En cuanto a los influencers masculinos los datos recogidos serían los siguientes:

Se definen en su perfil como artistas, modelos, actores, personajes públicos o no se definen. Ocurre lo mismo que con las influencers femeninas, que ninguno se define en su perfil como influencer. Ostentan distintas nacionalidades: España, Estados Unidos, Argentina, Alemania, Francia, Reino Unido, Turquía, Corea y Portugal. La edad promedio de los mismos, se encuentra en 35,9, que es superior al promedio de edad recogido para las mujeres.

El 70% posee más de 300.000 seguidores, así que, puede imaginarse la cantidad de dinero que se mueve con la publicidad. El 80% posee fotografía personal de perfil y de ese 80%, un 40% utiliza una fotografía de perfil de primer plano (de rostro), el 20% de plano medio, es decir, de cintura hacia arriba, y el otro 20%, usa el plano entero.

El contenido que difunden es variado. A diferencia de lo que ocurre con las influencers femeninas, en que la temática está centrada, exclusivamente, en la moda, en el caso de los influencers masculinos, se tratan diversos temas: algunos de ellos publicitan su música, respecto a los deportistas, suelen publicitar el deporte, sobre todo el fútbol. Suelen hacer ostentación de artículos de lujo y de belleza, tales como, fragancias o relojes de marca. Los que realizan frecuentes intervenciones en la televisión y en el cine suelen exhibir y hacer propaganda de sus cuerpos y de sus intervenciones en la televisión. Suelen poseer contenidos enfocados a la moda, pero de ellos solo dos avisan de que se tratan de colaboraciones pagadas.

En lo que se refiere a su figura corporal, predomina la rectangular, también como ocurre con las mujeres, representando a la figura delgada (en un 60%). El otro 40% posee una figura triangular invertida. Ninguno de los influencers analizados posee un cuerpo endomorfo. El 60% posee un cuerpo ectomorfo y el 30% un cuerpo mesomorfo. Un deportista, posee una figura “*Dad Bob*”, que hace referencia a un cuerpo saludable, ejercitado, sin embargo, menos definido.

Finalmente, el color de la piel que predomina respecto a los varones analizados es clara (40%)., aunque, hay diversidad: rosada pálida (10%), clara-Morena (10%), morena-clara (30%).

Conectando estos resultados con los objetivos planteados, observamos la importancia que pueden tener estas figuras por la gran repercusión que ejercen sobre el público a la hora de tratar de difundir un modelo estético que aparece encubierto bajo “mensajes cercanos engañosos”, dado que no están vacíos de contenido consumista o mercantilista:

Las influencers que poseen mayor difusión utilizan en sus redes sociales imágenes corporales personales que rondan la perfección, con imágenes excesivamente cuidadas que probablemente aluden a la utilización de filtros y de retoque virtual. Esta perspectiva puede ayudar a difundir un modelo estético perfecto inalcanzable para la mayoría con influencia en su autoestima. Puede generarles tristeza, porque su cuerpo real está muy lejos de ese perfil estético perfecto, dado que asumen inconscientemente el mensaje de la imagen perfecta y no tienen en cuenta que esas imágenes que suben a las plataformas pueden estar retocadas. El lujo y la moda exhibida son engañosos: la mayoría no advierte de que se trata de colaboraciones pagadas. En cierto modo, puede inducir a error a los seguidores, teniendo un impacto peligroso en el bienestar mental y físico.

El 80% de las influencers femeninas analizadas se corresponden con el modelo estético de las “tres Gracias”, es decir, poseen juventud, una imagen corporal muy cuidada, tonificada, con cuerpos hidratados, delgados, perfectos, y en algunos casos, aniñados.

Respecto a la apariencia proyectada por los influencers masculinos, los resultados no corroboran que el prototipo predominante sea el mesomorfo. Más bien, el prototipo masculino encaja en el ectomorfo,

es decir, se trataría de cuerpos masculinos estilizados, con cintura fina, piernas y brazos largos, pero no tienen gran volumen ni aumento de masa muscular. Suelen poseer un pecho pequeño y hombros estrechos. En general, no poseen exceso de masa muscular. Suelen ser cuerpos delgados, muy afines al deporte,

Del análisis de esos resultados se extraen las siguientes conclusiones, en consonancia con otros estudios anteriores³⁸⁷:

- Que se continúa transmitiendo para la mujer, un modelo estético de la delgadez, muy alejado de la realidad teniendo en cuenta la morfología corporal de las mujeres de distintas nacionalidades.
- La difusión de un prototipo estético inalcanzable para la mayoría de la población determina el desarrollo de insatisfacción corporal y de abundante psicopatología como los trastornos del comportamiento alimentario.
- Los resultados obtenidos permiten hacer comparaciones por géneros y observar que la temática primordial sobre la que ejercen influencia las mujeres se centra, exclusivamente, en la moda. Sin embargo, en el caso de los hombres, se muestra mayor diversidad temática.

El resultado es que a través de las plataformas y de redes sociales, no deja de transmitirse el mensaje de que el atractivo físico moldea la identidad y se vincula a una vida exitosa. Ese tipo de publicidad convierte a las personas en esclavos del aspecto físico, a estar permanentemente en guardia, vigilando el cuerpo, fomentando el modelo imposible de “las tres Gracias” y llevando al desarrollo de abundante psicopatología.

Se ha empleado metodología de experto único. Esta tiene validez interna, sin embargo, la validez externa es limitada y los resultados obtenidos son difíciles de generalizar.

Los aspectos analizados podrían ser de interés para posibles líneas de investigación futura, así como la necesidad de ampliar a mayor número los/las influencers analizados. Nuestra investigación podría dar pie al diseño de otras propuestas de investigaciones cualitativas para identificar en qué elementos del aspecto han de hacerse más hincapié para contrarrestar la presión social y publicitaria que afectan a la salud física y mental de la población, así como, reflexionar sobre el fenómeno del aspectismo proponiendo mejoras y sugiriendo otras perspectivas alternativas a tomar en consideración.

³⁸⁷ Pérez-Lugo y Baile (2016).

5.4. La estética globalizadora y su influencia en la apariencia

Se ha evidenciado como “internet ha sido una de las principales manifestaciones del actual proceso globalizador”³⁸⁸. La sociedad actual es una sociedad multicultural, debido a la diversidad de culturas que impulsan múltiples transformaciones y a los mercados de trabajo. Nuestra sociedad está “interconectada”, es una sociedad del conocimiento o sociedad de la información, de tal manera que un fenómeno local, por ejemplo, en Londres, se expansionaría al resto del planeta en cuestión de minutos. Si en tiempos antiguos, las enfermedades se difundían a través de la construcción de vías urbanas, a través de las que se transportaban personas y mercancías a distintos lugares del mundo, la importancia de las infraestructuras de comunicación antiguas se ven muy superadas en nuestra era por las nuevas tecnologías, transportes y redes sociales, comunicando a operadores muy distantes en el acto. Esto explicaría la facilidad con la que se difunde la información en nuestros días y la existencia una estética universal, interviniendo la difusión masiva de información en breves lapsos de tiempo a través del fenómeno de la globalización.

La globalización se refiere a “la creciente aceleración y profundización del impacto que tienen los flujos y patrones transcontinentales de interacción social”³⁸⁹. Esta interdependencia entre las diferentes regiones del mundo es irregular, por lo que no se puede considerar como un fenómeno universal que se experimente de manera homogénea, ya que influyen una confluencia de factores (culturales, políticos, sociales, económicos, tecnológicos).

Si durante el análisis histórico de la apariencia, se había observado como las tendencias de moda se difundían en sentido vertical (de las clases pudientes, de los gobernantes, estatus más elevados al resto de la población), es decir, el pueblo intentaba imitar (dentro de sus posibilidades) la apariencia de las personas de estatus más elevado, cuando la moda se difunde y se hace accesible a la mayoría de la población, esta difusión se realiza a todo el mundo de manera horizontal. El primer fenómeno, hace referencia a la tendencia “*trickle-down effect*” o mecanismo que permite la difusión de tendencias “gota a gota”, debido a los comportamientos jerarquizados sociales³⁹⁰. Sin embargo, en las sociedades modernas, las innovaciones no se tienen en cuenta con referencia exclusiva a las élites sino también a las clases medias y también a las clases no pudientes, puesto que hoy en día, existe un exceso de moda

³⁸⁸ Monferrer (2012, p. 383). Señala como dos de las grandes transformaciones que han contribuido a engendrar el nuevo orden mediático mundial, se refiere al cambio de titularidad de los medios públicos, que ahora son privados y también que las empresas de comunicación no operan dentro de las fronteras nacionales de los países, sino que son multinacionales. La comunicación rebasa los confines y las fronteras nacionales de los países.

³⁸⁹ Monferrer (2012, p. 395).

³⁹⁰ Martínez (2006, p. 188).

rápida fácilmente accesible a cualquier bolsillo. Incluso, se ha observado el fenómeno inverso, que una persona con grandes dificultades económicas pueda ser seguida como “gurú” de la moda por la élite.

Existe el denominado “contagio de la moda”, como si se tratase de bacterias para reproducirse, es decir, los estilos de apariencia podrían difundirse por contagio como si fuese una epidemia en la que todos quisiésemos la misma cara, el mismo cuerpo, los mismos estilos y la misma ropa.

En la actualidad, la transmisión de tendencias, de estilos, del consumismo, entre otros, sustituye la difusión vertical de épocas anteriores³⁹¹. Aunque, se habla de la mayor libertad de los consumidores, podríamos decir que esa libertad no es tal: en cierto modo, está coartada por algunos fenómenos como el de los influencers que orientan el consumismo de los seguidores y las tendencias de apariencia, dando lugar a un “dirigismo disciplinario de la apariencia”³⁹². Es fácil contradecir la aseveración de que se da “una aparición de multiplicidad estética”, porque se ha encontrado suficiente convicción de que en la actualidad se imponen cánones rígidos estéticos a seguir y lo que vende no es una “multiplicidad de modas” estéticas, sino un único modelo a seguir: el de la metáfora de “las tres Gracias” (delgadez, juventud y perfección).

Lo mismo ocurre con la aseveración de que “las mujeres continúan siguiendo la moda, pero de manera más libre. Llevan lo que les gusta, lo que les va, no la moda por la moda...”. Se ha podido observar como la mayoría de la juventud son “*fashion victim*” de la moda, porque adaptan sus cuerpos a las tendencias y estilismos, generalmente a las marcas y no al revés, es decir, adaptando la apariencia que les puede favorecer su morfología corporal.

Al final, la globalización ha terminado por uniformizar de forma internacional la estética y la apariencia, haciendo que cada individuo y que cada cultura pierda su singularidad para adaptarse a las prácticas globales consumistas. Algunos autores han evidenciado esta situación:

(...) la globalización, los social media, el alcance de los medios en general, hacen más permeable que nunca estereotipaciones e influencias, y en este sentido, debe trabajarse por buscar un modelo de belleza más acorde con la realidad (...). La supervisibilidad insinuado por el fenómeno de las redes sociales, hacen aún más hincapié en las apariencias, las apariencias se extienden a audiencias aún más amplias a través de ellas (...), la apariencia

³⁹¹ Martínez (2006, p. 189).

³⁹² Martínez (2006, p. 190).

física, (...), la visibilidad, y la actitud en los social media, cuenta como un aspecto más de la persona para la trayectoria profesional (...) ³⁹³.

La globalización influye de distintas maneras en las personas. Estas pueden construir su identidad teniendo en cuenta ciertas representaciones del entorno local más cercano, pero también construyen su identidad dejándose influenciar por perspectivas de carácter global. La globalización es una fuente de estratificación social y de dominio, dado que sin necesidad de desplazarse físicamente el capital estético viaja rápidamente de un lugar del mundo a otro extremo. Tan solo necesitamos un ordenador para establecer en el espacio categorías estéticas y prejuicios sobre los sujetos que no encajan en los estándares estéticos impuestos socialmente ³⁹⁴.

Esta contribuye a la desterritorialización de las culturas, que se refleja de tres maneras:

- En la homogeneización cultural, que se refiere a la estandarización universal de temas, imágenes y discursos, que es lo que ha ocurrido con la apariencia física, contribuyendo a homogeneizar la estética de las personas en cualquier parte del mundo, sobre todo, con el prototipo estético occidental de la delgadez. Se ha hecho referencia a cómo “la estigmatización y discriminación por obesidad es un fenómeno que se ha expandido de forma internacional” ³⁹⁵. Dado que la globalización implica la difusión de la cultura de masas, también implica la difusión de la cultura de culto al cuerpo y de la expansión del patrón estético de la perfección, juventud y delgadez.
- En la diferenciación cultural, que supone la reafirmación de la singularidad de cada lugar.
- En la hibridación cultural, que hace referencia a la fusión de diferentes elementos culturales ³⁹⁶.

Las formas de vestir están influenciadas por la globalización, traspasan fronteras ³⁹⁷. Así, es habitual encontrar organizaciones occidentales en las que los trabajadores/as han institucionalizado el “*casual day*” o práctica de vestir importada de EEUU, cultivando una especie de estética descuidada.

Uno de los ejemplos más claros de la influencia de la globalización en la estética se encuentra en Teherán, donde se le da gran importancia al aspecto físico. En Teherán el recurso embellecedor más utilizado es la rinoplastia. La globalización estaría informando sobre los cánones estéticos a seguir, pero, por otro lado, se encuentra que tales actitudes pueden estar mediadas por una moralidad de prestigio y

³⁹³ Bernard et al., 2012, p. 188.

³⁹⁴ Pérez (2010).

³⁹⁵ Baile (2017, p. 90).

³⁹⁶ Monferrer (2012).

³⁹⁷ Sempere (2014, septiembre 14).

de conciencia de clase: las iraníes lucen orgullosas una “cura” en la nariz para demostrar al resto de que tiene capacidad para pasar por el bisturí y que su familia cuenta con la riqueza suficiente y alta posición social como para preocuparse por el aspecto físico.

El Consejo Médico de Irán informó que existían más de tres mil cirujanos plásticos que realizan operaciones de cirugías estéticas de nariz en Irán. El número de procedimientos anuales, en promedio, oscilaría entre treinta y cinco mil y setenta mil. Estos datos se confirman cuando se camina por las calles de Teherán observando a la población: en zonas prósperas, esta operación es más que asequible y alcanzable económicamente, por lo que el noventa por ciento de la población estaría dispuesto a asumir su coste. El 75% de pacientes de rinoplastias en Teherán son mujeres, sobre todo, en edades comprendidas entre los 18 y 25 años.

La tendencia globalizadora, sobre todo, “euroamericana”, ha influido en Irán, ya que las mujeres iraníes desean parecerse en su rostro a las occidentales. Primero, este fenómeno se extendió entre las mujeres de clase pudiente, por ejemplo, las mujeres del séquito del Sha de Persia, y, posteriormente, a través de mecanismos locales a personas de clase más modesta, que quisieron emular a las de clase alta. En Irán, las rinoplastias conectan con ciertos valores, tales como, la riqueza, el prestigio y el poder social.

El principal rasgo estético que las iraníes desean seguir de la estética occidental europea es la simetría, la convexidad de la cresta nasal y la posesión de un tamaño razonable de nariz. La mayoría de los informantes de un estudio se habrían sometido a reducciones de nariz, limando el hueso o disminuyendo el ancho de sus fosas nasales³⁹⁸: “estas preferencias estéticas de nariz no solo son exclusivas de Irán sino de otras muchas partes del mundo, configurando una estética globalizada”³⁹⁹.

Los iraníes desean occidentalizar la peculiar “nariz iraní” deseando adoptar una posición más abierta a la cultura exterior que suele promover una vida consumista. En el caso iraní parece que son las clases poderosas quienes establecen los estándares culturales y estéticos, dado que la tendencia a las rinoplastias comienza por las clases sociales altas y después se populariza entre el resto de la población.

En Irán, la difusión de la apariencia tendría lugar de forma piramidal como sucedió en épocas anteriores, aunque con una explicación bien distinta: el estudio advierte que este no es solo un fenómeno de clase y riqueza, sino que también es “una práctica de consumo”⁴⁰⁰. En Irán, las interacciones sociales

³⁹⁸ Lenehan (2011).

³⁹⁹ Lenehan (2011, p. 49).

⁴⁰⁰ Lenehan (2011, p. 54).

están vinculadas a la “cara social” y a la aprobación del estatus social. Existe una conciencia de imagen entre la exhibición corporal de la juventud y las formas de consumo que son primordiales para ascender de estatus social.

Un estudio longitudinal hecho en Corea evalúa desde 2004, anualmente, en población coreana la discriminación por apariencia y su relación con la salud⁴⁰¹. Este concluye que las personas que no son físicamente atractivas se encuentran en desventaja en la sociedad, en el mercado laboral, en el ámbito educativo y en el matrimonial. Así, este estudio contribuye a apoyar la idea de que el fenómeno del aspectismo se encuentra globalizado, porque Corea que posee unos cánones estéticos muy diferentes a los imperativos europeos occidentalizados, usa también los prejuicios o el trato injusto basándose en el atractivo físico de la persona. Corea posee en común con Occidente que la discriminación basada en apariencia afecta, sobre todo, a los grupos socialmente más vulnerables, a los más desfavorecidos, tales como, aquellas personas que terminan de ingresar al mercado laboral, la juventud que acaba de terminar en la universidad, etcétera.

Como se puede observar la globalización posee influencia sobre el aspectismo. Los medios de información masiva globales suelen especificar, consciente o inconscientemente, normas de belleza. Esto se utiliza por las diversas multinacionales para defender su marca. En la actualidad, las normas de belleza utilizadas por las industrias tienen un impacto más amplio, dado que la industria del aspecto físico no conoce fronteras nacionales, puesto que sus beneficios se han globalizado. Si antes, la discriminación basada en apariencia se limitaba a normas, usos y costumbres de determinadas culturas, ahora se enfrenta al fenómeno de la globalización. Así, las personas van a transformar su imagen conforme a una norma global. Se ha evidenciado que una importante influencia en el aspectismo (lookismo) es la publicidad internacional⁴⁰².

El lookismo es un fenómeno de carácter global y multivariado, afecta a varios aspectos de la vida humana, por ejemplo, al trabajo, a las relaciones sociales, o, a la selección de la pareja, entre otros, y, además, se encuentra en todas las sociedades. Casi todas las sociedades prefieren abogar por ciertos estándares de belleza, como juventud y atractivo físico. El fenómeno de las empresas internacionales y la industria del modelaje ha contribuido a expandir el fenómeno de la manera en que los individuos juzgan el aspecto físico⁴⁰³.

⁴⁰¹ Hyemin et al., 2017.

⁴⁰² Ghodrati et al., 2015.

⁴⁰³ Takác (2020).

La apariencia influye en las decisiones de contratación. Las personas atractivas son más propensas a ser contratadas, porque los medios de comunicación, la publicidad, los medios de información masivos y la globalización, influyen en el estilo, en el look o en la apariencia de los individuos, con independencia de la cultura o de la zona geográfica. Para algunas personas, la industria del aspecto físico impacta principalmente en la sociedad occidental europea, aunque no únicamente: otras culturas internacionalizan la estética atendiendo a las informaciones de los medios de comunicación y de la publicidad, difunden estilos de vida y estilos de apariencia por todo el mundo. La mayoría de las empresas han abordado las normas culturales, aceptándolas como normas globales, de modo que, todos los países las siguen sin rechistar. El estilo de vida, la ropa, las formas corporales, la apariencia, especialmente de los adolescentes, se encuentran bajo la influencia de los medios globalizados transmitidos por satélite y por la publicidad de diferentes productos.

Para conocer las preferencias de los individuos ha de tenerse en cuenta, por un lado, la información aportada por las grandes pasarelas de moda internacionales, y, por otro lado, a los informadores que se mueven en ambientes diversos de ocio, en redes sociales, en universidades, etcétera. Toda esa información es procesada por la industria del aspecto físico. A partir de ahí, se podrá conocer qué estética es la más demandada, las tallas de ropa mayoritariamente compradas, el tipo de look más solicitado, etcétera.

Es discutible que las preferencias de moda del mercado estén fragmentadas, porque basta con pasear en los centros comerciales de diversas ciudades del mundo para observar cómo toda la juventud va uniformada. Todavía falta mucho para que se vendan los productos teniendo en cuenta ciertos valores morales, por ejemplo, que las tiendas no difundan a través de maniqués extremadamente delgados una estética que se encuentra muy alejada de la realidad social y que puede tener un impacto peligroso en la juventud: “esos lugares no son solo espacios para el consumo de artículos e imágenes, sino que desempeñan un papel esencial en la expresión de la identidad y de la subjetividad de la cultura postmoderna”⁴⁰⁴.

Hay suficiente certeza de que el ideal estético de la delgadez está difundido por todo el planeta, pues “la moda se basa en la tendencia contradictoria hacia la similitud”⁴⁰⁵. Existe certeza de que las tendencias de moda, los estilos como parte de creación de nuestra identidad, se encuentran influidos por la globalización, ya que el mismo vaquero se lleva tanto en Singapur, como en Madrid o en México. Puede

⁴⁰⁴Martínez (2006, 196).

⁴⁰⁵ Simmel (1988, p. 168).

considerarse que las modas estéticas “se propagan como el sida y las epidemias”⁴⁰⁶. La literatura científica llega a la convicción de cómo las mismas imágenes estéticas son compartidas en una sociedad multicultural:

(...) se observa que el intercambio de estos signos (cultura postmoderna y consumo global) crea la posibilidad de compartir identidades, por ser consumidores de las mismas mercancías, clientes de los mismos servicios, oyentes de los mismos mensajes y videntes de las mismas imágenes, entre personas que están alejadas en el tiempo y en el espacio⁴⁰⁷.

5.5. Síntesis del capítulo y justificación de su aportación al discurso de la tesis

En el apartado relativo a los patrones estéticos en los albores del siglo XXI se había visto cómo en la actualidad existe una enorme presión social sobre la apariencia física de las personas para tratar de seguir el canon estético dominante. Aunque la diversidad humana es infinita, parece que la apariencia física se reconduce a una sola forma, a la de la delgadez, y en ese canon dominante parece que todo tienen que decirlo los medios de comunicación, la publicidad y las redes sociales.

A lo largo de este capítulo se ha resaltado la idea de que la mayoría de las personas, inconscientemente, se dejan encandilar por imágenes agradables que representan la idea de que podemos ser mejores si seguimos fielmente los anuncios publicitarios: una apariencia física agradable y homogeneizada, nos encumbrará al éxito social. Sin embargo, en ese mensaje existe otra cara oculta, ya que no siempre es posible seguir la apariencia física idealizada de esas imágenes, porque no somos atemporales, poseemos arrugas, imperfecciones y el tiempo y los cambios fisiológicos hacen mella en nuestro cuerpo.

Además de hablar de los medios de comunicación, de la publicidad, de las revistas y de los escaparates, se dedican dos apartados a los “influencers”, porque en nuestro trabajo se sugiere que estas figuras pueden constituir un buen factor explicativo de la insatisfacción corporal actual y como constituye uno de los elementos de fuerza decisivos para que las personas busquen incoherencias con sus propios principios y traten de seguir valores vacíos, suplantando su identidad por los credos rígidos de la estética difundidos en las redes sociales.

⁴⁰⁶ Martínez (2006, p. 188).

⁴⁰⁷ Hall (1997, p. 621).

Este capítulo además de apoyar la idea general de nuestro trabajo de que no hay un único canon estético a seguir, puede contribuir, desde un punto de vista práctico, a hacer más visible un problema actual que se encuentra sin suficiente regulación. Ese disciplinamiento del cuerpo puede conducir a consecuencias drásticas respecto a la salud, ya que las redes sociales son únicas para difundir informaciones en milésimas de segundo, pero también podrían serlo para adueñarse y alienar y alinear la mente de muchas personas respecto a su apariencia física, sobre todo, cuando no se posee ni la adecuada ni toda la información disponible.

A través de las investigaciones y experimentos propios realizados, llegamos a la conclusión de que la publicidad, los escaparates, y los/las influencers puede que no sean tan sinceros como parecen ser con su cercanía: usan simbología basada en la inmediatez del éxito que se captan a través de las imágenes agradables o de los mensajes selectivos que las personas desean oír para cambiar sus vidas con el afán de seguir las tendencias estéticas aconsejables. Sin embargo, la estructura corporal no es tan moldeable como nos quieren hacer ver. Además, el éxito de la persona no reside en su físico, ni en que deba de ser semejante al de otras personas que se definen como “gurús de la estética”.

La figura del “influencer” es la que nos parece más peligrosa, porque es la más engañosa a la hora de generar expectativas irreales, ya que funcionan como “anzuelos ocultos” de las casas comerciales a las que representan. Muchas personas no podrán cumplir sus dictados, bien por razones de morfología corporal, o, bien, por razones de economía y con probabilidad puede que las conduzca a una insatisfacción corporal cuando aparezca una distancia entre el cuerpo real y el cuerpo idealizado. Esa forma de dar falsas esperanzas, de soluciones rápidas para moldear la apariencia y lograr un físico exitoso, puede conducir a resultados desastrosos para la salud física y al padecimiento de diversa psicopatología.

En cambio, no suele observarse a los influencers posicionándose para animar a sus seguidores a cultivar las habilidades intelectuales o ciertos valores, como el altruismo. En vez de eso, algunos incitan a su público a imitar un ideal estético que no siempre es fácil de conseguir por mucho que se lo propongan.

Concluimos este capítulo con la opinión de que las personas debemos realizar una inmersión en una cultura globalizada para aprender cosas que nos hagan crecer de otras culturas, valorar lo propio, nuestra cultura, nuestro cuerpo en el que no debe prevalecer un único ideal de belleza, sino la diversidad humana. En cada cultura no se debe despojar a las personas de lo que las hace singular y únicas: su propia idiosincrasia, su apariencia individual y no disciplinada con el resto que debería alejarse del dictado estético de “unos pocos que viven del cuento”.

CAPÍTULO 6. ASPECTISMO O DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA FÍSICA

6.1. Introducción

En este capítulo se lleva a cabo la construcción conceptual de aspectismo debido a que se utilizan distintas terminologías y a que no existe consenso sobre la definición de esta terminología discriminatoria. Se efectúa un análisis de la variabilidad de los ámbitos en que las impresiones de apariencia poseen gran influencia en los demás.

Se hace hincapié en la discriminación múltiple femenina en diferentes contextos, pero, sobre todo, en cómo esta tiene especial influencia en el ámbito ocupacional al cuestionar la apariencia física femenina. Existe certeza de que la apariencia influye en las decisiones de la empresa a la hora de contratar trabajadores, ya que no solo se tendría en cuenta sus conocimientos o sus habilidades prácticas en el trabajo, sino también otro tipo de competencias como el poseer una buena apariencia. En este capítulo se refleja el hecho de cómo en algunas profesiones más que en otras, la imagen es crucial para desempeñar ciertas tareas laborales, sobre todo, en aquellos puestos de trabajo donde la persona está en continua interrelación con el público.

Parece que hay determinadas características que podrían influir en el éxito que posee la persona, o bien, arruinar el mismo, pues todo depende como estas sean percibidas por los demás. Existen características personales que podrían funcionar como revulsivos en la contratación, por ejemplo, poseer un rostro convencional, simétrico, un outfit homogéneo con la mayoría de la población o un atuendo adecuadamente seleccionado según el código que exige la sociedad.

En este capítulo se plantea el cuestionamiento de si la apariencia existe en todas las profesiones o solo en algunas de ellas, así como, si el concepto de competencia ocupacional tradicional debe ser sustituido por otro concepto más progresivo que incluya la apariencia física de los trabajadores como una cualidad personal más para desempeñar el puesto.

También se hace referencia al aspectismo en el ámbito escolar, dado que este fenómeno discriminatorio no solo posee repercusión en el ámbito ocupacional, también incide en el rendimiento académico y en el éxito escolar del alumnado.

Una forma de deshumanizar a las personas en los campos de concentración consistía en “quitarles su ropa, hacerles llevar uniformes, en la aplicación de un tatuaje con un número en el antebrazo y en el rasurado del cabello”. Históricamente, el atuendo y los atributos físicos siempre han ido cargados de simbolismo.

El aspectismo puede ir impregnado de condicionamientos materiales y simbólicos, que se asocian a determinados atributos físicos que configuran el aspecto del individuo y que se vinculan a ciertas características que sirven para categorizar y estigmatizar al ser humano, tales como:

(...) la asignación de etiquetas y atributos negativizantes a ciertos grupos a causa de los rasgos físicos que los caracterizan, genera en estos últimos sentimientos de exclusión que producen una sensación de vacío existencial⁴⁰⁸.

No existen muchos estudios realizados sobre la discriminación basada en la apariencia y los pocos existentes se centran exclusivamente en el ámbito laboral. Muy pocos abordan el problema del aspectismo frontalmente⁴⁰⁹. Resulta polémico referirse al aspectismo como “ideología” que niega los valores del capital erótico⁴¹⁰. Con esta tesis, en ningún momento se trata de negar el aspecto físico, sino que lo que se defiende es que la rentabilidad del “plus de belleza” de algunas personas no debería convertirse en un elemento discriminatorio arbitrario que sirva para discriminar o excluir a otras personas. Nuestra tesis no se alinea con la idea de que “el concepto de discriminación se use con demasiada facilidad”, sino más bien lo contrario, es un fenómeno que suele normalizarse con demasiada frecuencia, ocultándose bajo la cotidianidad como más tolerable que otros tipos discriminatorios a pesar de que está profusamente extendida en diferentes contextos sociales y durante todo el ciclo vital de las personas⁴¹¹.

Un trato diferenciado solo será justo cuando venga determinado por la ley para favorecer a determinados colectivos minoritarios, pero cuando es intencionado e injusto, por ejemplo, cuando se discrimina por obesidad, no existe ninguna justificación objetiva para tolerar dicha práctica.

Mientras que algunas personas resultan gratificadas por el “plus de belleza”, ya que su aspecto se configura como lo más atrayente del individuo, reportándole ciertas ventajas sociales o económicas, otros individuos resultan discriminados por su apariencia debido a la presión social por el aspecto físico.

⁴⁰⁸ Kaplan y Szapu (2019, p. 111).

⁴⁰⁹ Chelcea e Ivan (2016).

⁴¹⁰ Hakim (2019, p. 15).

⁴¹¹ Hakim (2019, p. 136).

En ocasiones, cuando el individuo es discriminado por su aspecto puede interiorizar su desajuste corporal respecto a los demás, terminando por justificar la desconsideración de los demás hacia su persona. Esta justificación puede basarla en la idea de que el mundo es un lugar justo, donde cada uno tiene lo que se merece⁴¹².

Existen casos de personajes famosos abrumados por su apariencia en nuestra historia: el segundo presidente de la República española (1936), Azaña, poseía complejo de “feo”. Esto le afectaba, profundamente, en las interacciones sociales y, sobre todo, en las relaciones con mujeres. A pesar de este hándicap al final de su vida consiguió casarse, pero la propia conciencia de su fealdad marcó durante toda su vida su personalidad haciéndolo introvertido. Su apariencia convirtió su persona en objeto de autoanálisis en sus escritos y discursos, siempre tratando de esquivar el trato social⁴¹³.

Otro caso es el del escritor del Romanticismo, Lord Byron, que poseía un pie zambo o pie equino, una anomalía congénita en la que el pie estaba girado hacia abajo y los dedos hacia dentro que le hacía parecer que caminaba sobre los tobillos. Ese hecho marcó toda su juventud, sufriendo burlas y humillaciones sociales de sus iguales, llevándole a ciertas conductas excéntricas⁴¹⁴.

Diversos estudios han constatado como las personas que son consideradas atractivas son percibidas “con rasgos de personalidad más positivos y mayores habilidades sociales”⁴¹⁵. Se ha evidenciado como las personas suelen enjuiciar a otras por su aspecto, apenas sin poseer información relevante para ello. Se ha demostrado como el atractivo físico, el aspecto aseado y el ajuste a la norma social tienen influencia en los prejuicios sociales⁴¹⁶. Es indudable que el aspecto ha sido en todos los tiempos “un pasaporte social”. Se ha señalado en la literatura, que, quienes no se acoplan al patrón estético dominante inician un peregrinaje de sufrimiento:

(...) los que no se ajustan a la imagen exigida, suelen acabar emprendiendo una larga andadura de sufrimiento, de la que nunca saldrán, ya que la meta es un ideal de perfección que es eso: ideal e inalcanzable⁴¹⁷.

⁴¹² Hipótesis del mundo justo.

⁴¹³ Hugh (1977).

⁴¹⁴ Nacido en 1788, en Gran Bretaña y fallecido a los 36 años de edad en Grecia.

⁴¹⁵ Baile (2002, p. 188).

⁴¹⁶ Suárez et al., 2011.

⁴¹⁷ Morant y Martín (2010, p. 266).

Existe certeza de como las prácticas de belleza pueden marginar a ciertas minorías, creando desigualdades sociales⁴¹⁸.

6.2. Construcción conceptual: ciertas inconsistencias en la definición de aspectismo

Analizando la literatura científica se observa como algunos autores utilizan términos semejantes, tales como, imagen, aspecto, estética, capital erótico, capital estético, entre otros para referirse a la apariencia. Lo mismo ocurre a la hora de definir el aspectismo, ya que se utilizan distintos términos cercanos conceptualmente, similares o sinónimos pero que no han sido consensuados por la comunidad científica, tales como, lookismo, discriminación basada en apariencia, discriminación estética, discriminación por la imagen corporal, discriminación del capital estético, racismo del cuerpo, entre otros. Quizás, el uso de una expresión u otra tenga que ver con la orientación científica del investigador o de la parte específica del aspecto que se vaya a investigar.

El objetivo de este apartado es analizar el concepto de aspectismo debido a la falta de consenso sobre su definición. Se tratará de llegar a una definición en la que se encuentren los elementos más consensuados en los trabajos científicos.

En el estudio histórico de la apariencia se observó como la imagen del individuo está socialmente determinada pero no es estática, sino que debe ser entendida como un constructo dinámico que va cambiando a lo largo de la vida en función de las necesidades humanas, de la experiencia vital, de influencias sociales, entre otros⁴¹⁹. En general, se ha utilizado la expresión de aspectismo para referirse al prejuicio o a la penalización de las personas que se apartan de los cánones estéticos exigidos socialmente. Consistiría en un trato diferenciado, basado en la mirada del que considera a una persona como poco atractiva, refiriéndose a sus características físicas (como su rostro o cuerpo) que puede englobar la vestimenta o también la manera de exteriorizar su personalidad (por ejemplo, a través de tatuajes, del color de la piel, de la falta de esbeltez, de su estatura, etcétera)⁴²⁰.

Se ha ampliado el término de imagen corporal (además de componentes perceptivos, cognitivos y emocionales) al componente conductual⁴²¹. Según este componente, habría conductas que tienen en

⁴¹⁸ Anderson et al., 2010; Craig (2006).

⁴¹⁹ Baile (2003, p. 6).

⁴²⁰ Jabbour (2013).

⁴²¹ Thompson (1990).

cuenta la forma del cuerpo y la satisfacción con el mismo, evitando situaciones donde el cuerpo se vea desnudo o tratar de simular ciertas partes del cuerpo que no se adapten al canon cultural y social dominante⁴²². Por lo que al discriminar la apariencia habría varias imágenes corporales que se están despreciando en el individuo: el esquema corporal mental sobre la forma del cuerpo, que también incluiría las creencias sobre el cuerpo y los sentimientos sobre la figura del cuerpo, así como, la conducta o los comportamientos de desprecio hacia el cuerpo de un individuo.

En la literatura científica existe convicción acerca de que el concepto de “discriminación estética” solemos aplicarla dejando que nos traicione el subconsciente. La discriminación estética tendría que ver “con la clasificación que hacemos de las personas en dos grupos: las que se ajustan a los ideales de belleza dominantes y las que no, a quienes se castiga con una fuerte marginación social”⁴²³.

Se ha utilizado como sinónimo de aspectismo el de discriminación estética para referirse a las discriminaciones que “recaen sobre las personas que no cumplen con las características socialmente asociadas a el aspecto físico, establecidas por los medios masivos de comunicación, la escuela, la familia y la sociedad en general”⁴²⁴.

Otra terminología frecuentemente utilizada es el anglicismo “*Body shaming*” para referirse a la conducta de las personas que critican o avergüenzan a otras por su cuerpo.

En realidad, el término posee dos acepciones distintas:

- Por un lado, representa los juicios emitidos que impactan sobre la imagen corporal de otros individuos, ridiculizándolos con alusiones a su cuerpo.
- En otro sentido, hace referencia a la persona que se siente acomplejada por su cuerpo.

El body shaming ha tenido incidencia por la difusión de los medios de comunicación masivos, sobre todo, por las redes sociales en donde el físico se banaliza y todo el mundo opina sobre el aspecto de los demás. El término genera presión social por las burlas o los comentarios jocosos sobre la manera en que otros perciben el cuerpo de los demás cuando se encuentra alejado de los cánones estéticos socialmente impuestos, contribuyendo a aumentar la vulnerabilidad de la persona criticada por sus atributos físicos.

El body shaming es la circunstancia más inmediata de la conducta de intentar alienar, agredir u obligar a otro individuo para que trate de encajar su cuerpo respecto a la imagen idealizada por la

⁴²² Thompson (1990).

⁴²³ Morant y Martín (2010, p. 265).

⁴²⁴ Cortés (2018, p. 35).

sociedad. En general, el término hace alusión a la “ridiculización”, a avergonzar a otra persona a través de comentarios maliciosos que se difunden como opiniones de forma viral y en escasos lapsos de tiempo.

El término “lookismo” es un americanismo que fue utilizado por primera vez en 1978 en el periódico *Washington Post* para referirse a la “gordofobia” o fobia a la gente con gordura. Quizás, la definición de lookismo así considerada es estrecha, ya que debe ampliarse a otros rasgos físicos, no exclusivamente referidos al sobrepeso u obesidad.

Para algunos autores, el lookismo comenzaría como cualquier forma de intolerancia, con prejuicios y estereotipos⁴²⁵. Otros estudiosos del tema hablan de “lookismo” para referirse a la discriminación social basada en el aspecto físico personal, contra las personas que no son atractivas⁴²⁶. Se ha hecho referencia genérica al lookismo como “prejuicio o discriminación por motivos de apariencia”⁴²⁷.

Se ha definido como “prejuicio o discriminación por razón de apariencia” por la que los feos serían penalizados y la gente hermosa disfrutaría de todas las ventajas⁴²⁸. Algunos autores han señalado que es un término que se refiere a la discriminación basada en la apariencia:

(...) la preocupación de que no vemos a todas las diversidades como hermosas, sino que creamos ideales limitados de belleza y evaluamos según ese criterio (...) La discriminación basada en la apariencia, ahora se etiqueta como lookismo y comienza a convertirse en una preocupación (...) con independencia de la zona geográfica o de las culturas⁴²⁹.

Asimismo, se han referido al lookismo como “la construcción de un estándar de belleza/atractivo, consistente en una expresión de una creencia de que la gente que no cumple con ese estándar, son maltratados”⁴³⁰. Se ha puesto como ejemplo de lookismo a las personas mayores, porque su cuerpo es diferente al modelo socialmente promovido y definiéndolo como:

⁴²⁵ Brooks (2021, junio 24). Why is it ok to be mean to the ugly? The New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/06/24/opinion/why-is-it-ok-to-be-mean-to-the-ugly.html>

⁴²⁶ En el mismo sentido que Chelcea e Ivan (2016) también utiliza el término de lookismo para referirse a la discriminación basada en la apariencia física Takác (2020).

⁴²⁷ Bailly y Lené (2013, p.2).

⁴²⁸ Ayto (1999), citado en Safire (2000, agosto 27). *Lookism: uglies of the world*. New York Magazine.

⁴²⁹ Ghodrati et al. (2015, p. 1).

⁴³⁰ Hamermesh y Biddle (1994, p. 1).

(...) la discriminación por apariencia que pueden experimentar aquellos individuos que no cumplen las expectativas promovidas socialmente, porque no obtienen la aprobación social al estar su cuerpo lejos del ideal de belleza⁴³¹.

La “discriminación por apariencia física” ha sido definida como “la situación en la cual una persona o un grupo son tratados en forma desfavorable a causa de prejuicios en relación a atributos físicos”⁴³². Otra definición ha sido la de “prejuicio o trato injusto basado en el atractivo físico de la persona”⁴³³. Según algunos autores, el aspectismo es una discriminación basada en motivos estéticos y que se trataría de:

(...) una forma de invisibilización de ciertas personas que, además puede basarse en los criterios estéticos más imprevisibles (...), puede ir en contra de personas que no encajan con una clase de belleza rígidamente marcada por una tendencia muy concreta⁴³⁴.

El trato diferencial que reciben las personas basado en el aspecto y es una nueva forma de discriminación⁴³⁵.

La literatura ha hecho referencia al “racismo del cuerpo” para referirse a la interacción en la que unos grupos se creen superiores y subsumen a otros a quienes consideran de menos valor.

Los grupos que se autovaloran como “mejores” por estar dotados de ciertas virtudes físicas que comparten todos sus miembros son los encargados de inferiorizar a las personas que carecen de las mismas, porque sus signos corporales entran en conflicto con el orden establecido, estigmatizándoles. Se pone de manifiesto como los rasgos corporales podrían justificar todo tipo de violencias:

(...) la asignación de etiquetas y atributos negativizantes a ciertos grupos a causa de los rasgos físicos que los caracterizan, genera en estos últimos sentimientos de exclusión (...), como algunos rasgos del rostro y del cuerpo

⁴³¹ Kramkowska (2019, p. 1).

⁴³² Elizathe et al., 2010, p. 3.

⁴³³ Hyemin et al., (2017).

⁴³⁴ Torres (2022, febrero 24). *Aspectismo: la discriminación por el aspecto físico*. Psicología y Mente. En <https://psicologiymente.com/social/aspectismo>

⁴³⁵ Pereira (2017, julio 27). *El aspectismo, una nueva forma de discriminación*. ABC. En https://www.abc.es/sociedad/abci-aspectismo-nueva-forma-discriminacion-201707262156_noticia.html

en general, son utilizados para justificar el uso de diferentes tipos de violencias en lo que se denomina racismo del cuerpo⁴³⁶.

Se ha definido al aspectismo como “la marginación en el aspecto”, ya que por culpa del mismo se han demonizado las calorías⁴³⁷. Algunos autores a la hora de definir el aspectismo tienen solo cuenta el ámbito laboral:

El aspectismo supone que el atractivo de una persona determina y ayuda a la contratación o a la promoción en una empresa frente a otros candidatos. Supone que el aspecto físico es un privilegio y que, para los menos atractivos según ciertos cánones sea una discriminación, una barrera y una limitación a sus aspiraciones laborales⁴³⁸.

Es uno de los prejuicios sociales que con más frecuencia aparecen en el mercado laboral y en la vida social (...). En sentido estricto, el término serviría para definir todas las discriminaciones originadas por el aspecto del trabajador o trabajadora (...)⁴³⁹.

Desde el contexto educativo, el aspectismo se ha definido de la siguiente manera:

La exclusión de una persona en el ámbito educativo, que no se ajusta a los parámetros estéticos impuestos por la sociedad y la cultura en la que se inserta, como consecuencia de los estereotipos sociales corporales que establecen un canon estético determinado⁴⁴⁰.

Tomando en consideración todas las precisiones anteriores y más consensuadas de la literatura científica analizada, en esta tesis podríamos estar en condiciones de definir al aspectismo como:

Discriminación que comienza con estereotipos y prejuicios, estigmatizando y penalizando a las personas por sus atributos físicos, su

⁴³⁶ Kaplan y Szapu (2019, p. 111-112).

⁴³⁷ Morant y Martín (2010).

⁴³⁸ Blázquez (2021, julio 21). *Aspectismo: así es la discriminación por el aspecto físico que puede suponer que nos contraten o no*. La sexta. En https://www.lasexta.com/programas/lasexta-clave/aspectismo-asi-discriminacion-aspecto-fisico-que-puede-suponer-que-nos-contraten_2021072961030b72d6961e0001ba676c.html

⁴³⁹ Barnés (2014, noviembre 23). *El lookismo, vivir de la apariencia*. ACV. En https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2012-10-20/el-lookism-o-vivir-de-la-apariencia_501528/

⁴⁴⁰ Quintas-Alfonsín (2021, p. 64).

vestimenta o la forma de exteriorizar su personalidad, debido a que no se ajustan a los parámetros estéticos de la mayoría exigidos socialmente, siendo tratados de manera desfavorable, marginados, humillados, criticados, avergonzados o excluidos socialmente, y que también puede llevar a que la persona se sienta acomplejada físicamente, constituyendo una limitación a sus aspiraciones en diversos ámbitos.

6.3. Variabilidad de los ámbitos en los que se desarrolla

No importa el argumento ni el lugar donde se desarrolla la trama, pero podía constituir tranquilamente una imagen cotidiana de la vida real: en una escena cinematográfica se encuentran hablando tres personas, una mujer, su marido y su suegra. El marido, sin trabajo, necesita un crédito para pagar una hipoteca. Dirigiéndose a su mujer, le hace un comentario de cómo está vestida, hace referencia a que con su look tan provocativo lo más probable será que el banco decida concederle la hipoteca. La suegra apoya ese comentario diciendo que hay que usar las armas con las que se cuenta, por lo menos hasta que se pierdan. La hija pequeña se incorpora a la escena y pregunta para qué necesitan el dinero, contestando la madre que para pagar sus *brackets*, porque son muy caros. La niña le contesta señalando que los *brackets* no son necesarios y la madre le replica: “no importa qué elijas ser o hacer. La vida es más fácil si eres guapa (...)”⁴⁴¹.

Toda esta escena queda reducida a la consideración de que para obtener algo en la vida, como la concesión de una hipoteca, basta con poseer un buen físico. Parece que el atractivo físico es garantía suficiente para hacer frente a las obligaciones y para tener éxito vital. Sin embargo, este tipo de representaciones que rentabilizan el aspecto físico de la mujer, a la larga dañan, porque propician estereotipos estéticos, generando intolerancias basadas en el aspecto.

No es difícil visibilizar la carga añadida que sufren las mujeres sujetas siempre a prejuicios que las encadenan a sus miedos y complejos. Se muestra el aspecto físico como solución a todos los problemas que pueden presentársele a una mujer en la vida, pero para superar los desafíos debe hacer el esfuerzo de mantenerse bella.

⁴⁴¹ Laneuville, E. (2010). The Client List.

En el contexto publicitario suele utilizarse la imagen de mujeres perfectas “enfaticando una estética onírica, imágenes que, “atraen a todas las sociedades, en general, y a ninguna, en concreto”⁴⁴². Así, se ha asegurado que:

(...) la apariencia tiene utilidad y se maneja funcionalmente de distinta manera, dependiendo de cada medio, de cada sector, de cada formato, de la tradición o de las rutinas compartidas por una profesión (...) ⁴⁴³.

Se ha puesto de manifiesto como ciertos atributos físicos de las personas pueden influir en las decisiones que toman los sujetos en diferentes ámbitos de la vida.

El atractivo físico de un individuo podría tener influencia en la toma de decisiones con información nula, por ejemplo, asignando “culpabilidad”, basándose exclusivamente en el aspecto que posee un individuo acusado, no poseyendo otro tipo de indicios de culpabilidad acerca de un delito. Habría una tendencia a juzgar a la persona basándose principalmente en su apariencia, sobre todo, en aquellos países en los que como en España se utiliza en el sistema penal el veredicto con jurados. Así, podrían adoptarse decisiones vitales para las personas que podrían ser perjudiciales cuando se trata de emitir juicios basados en verdadera información objetiva. Esto tendría implicaciones decisivas para la vida de terceras personas que se pueden ver perjudicadas en base a la toma de decisiones que no se fundamentan más que en prejuicios sobre aquellas personas que son poco agraciadas físicamente, con aspecto poco aseado o simplemente no identificables con la norma estética social a seguir⁴⁴⁴.

Se ha evidenciado como los sentenciados por delitos graves que eran poco agraciados físicamente, recibieron una pena más alta que los criminales percibidos como más atractivos⁴⁴⁵. El atractivo de la persona puede influir en los juicios sobre la gravedad de los delitos cometidos. Existe convicción de que las personas atractivas suelen ser percibidas como menos culpables de los delitos violentos. Incluso, se les imponen fianzas más pequeñas. Este tipo de sesgos informativos deberían ser conocidos por los jueces de antemano a la hora de administrar justicia para evitar posibles discriminaciones basadas en la apariencia⁴⁴⁶. Un estudio mostró como los jueces tienen en cuenta características relacionadas con la

⁴⁴² Martín (2002, p. 4).

⁴⁴³ Martín (2002, p. 4).

⁴⁴⁴ Suárez et al., 2011.

⁴⁴⁵ Hollier (2017).

⁴⁴⁶ Sigall y Ostrove (1975).

apariencia. Probablemente, estos serían más precisos a la hora de juzgar la personalidad del individuo si se ignorase la percepción del rostro⁴⁴⁷.

Se ha constatado como en el contexto europeo, el ámbito de la vida social en donde suele darse más quejas por parte de las víctimas de discriminación es en primer lugar en el empleo. Entre los criterios por los que se discrimina destacan en porcentajes similares, la edad, la salud y la discapacidad⁴⁴⁸.

A menudo, suele vincularse el atractivo físico al éxito, tanto en el ámbito social como profesional: el aspecto físico aparece como un valor positivo, convirtiéndose en “la receta de la felicidad de la persona”⁴⁴⁹. Incluso, se ha asegurado como el atractivo ejerce notable influencia en el romance, dando lugar a dinámicas de desigualdad en la vida, ya que se asignan ciertos valores arbitrarios a las personas que resultan más atractivas. Así, el estigma de la fealdad “afectaría a la propia identidad del individuo”, iniciando un camino de sufrimiento al reducir sus posibilidades de encontrar pareja para casarse⁴⁵⁰:

El aspecto físico posee un impacto significativo y directo sobre el mercado laboral y en otros mercados, como en el matrimonio⁴⁵¹.

También en el mundo de la política la imagen es un elemento de influencia básica. La vestimenta y la apariencia de los candidatos es su carta de presentación para conseguir más votantes, porque la imagen va cargada de representaciones y puede ser la clave del éxito de los/las políticos/as al verse como más creíbles y más verosímiles:

(...) a través de nuestro cuerpo, de nuestro aspecto personal, transmitimos un mensaje a los demás, que no solo se refiere a la persona en sí, sino a lo que queremos expresar (...), y nuestra imagen no solo está influida por nuestra cultura o sociedad sino por nosotros mismos, con el aspecto que deseamos proyectar con nuestra apariencia personal⁴⁵².

En el ámbito de la política es importante tener en cuenta la imagen que ofrece el/la político/a, ya que sus competencias profesionales o sus habilidades como orador/a no serán suficientes, porque la imagen pública está continuamente siendo evaluada por sus electores. Se ha constatado que la apariencia de los

⁴⁴⁷ Talamas et al., 2016).

⁴⁴⁸ Prevert et al., 2012.

⁴⁴⁹ Bernard et al., 2012.

⁴⁵⁰ Berry (2008).

⁴⁵¹ Galarza y Yamada (2009, p. 9).

⁴⁵² Espizua (2017, p. 63).

políticos y políticas debe ser natural, pero mejor que adaptar la apariencia a las audiencias (porque estas cambiarán continuamente) es conveniente adaptar el aspecto siendo fiel a uno mismo⁴⁵³.

En el ámbito del periodismo, cada vez más, las exigencias corporales son más elevadas. Se ha evidenciado la necesidad de comprender el enfoque tan estrecho que otorgan los sectores culturales y los medios publicitarios a los valores que conforman las apariencias deseables, porque “nos puede ayudar a dar razón a muchos discursos discriminatorios por razón de género, por razón de raza, por razón de peso o por razón de pelo”⁴⁵⁴.

Blanca Suárez, actriz, comenta lo infructuoso que resulta ejercer una profesión en la cual están encasillando continuamente al profesional, debido a su físico o a su juventud a la hora de protagonizar determinados papeles. En un reportaje realizado por la prensa algunas actrices tratan la preocupación a ser etiquetadas por la apariencia, señalando la necesidad de rebelarse contra la perfección o frente a la mirada focalizada en una parte de su cuerpo:

En la idea de perfección física, en el miedo al encasillamiento en ciertos papeles, en la necesidad de ser refrendada por la mirada de los otros (...) lo he hablado a veces con ciertos compañeros y compañeras, y ¿eso pasa solo aquí o sucede en todas partes?

¡Qué presión no poder envejecer!, es agotador ser todo el rato joven, perfecta (...) ¡dejadnos ser naturales! (...) Debemos ver al ser humano en toda su totalidad y no sólo en una parte (...) ⁴⁵⁵.

El estereotipo femenino que presenta la publicidad de las marcas de moda de lujo responde a un único perfil: “mujer blanca, joven, bella y delgada”. Esas características son acordes con los resultados encontrados al examinar el prototipo de los modelos utilizados por la publicidad para los anuncios. Se suele mostrar la imagen de mujeres perfectas, con una figura corporal delgada, que posea piel joven y de piel pálida⁴⁵⁶.

Un estudio aborda el significado de la identidad étnica en relación con las actitudes públicas que poseen las personas. La identidad del individuo exteriorizada en su apariencia puede ser un

⁴⁵³ Espizua (2017).

⁴⁵⁴ Martín (2002, p. 4).

⁴⁵⁵ Roces (2021, septiembre 25). *Las mujeres mandan en las pantallas este otoño: “es agotador estar todo el rato joven, perfecta y saberlo todo. Dejarnos ser naturales”*. El mundo. En: <https://www.elmundo.es/television/2021/09/25/6147494bfdddf9fa28b462b.html>

⁴⁵⁶ Díaz et al., 2010, p. 254.

desencadenante de ciertos radicalismos. Ciertas culturas que presumen de ser sociedades multiculturales pueden generar contextos inseguros cuando parte de sus ciudadanos se sienten atacados por la implantación de ciertas normas y medidas antiterroristas, creando un entorno físico imaginario, que desenvuelve una comunidad de sospechosos por la imagen cultural de ciertos individuos. A estos pueden considerarlos como turbios, porque esa minoría posee una imagen física parecida (por ejemplo, los musulmanes con barba larga). Su apariencia física homogeneizada los hace parecer simplemente como dudosos y únicamente por este motivo son estigmatizados respecto al resto de la población⁴⁵⁷.

En un estudio se aborda la importancia de la identidad de la persona a la hora de enfrentarse a ciertos conflictos o fenómenos sociales. Los autores exploran el significado de la identidad en relación con las actitudes públicas que adoptan los individuos. Según la estrategia CONTEST antiterrorista en Reino Unido (UK) se persigue y se trata de prevenir el terrorismo. Sin embargo, este proceso puede verse debilitado, porque afecta a la cohesión social, generando identidades socio-políticas desviadas con implicaciones tanto para las minorías señaladas, como para el resto de la población.

La sociedad británica presume de ser una sociedad multicultural, pero en esa diversidad aparecen grupos de individuos que se sienten atacados, como la población musulmana o asiática, debido a la implantación de unas medidas de seguridad contra el terrorismo, que, en vez de perjudicar a ciertas minorías por las evaluaciones personales que conllevan en base a la apariencia física u otros atributos físicos, deberían beneficiar a toda la población. Estas medidas antiterrorismo han generado un entorno físico imaginario de miedo, creando contextos inseguros, donde se les dice a las personas lo que tienen que ser, haciendo que surjan reivindicaciones particulares de identidad.

Muchas personas son introducidas en “categorías de sospechosos” simplemente por poseer determinados atributos físicos o llevar una vestimenta específica, lo que hace que el estado les dé un trato especial, sometiéndolos a aprehensiones corporales y a que se sientan discriminado/as por su apariencia. Un asiático, participante en dicho estudio, explicaba como “los normales”, es decir, los británicos no estigmatizados, suelen generar una percepción de sospecha sobre los asiáticos, porque “físicamente son iguales”, con barba y poseedores del mismo look. Algo parecido ocurría con las personas musulmanas, que eran vistas como un bloque homogéneo por su estética, ya que por llevar un pañuelo en la cabeza o por lucir un rostro con barba, eran juzgados como sospechosos.

Se podría hacer una interpretación extensiva respecto a la generalidad de individuos, que, cotidianamente, en la sociedad son categorizados, estigmatizados y discriminados basándose exclusivamente en la apariencia física.

⁴⁵⁷ Jarvis y Lister (2017).

La posible pérdida de la identidad personal para adaptarse a las normas impuestas por otros suele convertir a los sujetos en más vulnerables. La circunstancia de ser percibido como “un bicho raro” al apartarse de “la normalidad” del prototipo estético es lo que contribuye a que se erosione el apego de ese individuo a su comunidad, apareciendo el aislamiento, el extrañamiento y la radicalización.

En las relaciones interpersonales también se ha utilizado el sesgo basado en rasgos físicos para aceptar o rechazar al individuo. Así, podrían evitarse algunas personas por miedo al contagio⁴⁵⁸. Este es el caso típico de las personas que padecen psoriasis. Se trata de una dolencia cutánea, frecuentemente, con componente psicológico, no contagiosa, que impacta a la vista de los demás y que puede redundar en determinados prejuicios y contribuir a que la persona que la sufre, malviva y sea excluida socialmente.

En el ámbito ocupacional, las personas que poseen mala salud suelen ser rechazadas porque afecta a la productividad del trabajo y al absentismo.

Otro ámbito en el que las impresiones de apariencia tienen gran influencia es en la educación. El halo de atractivo influiría en la percepción del rendimiento académico del alumno por parte de profesor. Los estudiantes percibidos como más atractivos obtendrían calificaciones más altas, serían mejor tratados por sus profesores y serían más populares entre los compañeros de escuela. El atractivo facial percibido correlaciona positivamente con las expectativas de rendimiento de los alumnos por parte de los profesores y también por parte de los padres⁴⁵⁹.

Un estudio científico ha explorado si las mujeres en la educación superior experimentan el doble riesgo de la edad por motivos de género, analizando el atractivo físico y la apariencia en el ámbito académico superior. El resultado sostiene que el lookismo posee impacto y sugiere que:

(...) las mujeres con educación superior pueden experimentar el peligro cuádruple de la edad, por su aspecto, por racismo y por motivos de género (...). El atractivo físico y la apariencia se consideran relevantes para el lugar de trabajo en la educación superior (...). El atractivo y la juventud de las mujeres están innegablemente relacionadas en la cultura occidental⁴⁶⁰.

Todos los entrevistados, salvo un varón mayor, pensaban que las académicas femeninas, generalmente, no son tan atractivas en la vestimenta o en su apariencia como sucede en el mundo de los

⁴⁵⁸ Little y Craig (2012).

⁴⁵⁹ Dusek y Joseph (1983); citado en Talamas et al., 2016.

⁴⁶⁰ Granleese y Sayer (2006, p. 500 y 516).

negocios, porque da la sensación de que en el ámbito académico el aspecto es menos importante. Recordando la anécdota del “científico de las Azores”, que, decía que en el contexto científico un look demasiado arreglado y sofisticado no está bien visto entre colegas, puede que el estilismo dependa de cada ámbito académico específico: por ejemplo, en el ámbito del derecho se ha observado como la presencia física importa y mucho.

Se ha persuadido de cómo “las mujeres académicas consideran que el atractivo es contraproducente”, porque las hace sentir más vulnerables por su apariencia y los demás, en consecuencia, minimizarán sus capacidades⁴⁶¹.

En conclusión, se podría hablar de la discriminación de las personas en función de diferentes criterios relativos a la apariencia: estrictamente por su imagen física, por el comportamiento del individuo, por la edad, por el color de la piel, por discapacidad, entre otros. La apariencia de un individuo puede tener influencia en la toma de decisiones en diferentes ámbitos, tales como, el judicial, en la política, en el ámbito periodístico, en el ocupacional, en el mundo del espectáculo, en la moda, en las relaciones amorosas o románticas, en las relaciones interpersonales, etcétera. En general, la apariencia física cuidada se asocia al éxito social del individuo y la imagen de ciertos individuos puede generar ciertas expectativas negativas para ciertas minorías sociales. La forma en que la persona exteriorice su identidad a través de su apariencia puede tener mucho que ver con la manera en que se resuelven ciertos conflictos sociales y la manera en que se manifiestan ciertas actitudes públicas de los individuos. En ocasiones, el poseer determinados atributos físicos, hace que se desencadene, automáticamente, por la sociedad atribuciones de que la persona se inserta en “ciertas categorías de sospechosos”. La persona puede ser fácilmente discriminada y excluida socialmente al no pertenecer al bloque homogéneo de la estética mayoritaria.

6.4. Discriminación múltiple femenina

Se ha evidenciado como la discriminación múltiple a pesar de que se trata de un fenómeno que acontece con cierta frecuencia en la realidad social, su regulación legal es escasa y se define como:

(...) es aquella forma de discriminación en la que se dan dos o más motivos de discriminación, ya sea de forma acumulativa o interseccional⁴⁶².

⁴⁶¹ Granleese y Sayer (2006, p. 512).

⁴⁶² De Lama (2013, p. 271).

Tradicionalmente, la mujer no se ha incorporado al mercado laboral con la misma fuerza que los varones, porque siempre ha habido diferencias ocupacionales entre ambos sexos que ha dado lugar a la sexualización ocupacional. En muchas ocasiones, mientras que el trabajo doméstico no remunerado y el cuidado de los hijos ha recaído siempre en la mujer, el hombre suele ocupar los puestos de trabajo con funciones directivas, además de retribuirse más que a la mujer por el mismo trabajo.

Las desventajas en el ámbito laboral para la mujer han quedado patentes a lo largo de la historia, sufriendo profundas desigualdades y perpetuando el estilo de división del trabajo según las tareas laborales que haya que desempeñar, desvalorizando, casi siempre, el trabajo femenino frente al masculino. Diferentes estudios han llegado a la convicción de cómo las mujeres han sufrido más discriminaciones que los varones, recibiendo más desprecios, burlas y juicios negativos⁴⁶³.

Existe el convencimiento en la literatura de que la mujer sufre discriminación múltiple en diferentes contextos: la discriminación basada en apariencia o aspectismo; la discriminación basada en el género; la discriminación por edad o edadismo; discriminación por embarazo, que, aunque normalmente suele afectarle por su productividad en el trabajo, indirectamente, se puede estar cuestionando y juzgando la propia apariencia femenina (por parecer obesa).

En la literatura existe certeza de cómo esa diferente tipología discriminatoria puede dar lugar a diversas combinaciones, o, bien, puede aparecer todas ellas de forma acumulativa en la misma persona:

(...) una mujer inmigrante sufriría esta forma de discriminación si en un trabajo fuera rechazada por exigirse unas aptitudes físicas que se presume que la mujer no tiene y en otro donde por motivos de seguridad se rechazase a los no nacionales (...) o también, cuando en un proceso de selección para un puesto de trabajo se exigen una serie de requisitos como la edad, la nacionalidad, etcétera (...) pudiendo ser discriminada por varios motivos al mismo tiempo (...)⁴⁶⁴.

El fenómeno de la discriminación múltiple suele producirse debido a que la persona posee múltiples facetas y debe ser tratada de manera conjunta, teniendo en cuenta todas sus características. Aunque, es un fenómeno que puede darse con frecuencia en la sociedad, su tratamiento es anecdótico en la normativa a pesar de que los seres humanos somos vulnerables a ser discriminados por muy diferentes

⁴⁶³ Hernández et al., 2012.

⁴⁶⁴ De Lama (2013, p. 274).

motivos. Frecuentemente, se ha evidenciado como el lookismo puede implicar un triple peligro para las mujeres: el sexismo, edadismo y discriminación por la apariencia⁴⁶⁵.

En el caso de la discriminación basada en el género, se ha hablado de dos tipos de sexismo⁴⁶⁶:

- Un sexismo hostil y tradicional, que es el que considera a la mujer como ser humano inferior y que se asienta en la dominación masculina en todos los ámbitos. Este podría denominarse como misoginia, dado que degrada profundamente a la mujer.
- Por otro lado, existe otro sexismo más encubierto, que sería un sexismo sutil o benévolo que consiste en diferentes actitudes y comportamientos hacia la mujer con un estilo paternalista, como ser que necesita especial protección por las ideas estereotipadas de que la mujer no es un ser autónomo, que no puede valerse por sí misma y que siempre actuará en dependencia con otros por ser “el sexo débil”.

Se ha constatado como:

(...) de acuerdo con explicaciones evolutivas, los sesgos a favor de las mujeres atractivas parecen ser más consistentes (...) que aquellos a favor de los hombres atractivos, y los sesgos se informan de manera más consistente en las interacciones entre personas del sexo opuesto que entre personas del mismo sexo⁴⁶⁷.

Un artículo afirma que las más afectadas son las mujeres de avanzada edad, pues en el caso de las mujeres, el aspecto físico suele identificarse con juventud⁴⁶⁸.

En la literatura científica se ha reflexionado sobre la doble discriminación que pueden sufrir las mujeres por su condición de género y, además, por sufrir obesidad. Señala que diferentes estudios han mostrado como las mujeres obesas sufren mayor discriminación en diferentes áreas: en las relaciones amorosas, en el empleo, en la asistencia sanitaria, etcétera. Se ejemplifica lo expuesto a través de una noticia de prensa en la que la televisión egipcia había suspendido el empleo de ocho presentadoras que

⁴⁶⁵ Granleese y Sayer (2006).

⁴⁶⁶ Carrión (2010).

⁴⁶⁷ Maestriperi et al. (2016).

⁴⁶⁸ Barnés (2014, noviembre 23).

presentaban obesidad, obligándolas a realizar durante un mes una dieta para recuperar una imagen adecuada y su empleo, manifestando como⁴⁶⁹:

(...) la discriminación de la obesidad (...) por la falta de modelos sociales de éxito de personas obesas, en el caso de las mujeres se acentúa, ya que si, en general, las personas obesas están infrarrepresentadas, las mujeres obesas lo están más⁴⁷⁰.

Es difícil probar que una persona ha sido discriminada conjuntamente al menos por dos motivos⁴⁷¹. Quizás, sería más conveniente enfocar la prueba atendiendo al tipo de discriminación que resulte más evidente. Sin duda, esta situación puede invisibilizar toda la magnitud del fenómeno discriminatorio al recurrir a encajar el supuesto en un único tipo de discriminación. Puede que el resultado de contemplar uno o varios de los motivos de discriminación conjuntamente sea el mismo respecto al daño patrimonial de la persona que sufre la discriminación. Sin embargo, difiere el sufrimiento padecido, porque el daño moral que sufre la mujer sería mucho mayor si la discriminación se produce por varios motivos. En este caso, los efectos de combinar varios criterios discriminatorios (por ejemplo, por género, por obesidad y por discapacidad o enfermedad) magnifican su desventaja frente a otros trabajadores.

La regulación de la discriminación múltiple es escasa. La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres contempla supuestos de “doble discriminación” en su exposición de motivos. También prevé la posibilidad de desarrollar acciones positivas frente a ciertas minorías vulnerables, pero en su articulado no define la discriminación múltiple, algo que sí hace la ley 19/2020 de la Comunidad Autónoma de Cataluña, estableciendo el régimen jurídico de la discriminación múltiple. Según esta legislación:

La discriminación múltiple se produce “cuando una persona sufre una forma agravada y específica de discriminación como consecuencia de la concurrencia o la interacción de diversos motivos de discriminación”⁴⁷².

⁴⁶⁹ Carrión (2016, agosto 18). *La televisión pública egipcia aparta a presentadoras por sobrepeso*. El mundo. En: <https://www.elmundo.es/television/2016/08/18/57b5802c46163f741b8b4606.html>

⁴⁷⁰ Baile (2017, p. 111).

⁴⁷¹ En el marco de la Unión Europea, el informe de la Comisión Europea, *Tackling multiple discrimination* de 2007, destacó la dificultad que conlleva determinar que una persona ha sido estigmatizada en base a la discriminación múltiple.

⁴⁷² Ley 19/2020, de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación, artículo 4, n).

Añade la ley, que, en el caso de llevar a cabo acciones positivas para corregir la desigualdad, “la diferencia de trato se debe cumplir respecto a cada uno de los motivos de discriminación”⁴⁷³.

Sin embargo, es una opinión personal que aunque sea difícil probar la ocurrencia de varias discriminaciones al mismo tiempo, a lo mejor no sería tan difícil probar que una mujer es discriminada en diferentes ámbitos de su vida (en el laboral, en el académico, en las relaciones interpersonales, en el sanitario, etcétera) o que una discriminación puede ser la consecuencia de otra anterior, porque en estos casos, las desventajas para la mujer no ocurren en varios contextos que se encuentran interrelacionados, si bien, en estos casos los estudiosos no hablan de discriminación múltiple sino de discriminación interseccional, porque se tienen en cuenta los antecedentes y los factores que han contribuido a la discriminación.

En conclusión, la discriminación múltiple es aquella en la que ocurren conjuntamente dos o más motivos por los que la persona resulta discriminada. En estos casos, la mujer es la que más sufre, porque pesan roles tradicionales en los que solía asignarse el cuidado de los hijos y del hogar a la mujer y los puestos de trabajo externos con funciones directivas a los hombres. Históricamente, esta desventaja social de la mujer siempre ha quedado reflejada en los juicios negativos que ha sufrido en el ámbito del empleo, aunque no únicamente en este contexto.

6.5. Aspectismo en el ámbito laboral

Se ha constatado como existe una prima de belleza en el mercado laboral y que la apariencia tiene influencia en el mundo real. La prima de belleza desaparecería cuando se obtiene información sobre las habilidades o competencias individuales y, en algunas ocasiones, también podría convertirse en una penalización. La influencia de la apariencia en el ámbito laboral ha sido destacada por diversos estudios⁴⁷⁴:

Hay evidencia de la demanda creciente corporativa de empleados con cualidades estéticas que pueden ser implementadas en estrategias de marketing, pues desde el punto de vista de la apariencia, los empleados son conceptualizados como vehículos de señalización cultural⁴⁷⁵.

⁴⁷³ Ley 19/2020, de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no de discriminación, artículo 5, apdo. 2.

⁴⁷⁴ Ghodrati et al. (2015).

⁴⁷⁵ Ghodrati et al. (2015, p. 2).

La literatura científica asegura como, cada vez más, la apariencia influye en las decisiones de contratación, ya que las personas atractivas son más propensas a ser contratadas. El desarrollo de nuevas formas de organizar el trabajo ha dado lugar a que los empleadores no solo demanden de sus empleados conocimientos o experiencias técnicas (habilidades duras), sino que exigen “competencias blandas”, tales como, habilidades sociales e interpersonales, habilidades emocionales, ciertas actitudes conductuales, pero también cualidades físicas que se basan en poseer una buena apariencia física. En la actualidad, tales características estarían en plena vigencia en el sector servicios.

Parece que las exigencias afectan más a ciertas profesiones que a otras: por ejemplo, el ser contable no tiene que ver con la atracción de la clientela, por lo que la tendencia del empleador sería menor a la hora de personificar las habilidades. Así, se refleja la tendencia de los empleadores a considerar ciertas aptitudes personales que antes no se tenían en cuenta y que, ahora, se incorporan en la esfera del proceso de ciertos trabajos⁴⁷⁶.

A lo anterior se añade que el cliente demanda exigencias de ser atendido por personas que le resulten afables, que tengan buen aspecto o buena apariencia, lo que termina aún más por presionar a los empresarios para valorar circunstancias personales como otro aspecto a tener en cuenta de sus empleados.

En la literatura científica, “esta personificación de los servicios muestra la cara oscura del capital erótico, pues se han ampliado los elementos que forman parte del proceso laboral para invadir la esfera privada y personal del trabajador/a”⁴⁷⁷.

En la Figura 9 se ilustra un caso de discriminación basada en el aspecto en el ámbito laboral, como ha sido el de la compañía aérea Ryanair, denunciada en varias ocasiones por usar a sus trabajadoras en un calendario como reclamo sexual, presentándolo con la leyenda: “el personal de vuelo de Ryanair levanta la temperatura de cabina con el calendario más caliente de 2008. Los pasajeros podrán llevarse a casa una docena de las tripulantes de cabina más impresionantes de Europa”. El calendario se vendía a bordo, por el precio de siete euros entre los pasajeros, pero era una campaña de publicidad muy agresiva, basada en una representación sexista de la mujer. La justificación de la compañía se articulaba en la voluntariedad de las azafatas al posar para el almanaque, pero todas ellas, imágenes polémicas basadas en la apariencia de las azafatas, podrían ser atentatorias contra la dignidad de las trabajadoras⁴⁷⁸.

⁴⁷⁶ Bailly y Lené (2013).

⁴⁷⁷ Moreno (2016).

⁴⁷⁸ Sahuquillo. (2007, diciembre 12). Ryanair desata la polémica con un calendario sexista. El País. En https://elpais.com/diario/2007/12/12/radiotv/1197414006_850215.html

La utilización de esas imágenes se resume en que “la imagen prima por encima de otros atributos, y, así, también ocurre en el ámbito laboral durante la contratación”⁴⁷⁹.



Figura 9. Fotografías sexistas de una compañía aérea en un almanaque de 2008. (El País).

La discriminación por apariencia en el ámbito laboral puede aparecer de manera consciente o inconsciente. Ocurre inconscientemente, cuando el empleador, sin advertirlo, escoge al candidato más atractivo, o bien, cuando el candidato se autoexcluye en la selección al ver que en el entorno laboral al que pretende acceder puede ser reactivo frente a su físico, ya que no existe diversidad física en el mismo. La discriminación también podría ocurrir de manera consciente, cuando el empleador solo acepta a trabajadores/as que posean una determinada imagen, o, también, cuando rechaza candidatos/as que posean determinadas características, por ejemplo, que no lleven barba o piercings, que no posean tatuajes, ni ciertos peinados modernos, entre otros⁴⁸⁰.

Un estudio se refiere a que las personas atractivas serían más propensas a recibir invitaciones para participar en entrevistas de trabajo, a ser contratadas y a poseer mayores probabilidades para ser ascendidas que las personas que no resultan tan atractivas. Habría ciertas circunstancias que otorgarían preferencias o, al contrario, prejuicios respecto a ciertos/as trabajadores/as que suelen basarse en el sexo, en la raza, en la etnia o en la religión. Esta discriminación también opera de manera que los/las trabajadores/as más atractivos/as pueden ser vistos como más competentes profesionalmente, más productivos o más inteligentes⁴⁸¹.

Basta con dar una vuelta por los grandes almacenes de firmas conocidas para ver que todos los vendedores que se encuentran al frente de productos de cosmética, perfumes y mostradores de lencería suelen ser seductores, con una estética cuidada, luciendo en sus puestos de manera impecable, porque es una estrategia de marketing que se basa en un enfoque agresivo de ventas. Esas personas son los

⁴⁷⁹Bernard et al., 2012, p. 188.

⁴⁸⁰ Blázquez (2021, julio 21).

⁴⁸¹ Maestriperi et al., 2016.

embajadores de las marcas que venden, porque la sociedad premia con mayores ventas la buena apariencia.

Se puede observar como el aspectismo está muy naturalizado en el ámbito ocupacional durante todo el proceso: este se manifiesta durante los procesos de selección para escoger candidatos al puesto, durante el desarrollo de las tareas laborales, en la promoción laboral, en la cuantía de los salarios, etcétera. Asimismo, un aspecto poco cuidado o que no guarde las prescripciones exigidas por el empresario puede dar lugar a sanciones como el despido.

En la segunda parte de esta tesis (Parte II: perspectiva jurídica) se analiza la jurisprudencia relativa a las intromisiones empresariales en la esfera exclusiva de individualidad del trabajador/a, como es la exteriorización de su imagen en el trabajo.

En muchos casos, los derechos de la imagen, de la dignidad de los/as empleados/as y los derechos a la intimidad pueden ser limitados por el poder empresarial como consecuencia de la imposición de una determinada apariencia laboral. Esa hipotética colisión de derechos, entre la libre organización productiva empresarial y los derechos fundamentales del trabajador/a, no posee una solución única y universal, sino que varía en cada caso según las circunstancias que concurran. A los jueces les corresponde ponderar los intereses que entran en juego en cada supuesto, que, debe ser tratado igual, pero que a la vez es único. Además, las soluciones son dependientes del contexto cultural y social y de los usos locales existentes en cada sector, porque “la esfera de intimidad personal viene determinada por las ideas que prevalezcan en cada momento en la sociedad y por el propio concepto y las pautas de comportamiento que cada persona mantenga según sus actos”⁴⁸².

En la sentencia de 11 de abril de 1994 se resuelve sobre el derecho a la propia imagen. En ella el tribunal define el aspecto físico y lo declara protegido por el artículo 18.1 de nuestra constitución española. La sentencia protege la esfera individual del trabajador, porque este antes de adquirir la condición de parte en el contrato de trabajo, antes de ser asalariado, primeramente, es ciudadano, y como individuo, posee un ámbito propio reservado frente a los demás. Entendido así este derecho, señala el tribunal que:

(...) resulta claro que el primer elemento a salvaguardar sería el interés del sujeto en evitar la difusión incondicionada de su aspecto físico, que constituye el primer elemento configurador de su intimidad y de su esfera personal, en

⁴⁸² STC 231/1988, de 2 de diciembre (ECLI:ES:TC: 1988:231).

cuanto instrumento básico de su identificación y proyección exterior y factor imprescindible para su propio reconocimiento como individuo⁴⁸³.

Esta sentencia es acorde con otras en las que para poder restringir el derecho del trabajador/a y limitar su apariencia, las necesidades organizativas de la empresa deben venir cualificadas por razón de necesidad, debiendo acreditarlo el empresario. La protección del trabajador o de la trabajadora frente a la discriminación por aspecto podría hacerse por la vía de la cláusula abierta del artículo 14 constitucional, pero también cabría hacerla a través del artículo 18.1 de la constitución española. Recientemente, se ha publicado una sentencia del Juzgado de lo Social número 4 de Barcelona, que declara la nulidad del despido y se ordena al empresario con la readmisión e indemnización de la camarera que trabajaba en un bar de copas y que fue despedida al negarse a ir con poca ropa para trabajar (en culotte, sujetador y medias). En la sentencia se considera que tal medida vulnera el honor de la trabajadora. Según la jueza, la empresa impone a la trabajadora una vestimenta con la que no se encontraba cómoda por las situaciones embarazosas que surgían con los clientes. Debido a que empezó a servir las copas en vaqueros, el propietario, primero, le llamó la atención para que vistiese con culotte y sujetador y posteriormente la amonestó, hasta que finalmente fue despedida. En esta resolución se declara el despido nulo por vulneración del derecho fundamental al honor, a la intimidad personal familiar y a la propia imagen, condenando al empresario a la readmisión sin imposiciones de la vestimenta que se considera contraria a los derechos fundamentales de la persona

En la parte jurídica de esta tesis, la cuestión principal que se discute gira en torno a si la decisión personal sobre la apariencia del trabajador/a puede o no limitarse en virtud de las relaciones laborales. Se trata de determinar si la orden del empresario excede o no de sus facultades directivas.

6.5.1. Características que podrían influir en el éxito o arruinar el acceso a la ocupación laboral

Las características que pueden llevar a la discriminación por el aspecto físico son variadas. Entre ellas podrían estar los cortes de cabello, la ropa, los uniformes, el color de piel, la etnia o el rostro⁴⁸⁴. Un estudio muestra como entre las circunstancias que pueden influir en las evaluaciones de los sujetos están el atractivo físico, el aspecto aseado y el ajuste a las normas sociales⁴⁸⁵. Otro estudio señala que existen diferentes atributos físicos que se relacionan con el poder social, tales como, el rostro, los senos,

⁴⁸³ STC 99/1994, de 11 de abril (ECLI:ES:TC: 1994:99).

⁴⁸⁴ Kaplan y Szapu (2019, p. 111).

⁴⁸⁵ Suárez et al., 2011.

los ojos, la estatura y el peso⁴⁸⁶. Según este último estudio, las personas que poseen alguna discapacidad, serían percibidas por el resto de la sociedad como menos atractivas. Se constata como el atractivo no es percibido de manera absoluta y de manera unidimensional, sino, de forma compleja, ya que se tienen en cuenta características físicas, espirituales y comportamentales⁴⁸⁷.

Se ha constatado como los empresarios suelen discriminar en función del “sexo, de la raza, del origen, de la edad (...) y como siguen discriminando en base a la apariencia de las personas o por su orientación sexual (...)”⁴⁸⁸. Un rostro no demasiado convencional, asimétrico, con poca homogeneidad en la piel, podría no ayudar demasiado a un candidato a superar una selección laboral.

En general, suele considerarse con buena apariencia a los individuos que usan un atuendo limpio y adecuadamente seleccionado, que sigan el código de vestimenta exigido. Si se trata de una persona de cierta edad, el uso de colores apagados, no vestir de manera excéntrica. También se suele referir a un cuerpo atractivo, delgado, de postura erguida y sin sobrepeso⁴⁸⁹.

La apariencia facial también suele asociarse al éxito empresarial. Otros aspectos que pueden influir a la hora de ser contratados o excluidos pueden ser: si el candidato posee alopecia, si lleva barba, si usa gafas, las características físicas derivadas de la propia cultura a la que pertenece o a la etnia, por ejemplo, si lleva un peinado bantú o con rastas, si posee discapacidades físicas, tales como, cojera, o marcha disfuncional, etcétera.

Hoy, no hay duda de que las características físicas juegan un papel importante a la hora de efectuar juicios y tomar decisiones en el ámbito ocupacional, influyendo en las decisiones de contratación⁴⁹⁰.

6.5.2. ¿La discriminación por apariencia existe en todas las profesiones, o, solo opera en algunas de ellas?

Se ha mostrado como “la apariencia física no solo causa discriminación en los empleos donde hay un contacto directo con el cliente, sino también en aquellos empleos que son de oficina”⁴⁹¹. El problema

⁴⁸⁶ Berry (2008).

⁴⁸⁷ Martín (2002).

⁴⁸⁸ Reskin y Padavic (1994, p. 38).

⁴⁸⁹ Kramkowska (2019).

⁴⁹⁰ Little y Craig (2012).

⁴⁹¹ Galarza y Yamada (2009, p. 32).

es que el aspecto físico es considerado como un atributo productivo, es decir, posee efectos en la productividad, y aunque se trate de un puesto de trabajo en el que no se interaccione demasiado con el cliente, el empresario suele poseer la expectativa de que la persona atractiva (que puede poseer la misma formación y experiencia que una persona no atractiva), será más productiva que una persona no atractiva. En general, se ha puesto de manifiesto como en diferentes profesiones los empresarios continúan discriminando por la apariencia.

Se ha constatado que la discriminación por obesidad, genera prejuicios generalizados en el campo laboral, pero también en otros ámbitos, tales como, en las profesiones sanitarias (medicina, enfermería, fisioterapeutas, psicólogos, etcétera). En los entornos educativos, también existen actitudes negativas hacia los/las niños/as y adolescentes, prejuicios, que, incluso, llegan a la fase de la enseñanza universitaria⁴⁹².

Se evidencia como las mujeres atractivas pueden ser discriminadas cuando solicitan trabajos tradicionalmente masculinos, porque en este tipo de trabajos, el atractivo y el género pueden desencadenar expectativas estereotipadas⁴⁹³. Suele tenerse una visión particularmente sexista de ciertos roles tradicionales: trabajos como el de enfermería pueden ser vistos como trabajos femeninos, quizás, porque la mujer siempre ha sido percibida como cuidadora, afable y más servil que el hombre. Por tanto, una mujer como candidata a un puesto de enfermería podría tener ciertas ventajas sobre un candidato varón. Sin embargo, si la candidata lo es para un puesto relativo a la construcción, con probabilidad, existiría un sesgo negativo hacia su contratación por ser una profesión tradicionalmente reservada a los hombres, considerando que la mujer haría peor trabajo.

Algunos autores señalan que el rendimiento social y económico del aspecto físico no ha sido igual en todos los tiempos y en todos los contextos, *debido a que las percepciones sobre el atractivo físico son cambiantes y subjetivas*.

En el mercado laboral destinado al ocio, por ejemplo, en la industria cinematográfica, en el marketing o en profesiones donde los/las empleados/as gozan de “supervisibilidad” es habitual que estos sufran mayor discriminación que en otros sectores laborales si no resultan atractivos/as para atraer a la clientela. En el sector destinado al marketing y ventas, modelaje, deportistas, cine, televisión, política y, en general, del ocio, como los/las trabajadores/as están en continuo contacto con la clientela, es fácil que sean discriminados/as si no poseen una buena apariencia.

⁴⁹² Baile (2017, p, 22 y 23).

⁴⁹³ Johnson y Sitzmann (2014).

Actrices reconocidas por su trabajo luchan sin descanso en contra de los prejuicios estéticos⁴⁹⁴. Algunas figuras de la canción española han tratado de visibilizar el problema de la homogeneización estética⁴⁹⁵. Lamentablemente, ni el cine, ni la televisión, ni la publicidad suele difundirse la idea de abrazar la diversidad estética. No se valora adecuadamente el talento si no se posee la estética adecuada para la mayoría⁴⁹⁶.

En la mayoría de las profesiones liberales (médicos, abogados, psicólogos, fisioterapeutas, etcétera) el poseer una imagen cuidada se valora y se recompensa directamente por la clientela. Una buena apariencia hace presuponer al cliente que de la misma manera que el profesional se cuida, cuidará con la misma dedicación al cliente. Aunque no existe constancia real de tal presunción, ya que se trata de un juicio subjetivo, la realidad pone de manifiesto como en ciertas profesiones la apariencia es primordial.

En un estudio se recoge como el candidato a un puesto de trabajo con menos posibilidades era el que poseía aspecto descuidado y poca cualificación, pero otro candidato poco cualificado que poseía una buena imagen tenía más posibilidades de ser contratado como analista financiero que el anterior⁴⁹⁷.

⁴⁹⁴ Alonso (2021, junio 3). *Kate Winslet se rebela contra una industria que impone siluetas clónicas y que se niega a envejecer*. Elle. En: <https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/a36618891/kate-winslet-se-rebela-contra-industria-culto-cuerpo-edad/>. Es el caso de Kate Winslet, que, en su película reciente, “*Mare of east town*”, representa al personaje central, a una detective que no desea perder su tiempo cultivando el físico, porque está viviendo una situación dramática, como es la muerte de su hijo. La industria cinematográfica quiso eliminar sus “imperfecciones estéticas”, tales como, su barriga, y ella se negó con rotundidad a que su imagen fuese retocada, dado que ella deseaba identificarse con el personaje, porque es una mujer de cierta edad, con dolor emocional y con todas sus imperfecciones. Esta actriz se ha convertido en una abanderada contra la apariencia perfecta, porque considera que la industria de Hollywood está llena de prejuicios, que impone siluetas clónicas ajenas al envejecimiento.

⁴⁹⁵ Álvarez (2020, febrero 20). *Shaila habla más claro que nunca de las causas de su sobrepeso*. El Español. En: https://www.elespanol.com/corazon/famosos/20200220/shaila-durcal-habla-claro-nunca-causas-sobrepeso/468953381_0.html. Shaila Dúrcal, ha comentado como durante su adolescencia sufrió bullying en el colegio por su imagen. La consideraban demasiado alta, que no tenía pecho y se metían con su frente. Esta cantante/actriz ha sufrido muchos inconvenientes con su imagen, aumentando de peso debido a la ansiedad y a la depresión provocada por la pérdida de un dedo de la mano. Otra actriz, Jennifer Lawrence reveló en una entrevista que le exigieron adelgazar para interpretar la película “*Los juegos del Hambre*”. La actriz reveló que no podía estar a dieta continuamente. Además, la exigencia era contraproducente por el tipo de público al que estaba destinado al mensaje. La serie iba destinada a adolescentes, que estaban creciendo, y, los jóvenes podrían entender el personaje de “Katniss” como presión para estar delgados.

⁴⁹⁶ De los Ríos (2021, diciembre 14). *Quién es Lorena Gómez*. Mujer Hoy. En: <https://www.mujerhoy.com/actualidad/lorena-gomez-cantante-enemiga-pilar-rubio-sucesora-rocio-jurado-arrasa-homenaje-telecinco-20211214175742-nt.html>. Hace poco, se publicaba una noticia en prensa de lo que le había ocurrido en la carrera profesional de la cantante, Lorena Gómez, que probablemente sea la voz española que más se asimila a la de “la más grande” (Rocío Jurado), lo que dice mucho acerca de su interpretación a la hora de imitar a la cantante. Relató cómo había sufrido trastornos del comportamiento alimentario, que sus problemas se vieron magnificados cuando un directivo de la industria musical le comentó que, si quería triunfar, tenía que adelgazar, porque era un producto que debía gustar a toda la gente.

⁴⁹⁷ Mack y Rainey (1990); citados en Hakim (2019).

Hay ciertas características en el individuo, fácilmente observables, por ejemplo, si tiene una cojera, una deformidad física, cicatrices, si está calvo, etcétera, que podrían ser importantes en todas las situaciones de la contratación. La presencia de una persona aseada, bien vestida, puede atraer no solo al empresario a la hora de incluir al sujeto en una selección de trabajo, sino también para que sea incluida en el grupo de amigos o, por ejemplo, para aceptarlo en una universidad.

Es probable que ciertos rasgos físicos sean muy dependientes de ciertos contextos, de las tareas específicas que el/la trabajador/a tenga que desempeñar: un/a candidato/a que acude a un puesto de trabajo respecto al que se advierte que posee una personalidad dominante y autoritaria, podría ser apreciado/a para desempeñar el liderazgo de un grupo en el trabajo. Sin embargo, en un puesto en el que se requiere equiparación de los roles y cooperación podría ser visto/a como intimidatorio y, por tanto, rechazado/a⁴⁹⁸.

Un estudio recoge una serie de atributos (la vestimenta, los rasgos faciales, el atractivo o el aspecto físico y la altura) que no son una lista exhaustiva de los rasgos que pueden influir en las percepciones sobre los demás⁴⁹⁹. Todos estos factores relacionados con la apariencia parecen tener efectos poderosos en el ámbito ocupacional, especialmente, en los procesos de selección y en el desempeño laboral.

Las exigencias corporales se dan en ocupaciones muy diferentes: en el sector de la salud y de la enseñanza, porque el físico de sus trabajadores/as debe ser acorde con lo que predicen⁵⁰⁰. También ocurre así en las profesiones donde el/la trabajador/a está en contacto con el público, por ejemplo, en el sector servicios, la profesión de camareros/as o dependientes, porque la imagen del trabajador/a promociona directamente la imagen de la empresa; en ventas de perfumería, cosméticos, solárium, peluquerías, balnearios o gimnasios, donde se ofrece bienestar y embellecimiento.

Sin embargo, existen otros muchos ámbitos en los que también operan las exigencias corporales a pesar de que los/las trabajadores/as no están en contacto con la clientela. Así, podría escucharse mucho mejor a un abogado/a acicalado que, a uno descuidado, porque una persona que cuida su imagen genera expectativas de control, de que hace un trabajo extra cuidando su aspecto, percibiéndole como más competente. Casi todo el mundo hace inferencias y genera expectativas sobre la imagen ofrecida.

⁴⁹⁸ Little y Craig (2012).

⁴⁹⁹ Little y Craig (2012).

⁵⁰⁰ Moreno (2019).

Existen determinadas profesiones en las que se exige una cierta apariencia y otras en las que dichas exigencias pueden ser superfluas⁵⁰¹. En algunas profesiones la exigencia se centra en la utilización de un determinado atuendo, por ejemplo, podría ser la exigencia de llevar uniforme, o, simplemente, de no utilizar ropa informal o deportiva o exigencias que están ligadas a los atributos físicos estéticos de los empleados.

Las exigencias variarán mucho según las empresas, los contextos y situaciones. Así, para responder a la pregunta de si el aspectismo opera en todo tipo de profesión, la respuesta dependerá de cada caso, de cada situación, porque según sea el contexto, las exigencias empresariales sobre el aspecto variarán según la cultura profesional⁵⁰². Cada situación es particular, y, por tanto, el aspectismo variará según los contextos. Sin embargo, las costumbres y la cultura específica de un sector ocupacional no es lo único que explica el fenómeno de ser discriminado/a por el aspecto. En ocasiones, no es la cultura empresarial sino la presión social para seguir un canon estético⁵⁰³.

6.5.3. ¿Debe ser ampliado el concepto de competencia ocupacional incorporando la apariencia física como una cualidad personal del trabajador?

Las exigencias del atractivo físico se han transformado debido a las prácticas cotidianas del conjunto de la población: nuestra cultura compartida no se enfrenta a la injusticia de ser discriminado/a por la apariencia, sino que más bien sucede lo contrario, suele considerarse a la buena apariencia física como

⁵⁰¹ Moreno (2019).

⁵⁰² Moreno (2019, p. 13).

⁵⁰³ Al visitar unos grandes almacenes en el centro de Vigo, una trabajadora comentó que cuando ella había ingresado en su puesto, pesaba 82 kilos (la chica medía 1.69 cm). Nunca hasta ese momento había tenido problemas, porque siempre se había percibido como “normal”. Incluso, se sentía atractiva y vestía a la moda. Sin embargo, en el momento de empezar a trabajar en esos grandes almacenes, se pasó un día observando a sus compañeras de planta y se dio cuenta que todas eran delgadas, perfectas, con una piel maquillada y cuidada, con las uñas muy arregladas, perfumadas, pero, sobre todo, eran muy delgadas. Estuvo días comparándose con ellas y a partir de ahí, empezó “con pensamientos intrusivos” de que ella no valía para nada. Su autoestima bajó notablemente, y estuvo meses tratando su depresión. Contaba los años de sufrimiento en los que consiguió transformar su cuerpo con sacrificios como estar tres días sin comer hasta que sus compañeras la llevaron a urgencias, porque tenía desmayos en el trabajo. Como con las dietas conseguía poco, transformó su cuerpo a base de liposucciones. Estas operaciones le llevaron a otras para retocar otras partes del cuerpo, y así, sucesivamente, hasta que se hizo adicta a la cirugía, transformando su cuerpo y modificando sus ideas para someterse a las exigencias corporales de la empresa. Hoy es feliz con su físico, con sus escasos 50 kilos de peso, aunque no reconoce que el cambio fue propiciado por las exigencias del empleador y por la presión social del entorno laboral, incluso por su madre, que alababa los logros estéticos y de sufrimiento de su hija. También reconoce que su estado corporal actual le lleva a discriminar a las personas obesas por su físico, pero señala “que el mundo está hecho así, y que te adaptas o que el mundo te devora”.

una competencia añadida a las demás habilidades que poseen las personas. Por ello, suele considerarse que la buena apariencia física se hace exigible en la sociedad actual como un valor positivo.

Para Lipovetsky existe un consenso sobre el cuidado del cuerpo conculcado en la población, como que es necesario para poseer salud y bienestar⁵⁰⁴. En la actualidad, el cuidado corporal se está entendiendo como un valor positivo, llevándolo a límites insospechados para poder hablar de la “tiranía de las apariencias”⁵⁰⁵.

Es indudable que existen fuertes correlaciones entre el atractivo físico y la carrera profesional, percibiendo a las personas atractivas como más contratables, dado que los empleadores generan expectativas positivas sobre otros de sus atributos. Son muchas las personas que se ven afectadas por el sesgo de atractivo. Se ha persuadido acerca de que el atractivo físico será siempre considerado un activo añadido en la valoración de los individuos⁵⁰⁶. Según algunos autores, el atractivo físico sería un activo importante en la vida que influye en las oportunidades de trabajo⁵⁰⁷.

Según Moreno (2019), cada vez más, estamos asistiendo a una realidad en la que los empleadores solicitan la exigencia de determinadas morfologías corporales para desempeñar las tareas laborales. Suele exigirse una estética cuidada en aquellos trabajos en los que el trabajador/a tiene contacto continuo con el público, tales como, asistente de ventas en un concesionario, vendedor/a de una tienda de moda, modelos, etcétera. Sin embargo, también se exige por el empleador ciertos cánones estéticos en otras profesiones en las que el físico no impacta primeramente sobre el público, pero se exige una apariencia como proyección de la empresa y esa imagen debe ser cuidada para ofrecer confiabilidad. Desde este punto de vista, la apariencia física podría ser entendida como una competencia más del trabajador/a, exigida para desempeñar su puesto de trabajo.

Se ha hablado del “cuerpo como capital” en las manos de quién lo utiliza para vender, pero también existiría “el cuerpo como desarrollo personal” para socializar o sentirse más seguros a la hora de desenvolverse en las relaciones interpersonales⁵⁰⁸. Se considera que cuando nos referimos al cuerpo en el trabajo existe una transformación de los atributos físicos, el cuerpo aparecería como capital, puesto que “se pone en valor un conjunto de bienes al servicio de la actividad laboral” con la finalidad de obtener ventajas económicas. Igualmente, algunos autores se refieren a que el cuerpo en el trabajo y

⁵⁰⁴ Martín (2002).

⁵⁰⁵ Lipovetsky (1991); citado en Martín (2002).

⁵⁰⁶ Hollier (2017).

⁵⁰⁷ Little y Craig (2012); Moreno (2016).

⁵⁰⁸ Moreno (2019).

otros marcadores de belleza son parte del capital de la empresa y producen privilegios y beneficios económicos⁵⁰⁹.

Diferentes estudios manifiestan que el atractivo físico es un beneficio para los actores en las relaciones de intercambio. Una persona con gran atractivo físico tendrá más oportunidades y podría ser utilizada como diagnóstico de un comportamiento responsable y cooperativo. En ocasiones, se hacen inferencias y predicciones a través de la apariencia cuidada de las personas, esperando que estas sean más cooperativas. Se considera que tendrán más oportunidades para el intercambio productivo⁵¹⁰.

Comportamientos como los llevados a cabo por algunos empleadores que excluyen a candidatos/as a un puesto de trabajo basándose exclusivamente en su apariencia, al menos, moralmente, sería cuestionable, porque la selección de una candidatura de trabajo implica valorar también otras competencias tales como los conocimientos técnicos y experienciales en dicho sector. Las conductas discriminatorias basadas en el físico pueden conducir a un camino de sufrimiento e instar al individuo a sacrificar la utilidad y la funcionalidad corporal por la estética exigida, reconstruyendo su morfología singular. Esta certeza requiere que tomemos conciencia y autocontrol sobre un proceso irrazonable que arrastra a todos al imponer estándares irreales, dado que cada individuo posee una forma corporal específica⁵¹¹.

Otra cuestión que se plantea es si sería legítimo que la persona deba renunciar a los beneficios que le concede su “plus de belleza” para que otras personas no se sientan discriminadas⁵¹². Parece que el atractivo físico concede importantes ventajas sociales y económicas y que, por lo tanto, debiera ser incorporado como una competencia más de la persona en el mercado laboral. El aspecto físico es considerado como un “plus” para ingresar en el mercado laboral o mantenerse en el puesto de trabajo, para obtener mejores salarios o para promocionar laboralmente. El éxito del atractivo en el trabajo, suele generalizarse a otros ámbitos de la vida personal: se suele poseer más contactos sociales, más interacciones, mayor número de citas, ser mejor tratado/a socialmente, etcétera.

⁵⁰⁹ Anderson et al. (2010).

⁵¹⁰ Mulford et al., 1998.

⁵¹¹ Martín (2002).

⁵¹² Hakim (2019), se refiere a que la persona no tiene por qué renunciar a los beneficios que le concede su “plus de belleza”, para sentirse aceptada por el resto.

Puede que el sujeto deba aprovechar las cualidades que posee, sin embargo, no se puede obviar que, en ocasiones, el “plus de atractivo” genera situaciones desiguales e injustas, porque existe un trato diferenciado para el que no existe justificación alguna⁵¹³.

Creemos que no se trata de negar el atractivo físico de cada uno, sino de afirmar la necesidad de que el aspecto físico no desplace el sentido común y el principio de que todas las personas son iguales ante la ley y poseen los mismos derechos para que no se produzcan resultados injustos.

Existe una esfera de individualidad que otorga el derecho a la que no se tiene por qué renunciar. Ese ámbito personal no debe sufrir menoscabo debido a la percepción subjetiva de belleza que algunas personas poseen sobre los demás. Los seres humanos son valiosos y cada individuo posee unas experiencias personales y una complejidad que los hacen únicos. No se puede intentar constreñir toda la riqueza de la persona a un único reducto, al atractivo físico, pues este suele ser utilizado de manera injusta como filtro de las propias capacidades y, en ocasiones, los juicios subjetivos pueden ser equivocados.

6.6. Aspectismo en el ámbito escolar

Son pocos los estudios que han analizado el problema del aspectismo en el contexto escolar. Aparece como un fenómeno intimidatorio de los más frecuentes, sobre todo, entre iguales en el ámbito educativo. Parte de su importancia reside en el gran impacto psicológico que sufre el alumnado que vive esta problemática, ya que suele ser propenso a sentirse “como un extraño en su propia escuela”, adoptando comportamientos de absentismo escolar y en los casos más extremos, dando lugar al abandono permanente de los estudios o afectando a la propia vida⁵¹⁴.

Es indudable que, esta temática posee relevancia tanto para la comunidad científica, en general, como, en particular para la comunidad educativa (...), porque es necesario otorgar visibilidad al fenómeno del aspectismo en la comunidad socioeducativa, presentando enorme trascendencia, no solo

⁵¹³ Hakim (2019).

⁵¹⁴ Coll y Carranco (2023, febrero 22). Las gemelas de Sallent que saltaron de un tercer piso recibían apoyo psicológico del instituto y los servicios sociales seguían su caso. El País. Recientemente una noticia actual conmovió a la población española y especialmente, para la comunidad educativa. Dos niñas gemelas argentinas de 12 años decidieron suicidarse, saltando al vacío desde un tercer piso en Barcelona. Las niñas que desde hacía dos años vivían en Barcelona, tenían depresión, dejaron dos cartas escritas en las que se descubre que desde que llegaron sufrieron bullying y burlas en la escuela. Además de burlarse de su acento, por su condición de nacionalidad, se burlaban por la identidad sexual de una de las gemelas. El acoso comenzó a ser más elaborado cuando una de ellas decidió cortarse el pelo y solicitar a los compañeros en el instituto que la llamasen por su nuevo nombre de chico, dado que quería someterse a un cambio de género.

por las implicaciones psicológicas que podrían afectar al desarrollo integral del individuo, sino porque también suele incidir en el rendimiento académico y éxito escolar del alumnado⁵¹⁵.

Cualquier práctica discriminatoria es injustificable, pero, aún lo es más en el supuesto de que tales prácticas se lleven a cabo con niños/as y adolescentes, porque estos no han terminado de construir su propia identidad.

El aspectismo en el ámbito escolar posee importantes repercusiones, que pueden llevar al alumnado a que se conviertan en personas emocionalmente inestables, con comportamientos marginales, sintiéndose excluidos de la sociedad, fracasados y frustrados. Es factible que desarrollen comportamientos de abandono de sus proyectos vitales y aislamiento social.

Se ha mostrado como el efecto del atractivo se incrementa desde el profesorado, pues se ha comprobado como el atractivo percibido del alumnado por parte de los profesores y profesoras correlaciona significativamente con las expectativas que estos generan sobre el rendimiento académico de los/las alumnos/as que perciben como más atractivos/as⁵¹⁶. Se constata como los/las niños/as que son percibidos como más atractivos/as se les suele prestar más atención y se les trata de manera más positiva, suelen ser considerados como más populares y poseen más interacciones sociales⁵¹⁷:

(...) la discriminación por la apariencia física es una de las modalidades más habituales, invisibles y naturalizadas. Los/las niños/as aprenden a comportarse a base de estereotipos desde muy pequeños/as. Por eso, este tipo de discriminación por la apariencia física se observa desde el inicio de la escolaridad, cuando comienzan a vincularse con pares que presentan diferencias dadas por la diversidad característica de los seres humanos (...) ⁵¹⁸.

Ciertas representaciones que tienen que ver mucho con los estereotipos sociales generan creencias negativas hacia quienes se apartan de los cánones imperantes. Así, las personas con sobrepeso, más bajas o más altas, que padecen obesidad, que no resultan atractivas, que no visten a la moda, o, simplemente, que no gustan a los demás por algún rasgo físico “se convierten en objeto tanto de estigmatización social como de prácticas discriminatorias”⁵¹⁹. Se ha asegurado que:

⁵¹⁵ Quintas-Alfonsín (2021, p. 9).

⁵¹⁶ Dusek y Joseph (1983).

⁵¹⁷ Baile (2017); Elizathe et al., 2010; Hakim (2019).

⁵¹⁸ Elizathe et al. (2010, p. 1).

⁵¹⁹ Gutiérrez y López (2006, p. 1-18).

(...) cuando se les explica a las familias del alumnado (la existencia de la discriminación basada en apariencia), éstas suelen restarle importancia, ya que los moteos o sobrenombres que les ponen a sus hijos en la escuela, más que una incomodidad, suelen considerarse como que responden a bromas, chistes o a comentarios graciosos, tolerables para la persona, cuando en realidad esto no es así, porque implica sufrimiento para la persona. Se hace necesario que desde el propio centro se le otorgue a este problema la importancia que tiene, trabajando conceptos claves como la autoestima, el autoconcepto y la imagen corporal (...) así como que el personal docente reciba formación específica para lidiar con este problema desde las aulas. (...) Las burlas o comentarios vinculados al aspecto terminan invisibilizándose, con lo que, en cierto modo, hace que se ceda al hostigamiento a pesar de que estos alumnos están sufriendo durante el período evolutivo de mayor vulnerabilidad, como es la adolescencia, en la que necesitan sentirse apoyados por la familia, la escuela y sus iguales⁵²⁰.

En la literatura científica se recoge como la preocupación por el cuerpo se inicia durante la adolescencia, que es donde se producen los mayores índices de insatisfacción corporal⁵²¹. Esto estaría en consonancia con algunos estudios que han informado de la existencia de la discriminación basada en apariencia durante la adolescencia, incluso, en países alejados de los parámetros estéticos occidentales, por ejemplo, Corea. En este país aumentó la probabilidad de que los adolescentes se sometieran a cirugías estéticas con respecto al resto de la población, mostrando la importancia que tiene para la juventud la apariencia física, llegando a convertirse en un grave problema social y en un factor de riesgo que afecta a la salud⁵²².

⁵²⁰ Quintas-Alfonsín (2021, p. 10).

⁵²¹ González et al., 2009.

⁵²² Hyemin et al., 2017. La aportación de este estudio es muy valiosa porque relaciona lookismo y salud. Además, se trata de un estudio longitudinal, que son muy escasos, evaluando desde 2004, anualmente, en la población coreana la discriminación por apariencia. Este estudio muestra como el fenómeno del aspectismo está globalizado, dado que en Corea, la discriminación por apariencia es una forma crucial de discriminación. Según los autores, “las personas que no son físicamente atractivas, se hallan en desventaja en la sociedad como en el mercado laboral, educativo, y matrimonial”.

Si la juventud no logra alcanzar “los estándares estéticos” se mostrarán decepcionados, frustrados, desarrollarán una baja estima y un bajo autoconcepto. Esta situación podrá desencadenar conductas de evitación y sufrimiento por la imagen, autoculpabilizándose⁵²³.

La etapa de la adolescencia es uno de los períodos de máxima vulnerabilidad, donde lo externo, la preocupación por la apariencia física alcanza su punto más álgido. El/la adolescente tiene la necesidad de integrar su imagen en concordancia con los iguales⁵²⁴. Así, la adolescencia comportaría:

(...) un período de inflexión en el proceso evolutivo del individuo por los cambios que se producen a nivel físico, conductual, psicológico y afectivo. En este período se da una preocupación excesiva por la imagen corporal, tratando de seguir unos estándares estéticos impuestos por el contexto sociocultural, que tiene mucho que ver con la presión social, familiar y de los medios de comunicación, que pueden ayudarlos a desarrollar valores, pero también contravalores⁵²⁵.

Si bien, algunos autores señalan que es posible que esta circunstancia ocurra mucho antes, en la infancia o en la preadolescencia, ya que los/las niños/as a la edad de once o doce años empiezan a formar su imagen corporal bajo las influencias del contexto social en el que se insertan. Esto constituye una variable de notable influencia ante cualquier política de prevención de la obesidad infantil en nuestra sociedad. Este último estudio concluye que la obesidad afecta a la percepción que poseen los/las niños/as sobre su propio peso y sobre su cuerpo. Se refiere a cómo el ideal del aspecto físico imperante en nuestra sociedad se enfoca a considerar, que, “a mayor peso, mayor insatisfacción corporal y mayor discrepancia de la forma del cuerpo con el modelo de la delgadez”⁵²⁶. Así, se asegura que:

(...) es esencial en el ámbito escolar trabajar el tema de los estereotipos con el alumnado, con la finalidad de conseguir que el individuo pueda desarrollar una mente crítica, no dejándose influenciar por mensajes estereotipados, que muchas veces contribuyen a difundir los medios de comunicación⁵²⁷.

⁵²³ Quintas-Alfonsín (2021, p. 27).

⁵²⁴ Rodríguez y Cruz (2006).

⁵²⁵ Quintas-Alfonsín (2021, p. 12).

⁵²⁶ Pallares y Baile (2012).

⁵²⁷ Quintas-Alfonsín (2021, p. 22).

Un estudio encontró hallazgos relativos a los bajos niveles de insatisfacción corporal entre los doce y trece años, no encontrando diferencias de género en las puntuaciones. Sin embargo, dichas circunstancias no acontecían en otros grupos de edad (entre los quince y dieciséis años, y entre los diecisiete y diecinueve años). En estos dos últimos niveles, las chicas mostraban mayor insatisfacción corporal que los varones⁵²⁸. Otro estudio recoge como un 80% de chicas en una edad comprendida entre quince a diecisiete años deseaban estar más delgadas, mostrando insatisfacción corporal⁵²⁹.

Cuando se detectan necesidades en un ámbito educativo específico han de atenderse partiendo de cada nivel. Así, desde la perspectiva del alumnado, cuando se ve afectada la autoestima y su autoconcepto, los jóvenes pueden verse comprometidos. En el polo opuesto estarían aquellos alumnos/as que discriminan a “sus iguales”, con lo que sería necesario intervenir con medidas preventivas, por ejemplo, con formación específica frente al aspectismo. El alumnado puede aprender a desarrollar distorsiones de su imagen y desajustes emocionales, que, sin duda, podrán incidir en su rendimiento académico minimizado:

Los adolescentes construyen el autoconcepto y la autoestima en el desarrollo de cada una de las acciones que, en un horizonte cada vez más amplio, realizan. El equilibrio emocional facilita o dificulta el rendimiento escolar en la medida que intensifica o reduce las interferencias en el aprendizaje⁵³⁰.

Además de intervenir en los jóvenes desde la escuela es importante intervenir en las familias para que procuren el apoyo a sus hijos/as, educándolos/as tempranamente con el objeto de aceptar la diversidad física y educarlos para que estos no estén únicamente centrados en su cuerpo, sobre todo, ayudando a que puedan generar una mente crítica y no se dejen arrastrar por los pretendidos influencers del siglo XXI. Para ello, se necesita que las familias estén concienciadas con este problema, que posean una formación especializada, además de tener el adecuado apoyo orientativo guiado desde el centro educativo.

⁵²⁸ Baile et al., 2002.

⁵²⁹ Baile y Garrido, 1999.

⁵³⁰ Decreto 69/2007, de 29 de mayo, por el que se establece y ordena el currículo de Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. En: <https://orientacioneducativa.files.wordpress.com/2008/11/decreto69071.pdf>

Desde la perspectiva de los docentes-tutores y personal del departamento de orientación educativa, se necesita formación específica y reciclaje continuo. Estos temas deben ser tratados de manera transversal en el aula.

Finalmente, desde el propio centro escolar y desde las instituciones implicadas en el ámbito educativo, se requiere promover una cultura de “tolerancia cero” frente a cualquier tipo de discriminación, sobre todo, tratar de promover en toda la juventud una actitud de distancia frente al seguimiento de un único patrón estético uniformador⁵³¹.

Sintetizando lo expuesto, el aspectismo en el ámbito escolar debe enfocarse con propuestas de intervención desde una perspectiva holística, integradora y ecológica⁵³². Desde una perspectiva holística e integradora, porque “ha de tenerse en cuenta no solo la dimensión académica de la persona, sino también la física, psicológica y emocional, buscando el desarrollo integral de la persona en todos los ámbitos”⁵³³. Desde una perspectiva ecológica es necesario efectuar una mirada amplia del problema, porque no basta con realizar la intervención únicamente sobre el alumnado, sino que es necesario interrelacionar los distintos niveles de la comunidad educativa (alumnado, profesorado, personas que integran el departamento de orientación educativa y personal administrativo, instituciones educativas, entorno social, familias, etcétera) para intervenir en todos ellos, con el objeto de lograr concienciar sobre el problema y sumar todos los esfuerzos para revertir las situaciones de hostigamiento estético.

⁵³¹ Quintas-Alfonsín (2021).

⁵³² Para consultar una propuesta de intervención contextualizada y su evaluación en Educación Secundaria Obligatoria, puede consultarse Quintas-Alfonsín (2021, p. 33-66).

⁵³³ Quintas-Alfonsín (2021, p. 10).

CAPÍTULO 7. REFLEXIONES FINALES DESDE LA PERSPECTIVA PSICOSOCIAL

Como ha podido observarse en los capítulos anteriores, la discriminación basada en la apariencia sigue irrumpiendo en la vida real en diferentes contextos sociales de manera significativa. Esto propicia nuevos desafíos con el fin de eliminar, “amortiguar” y prevenir con éxito ciertas actitudes intimidatorias, fomentando, en general, la participación de la sociedad y, en particular, de los niños y niñas en edad temprana desde la escuela con nuevos planteamientos pedagógicos, pero también desde las familias no propiciando la comparación social, difundiendo ciertos valores como defender la diversidad humana, así como, el alejamiento de ciertos estereotipos corporales.

Aunque resulta muy cómodo culpar al trabajador o trabajadora de su situación corporal, es una idea común estereotipada que, la persona que posee sobrepeso u obesidad se encuentra así por propia decisión voluntaria y que por ello no merece trabajar, porque se puede esperar que cómo no controla su cuerpo, con dificultad podría controlar su empeño laboral.

7.1. Una reflexión moral sobre la legitimidad del trabajo estético: ¿no se debe juzgar a los demás por su aspecto, o, no se debe juzgar, exclusivamente, por apariencia?

Cuando una persona acude como candidato a algún tipo de selección en la que se establece que se tendrá en cuenta a efectos de la elección la formación, los conocimientos y la experiencia laboral, desde una perspectiva estrictamente moral no sería ético seleccionar a un/a candidato/a que sustituyese la ausencia de la formación o de su experiencia laboral por la disposición de un físico atractivo. En realidad, cuando se habla de discriminación por apariencia se hace referencia a todos aquellos casos en los que se hace uso de manera injustificada, irracional o de manera arbitraria de los atributos físicos de una persona, por ejemplo, en el caso de un sujeto que es rechazado por la empresa seleccionadora, ya que esta se ha basado, exclusivamente, en que el candidato es gordo, porque el ser gordo o flaco para determinados puestos de trabajo no constituye por sí un requisito absoluto que impida desarrollar la actividad laboral.

Un caso distinto es cuando en una empresa se oferta un puesto de trabajo para el que se requiere cierta presencia debido a las necesidades del puesto concreto de trabajo que, además, en muchos casos gozan de reglamentación específica. Esto ocurre en algunos casos con los puestos de trabajo en aerolíneas que exigen una determinada altura para sus empleados/as en cabina. Pueden existir ciertos

requerimientos físicos para llevar a cabo un trabajo específico y las distinciones que se basan en determinados méritos personales no siempre tienen que ser consideradas como discriminación.

Cuando se utiliza el término de discriminación se hace referencia a un tratamiento diferencial ilegítimo. No se trata de condenar a el aspecto físico, sino que los empleadores que deben tomar en consideración una perspectiva global competencial del trabajador/a y no primar exclusivamente la apariencia, generando un trato discriminatorio. Por tanto, no se puede hablar en todos los casos de discriminación por apariencia. Cuando se exija una cualidad física que sea imprescindible para desarrollar las tareas específicas un concreto puesto dicha especificación puede ser legítima. En este caso, la condición física sería una competencia semejante a otras cualidades intangibles del trabajador/a, tales como, la formación, la experiencia laboral, etcétera. Se ha constatado como:

El elemento central que permite calificar jurídicamente un hecho de discriminatorio es el de la ilegitimidad de ese tratamiento diferencial, es decir, en relación a las normas legales y morales. De esta manera, toda forma de diferenciación, no constituye una discriminación en sí⁵³⁴.

Así, para el desempeño de ciertos de trabajo es indispensable evaluar si la persona posee o no la apariencia especificada para poder ejercerlo. Otra cosa es que, sin justificación alguna, el empresario desee castigar la fealdad teniendo en cuenta exclusivamente el aspecto, el cual podría invisibilizar otras condiciones añadidas que posee el/la trabajador/a (vida laboral, experiencia anterior en esa tarea específica para la que se efectúa la selección, conocimientos, especialidades, personalidad, etcétera).

Un estudio considera que en la mayoría de los trabajos a los que acuden los/las solicitantes de empleo, estos suelen ser evaluados por sus conocimientos y experiencia laboral o por su profesionalidad, pero también pueden atender a los rasgos físicos de la persona, a que resulten agradables, siendo evaluados por un compendio de diferentes características y habilidades⁵³⁵.

Es cierto que las imposiciones estéticas empresariales han modificado el contenido de las competencias profesionales, porque desde el poder de dirección el contenido del trabajo se delimita explícitamente, asumiendo que no basta con poseer conocimientos técnicos y experiencia laboral, sino que es necesario controlar la imagen corporal, ya que esta puede funcionar como un vector para atraer la clientela.

⁵³⁴ Suárez et al., 2011, p. 8.

⁵³⁵ Takác (2020).

Además, el contenido de las competencias profesionales se delimita implícitamente por la asunción de “normalidad” por parte del empleado/a: el hecho de que el empleador imponga una apariencia, esta terminará siendo asumida por el trabajador/a que interiorizará las exigencias empresariales, generalizando esa apariencia a otros componentes de su vida personal, cuidando su aspecto en todos los ámbitos y funcionando como un “modus operandi” cotidiano, por lo que este debate en algún momento carecerá de sentido, ya que el trabajador/a termina normalizando la cuestión de la apariencia al naturalizarla en su día a día.

La exigencia de una determinada apariencia puede venir exigida no solo por el empresario sino por la propia clientela que valora el aspecto de quien le presta un servicio. Las exigencias de transformar una apariencia puede que no se desdiga por ser algo discriminatorio, sino que se trate de una cultura compartida y que una buena apariencia pueda tratarse como otra exigencia laboral añadida⁵³⁶.

7.2. ¿En qué medida se puede justificar el tratamiento dispar de los/las candidatos/as a un puesto de trabajo basándose en su apariencia?

El tratamiento dispar de los/las trabajadores/as que no poseen la estética exigida según las normas empresariales se ha justificado, basándose en diversas circunstancias:

En el caso de la obesidad, el empresario justifica la discriminación en que “es por su propio bien y por el respeto a los derechos de los demás”. También existen ciertas ideas estereotipadas sobre que personas que poseen sobrepeso u obesidad no sirven para realizar determinadas tareas laborales por su reducida movilidad y porque poseen niveles más bajos de rendimiento. Otros empleadores se refieren a la voluntariedad de la situación del trabajador/a. El que una persona esté obesa, sería una condición buscada voluntariamente. Si esta persona tuviese mayor control sobre su propio cuerpo, fuese metódica y se esforzase un poco podría revertir esa condición. Los empleadores no tienen en cuenta que las causas del sobrepeso, en muchos casos, son complejas y no buscadas por el individuo. A veces, se producen por cuestiones hormonales o por otras patologías primarias en las que confluyen una multiplicidad de factores, no un único factor.

La cuestión es que no se puede aceptar a personas obesas, porque se espera que sean poco productivas.

También puede justificarse la discriminación por apariencia basándose en la existencia de sesgos por parte de los demás, es decir, algunos empleadores rechazarían a ciertos candidatos por no poseer una

⁵³⁶ Moreno (2019, septiembre 22). ¿Posee usted un aspecto estético adecuado para trabajar en lo que le gusta? The conversation. En: <https://theconversation.com/posee-usted-un-aspecto-estetico-adecuado-para-trabajar-en-lo-que-le-gusta-123818>

buena apariencia, porque estarían recibiendo presiones de otros para hacerlo, normalmente, de la clientela que quiere ser atendida por personas atractivas físicamente.

Un sesgo empresarial para contratar es el que descansa en razones de carácter económico. Algunos empleadores evitarían contratar a personas con sobrepeso, porque podrían incurrir en mayores costos. Por ejemplo, el empresario tendría que adaptar un nuevo puesto de trabajo a la disfuncionalidad física del candidato para acceder al edificio, eliminando las barreras arquitectónicas, tendría que gastar más dinero en primas de seguro más altas, soportar una menor productividad debido al mayor absentismo de esos/esas trabajadores/as, asumir nuevos gastos, comprar un nuevo mobiliario, etcétera.

Otra justificación específica del aspectismo por parte del empleador suele buscarse en el campo ocupacional de servicios y de negocios (turismo, o restauración) en los que poseer una apariencia atractiva sería una condición más del contrato de trabajo ⁵³⁷. Este último estudio señala que el aspectismo “por lo general, no ha sido considerado como una práctica discriminatoria (...) ahora es un fenómeno global, que está afectando a varios aspectos de la vida humana, por ejemplo, al trabajo o a las relaciones sociales, o a la selección de pareja”.

Sin embargo, no sería ilegítimo un trato diferencial basado en acciones positivas con el objeto de mejorar la vida de ciertas minorías o grupos históricamente discriminado/as, ya que lo que se trata es de darles un trato preferencial en diversos recursos, por ejemplo, para generar la igualdad de sexos en los salarios, en lenguaje no sexista, etcétera⁵³⁸. La finalidad de estas acciones se orienta a la mejora de las condiciones de personas, de minorías o grupos desfavorecidos, equiparando los roles sociales y permitiendo la inclusión social, por ejemplo, de las personas con obesidad mórbida.

⁵³⁷ Takác (2020).

⁵³⁸ La ley 19/2020, de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación, señala en su artículo 5, apartado 2, que: “No se puede considerar discriminación la diferencia de trato que derive en disposiciones, conductas, actos, criterios, omisiones o prácticas que tengan por objeto revertir, corregir, reparar o paliar situaciones de discriminación, desigualdad o minorización de carácter estructural”.

7.3. Síntesis

Se ha observado como el aspectismo es una práctica discriminatoria consistente en un trato diferenciado basado en el aspecto o apariencia de la persona realizado consciente o inconscientemente, pero injusto, porque no posee ninguna justificación objetiva. Suele considerarse a una persona como poco atractiva y se tiende a clasificarla dentro del grupo de las personas que no se ajustan a los ideales de belleza dominantes en la sociedad, que puede englobar las características físicas (como el cuerpo o el rostro), la vestimenta, o la manera de exteriorizar su personalidad (por ejemplo, a través de tatuajes, piercings, adornos del pelo o peinado ...).

El canon estético dominante es el prototipo occidentalizado del aspecto físico de la delgadez, de piel clara y juventud. Este fenómeno no excluye que pueda darse sucesiva o simultáneamente con otro tipo de discriminaciones. Lo normal es que el aspectismo aparezca vinculado a otro tipo de discriminaciones, de las que sea difícil deslindarlo, por ejemplo, con la discriminación por género o por racismo. Además, suele producirse con independencia del contexto (ámbito laboral, escolar, sanitario, etcétera) y de la cultura o del ámbito geográfico, con diferentes consecuencias para el individuo, tales como, la afectación de la salud física y mental. En general, implica desigualdades sociales o desventajas en diferentes ámbitos.

Es necesario cambiar “la mirada” por una más sabia, modificar la perspectiva con que miramos a los demás, adquirir un pensamiento más práctico y útil, primando a la naturaleza humana. Así, nos lo recordaba uno de los filósofos más importantes del estoicismo:

(...) tenemos que prestar atención a estas cosas: aquello que acompaña a las cosas naturales posee algo agradable y seductor. Por ejemplo, un pan que, al cocer, se agrieta por algunas partes, y estas grietas, que se han producido así y que, en cierta manera, van contra el oficio del panadero, también le quedan bien y son particularmente atractivas para el apetito. También los hijos, cuando ya han madurado, se abren. Y en las aceitunas que están a punto de caer, ese estado previo a la putrefacción le da al fruto una belleza particular. Lo mismo sucede con las espigas que se doblan, la melena del león, la espuma que mana de las fauces de los jabalíes y otras tantas cosas que, aunque parezcan lejos de ser hermosas, cuando las consideramos en su particularidad, por el hecho de acompañar a las cosas naturales, las dotan de belleza y resultan cautivadoras. Si se tiene sensibilidad e inteligencia profunda de las cosas que suceden en el universo, prácticamente ninguno de estos fenómenos, que existen como consecuencia de las cosas, podrá dejar de parecerle, de algún

modo, grato. Ni siquiera las fauces de las fieras le habrán de parecer menos agradables que lo que enseñan los pintores y los escultores; también verá sazón en una anciana o en un anciano y encanto de los muchachos, si mira con ojos sabios. Y muchas cosas semejantes, que no seducirán a todos, sino solo a aquel que esté profundamente familiarizado con la naturaleza y sus obras⁵³⁹.

Es aconsejable adquirir ciertos valores humanos que permitan guiar nuestra vida a la hora de tratar a los demás, amar la diversidad física y cultural sin enjuiciar los hándicaps de apariencia. Esta idea debe quedar reflejada en el ámbito educativo y en nuestra legislación.

⁵³⁹ Marco Aurelio (2022, p. 44).

PARTE II. PERSPECTIVA JURÍDICA

Si anteriormente se enfocó el aspectismo desde una perspectiva social, en esta parte de la tesis se focaliza el análisis desde la perspectiva jurídica tratando de desentrañar si la prohibición de discriminación basada en el aspecto se encuentra recogida o no en nuestra legislación, efectuando un análisis comparativo con lo que ocurre en las legislaciones de otros países.

Desde la perspectiva jurídica, el punto central se asienta en dilucidar si respecto al aspecto del individuo debe prevalecer el poder de dirección empresarial basado en la elección de sus trabajadores por sus atributos físicos frente al derecho del trabajador a exteriorizar libremente su personalidad a través de la apariencia física, porque parece que la persona trabajadora debe resignarse a presentar la imagen que la empresa requiere para proyectar su imagen empresarial:

“(...) el diferente que voluntariamente ejerce el derecho de autodeterminación estética, como el que involuntariamente se aparta del canon admitido, se ve abocado a un triste destino, más o menos trágico, según el estereotipo social que se les asocie y el grado de repugnancia suscitado por el rasgo en cuestión en el colectivo”⁵⁴⁰.

INTRODUCCIÓN

En el ordenamiento jurídico español son escasas las referencias realizadas a la prohibición expresa de discriminar por el aspecto de la persona⁵⁴¹. Esta prohibición no la encontramos redactada expresamente en la constitución española. Es cierto que esta aseveración no excluye que dicha prohibición pueda estar incluida en otras prohibiciones más genéricas sobre discriminación en las que la protección descansa en el principio constitucional de igualdad y en el respeto a los derechos personalísimos del individuo, pero siempre quedaría sujeta a la interpretación por parte de los tribunales.

⁵⁴⁰ Rivas (2015, p. 2).

⁵⁴¹ Ley 19/2020, de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación.

Para realizar un análisis de la prohibición de discriminación por el aspecto de las personas se necesita explorar el principio constitucional de igualdad, la prohibición genérica de discriminación y en cómo se suelen configurar constitucionalmente las cláusulas antidiscriminatorias. Este análisis se hace extensivo a otros derechos constitucionales que se encuentran íntimamente ligados a la temática analizada, tales como, el derecho a la intimidad, a la propia imagen y a la dignidad de la persona.

Los derechos de cada individuo terminan donde comienzan los derechos de los demás. Así, es necesario conocer perfectamente la frontera entre los límites del derecho del trabajador a exteriorizar su imagen personal y el derecho del empresario a organizar su actividad productiva. Desde este trabajo se cuestiona la tensión entre estos derechos planteando posibles soluciones a cómo debe articularse este debate desde la legislación y a cómo los tribunales han resuelto la casuística relacionada.

La prohibición general de discriminación no solo aparece en el ordenamiento jurídico español, sino que el Tratado de la Unión Europea considera el principio de no discriminación como una de las características esenciales de las sociedades modernas que respetan la dignidad humana, la libertad, la democracia, la igualdad, el Estado de Derecho y el respeto a los derechos humanos⁵⁴². A pesar de que el Tratado de la Unión Europea recoge algunas prohibiciones de discriminación, como la discriminación por nacionalidad, por sexo, la discriminación salarial, entre otras, el tratado no recoge una prohibición específica de discriminación por aspecto. Según lo dicho, no existiría una protección expresa en la Unión Europea en materia de aspectismo.

El Consejo de Europa aprobó en 1950 del Convenio para la Protección de los Derechos Humanos (CEDH). Este Convenio no establece un principio general de igualdad a pesar de que reconoce una cláusula general de prohibición de discriminación sobre los derechos del Convenio en el artículo 14, que sería el único punto de engarce con la prohibición de discriminación por apariencia. Este señala que:

no puede existir discriminación por motivos de sexo, raza, color, lengua, religión, opiniones políticas u otras, de origen nacional o social, pertenencia a una minoría nacional, fortuna, nacimiento o cualquier otra situación.

Esta última cláusula abierta abre el debate si dentro de “cualquier otra situación” puede ser incluida la prohibición de discriminación por apariencia, cuyo análisis se plantea en este trabajo en el apartado específico de la casuística resuelta por el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH).

⁵⁴² Artículo 2 del Tratado de la Unión Europea o Tratado de Maastricht, firmado en Maastricht el 7 de febrero de 1992 (entró en vigor el 1 de noviembre de 1993) y modificado posteriormente por los Tratados de Ámsterdam, Niza y Lisboa, dando lugar a la versión consolidada del Tratado de la Unión Europea (C2012/326/01).

En el Derecho Internacional puede observarse la ausencia de acuerdos internacionales sobre prohibición de discriminación por aspecto, si bien, podría enlazarse la cuestión a los acuerdos existentes que protegen a las personas con discapacidad si llega a considerarse a las personas obesas como poseedoras de una discapacidad, dado que la discapacidad estaría protegida a través de la Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad⁵⁴³.

En el Derecho comparado se efectúa un análisis comparativo entre las legislaciones de diferentes países, recogiendo cómo se protege la discriminación basada en la apariencia. Se observa como existe gran disparidad, aunque son pocas las legislaciones que hacen referencia a la prohibición de discriminación por el aspecto de la persona. Como sucede en el derecho francés, se regula expresamente en algunos cuerpos legislativos la discriminación por apariencia física. Un nivel intermedio se encuentra en algunas legislaciones como la mexicana, donde se hace mención específica en su constitución, si bien, después se desarrolla escasamente el precepto en otra normativa. Otros muchos países no contienen referencia alguna a la prohibición de discriminación basada en la apariencia ni en la constitución ni en ninguna de sus leyes.

⁵⁴³ Ratificada por España en 2008 y por la Unión Europea en 2010, por Decisión del Consejo 2010/48/CE de 26 de noviembre de 2009. Según la doctrina (Ayala, 2015, p. 76) la integración de la Convención en el derecho español proporcionaría a sus preceptos fuerza jurídica inmediata: “3º. En tercer lugar, en la Convención se regulan auténticos derechos, de aplicación inmediata en el ordenamiento jurídico español, sin necesidad de un desarrollo normativo y cuya vulneración abrió paso a la articulación de un sistema claramente garantistas que ofrece nuestro derecho (reserva de ley orgánica del artículo 81.1 de la constitución y eficacia inmediata y amparo constitucional del artículo 53.1 y 2 de la constitución).

CAPÍTULO 8. SISTEMÁTICA DE LOS ORDENAMIENTOS JURÍDICOS PARA ESTABLECER POSIBLES MOTIVOS ANTIDISCRIMINATORIOS

8.1. La discriminación, en general. La discriminación directa y la discriminación indirecta. Discriminación laboral.

Toda discriminación implica un trato desigual hacia una persona por algún motivo. Normalmente, se basa en ideas estereotipadas que conllevan distinciones frente al resto: “la discriminación es sinónimo de diferencia, de desigualdad y supone un trato no igualitario y menos favorable respecto a otra persona”⁵⁴⁴.

La discriminación puede conducir a la exclusión social, a la segregación, a la marginación, a múltiples consecuencias jurídicas, incluso, a psicopatología asociada. No obstante, no toda desigualdad genera discriminación, sino solo aquellas desigualdades que objetivamente son injustificadas y reprobables, porque atacan derechos fundamentales, tales como, el derecho a la intimidad, a la dignidad o la integridad de la persona.

Así, en determinados casos se admiten tratos diferenciales que no son prohibidos, sino todo lo contrario, resultan admitidos socialmente, porque se trata de fomentar una acción positiva para paliar ciertas desigualdades sociales. Las legislaciones pueden intentar a través de la “discriminación positiva” beneficiar a aquellos colectivos que tradicionalmente han sido objeto de discriminación, ofreciendo el acceso a ciertos recursos que permitan que los individuos puedan gozar de los derechos que posee el resto en condiciones de igualdad.

La situación de desventaja que genera la discriminación basada en apariencia que atenta contra el principio de igualdad, ha sido poco tratada en la literatura científica a pesar de que la apariencia física puede llegar a ser un obstáculo para lograr la igualdad plena.

En un recorte de prensa se ha llegado a afirmar que todos solemos prejuzgar a los demás en el ámbito cotidiano. Alude a la llamada “ciencia discriminatoria” del médico Lombroso, que escribió sus prejuicios, cuando afirmaba que unos determinados rasgos corporales y faciales de un individuo podrían predecir si este era un criminal o no. Para demostrar que existe una “discriminación positiva” y también “discriminación negativa” de la apariencia física recoge un experimento que había hecho la cerveza

⁵⁴⁴ Rubio (2012, p. 2).

danesa de Carlsberg para llamar la atención del público y que demostraba la existencia de prejuicios hacia las personas que no poseían una buena imagen⁵⁴⁵.

Si acudimos a un evento social y comenzamos a hablar con una persona que nos resulta atractiva físicamente y que encaja con nuestro esquema de prototipo de persona atractiva, estaríamos discriminando positivamente.

Cuando una persona es tratada desfavorablemente por algún hándicap respecto a otras personas en una situación semejante, se puede hablar de discriminación directa: cuando “una persona por razón de sexo, origen racial, étnico, edad, religión o convicciones, discapacidad u orientación sexual, sea, haya sido o pudiera ser tratada, de manera menos favorable que otra en situación comparable, lo que da entrada a tratos discriminatorios pasados, presentes y futuros”⁵⁴⁶.

Cuando una norma o una situación que es “aparentemente neutra” coloca a un individuo en desventaja por ciertos motivos frente al resto, se habla de discriminación indirecta. Este tipo de discriminación es una de las formas más sutiles de discriminación a la hora de crear desventajas, salvo que, dichas desventajas puedan ser justificadas como legítimas⁵⁴⁷.

Se produce discriminación laboral por aspectismo cuando a una persona le es negado el trabajo basándose en razones que no tienen que ver con sus habilidades profesionales, sino que se asientan exclusivamente en su apariencia, por ejemplo, se le niega el trabajo basándose, exclusivamente, en su físico⁵⁴⁸. Se ha llegado a hablar del “fenómeno del talento” para hacer referencia a aquellas situaciones en las que los empleadores exigen requisitos muy altos para el trabajador o la trabajadora, casi imposibles de cumplir, tales como, la exigencia de que la persona posea una cualificación muy específica además de un buen físico, que sea joven o inferior a una determinada edad y que posea una determinada personalidad para trabajar.

En el ámbito del trabajo, las empresas deberían garantizar normas antidiscriminatorias contra la imagen y también corregir ciertas prácticas de empleo que sancionan el físico de los candidatos y

⁵⁴⁵ Delfino (2017, julio 17). El experimento de Calberg consistió en llenar un cine de moteros con aspecto rudo y poco afable. Se dejaron algunas butacas vacías en el centro. Las personas que iban entrando en el cine y se encontraban con tal visión decidían automáticamente dar vuelta, mientras que, otros se sentaban con reticencias. Existirían ciertos esquemas aprendidos en el tiempo rechazando a las personas que hemos etiquetado como poco atractivas, prejuzgándolas, haciendo así visible la discriminación negativa. El etiquetado explica muy bien cómo el resto de la gente percibe el comportamiento de una persona y según los atributos o las características de la misma la “etiquetan” atendiendo a convenciones socioculturales, de manera que si la apariencia está conforme solo con una minoría suele etiquetarse a la persona de manera negativa por no cumplir los estándares estéticos exigidos socialmente.

⁵⁴⁶ Cuadernos de Aranzadi Social (2021, p. 4).

⁵⁴⁷ Es el caso de la acción positiva.

⁵⁴⁸ Rubio (2012, p. 1).

candidatas al puesto, porque dichas prácticas no están relacionadas con la competencia profesional o con las habilidades laborales sino con circunstancias ajenas al mismo.

En la actualidad, se ha convertido en una práctica frecuente que la empresa exija al individuo ciertos atributos además de la cualificación profesional, la experiencia o la productividad. Estas exigencias hacen que las personas se sientan estigmatizadas al no poder cumplir dichas exigencias.

La discriminación por apariencia en el ámbito ocupacional puede darse en todas sus fases: en el acceso al empleo, durante la realización del trabajo, en el despido, en los salarios, en la promoción, etcétera. En la literatura científica se ha constatado como en el ámbito de los recursos humanos (RRHH), las personas que llevan a cabo las entrevistas han de alejarse de ciertos estereotipos basados en el aspecto físico y centrarse más en las competencias laborales del candidato o candidata al puesto. No es raro, que, en los procesos de selección laboral, los reclutadores se basen en criterios subjetivos, tales como, la edad o la apariencia en lugar de atender a las competencias profesionales.

El aspectismo no afecta de manera particular a un individuo, sino que se trata “de un problema global”, que afecta a toda la sociedad, por lo que se hace necesario la implicación de todas las personas⁵⁴⁹.

Quizás, por la crisis actual debido a la pandemia de la COVID-19 (enfermedad por Coronavirus) en la que muchos puestos de trabajo han sido destruidos, asistimos a la introducción de nuevas variantes de discriminación en los procesos de selección, si bien, en la mayoría de los casos la discriminación se basa en datos subjetivos que condicionan la percepción de los que reclutan al considerar a ciertas personas como inadaptadas porque no constituyen el prototipo de persona que se requiere para la generalidad del grupo.

Este fenómeno constituye un debate de plena actualidad, porque en el ámbito empresarial no se pueden sobrepasar ciertos límites que lesionen y sacrifiquen los derechos fundamentales en pro del beneficio empresarial con el objeto de obtener buenos resultados económicos, por ejemplo, discriminando a los trabajadores y trabajadoras basándose en protocolos estéticos.

En muchos casos se ha llegado a una “desprofesionalización en el proceso de selección ocupacional”: de antemano se están diseñando por la propia empresa ciertos perfiles de trabajo en los que no se analiza la productividad o la competencia laboral, sino que se estigmatiza al individuo por la no posesión de ciertos atributos fenotípicos, tales como, la raza, el color de la piel o rasgos genéticos⁵⁵⁰.

⁵⁴⁹ Rubio (2012, p. 2).

⁵⁵⁰ Ruiz (2019).

8.2. Tipología de cláusulas discriminatorias: formulación genérica o específica con un listado de motivos discriminatorios

Parece que las cláusulas antidiscriminatorias en el derecho constitucional comparado europeo, suelen incluir una cláusula antidiscriminatoria específica en sus constituciones, aunque, no todos los estados poseen un listado de motivos de discriminación⁵⁵¹. Se ha constatado que, aunque haya constituciones de diferentes estados que sí listen los motivos de discriminación, dichos motivos pueden variar de una constitución a otra. Esto lleva al planteamiento de determinar si existen patrones constitucionales generalizados en la estructura de las cláusulas antidiscriminatorias que determinarían el papel que jugaría la discriminación por apariencia.

En general, la estructura de la cláusula antidiscriminatoria suele tener la misma estructura, más bien sencilla:

Primero, suele proclamarse el derecho a la igualdad ante la ley de todas las personas (según los casos de sus nacionales o de forma más amplia se refiere a los ciudadanos).

Posteriormente, se prohíbe todo tipo de discriminación basada en una serie de motivos, que, en la mayoría de las constituciones estatales se listan expresamente. Este tipo de cláusula es muy común en las constituciones europeas, por lo que podría decirse que existe un patrón generalizado a la hora de construir las cláusulas antidiscriminatorias.

Se ha hecho una triple clasificación para sistematizar las diferentes formas que poseen los ordenamientos para establecer el listado de motivos antidiscriminatorios:

- Ordenamientos que incorporan un listado específico de motivos discriminatorios:

En estos ordenamientos el listado sería exhaustivo y cerrado, por lo que sería muy difícil incluir ciertas discriminaciones que no viniesen expresamente listadas en los motivos. Como valoración, podría pensarse que estos ordenamientos tendrían una operatividad nula para incorporar nuevas realidades que surgen en la sociedad y que obligarían a que el derecho vaya incorporando nuevas necesidades. Esas necesidades no podrían ser añadidas, porque no están nominadas expresamente y la norma constitucional no permite incluir nada más.

⁵⁵¹ Ruiz (2019).

La intervención de los jueces sería muy limitada en los sistemas de listados cerrados antidiscriminatorios, porque simplemente se limitan a contemplar los motivos listados, sin posibilidad de interpretar otros posibles motivos.

Este es el caso de Alemania que posee un listado cerrado de motivos.

Existen otros dos modelos donde los jueces tendrían un margen más amplio para moverse y poder aplicar otros motivos que no estuviesen expresamente recogidos, como sucede con la discriminación por aspecto en la constitución española.

- Ordenamientos que recogen el derecho a la igualdad, pero no incluyen ningún listado de motivos discriminatorios:

En estos casos es complicado efectuar un análisis comparativo, porque el que no aparezca en la constitución un listado de motivos, no quiere decir que no se puedan encontrar en otra fuente jurídica de ese ordenamiento nacional, lo que puede inducir a confusión si hay gran dispersión normativa, como ocurre con el derecho consuetudinario anglosajón. No poseen listado de motivos la constitución danesa, la constitución belga y la de Luxemburgo.

- Finalmente, existirían ordenamientos que incorporan un listado de motivos discriminatorios, de forma no exhaustiva y abierta:

Dentro de este grupo a su vez existirían dos técnicas para llevarlo a cabo:

La de aquellos ordenamientos que incluyen un “motivo residual genérico”, dejando la puerta abierta al ajuste interpretativo, bien vía doctrinal, bien vía jurisprudencial. Este sería el caso de la constitución española, que posee un motivo residual genérico. Así, para determinar si la discriminación por aspecto está incluida constitucionalmente, podría considerarse cubierta si atendemos a la cláusula abierta incluida en el listado de motivos del artículo 14, ya que este artículo añade al final: “(...) o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.

Otra técnica consistiría en incluir una modulación al comienzo del listado de los motivos, aclarando que es una citación meramente ejemplificativa (“en particular”, “tales como...”), etcétera. Es el caso de la constitución suiza, que incluye un listado ejemplificativo.

En la constitución española no existe una cláusula expresa que incluya el aspectismo. Es controvertido, porque suele decirse que “donde el legislador no legisló es que no quiso legislar”, como una omisión deliberada por parte del legislador para una mejor garantía de la efectividad de nuestra constitución sin que se merme la libertad del legislador.

Así, el que no se haya contemplado expresamente permitiría incluir sucesivos tipos de discriminación que vayan apareciendo con el tiempo, por ejemplo, la discriminación por tatuajes, por obesidad, por vestimenta, entre otros. Por el contrario, el contemplarla expresamente limitaría las opciones cubiertas a través de una interpretación extensiva de los tribunales a la luz de diferentes artículos, por ejemplo, del artículo 3.1. del Código Civil español, que se refiere a que las normas a la hora de interpretarlas no solo ha de tenerse en cuenta el contexto, sino la realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas.

Nuestra opinión es que, aunque el artículo 14 no incluya expresamente dicha tipología discriminatoria no estaríamos hablando de un listado exhaustivo y cerrado, porque la cláusula genérica y abierta del final permitiría introducir otras circunstancias anteriormente no nominadas (esto es, la discriminación basada en el aspecto de la persona). Como decimos, es una opinión personal que la inexistencia de una norma específica expresa para regular el aspectismo en la constitución permite el funcionamiento de la estructura normativa configurada por nuestro sistema y de los mecanismos de integración a través de otras normas que forman parte del ordenamiento español. Así, creemos que en este supuesto la integración no es imposible, si bien, este posicionamiento no siempre es compartido por toda la doctrina y la jurisprudencia, de la misma manera que la cuestión de determinar a través de qué mecanismos normativos pueden llevarse a cabo la protección de la prohibición de la discriminación por apariencia.

En un estudio se refleja que “el elenco del artículo 17.1 del Estatuto de los Trabajadores (en adelante, ETT) se fundamentaría en un *numerus apertus* con base al artículo 14 de la constitución⁵⁵². Así, podría entenderse que estaría incluido en dicho artículo el trato desigual basado en el aspecto físico del trabajador o trabajadora⁵⁵³. Esta interpretación extensiva doctrinal del derecho interno, contrasta con alguna interpretación restrictiva que han efectuado los Tribunales de Justicia en el ámbito europeo, respecto al marco de aplicación de lucha contra la discriminación en base a la Directiva 2000/78/CE:

⁵⁵² Chaparro y Talens (2012, p. 258).

⁵⁵³ El artículo 17.1 del ETT señala que: “Se entenderán nulos y sin efecto los preceptos reglamentarios, las cláusulas de los convenios colectivos, los pactos individuales y las decisiones unilaterales del empresario que den lugar en el empleo, así como en materia de retribuciones, jornada y demás condiciones de trabajo, a situaciones de discriminación directa o indirecta desfavorables por razón de edad o discapacidad o a situaciones de discriminación directa o indirecta por razón de sexo, origen, incluido el racial o étnico, estado civil, condición social, religión o convicciones, ideas políticas, orientación o condición sexual, adhesión o no a sindicatos y a sus acuerdos, vínculos de parentesco con personas pertenecientes a o relacionadas con la empresa y la lengua dentro del Estado español. Serán igualmente nulas las órdenes de discriminar y las decisiones del empresario que supongan un trato desfavorable de los trabajadores como reacción ante una reclamación efectuada en la empresa o ante una acción administrativa o judicial destinada a exigir el cumplimiento del principio de igualdad de trato y no discriminación”.

“No cabe deducir que el ámbito de aplicación de la Directiva 2000/78 deba ampliarse por analogía a otros tipos de discriminación además de las basadas en los motivos enumerados con carácter exhaustivo en el artículo 1 de la propia Directiva”.

Dicha interpretación restrictiva resulta curiosa frente a la generalidad de las cláusulas abiertas de las constituciones estatales de la mayoría de los Estados modernos, pues se suele justificar la necesidad de listas abiertas de derechos, porque estos van aumentando en número y variando su contenido en función de las nuevas necesidades que van apareciendo.

Se ha llegado a la convicción de que “los derechos humanos, en general, y las Declaraciones que los reconocen y protegen, son categorías históricas⁵⁵⁴. En consecuencia, el catálogo de Derechos Humanos nunca será una obra cerrada y acabada, pues una sociedad libre democrática deberá mostrarse siempre sensible y abierta a la aparición de nuevas necesidades, que se fundamenten en nuevos derechos (...)”⁵⁵⁵.

Cuando se ha hablado de los Derechos Fundamentales, aludiendo a que algunos de estos derechos se encuentran implícitos en las constituciones, en ocasiones, no se aseguran expresamente a pesar de que algunos se encuentran ratificados en tratados internacionales y en el derecho consuetudinario, y no por ello, dejan de protegerse. Cualquiera que sea el medio de protección empleado, debe ser plena en su interpretación, porque no es necesario que el derecho esté configurado expresa o formalmente en las constituciones estatales, ya que “tales derechos no dejarían ser objeto de protección por los valores y principios que irradian”⁵⁵⁶. Esto también ocurre con los diferentes tipos discriminatorios, que van evolucionando desde que nacen hasta que se van concretando en las legislaciones para resolver las necesidades que van apareciendo en el tiempo.

Respecto a la cláusula de cierre del artículo 14 de la constitución, el Tribunal Constitucional (en adelante, TC) ha señalado que las condiciones de este artículo se refieren a “diferenciaciones históricamente muy arraigadas”:

(...) la referencia constitucional expresa no implica la creación de una lista cerrada de supuestos de discriminación; pero sí representa una explícita interdicción del mantenimiento de determinadas diferenciaciones históricamente muy arraigadas y que han situado, tanto por la acción de los

⁵⁵⁴ Martínez (2006).

⁵⁵⁵ Pérez (1992, p. 44).

⁵⁵⁶ Nogueira (2007, p. 254).

poderes públicos, como por la práctica social, a sectores de la población en posiciones no sólo desventajosas, sino abiertamente contrarias a la dignidad de la persona que reconoce el artículo 19 de la constitución”⁵⁵⁷.

Por todo lo dicho, el artículo 14 de la constitución española, que establece el derecho a la igualdad, no se trata de un *numerus clausus*, sino de una lista abierta que comprenderá posibles futuribles discriminatorios según las necesidades cambiantes, y no solo en número, sino también habrá que ir modulando su contenido, según se deduce de la interpretación jurisprudencial⁵⁵⁸.

Según la doctrina abundan los derechos fundamentales implícitos en las constituciones. Muchos derechos no se encuentran contemplados en la norma positiva, sino que estas solo aseguran una existencia genérica de derechos esenciales, reconociendo las eventuales limitaciones del constituyente, consciente del constante desarrollo de más derechos y del desarrollo más amplio de su contenido para que la protección esté acorde a las necesidades que pueden ir surgiendo para las personas. Se pone como ejemplo, el derecho consuetudinario, que son normas no escritas, pero no por no estar redactados dejan de proteger el contenido a que se refieren. Según la doctrina,

“(…) no es necesario que el derecho en cuestión esté configurado expresamente en la constitución formal o en el derecho internacional convencional para que ese derecho fundamental sea objeto de protección por los valores y principios que irradia”⁵⁵⁹.

Como ha señalado la doctrina, se trata de circunstancias no citadas expresamente en el artículo 14, pero que están históricamente asociadas a la opresión o segregación, siendo contrario a los valores constitucionales⁵⁶⁰.

En este sentido, se han recogido unos criterios que permiten establecer si una determinada condición podría estar subsumida en las circunstancias protegidas del artículo 14 de la constitución. Entre estos criterios se encontrarían:

- Criterios de distinción innatos, no imputables al sujeto, por ejemplo, la raza.
- Se ejerce de manera sistemática, al colocar a las personas en una situación de marginación arraigada.

⁵⁵⁷ STC 166/1988, de 26 de septiembre de 1988, fundamento jurídico 2 (ECLI: ES: 1994: 166).

⁵⁵⁸ STC 269/1994. N. 041/2006, fundamento jurídico 3 (ECLI: ES: 1994: 269).

⁵⁵⁹ Nogueira (2007, p. 254).

⁵⁶⁰ Baile (2017, p. 159).

- Posee una dimensión colectiva, porque la persona es marginada por pertenecer a un colectivo o grupo, en este caso, con unas determinadas características.
- Finalmente, se desvaloriza y menoscaba a las personas, considerándolas como inferiores.

Asimismo, podría plantearse la cuestión de si la omisión por parte del legislativo a la hora de no contemplar la discriminación por el aspecto podría ser denunciada ante el TC. Visto desde esta perspectiva, no se considera que el que no se haya contemplado expresamente tal discriminación sea un vacío legal, por lo que no habría lugar para la intervención del TC, ya que dicha omisión legislativa forma parte del legítimo ejercicio de la opción que posee el legislador en el marco de una constitución abierta. El TC solo se encargaría de examinar los vacíos legislativos que se derivan del incumplimiento de un mandato legislativo, pero no de una omisión deliberada del legislador⁵⁶¹.

En conclusión, la prohibición de discriminación por aspecto no aparece mencionada expresamente en el artículo 14 de la constitución española, pero haciendo una interpretación extensiva a la luz de otras normas internas, internacionales y comunitarias, se podría entender que dicha condición pueda estar bajo el manto protector de la cláusula de “cualquier otra condición o circunstancia personal o social”. Así, esta tipología se equipararía a otras que tampoco están nominadas, pero, que, podrían entenderse cubiertas bajo la protección del artículo 14 constitucional como ha sucedido con la discapacidad, la enfermedad o la aporofobia. Se supone que la constitución posee un deber general de intervenir en la realidad social, acomodando esta al ideal general de las prescripciones constitucionales. Se entiende que la garantía constitucional y jurisdiccional requiere la realización de acciones positivas de manera que donde se encuentre una omisión esta deba ser reparada con la actividad jurisdiccional de los tribunales. Aunque, desde luego, también exige que, por una cuestión de responsabilidad, se haga visible dicha falta a través de trabajos de investigación como esta tesis para que el legislador le otorgue más visibilidad a este fenómeno y la misma importancia que otras tipologías discriminatorias.

⁵⁶¹ Según la sentencia 98/1985, de 29 de julio de 1985. ECLI:ES:TC: 1985:98 “es obvio que no resulta posible deducir la inconstitucionalidad de una norma por no regular una determinada materia, salvo, como se ha dicho, que existiese un mandato constitucional expreso, dirigido además a tal norma y no a otra diferente”.

CAPÍTULO 9. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL DERECHO ESPAÑOL

La igualdad es un valor superior del ordenamiento jurídico español y se establece como un principio-derecho en una doble dimensión: por una parte, se establece la igualdad formal o jurídica, en el artículo 14 de la constitución. Por otro lado, se establece una igualdad material o sustancial, como un mandato que va dirigido a los poderes públicos, recogida en el artículo 9.2 de la constitución.

9.1. Principio de igualdad formal del artículo 14 de la constitución

El principio de igualdad formal se encuentra consagrado en el artículo 14 de la constitución española, que:

Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

Este artículo se encuentra situado en la parte dogmática del texto constitucional, como preámbulo a los derechos fundamentales (artículos 15 a 29 de la constitución). Aunque los derechos fundamentales obligan tanto a los particulares como a los poderes públicos, la protección no es la misma, puesto que frente a los poderes públicos la invocación es directa y frente a los particulares es indirecta, ya que en este último caso se requiere la acción del legislador o de un órgano judicial.

El artículo 14 establece un principio general de igualdad ante la ley. Este principio limita los poderes del Estado de manera que ante supuestos de hecho iguales, las personas tienen que ser tratadas de la misma manera y con las mismas consecuencias jurídicas. Solo podrá introducirse diferencias de trato, cuando haya una necesidad suficiente, necesaria, fundada e instrumental para conseguir un fin razonable y objetivo, conforme a “criterios y juicios de valor generalmente aceptados”⁵⁶².

⁵⁶² STC 49/1982, de 14 de julio (ECLI: ES: 1982: 49).

El principio que se asienta en el artículo 14 de la constitución es el principio jurídico que recoge la prohibición de discriminación, es decir, la prohibición de arbitrariedades y de prohibición de desigualdades carentes de justificación objetiva⁵⁶³.

La jurisprudencia ha recogido cómo la aplicación de la igualdad ante la ley no puede ser modificada arbitrariamente por un órgano jurisdiccional cuando en casos idénticos se pueda decidir de manera diferente, salvo que, se trate de una decisión fundada y razonada para un fin necesario. Sin embargo, el principio de igualdad no puede anular el principio de independencia judicial, de tal manera distintos órganos judiciales pudiesen fallar de manera diferente. A través de la jurisprudencia, el Tribunal Supremo uniformiza la aplicación de la ley, lo mismo que el TC en materia de derechos fundamentales⁵⁶⁴.

En conclusión, el principio de igualdad formal genera dos obligaciones al legislador:

- Por un lado, en la aplicación de la ley se establece la igualdad en la aplicación del derecho en casos idénticos o situaciones semejantes,
- Quedaría vulnerado el principio de igualdad ante la ley cuando se interpreta la aplicación de la ley de manera distinta para casos sustancialmente iguales.

Lo anterior no quiere decir que haya una obligación de establecer en cualquier caso un trato idéntico para todos los supuestos, ya que puede darse un trato diferenciado cuando ese trato sea compatible con el principio de igualdad observando el principio de proporcionalidad (que la diferencia de trato esté justificada, que sea razonable, y la diferenciación proporcional). Si la desigualdad no está justificada y no es razonable, entonces la igualdad sería vulnerada.

Como resultado, se desprende la dificultad de interpretar con carácter general este principio, que no es uniforme para todas las situaciones como sucede con otros derechos. Debe hacerse un análisis teniendo en cuenta “su posible vulneración en las relaciones jurídicas concretas (...) siendo imposible establecer un catálogo de situaciones específicas (...)”⁵⁶⁵.

⁵⁶³ Torres del Moral (1992, p. 372).

⁵⁶⁴ Torres del Moral (1992, p. 373).

⁵⁶⁵ Baile (2017, p. 158).

9.2. La “igualdad material” del artículo 9.2. constitucional

El artículo 9.2 de la constitución recoge el principio “político” de la igualdad que proyecta, sobre todo, el carácter social del Estado y que la igualdad y la libertad se vinculan a la garantía de un bienestar material generalizado.

Una parte de la doctrina lo ha calificado de “meramente programático y escasamente jurídico”. Este artículo tiene “la importante función de formular el principio político de igualdad y la de colmar el sentido social y político”, poseyendo además un sentido unitario, aunque complejo⁵⁶⁶.

El principio constatado en el artículo 9.2 es importante, porque es un principio político que va dirigido al legislador, lo orienta para que promueva los valores superiores del Ordenamiento jurídico respetando la igualdad formal del artículo 14 y la propia igualdad real para que esta sea efectiva. Este principio también se encuentra limitado por el propio principio de igualdad jurídica.

Si la igualdad ante la ley del artículo 14 de la constitución da la posibilidad de introducir tratamientos diferenciados por el legislador para satisfacer la igualdad real, entonces la igualdad material del artículo 9.2 sería superflua. Sin embargo, para permitir la evolución del derecho y para que este pueda acomodarse a las nuevas necesidades, el artículo 14 por seguridad jurídica no debe quedar petrificado. Por esta razón, los tribunales tratan de propiciar una igualdad real y efectiva sosteniendo ciertas desigualdades de derecho para corregir ciertas desigualdades de hecho, pero siempre que dichas desigualdades no sean artificiosas, sino que han de tener una proporcionalidad, han de ser necesarias, tener un fin instrumental, ser legítimas y razonables⁵⁶⁷.

⁵⁶⁶ Torres del Moral (1992, p. 374).

⁵⁶⁷ Torres del Moral (1992, p. 376).

9.3. Problemas en el derecho español para garantizar la protección del individuo frente al aspectismo: el derecho a la intimidad personal y a la propia imagen. El poder de dirección empresarial

No existe una regulación constitucional en el derecho español que regule expresamente la discriminación por apariencia y mucho menos en el ámbito ocupacional, aunque, últimamente se han dado pequeños avances en la legislación autonómica⁵⁶⁸.

Parece que dicha prohibición sería fácil de asumir por parte de las empresas si estas adoptasen el compromiso de observar ciertos principios constitucionales y deontológicos, como también la adopción de acciones correctoras y preventivas con el objeto de luchar responsablemente contra este tipo de discriminación. Sin embargo, da la sensación de que en materia de contratación las empresas no quedan vinculadas al principio de igualdad al disponer de la libertad de contratación. Las empresas deberían cumplir las mismas exigencias que los individuos, considerando su conducta ilegítima cuando utilizan las diferencias de trato basadas en la apariencia de los candidatos o candidatas, ya que podrían estar vulnerando la prohibición de discriminar del artículo 14 de la constitución española.

Según parte de la doctrina, el artículo 14 de la constitución no debe ser considerado un *numerus clausus*, sino que la cláusula final puede ser interpretada en el sentido de que el discriminar por apariencia se encuentra comprendida en dicho artículo al constituir una circunstancia personal o social⁵⁶⁹. En general, cada vez más, en los ordenamientos estatales aparecen derechos no expresamente contemplados en la constitución, aunque pueden aparecer protegidos en tratados internacionales que el Estado parte ha ratificado y que entonces estarían vigentes en ese territorio del Estado parte.

Como resultado, queda patente la dificultad de regular expresamente ciertas exigencias para las empresas para evitar que estas impongan ciertos patrones estéticos a los empleados. Otra dificultad es ofrecer una única solución legal para conciliar el poder de dirección con el derecho a la libertad del trabajador a exteriorizar su personalidad a través de la apariencia, sobre todo, cuando abundan en determinados sectores ciertas costumbres o usos locales laborales que, aunque no estén escritas, llega a configurarse la inobservancia de las mismas como una transgresión normativa.

⁵⁶⁸ Recientemente, se ha contemplado la discriminación por apariencia en la Ley 19/2020, de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación.

⁵⁶⁹ García (2019).

9.3.1. El derecho a la intimidad y a la propia imagen

El derecho a la intimidad y a la propia imagen se ha recogido en el artículo 18.1 de la constitución española. Este artículo establece que “se garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen”.

Este derecho fundamental se ha desarrollado mediante Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. En su articulado protege la intimidad y la propia imagen frente a todo tipo de intromisiones ilegítimas, considerando este derecho como irrenunciable, inalienable e imprescriptible.

En dicha ley se establecen los diferentes cauces legales de protección del art. 53.2 de la constitución española y del recurso de amparo ante el TC.

Este derecho además de recogerse en la legislación española, se ha recogido otros instrumentos internacionales, entre otros:

- En la Declaración Universal de Derechos Humanos de Nueva York, firmada el 10 de diciembre de 1948, en su artículo 12, cuando se refiere a las intromisiones en la reputación de las personas⁵⁷⁰.
- En el Convenio Europeo para la protección de Derechos Humanos y Libertades Fundamentales, firmado en Roma, de 4 de noviembre de 1950, cuando recoge la prohibición de intromisiones en la vida privada del individuo⁵⁷¹.
- En el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, firmado en Nueva York, de 16 de diciembre de 1966, que vuelve a reiterar la prohibición de injerencias en la vida privada de las personas y de atacar su reputación⁵⁷².

El contenido del derecho a la propia imagen confiere a su titular el derecho a que su imagen no sea captada o difundida a través de diferentes medios, pero también le otorgaría poder para salvaguardar una esfera personal propia y para decidir la manera en que desea exteriorizar su apariencia.

Dentro del concepto del derecho a la propia imagen se encuentra:

⁵⁷⁰ Artículo 12: “Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques”.

⁵⁷¹ Artículo 8: “Toda persona tiene derecho al respeto de su vida privada y familiar, de su domicilio y de su correspondencia.

⁵⁷² Artículo 17: 1. Nadie será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra y reputación. 2. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o esos ataques.

- La dignidad de la persona como punto de referencia de ese ámbito personal frente a posibles intromisiones.
- El derecho sobre el propio cuerpo, ya que “poseería la manifestación de un aspecto propio e íntimo de la persona”⁵⁷³.
- El TC ha considerado que se encuentra incluido el aspecto físico, ya que “constituye el primer elemento configurador de la esfera personal de todo individuo, en cuanto a instrumento básico de identificación y proyección exterior y factor imprescindible para su propio reconocimiento como sujeto individual”⁵⁷⁴.
- Comprendería todos los atributos esenciales de la persona⁵⁷⁵.
- Según una interpretación jurisprudencial, no solo incluiría los rasgos del individuo, sino también su personalidad⁵⁷⁶. Esto quiere decir que la imagen no solo debe ser analizada en términos objetivos, sino también subjetivos, pues como se ha señalado en la doctrina, interesa además de dimensión relacionada con la identificación de la persona, tener en cuenta la dimensión social de la persona⁵⁷⁷.

Por tanto, la apariencia también comprendería la dimensión social:

El derecho a la propia imagen, aunque constituye un instrumento indispensable para la configuración de la esfera personal, en tanto permite la identificación de una persona como ser individual, también sirve al sujeto para desarrollar su dimensión social, pues al ser posible su captación visual, es un medio para relacionarse con otros⁵⁷⁸.

El derecho a la propia imagen tendría una doble dimensión:

⁵⁷³ Perla (1944, p. 32).

⁵⁷⁴ STC 81/2001, de 26 de marzo de 2001 (ECLI:ES:TC: 2001:81).

⁵⁷⁵ Según Aparicio (2016), “la imagen es una manifestación de la persona que se encuentra vinculada a sus atributos esenciales”.

⁵⁷⁶ Sentencia del Juzgado de Primera Instancia de Villanueva, de 28 de mayo de 1993: “(...) la propia imagen de la persona es aquella que se forma en las mentes de los demás hasta el punto de asociarla de forma total con rasgos de su persona o de su personalidad (...)”.

⁵⁷⁷ Aparicio (2016).

⁵⁷⁸ Aparicio (2016, p. 155).

- Una dimensión referida al aspecto más externo del individuo, relativa a la identidad personal, a su patrimonio físico, a los atributos físicos que conformarían “la posesión más irreductible del individuo” y también comporta una dimensión moral y cultural.
- otra segunda dimensión, de carácter negativo, que comprendería la facultad para defenderse de las intromisiones ilegítimas⁵⁷⁹.

En la literatura científica se ha diferenciado entre el derecho a la propia imagen y el derecho a la apariencia⁵⁸⁰:

El derecho a la apariencia incluiría el derecho a presentarse con una apariencia frente a los demás y el derecho a poder cambiar esa imagen sin intromisiones, lo que se desarrollaría teniendo en cuenta la creatividad de la persona, por ejemplo, al vestir, al ponerse argollas o usar peinados ultramodernos, entre otros, es decir, a usar “una estética propia y personal”.

En general, protege una esfera personal privada del individuo, permite la identificación de la persona, la individualiza frente a los demás y se relaciona con la dignidad humana frente a las intromisiones ilegítimas.

Respecto a la naturaleza del derecho a la propia imagen, ha sido considerado por la propia Ley Orgánica 1/1982 de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, como irrenunciable, porque es innato a la propia existencia del individuo e inalienable, solo compete a su titular y únicamente el titular puede decidir sobre el uso de su imagen y además no prescribe⁵⁸¹.

El derecho a la propia imagen:

- Es un derecho fundamental, por lo que cuenta con una especial garantía constitucional⁵⁸². Estos derechos solo podrán ser regulados por Ley Orgánica (art. 81.1 CE), y para ser respetados podría ser ejercitado ante los tribunales ordinarios en un juicio con trámites abreviados (preferencia y sumariedad) para agilizar el proceso.
- Es un derecho incorporal, en el que puede estar en juego la propia individualidad del sujeto: “solo el sujeto puede elegir las opciones estéticas que desee (...) En este sentido, la imposición de un estereotipo se consideraría como un atentado a su imagen”⁵⁸³.

⁵⁷⁹ Nogueira (2007).

⁵⁸⁰ Nogueira (2007).

⁵⁸¹ Lasarte (1992, p. 221), Nogueira (2007, p. 271).

⁵⁸² Lasarte (1992, p. 225).

⁵⁸³ Nogueira (2007, p. 271).

- Posee una doble dimensión: positiva y externa referida a lo externo de la figura humana y negativa, referida a la facultad de defenderse frente a toda intromisión.
- Se trata de un derecho que no es absoluto o con carácter ilimitado. Esto quiere decir que este derecho podría ser constreñido por otros derechos si entrasen en colisión con el primero. Así, ha precisado la jurisprudencia que no debe entenderse este derecho como que no presente reservas a permanecer en el anonimato⁵⁸⁴.
- Es un derecho autónomo. A pesar de que se encuentra relacionado con el derecho al honor y a la intimidad, se trata de un derecho perfectamente identificable y separable de otros derechos, porque posee un contenido propio que protege la dimensión moral y física de las personas, salvaguardando un ámbito personal frente al conocimiento de los demás con el objeto de poder decidir libremente sobre el desarrollo de la propia personalidad y mantener así una calidad mínima de vida humana⁵⁸⁵.
- La jurisprudencia lo ha configurado como “un derecho estrictamente vinculado a la personalidad”⁵⁸⁶, por lo que sería un derecho de la personalidad derivado de la dignidad humana⁵⁸⁷.

Los derechos de la personalidad presentan los siguientes caracteres⁵⁸⁸:

- Son esenciales o inherentes a la persona por el mero hecho de serlo.
- Solo pueden ser ejercitados por su titular, no son transmisibles, es decir, inalienables e indisponibles.
- Constituyen el fundamento básico de la convivencia ciudadana, por lo que son objeto de respeto general. Son oponibles frente a todos.
- Son extrapatrimoniales, en el sentido de que están excluidos del comercio de los hombres, al no poder ser expropiados.
- Poseen también una naturaleza subjetiva a pesar de que parte de la dogmática alemana negaba tal carácter a los derechos de la personalidad.

⁵⁸⁴ STC 99/1994, de 11 de abril (ECLI:ES:TC: 1994:99). En el mismo sentido, Perla (1944).

⁵⁸⁵ Nogueira (2007).

⁵⁸⁶ STC 231/1988, de 2 de diciembre (ECLI:ES:TC: 1988:231).

⁵⁸⁷ STC 196/2004, de 15 de noviembre (ECLI: ES: TC: 2004: 196).

⁵⁸⁸ Lasarte (1992, p. 221).

No obstante, a la hora de delimitar el contenido, los criterios objetivos no solo vendrían determinados por la jurisprudencia, sino también por la legislación y los usos sociales, si bien, como señala la doctrina, “cada persona queda vinculada por sus propios actos en relación con el ámbito que considera reservado”⁵⁸⁹. En este sentido, también habrían de tenerse en cuenta, además, criterios de carácter subjetivo, que permiten que la jurisprudencia pueda adaptar los criterios generales a cada caso particular.

La doctrina ha caracterizado al derecho a la propia imagen como un “derecho inespecífico”, dado que cuando este derecho se contempla en el ámbito ocupacional, se suele proteger a través del “cajón de sastre” de numerosos artículos, tales como el artículo 14 y 10.1 de la constitución, el artículo 17.1 y 4.2 e) del ETT⁵⁹⁰.

Este derecho, como otros muchos derechos constitucionales, no son absolutos, es decir, poseen una serie de límites. La doctrina y la jurisprudencia han establecido los límites del derecho a la propia imagen en dos sentidos, en relación con la LO 1/1982, en su artículo 2, en conexión con el artículo 7, apartados 5) y 6), y el art. 8.2, señala que⁵⁹¹:

- La regla general sería que la esfera reservada es la que la propia persona salvaguarda para sí y para su familia;
- La excepción a la regla general anterior, sería el interés público de la persona cuya imagen se difunde.

Según la jurisprudencia los límites del derecho a la intimidad y a la propia imagen del artículo 18.1 de la constitución, se encuentran respecto a las intromisiones arbitrarias o ilegales, pero no cuando estas injerencias se establezcan por el ordenamiento jurídico⁵⁹².

Los límites de este derecho podrían venir determinados por el contenido de otros derechos que entren en colisión con el derecho a la propia imagen, por ejemplo, el derecho a la libertad de empresa, como ha señalado una reiterada jurisprudencia, podría imponerse de forma justificada, teniendo en cuenta triple juicio de la “necesidad”, “indispensabilidad” y “proporcionalidad” de la limitación⁵⁹³.

El derecho a la propia imagen puede ser ejercitado por cualquier ciudadano. El derecho a la propia imagen no solo se reconoce en la relación entre particulares, sino también al trabajador frente al empresario, si bien, un trabajador antes que adquirir la condición de parte en un contrato primeramente

⁵⁸⁹ Lasarte (1992).

⁵⁹⁰ Chaparro y Talens (2012).

⁵⁹¹ STC 99/1994, de 11 de abril (ECLI:ES:TC: 1994:99).

⁵⁹² STC 196/2004, de 15 de noviembre (ECLI:ES:TC: 2004:196).

⁵⁹³ STC 106/1996, de 12 de junio (ECLI:ES:TC: 1996: 106); STC 207/1996, de 16 de diciembre (ECLI: ES: TC: 1996: 207); STC 99/1994, de 11 de abril (ECLI: ES: TC: 1994:99).

tiene la condición de persona y como derecho personalísimo es oponible *erga omnes*, frente a todos, dado que la colectividad debe respetarlo.

Según la doctrina, las lesiones de este derecho por intromisiones ilegítimas, “no han de concebirse como una enumeración taxativa o un *numerus clausus*”⁵⁹⁴.

El derecho a la propia imagen, en el ámbito ocupacional, puede sufrir limitaciones durante todas las fases, es decir, en el momento del acceso al empleo y durante el mantenimiento o ejecución del mismo. En numerosos casos, podrían existir intromisiones ilegítimas frente a este derecho, tales como, implantar sistemas de vigilancia, o, por ejemplo, usar la imagen del trabajador sin su permiso o injerencias en la manera en la que el trabajador exterioriza su apariencia física.

9.3.2. El derecho a la libertad de empresa y al poder de dirección empresarial

El derecho a la libertad de empresa se reconoce en el artículo 38 de nuestra constitución. Está ubicado dentro del Título I, referente a los derechos y deberes fundamentales. Dice, que:

Se reconoce la libertad de empresa en el marco de la economía de mercado.

Los poderes públicos garantizan y protegen su ejercicio y la defensa de la productividad, de acuerdo con la economía general y, en su caso de la planificación⁵⁹⁵.

Si se vulnerase este derecho, dado que está situado en el Título I de la constitución, gozaría de la protección del Defensor del Pueblo, de la protección de los tribunales ordinarios y del recurso de inconstitucionalidad. La diferencia con respecto al artículo 18 de la constitución es que no goza, como este último, del procedimiento preferente y sumario del artículo 53.2 de la constitución. Además, mientras que el desarrollo normativo del derecho a la propia imagen debe efectuarse por ley orgánica, el desarrollo del artículo 38 puede efectuarse por ley ordinaria (artículo 53.1 de la constitución)⁵⁹⁶.

La libertad de empresa también se encuentra protegida por el Derecho Comunitario. En la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, su artículo 16 dice que “se reconoce la libertad de empresa de conformidad con el Derecho Comunitario y con las legislaciones y las prácticas nacionales”.

⁵⁹⁴ Lasarte (1992, p. 217).

⁵⁹⁵ Artículo 38 de la constitución española.

⁵⁹⁶ Tanto la ley orgánica como ordinaria poseen el mismo rango, las dos son leyes, la diferencia se encuentra en el ámbito que regula cada una de ellas, es decir, por la competencia. Una ley ordinaria para ser aprobada requiere mayoría simple, mientras que, una ley orgánica requiere mayoría absoluta del Congreso, debido a la importancia de la materia que regulan. Las leyes ordinarias pueden regular aquellos ámbitos cuya regulación no se encuentra reservada a las leyes orgánicas.

Este derecho como otros derechos constitucionales, debe ser modulado y conciliado con el resto, puesto que tampoco es un derecho ilimitado. En el caso de existir discrepancias con el contenido de este derecho y su colisión con el núcleo de otros derechos su modulación corresponderá a los tribunales, sobre todo, al TC, dentro de los límites establecidos por la reserva de ley y de las atribuciones de contenido de los demás derechos que hayan de ser conciliados con el mismo.

Respecto a su contenido, vendrá determinado por:

- El inicio y mantenimiento en libertad de decisión por el empresario de su actividad empresarial para actuar en el mercado.
- La libertad para establecer los objetivos y planificar la actividad empresarial y para actuar en el mercado.

El artículo 38 de la constitución ha de ponerse en conexión con otros artículos respecto a la discriminación por apariencia, con el artículo 5 y 20 del ETT.

Según el artículo 5. C) del ETT:

Los trabajadores tienen como deberes básicos (...):

- Cumplir las órdenes e instrucciones del empresario en el ejercicio regular de sus facultades directivas.

Señala el artículo 20 del ETT, que:

En el cumplimiento de la obligación de trabajar asumida en el contrato, el trabajador debe al empresario la diligencia y la colaboración en el trabajo que marquen las disposiciones legales, los convenios colectivos y las órdenes e instrucciones adoptadas por aquél, en el ejercicio regular de sus facultades de dirección y, en su defecto, por los usos y costumbres.

Aunque estos artículos imponen una serie de obligaciones al trabajador, según la literatura científica, existirían casos en los que el trabajador podría no cumplirlas, por ejemplo, en el caso de órdenes ilegales, cuando esas órdenes lesionen otros derechos, o si se trata de órdenes ajenas al ámbito laboral o sin relación o que no tengan repercusión con el contenido del trabajo⁵⁹⁷. Entre estas últimas, podrían estar aquellas dadas por la empresa para que el trabajador modifique su apariencia, dado que el aspecto físico del trabajador podría no tener nada que ver con la actividad laboral en cuestión.

⁵⁹⁷ Nogueira (2007, p. 271).

Llegado este punto, podríamos plantear ¿qué pasa cuando el empresario vive de la imagen que sus empleados han de proyectar?, ¿en este caso podría llegar a admitirse que un requerimiento sobre el aspecto del trabajador es algo ajeno a la actividad laboral? Está claro que, en muchas profesiones, sobre todo, en aquellas en las que los trabajadores interactúan constantemente con el público la imagen es esencial porque genera expectativas de la clientela sobre el servicio que la empresa presta, además de ser el principal vector a través del que se transfiere la imagen empresarial sobre el público.

Es difícil dar una respuesta categórica y general para todos los casos que se presenten, porque la resolución depende de los factores situacionales de cada caso. Interactúan numerosos factores que pueden tener influencia sobre la imagen que la empresa desea proyectar. Los tribunales son los que mejor pueden ayudar a modular la respuesta en cada situación. A pesar de que el derecho del trabajador a exteriorizar su personalidad a través de la apariencia es igual para todas las personas que trabajan en una empresa y que no debe ser limitado sino en los casos absolutamente necesarios de forma justificada, no todos los casos poseerían los mismos requerimientos empresariales. Será necesario evaluar la casuística y conciliar los derechos del empresario con los del trabajador sobre la apariencia física de este último atendiendo a criterios de necesidad y legitimidad.

La dificultad de conciliar el derecho del trabajador a su propia imagen y el derecho del empresario a ejercer su poder de dirección, se encuentra en que no hay una configuración legal determinada y su contenido dependería en cada caso de la modulación que efectúen los tribunales si existe controversia. Así, cuando sea necesario recortar el derecho a la intimidad y a la propia imagen del trabajador, la orden empresarial emitida debe ser necesaria, legítima y el objeto de la restricción ha de ser instrumental, con el objeto de alcanzar el fin del contrato de trabajo⁵⁹⁸.

9.3.3. Controversia y conciliación entre el derecho a la propia imagen del trabajador y el derecho del empresario al poder de dirección empresarial

Se ha analizado como el artículo 18.1 de la constitución protege la intimidad personal y la propia imagen, entendido este último derecho desde una doble perspectiva: como un derecho de exclusión frente a intromisiones ilegítimas y como un derecho sustantivo positivo, que, garantiza la protección no solo frente a la captación y divulgación de la imagen, sino como garantía de la privacidad o del ámbito privado y exclusivo de la individualidad de la persona. Pese a ello, hay constitucionalistas que consideran que el artículo 18.1 sólo protege frente a las intromisiones en la propia imagen, no que se pueda manifestar la propia imagen como uno quiera, ya que esto último estaría protegido exclusivamente

⁵⁹⁸ Nogueira (2007, p. 271).

por el artículo 14. Nuestra opinión, en cambio, es proclive a las corrientes doctrinales que consideran que cualquier recorte ilegítimo del derecho a exteriorizar la propia imagen con libertad, se trataría de una restricción ilegítima protegida por el artículo 18.1, aunque también podría gozar de la cobertura de otros artículos, tales como, el artículo 14, que proclama la igualdad y el principio general de la prohibición de discriminar o del artículo 10, que se refiere a la dignidad de la persona. Consideramos, que, el paraguas de la protección del derecho de la persona a exteriorizar libremente su imagen frente a las injerencias externas, es bastante amplio, no restringiéndose a un único artículo⁵⁹⁹.

Tanto el derecho a la propia imagen como el derecho a la intimidad personal, se encuentran vinculados con el derecho a la dignidad de la persona, recogido en el artículo 10 de la constitución. Todos estos derechos pueden ser objeto de intromisiones ilegítimas, pudiendo resultar lesionados al desarrollar el contenido de otros derechos, por ejemplo, el derecho del empresario a ejercer el poder de dirección en el marco de una libertad económica de mercado.

Si se produce la colisión entre el derecho del trabajador o de la trabajadora a exteriorizar su imagen como desee y el ejercicio de las facultades de dirección y organización empresarial recogido en el artículo 20 del ETT y amparado por la libertad de empresa del artículo 38 de la constitución, debido a que el empresario sin fundamento permite que accedan como aspirantes al puesto aquellos que posean únicamente “una buena imagen” frente a los que no la tienen pero que poseen una cualificación exigida para desempeñar el puesto ofertado, sería necesario determinar cuál de esos dos derechos debe prevalecer. Es difícil plantearse la manera de integrar tales derechos cuando entra en conflicto el derecho a la propia imagen del trabajador y la libertad organizativa del empresario: habrá que determinar si el empresario tiene derecho a exigir al trabajador o trabajadora una determinada apariencia en su empleo o si, por el contrario, debe prevalecer el derecho a la propia imagen, el derecho a la intimidad o el derecho a la dignidad humana del empleado.

La doctrina se ha referido a que “el derecho de las personas, de cualquier persona a conformar su apariencia física es un derecho fundamental, y como tal, irrenunciable en los términos de la LO 1/1982. Obviamente, no es un derecho absoluto y puede ceder, por ejemplo, ante exigencias de higiene pública o de seguridad y salud o de prevención de riesgos (...)”⁶⁰⁰.

Esta controversia plantea la posibilidad de limitar la apariencia del trabajador o trabajadora cuando su aspecto en el ámbito ocupacional pueda incidir de manera significativa en el fin empresarial y determinar si “se pueden alegar motivos de apariencia física para realizar un trato diferenciado”, si bien,

⁵⁹⁹ Además, ya se ha comentado como recientemente una sentencia del Juzgado de lo Social número 4 de Barcelona ha declarado la nulidad del despido, ordenando al empresario con la readmisión e indemnización de la camarera que trabajaba en un bar de copas y que fue despedida al negarse a ir con poca ropa para trabajar. En la sentencia se considera que tal medida vulnera el honor de la trabajadora.

⁶⁰⁰ Blasco (2008, p. 26).

estos no podrían nunca fundamentarse en motivos estereotipados, ya que constituiría un trato discriminatorio o arbitrario⁶⁰¹.

El derecho a la propia imagen no tiene un desarrollo legal autónomo, sin embargo, se alude al mismo en el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre por el que se aprueba el Texto Refundido del ETT en el que a través de los artículos 4.2., 18, 20.3, o 50.1 ETT, se impone al empresario límites en el ejercicio de sus facultades de dirección.

La primera cuestión que se plantea es dilucidar qué se entiende por apariencia física y por buena imagen o buena estética solicitada por el empresario, dado que estas definiciones comportan subjetividades y cierto relativismo. No está muy claro en todas las situaciones.

El valorar si una persona posee ciertas características físicas, por ejemplo, que no sea obesa, sin ser este un atributo que esté directamente conectado a la esencia de la actividad profesional que tiene que desempeñar en su puesto de trabajo, podría constituir un comportamiento discriminatorio por parte de la empresa.

Según Baile, “el requisito relativo a una imagen determinada constituye una injerencia empresarial que excede de los límites del poder de dirección del empresario y entra de lleno en el campo de la vulneración del derecho a la propia imagen consagrado en el artículo 18.1 de la constitución”⁶⁰².

El empresario, ejerciendo su poder de dirección, podría exigir al empleado una determinada imagen cuando esta fuese necesaria para alcanzar el fin empresarial propuesto, pero esa exigencia siempre debería someterse a la no lesión del ejercicio de otros derechos fundamentales, tales como, la protección de la imagen del trabajador o trabajadora. Esta situación no solo tendría consecuencias jurídicas, sino también económicas, porque la empresa está compitiendo en una economía libre de mercado con otras empresas y el aspecto de sus empleados puede tener relevancia en la manera en que estos prestan sus servicios a la clientela.

Una “buena imagen” es algo intangible, pero suele ser solicitada por las empresas para cumplir con el fin empresarial, tal como, obtener beneficios económicos. La proyección externa de la empresa se vincula a la imagen o a la apariencia de sus empleados, dado que la imagen de estos funciona como vector entre el beneficio empresarial y el servicio al cliente. En ocasiones, la importancia de la imagen se extralimita, porque “el progreso exige evolución en la imagen y en el vestir para adaptarnos a las necesidades sociales, pero en el momento en que las exigencias sobre la apariencia son elevadas y

⁶⁰¹ Serra (1993, p. 96).

⁶⁰² Baile (2017, p. 173).

controlan toda nuestra vida, nos hacen esclavos del cuerpo y disipan la importancia de nuestro intelecto y formación (...)”⁶⁰³.

La legislación pone de manifiesto como cuando se antepone el físico del empleado se está enviando a un segundo plano sus habilidades, cualificaciones y competencias profesionales, priorizando únicamente el beneficio económico empresarial.

La legitimidad ético-moral de las exigencias de la apariencia sobre la cualificación puede ser discutible, pero otra cosa bien distinta es hablar de la legitimidad normativa.

Cuando en un proceso de selección ocupacional, los reclutadores no se basan en la formación del candidato o candidata, sino, exclusivamente en cuestiones subjetivas como puede ser su edad o el género, es indudable que se produce discriminación. La cuestión es controvertida cuando se tiene en cuenta, no exclusivamente su aspecto, sino que además del aspecto se tiene en cuenta las aptitudes profesionales, entonces, ¿quizás en este último caso no incurrirían en discriminación porque están valorando sus habilidades profesionales además de la posesión de un físico?, ¿sería legítimo que el empresario pudiese considerar la apariencia como una competencia más del que pretende acceder al puesto de trabajo?

En casi todos los procesos de selección ocupacional se exige buena presencia. Además, se exige como un requisito más a añadir a otros atributos que se le piden al candidato o candidata. Los empleadores suelen considerar que una persona que posee características, tales como, delgadez, tez blanca, arreglada, entre otras, representa una “buena imagen” empresarial⁶⁰⁴.

La discriminación sociolaboral se manifiesta no solo en el acceso sino en todas las fases de trabajo, y sucede cuando existen diferencias y desigualdades no justificadas que perjudican a la persona y que menoscaba la igualdad de oportunidades, porque un individuo es tratado de manera menos favorable que otras personas, contribuyendo a una total desprofesionalización de los procesos selectivos en el ámbito de la empresa.

Algún autor ha incidido en que el capital estético criba el acceso al empleo⁶⁰⁵. Tal afirmación sería cierta siempre que la valoración de los atributos estéticos sea discriminatoria. Sin embargo, no lo serían aquellas diferenciaciones o exigencias que no atentan frente a otros derechos, como son los derechos de la personalidad del trabajador. Las exigencias deberían horadar la psicología de los implicados, sobre todo, porque carecen de utilidad, de necesidad o de sentido común. Al menos moralmente no debiera

⁶⁰³ Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Apartado 6.1.1.6.

⁶⁰⁴ Vera (2006).

⁶⁰⁵ Moreno (2019, p. 29).

permitirse que la apariencia física usurpe los criterios objetivos que deben servir para cualificar un determinado servicio profesional, valorar el aprendizaje, los conocimientos y la experiencia laboral.

El aspectismo vulnera los derechos más íntimos y personales del individuo al no ajustarse este a los parámetros de belleza que en cada momento desea la empresa y lleva implícito la acomodación a ciertos estereotipos hegemónicos sociales vigentes ligados a la idea de normalizar la corrección estética para homogeneizar a todos los trabajadores y trabajadoras.

En la imagen del individuo no solo está en juego su estética, sino su individualidad y singularidad, ya que solo a ella le compete decidir sobre sus características físicas. Este atributo si bien tiene una parte corpórea también posee una parte incorpórea, posee una dimensión moral y cultural, porque “los individuos actuamos sobre nuestro propio cuerpo moldeando la imagen que queremos presentar a los demás”⁶⁰⁶.

Se han recogido diversas manifestaciones de la defensa del derecho a la propia imagen, vinculándolo con el derecho del cuerpo y como manifestación de un aspecto propio e íntimo de la persona.

Teniendo en cuenta que el poder de dirección y los derechos personalísimos de los empleados pueden entrar en colisión, entonces, ¿qué derecho debe prevalecer?

En principio, teniendo en cuenta el artículo 14 de la constitución, el principio de igualdad y la prohibición de no discriminar, el trabajador o trabajadora tendría derecho a exteriorizar su personalidad como le viniese en gana, a no ser discriminado por su aspecto, a ser tratado en condiciones de igualdad respecto a otros candidatos. Sin embargo, no todas las desigualdades generan discriminación, solo aquellas reprobables, porque atentan contra la dignidad humana. Ciertas diferencias de trato serían posibles en el ámbito empresarial cuando estén justificadas y siempre que tales comportamientos no sean discriminatorios.

Jurisprudencialmente, se ha justificado el establecimiento de retribuciones distintas a trabajadores que realizan un igual trabajo, porque el fin que se persigue con la desigualdad es lícito y las consecuencias jurídicas derivadas de tal distinción son adecuadas y proporcionadas al fin que se persigue, de manera que la relación existente entre la medida adoptada por el empresario y el resultado que se ha producido junto con el fin pretendido, supera perfectamente el juicio de la proporcionalidad⁶⁰⁷. Así, las posibles diferencias establecidas por la empresa deben ser necesarias, legítimas, objetivamente justificadas, teniendo en cuenta el juicio de la proporcionalidad de la medida adoptada y la razonabilidad. Este razonamiento produce la sensación de que el empresario en materia de contratación no está vinculado por el principio de igualdad, aunque sí estaría siempre sujeto al principio de no discriminación. Así, su conducta sería ilegítima si se aprecia que los candidatos o candidatas al puesto

⁶⁰⁶ Nogueira (2007, p. 260).

⁶⁰⁷ STC 119/2002, de 20 de mayo de 2002 (ECLI:ES:TC: 2002:119).

no acceden en las mismas condiciones de igualdad, porque se utiliza alguna causa de discriminación de las recogidas en el artículo 14 de la constitución, pero no sería ilegítima si el empresario utiliza para la diferenciación una causa objetiva y razonable, usando una justificación de estricta necesidad y proporcionalidad.

Existen resoluciones donde no se legitima la decisión empresarial (en virtud del criterio seguido por la Sentencia del Tribunal Central de Trabajo, STCT, de 21 de diciembre de 1984) relativa a que una presencia atractiva fuera solo exigida para las mujeres que prestaban el servicio de auxiliar de vuelo. En este caso, se declara la nulidad de la sentencia del Tribunal Central de Trabajo. Este tribunal reconoce la diferencia de trato en la que concurre una causa justificada referida a que “(...) se entiende que la mujer, por sus condiciones físicas, aconseja (...) una presencia atractiva que normalmente demanda el personal receptor de estos servicios y, por lo tanto, unas peculiaridades que no son exigibles al hombre (...)”⁶⁰⁸.

En la actualidad la LO 3/2007, de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en su artículo 5 establece:

No constituye discriminación en el acceso al empleo, incluida la formación necesaria, una diferencia de trato basada en una característica relacionada con el sexo, cuando debido a la naturaleza de las actividades profesionales concretas o al contexto en el que se lleven a cabo, dicha característica constituya un requisito profesional esencial y determinante, siempre y cuando, el objetivo sea legítimo y el requisito proporcionado⁶⁰⁹.

En la demanda de amparo se denuncia la vulneración del principio de igualdad del artículo 14 de la constitución, dado que la sentencia impugnada producía discriminación por razón de sexo que no estaba justificada, con un razonamiento discriminatorio y lesivo para las mujeres que trabajaban como auxiliares de vuelo a las que se le exigía una presencia física vinculada a su edad.

En el escrito de alegaciones de la compañía aérea IBERIA se defiende que la sentencia del TCT que se impugna interpretaba correctamente dicha cláusula, que no era lesiva del derecho a la igualdad. Su oposición la fundamentaba en tres argumentos, siendo el último de estos que el principio de igualdad del artículo 14 lo único que prohíbe es un trato discriminatorio al que no podían equipararse las diferencias de trato enjuiciadas en el proceso y que tenían su razón de ser en las especiales condiciones físicas que todas las compañías exigen a las mujeres que son auxiliares de vuelo. Sin embargo, se declara la nulidad de esta sentencia por vulnerar el derecho de igualdad al ser discriminatoria y lesiva,

⁶⁰⁸ STC 207/1987, de 22 de diciembre (ECLI: ES: TC: 1987:207).

⁶⁰⁹ LO 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, artículo 5.

vinculando el desarrollo profesional a la edad solo para las mujeres trabajadoras, porque esta es una desigualdad empresarial que generó discriminación por ser reprochable.

El derecho a exteriorizar la imagen que uno desee podría sufrir limitaciones en el ámbito de la empresa, tanto durante la fase de selección como durante la fase del desempeño o ejecución del trabajo. Para determinar cuándo puede aparecer una discriminación en el ámbito ocupacional, habría que valorar una serie de factores que a continuación se recogen:

- La presunta apariencia del trabajador o trabajadora que pueda suscitar rechazo social, y por ello, perjudicar la actividad empresarial.
- La falta o la presencia de méritos, aptitudes, habilidades, competencias profesionales, cualificación, experiencia del trabajador o trabajadora para el desempeño.
- Averiguar las características del desempeño específico del puesto, si requiere requisitos especiales y la importancia que puede poseer la apariencia del empleado en relación con ese puesto concreto, con el servicio que ha de desempeñar.
- La existencia de convenios colectivos que regulen la vestimenta del trabajador.
- La existencia de costumbres o de usos sociales que rigen en un sector determinado.

Según la doctrina “la empresa podría obligar a sus trabajadores a mantener una apariencia adecuada conforme a los usos sociales, evitando atuendos impropios, pero no pueden obligar al trabajador a coartar su derecho a la imagen personal”⁶¹⁰. Es cierto que la empresa podría establecer ciertas exigencias de apariencia conforme a los usos sociales, porque abundan ciertas normas estéticas en determinados sectores ocupacionales, pero en todo caso la orden empresarial ha de ser legítima.

Existe casuística jurisprudencial sobre las posibles limitaciones que puede imponer el empresario a la apariencia de los trabajadores no vulnerando los derechos personalísimos del trabajador, porque la orden dada se basa en una costumbre local “imponiéndose la limitación como consecuencia de deberes que el ordenamiento jurídico contempla”.

Este caso se da en una resolución que se pronuncia sobre la apariencia externa del trabajador, resolviendo el recurso de amparo sobre la vulneración del derecho del trabajador a su aspecto externo y a la intromisión empresarial en la esfera personal y privada del trabajador⁶¹¹. Para resolver la cuestión se utilizan los usos locales en el sector de la hostelería.

El TC resuelve el recurso de amparo del demandante, un primer barman que había trabajado y había sido despedido por el Hotel IFA. Alegó como preceptos infringidos los artículos 24.1 de la constitución, el principio de igualdad del artículo 14 y los derechos a la intimidad personal y a la propia imagen. El

⁶¹⁰ Miró (2015).

⁶¹¹ STC 170/1987, de 30 de octubre (ECLI:ES:TC: 1987:170).

tribunal desestima la cuestión planteada por el recurrente, dado que carece de entidad constitucional, ya que no hay vulneración de los derechos citados.

En lo que respecta al principio de igualdad del artículo 14, el tribunal considera que no se infringe, porque para que este principio resultase vulnerado se requeriría que el caso resuelto por la sentencia a que se alude (12 de septiembre de 1984) y el actual respondiesen sustancialmente a los mismos supuestos de hecho y que no se justifique en el cambio de criterio del juzgador “puesto que el mismo puede (...) aplicando la legalidad, evolucionar en su proceso interpretativo sin vulnerar el principio de igualdad”.

Además, el TC dice que no se ha producido en este caso vulneración de los derechos, razonándolo de la siguiente manera:

Los derechos a la intimidad personal y a la propia imagen garantizados por el artículo 18.1 de la constitución forman parte de los bienes de la personalidad que pertenecen al ámbito de la vida privada. Salvaguardan estos derechos un espacio de intimidad personal y familiar que queda sustraído a intromisiones extrañas. Y en este ámbito de la intimidad, reviste singular importancia la necesaria protección del derecho a la propia imagen frente al creciente desarrollo de los medios y procedimientos de captación, divulgación y difusión de la misma y de datos y circunstancias pertenecientes a la intimidad que garantiza este precepto. Mas no es frente a invasiones de este tipo la protección que pide el recurrente en su recurso de amparo. *La intromisión que denuncia trata de situarla en la esfera exclusiva de su individualidad*: el recurrente dice que la decisión sobre si la estética corporal es favorecida o no por el uso de la barba, es parte integrante de la intimidad y el derecho a la propia imagen de la persona. Pero el recurrente tiene que dar al problema su verdadera dimensión, ya que está *hipotética colisión entre el derecho a la libre organización productiva que la legislación ordinaria reconoce al empresario, en el artículo 20 del ETT y el contenido esencial del artículo 18 de la constitución*, que lógicamente debe resolverse a favor del segundo.

Delimitado así el problema, es claro que trasciende a la esfera estrictamente personal para pasar al ámbito de las relaciones sociales y profesionales que desarrolla su actividad. Y a este respecto es preciso recordar que, como señala la STC 73/1982, de 2 de diciembre, *no pueden considerarse violados los derechos a la intimidad personal cuando se impongan limitaciones a los*

*mismos como consecuencia de deberes y relaciones jurídicas que el ordenamiento jurídico regula*⁶¹².

En este proceso se discute si la decisión personal sobre la apariencia física puede o no limitarse por decisión empresarial en virtud de la existente relación laboral. Los tribunales entendieron que el punto crucial del litigio era determinar si la orden del empresario excedía o no de las facultades del poder de dirección. Apreciando como hecho probado la existencia de costumbres y de usos que existen en el sector de hostelería, tal como, que los empleados que tienen contacto directo con la clientela deben permanecer afeitados, el tribunal consideró legítima la orden del empresario para dar dicha orden, por lo que considera procedente el despido debido al reiterado incumplimiento del trabajador.

De esta casuística jurisprudencial derivan importantes consideraciones sobre el derecho a la protección de la propia imagen y, por tanto, del derecho a exteriorizar la apariencia sin que se sufran intromisiones ilegítimas: el derecho a exteriorizar la imagen no es un derecho que los particulares puedan solo invocar en las relaciones verticales (trabajador-empresario), sino también es un derecho invocable en las relaciones horizontales, entre particulares.

Ya se mencionó que otro factor a valorar para determinar cuándo puede aparecer una discriminación en el ámbito ocupacional, sería tener en cuenta las características del desempeño específico del puesto y la importancia que puede tener la apariencia del empleado para desempeñar el servicio.

La empresa podría considerar que la imagen que proyecta el empleado incide en la calidad del servicio, y que esta podría afectar a la imagen que la propia empresa trata de proyectar en su clientela. La sentencia de fecha 7 de mayo de 2002 del Tribunal Superior de Justicia de Madrid ejemplifica bien esta situación⁶¹³.

El TSJM desestima el recurso interpuesto por la empresa demandada LEADER LIME, S.A., contra la sentencia dictada por el Juzgado de lo Social de Madrid, dictada en los autos promovidos en reclamación de despido que declara la improcedencia del despido, porque considera que no es una desobediencia del trabajador, sino una orden empresarial que se extralimita, “máxime cuando en el desarrollo de su labor, el actor no tenía contacto alguno con el público”. El tribunal considera que la forma de vestir del empleado no trasciende, ni afecta a la imagen de la empresa.

La sentencia recoge como hechos probados que el actor, prestaba servicios para la empresa demandante que se dedica al telemarketing. La empresa amonesta al trabajador por la utilización de pantalones cortos al acudir al trabajo, señalándole que esa forma de acudir a su empleo no era la adecuada, pero el empleado hace caso omiso a las advertencias.

⁶¹² STC 170/1987, de 30 de octubre (ECLI:ES:TC: 1987:170).

⁶¹³ STSJ Madrid 309/2002, de 7 de mayo (ECLI:ES: TSJM: 2002:309).

El tribunal consideró que no existía ninguna norma interna en la empresa que se refiriese a las infracciones denunciadas, por lo que la orden excede de las facultades de dirección empresarial, pues “al margen de una genérica corrección y limpieza que es siempre exigible, no cabe imponer o rechazar sin más una determinada indumentaria”, ya que su modo de vestir no afecta a la imagen de la empresa.

Frente a la anterior resolución, la sentencia de fecha 5 de noviembre de 2007 del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, califica como procedente el despido de un vendedor de coches, porque este se presenta a trabajar con una camiseta deportiva, pantalones vaqueros y zapatillas de deporte, considerando que dicha imagen podría incidir en lo que pretende proyectar la empresa hacia su clientela, por ejemplo, una imagen más tradicional y además, porque en ese sector existe un código de conducta, respecto a la forma de vestir, aunque no esté escrito⁶¹⁴.

La casuística jurisprudencial evidencia que no hay una sola forma general de resolver todos los supuestos que se planteen cuando entren en colisión los derechos del empresario y los del trabajador.

Es cierto que el empresario no puede menoscabar los derechos personalísimos del trabajador, pero también es cierto que para que el empresario pueda cumplir el fin inherente a la actividad productiva se le reconocen ciertos derechos siempre y cuando no incumpla la prohibición de discriminar injustamente. La orden empresarial debe ser objetiva y razonable y nunca ir en detrimento de la dignidad humana y, por supuesto, la medida ha de ser proporcionada a la finalidad que se pretenda conseguir. Como reiteradamente ha señalado la doctrina “el derecho a la apariencia en la actividad laboral debe conjugarse con la libertad de empresa y la actividad productiva”⁶¹⁵.

El contrato de trabajo no autoriza a que el empresario desconozca sistemáticamente derechos que la constitución reconoce al individuo. Sin embargo, el que el trabajador o trabajadora se incorpore a una actividad empresarial, “modula” el contenido de aquellos derechos reconocidos por las normas debido a que “(...) esto es estrictamente indispensable para el adecuado desarrollo de la actividad productiva o los requerimientos organizativos de la empresa (...)”⁶¹⁶.

Se ha analizado la doctrina del “equilibrio de derechos” del TC partiendo de abundante jurisprudencia sobre cuál podría ser la solución al producirse el conflicto entre los derechos, por un lado, el derecho del empresario a limitar la imagen del trabajador para conseguir el fin empresarial propuesto y, por otro lado, el derecho del trabajador a exteriorizar su imagen como le venga en gana⁶¹⁷.

⁶¹⁴ STSJ Madrid 698/2007, de 5 de noviembre (ECLI:ES: TSJM: 2007:698).

⁶¹⁵ Nogueira (2007, p. 271).

⁶¹⁶ Nogueira (2007, p. 271).

⁶¹⁷ Sala (2021).

En consonancia con la abundante doctrina jurisprudencial no habría una única solución para conciliar tales derechos. Esto exige una ponderación de los intereses en cada caso particular, pero, sin duda, en el contexto de trabajo implicarán obligaciones recíprocas para ambas partes, tanto para el empresario como para el trabajador.

La celebración de un contrato de trabajo no implica que el trabajador pierda el estatus de derechos que le concede la constitución alegando que debe primar en el ámbito ocupacional el interés empresarial: para restringir los derechos fundamentales, dado que estos no son absolutos, será necesario analizar las circunstancias que concurren en cada caso particular y aplicar la “doctrina del equilibrio” de los derechos constitucionales⁶¹⁸.

Pueden existir eventuales tensiones entre el ejercicio del derecho a la propia imagen y el ejercicio de determinados roles en diferentes ámbitos. En estos casos, correspondería a los tribunales resolver analizando las circunstancias de cada caso:

(...) en tal caso, es necesario preguntarse si el individuo está relacionándose por sí mismo con las demás personas y la comunidad, o, si representa la imagen de una institución (...). Si estamos en el segundo caso, consideramos que la imagen debe ajustarse a los cánones e imagen corporativos. Por el contrario, si solo está en juego la individualidad del sujeto (...) puede elegir las opciones estéticas que considere conveniente, por lo cual, la imposición de un determinado estereotipo sería un atentado al derecho de su propia imagen. El derecho a la apariencia en la actividad laboral debe conjugarse con la libertad de empresa y la actividad productiva⁶¹⁹.

Para algunos autores, el hecho de que exista un contrato de trabajo no autoriza el desconocimiento de ciertos derechos fundamentales que la constitución reconoce al individuo, independientemente de que tales derechos necesiten modularse para ser compatibles con el ejercicio de la actividad empresarial⁶²⁰.

Será necesario acreditar que la restricción de los derechos personalísimos del trabajador debe ser un requisito legítimo e instrumental para alcanzar el fin propuesto por el contrato de trabajo. Su limitación se sujetará siempre a la proporcionalidad y razonabilidad.

⁶¹⁸ Sala (2021).

⁶¹⁹ Nogueira (2007, p. 271).

⁶²⁰ Nogueira (2007).

En consecuencia, existe un delicado equilibrio entre el poder de dirección y los derechos de la personalidad de los trabajadores. Como ha señalado la doctrina “ni el empresario puede ignorar e invadir la esfera jurídica del trabajador, ni este obstruir el ámbito de poder que compete al patrono”⁶²¹.

Según el artículo 5 del ETT, el trabajador tiene la obligación de cumplir las órdenes del empresario y si no las cumple, incurrirá en desobediencia, que si es reiterada puede dar lugar a su despido. No obstante, el trabajador debe “desatender las órdenes emitidas por el empresario que le impongan una conducta manifiestamente ilegal, cuando las órdenes lesionen derechos irrenunciables o que traten sobre aspectos ajenos a la propia relación laboral y sin ninguna repercusión sobre ella”⁶²².

La limitación de los derechos fundamentales solo quedaría justificada si supera el *juicio de la proporcionalidad*, es decir, idoneidad, necesidad y proporcionalidad, en sentido estricto. Justificación que debe aplicarse de la misma manera al entrar en conflicto el interés del empresario que desea que sus empleados posean una “buena imagen”, dado que esta puede repercutir positivamente en un buen servicio para la clientela y el interés del trabajador a poder decidir libremente su “look”, ya que la individualidad del sujeto es importante a la hora de exteriorizar su personalidad a través de la estética.

9.4. Análisis del derecho a la dignidad de la persona en relación con el derecho a la propia imagen y a la intimidad personal

El derecho a la propia imagen y el derecho a la intimidad personal, recogido en el artículo 18.1 de la constitución española, es un derecho fundamental que se vincula a la personalidad y que deriva de la dignidad de la persona. Este último se recoge en el artículo 10. 1 de la constitución.

Según el TC que los derechos de la imagen y la intimidad personal deriven de la dignidad humana implica la existencia de un ámbito reservado a la acción de los demás. Esta doctrina se reitera en la jurisprudencia:

(...) constituye doctrina constitucional reiterada que el derecho a la intimidad personal garantizado por el artículo 18.1 de la constitución, en cuanto derivación de la dignidad de la persona, reconocida en el artículo 10.1 de la constitución (...). El derecho a la intimidad personal tiene un contenido más amplio que el relativo a la intimidad corporal. Según la doctrina (...) el

⁶²¹ Alonso y Montoya (1995, p. 241).

⁶²² Alonso y Montoya (1995, p. 241).

derecho a la intimidad, en cuanto derivación de la dignidad de la persona, integra un ámbito propio⁶²³.

El derecho a la dignidad humana es el mínimo vulnerable de todo el ordenamiento jurídico. Este derecho irradia su valor a otros derechos constitucionales, porque estos tendrán su fundamento último en la dignidad de la persona, constituyendo una barrera infranqueable respecto al ejercicio de otros derechos.

El respeto a la dignidad humana, aparte de recogerse en nuestra constitución, ha sido consagrada en múltiples cuerpos legales, tales como la LO 1/2004, de Medidas de Protección integral contra la violencia de Género, en la LO 3/2007, de igualdad efectiva de mujeres y hombres, en la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual, en la Ley 13/2022, en la Ley 19/2020, de igualdad de trato y no discriminación, entre otras.

La sentencia de fecha 22 de abril de 2002 del TC incluye la intimidad entre los derechos más vinculados a la dignidad humana⁶²⁴. La jurisprudencia constitucional se refiere a que el derecho a la propia imagen y el derecho a la intimidad son derechos autónomos, con contenido propio, pero ambos guardan relación por ser derechos de la personalidad derivados de la dignidad humana y dirigidos a la protección del patrimonio moral de las personas⁶²⁵.

La dignidad humana constituye la garantía de que el individuo no va a ser objeto de ofensas y también la garantía del desarrollo de su personalidad. Se le ha considerado como el principio que legitima los demás derechos de la personalidad.

La dignidad de la persona impide que la persona sea considerada como un mero instrumento, lo dota de autodeterminación y hace a la persona responsable de su vida, a la vez que exige el respeto de la misma por parte de los demás. Se constituye como el principio jurídico que “es la columna vertebral básica de todo el ordenamiento constitucional y fuente de los derechos fundamentales”⁶²⁶. Posee eficacia y aplicabilidad directa, invalidando cualquier pretensión que vulnerase este derecho.

⁶²³ STC 196/2004, de 15 de noviembre, fundamento jurídico segundo (ECLI:ES: TC: 2004:196).

⁶²⁴ STC 53/1985, de 11 de abril, fundamento jurídico octavo (ECLI:ES: TC: 1985:53).

⁶²⁵ STC 83/2002, de 22 de abril, fundamento jurídico cuarto (ECLI:ES: TC: 2002:83).

⁶²⁶ Nogueira (2007, p. 245).

Algunos autores han puesto en relación la dignidad humana con el derecho a la propia imagen, considerando que son derechos con carácter autónomo, pero que ambos tendrían vinculación con la privacidad de la persona⁶²⁷:

(...) el derecho a la propia imagen tutela la proyección exterior y concreta de la persona en su figura física visible independientemente de la afectación de su honra, de su vida privada (...) dotando a la persona de la facultad de decidir sobre el uso de su imagen sin intromisiones ilegítimas en la medida que expresan cualidades morales de la persona y emanaciones concretas de su dignidad de ser humano, configurando su ámbito personal (...).

En definitiva, este derecho garantiza que la persona no pueda cosificarse, convertirse en un simple objeto o que se utilice para otros fines que puedan contradecir sus límites intangibles, pues la dignidad emana de la libertad y de la igualdad y también tiene que ver con la autodeterminación de la persona para desarrollar su personalidad, posibilitando el despliegue de sus capacidades físicas, psíquicas, morales, sociales, culturales y económicas. Se trata de un corolario de circunstancias de la libertad personal, de la naturaleza humana.

9.5. Análisis de la legislación estatal española relacionada con el derecho a no ser discriminado por el aspecto

En el derecho español no existen muchas normas que mencionen expresamente la garantía de la protección del individuo frente a la discriminación basada en la apariencia a pesar de que la interpretación de la normativa ha de hacerse en consonancia con las normas internacionales y comunitarias, que, en su mayoría incluyen en su articulado cláusulas abiertas que permiten recoger aquellas circunstancias que no son mencionadas expresamente. En la literatura científica se ha justificado que las listas de los derechos humanos deban ser abiertas por la dificultad de concreción histórica del contenido de muchos derechos, ya que a lo largo del tiempo el número y contenido de los derechos va aumentando con los cambios que van aconteciendo en la realidad social⁶²⁸:

Los derechos humanos, en general, y las Declaraciones que los reconocen y protegen, son categorías históricas, en consecuencia, el catálogo de Derechos

⁶²⁷ Nogueira (2007).

⁶²⁸ Martínez (2006).

Humanos nunca será una obra cerrada y acabada, pues una sociedad libre y democrática deberá mostrarse siempre sensible y abierta a la aparición de nuevas necesidades, que se fundamentan en nuevos derechos (...) ⁶²⁹.

El párrafo anterior precisa como los derechos van evolucionando desde el momento que nacen hasta que se van concretando en las legislaciones estatales.

En los apartados siguientes se podrá observar como la mención expresa del aspectismo en la legislación española escasa o meramente anecdótica.

9.5.1. La ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación

Esta ley se inspira, como señala su Preámbulo, en el artículo 14 de la Constitución española, proclamando el derecho a la igualdad y a la no discriminación.

Aunque en su artículo 2, referido al ámbito subjetivo de aplicación, se reconoce el derecho a la igualdad y a la no discriminación por razón de nacimiento, origen racial o étnico, sexo, religión, convicción, opinión, edad, discapacidad, orientación o identidad sexual, expresión de género, enfermedad o condición de salud, estado serológico y/o predisposición genética a sufrir patologías y trastornos, lengua, situación socioeconómica, se añade la cláusula abierta “o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”, que abriría la posibilidad de incluir la discriminación por apariencia.

Expresamente, esta legislación vincula el principio de igualdad y de no discriminación con la dignidad de la persona, contemplada en el artículo 10 de la Constitución, articulándolo como un principio básico según la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948, que debe de interpretarse dentro del marco internacional y según las Convenciones de Naciones Unidas. Este se configura en la normativa como un derecho autónomo, no dependiente de otros derechos y como un derecho general.

La ley 15/2022 establece un marco mínimo de protección del derecho a la igualdad y a la no discriminación, pero su esfuerzo es mucho más amplio, ya que se dirige a combatir “cualquier forma de discriminación”.

La propia ley se justifica como un mínimo común normativo en la antidiscriminación, protegiendo a las víctimas frente a cualquier forma de discriminación, señalando su artículo 7 respecto a la

⁶²⁹ Pérez (1992, p. 44).

interpretación de la misma que debe efectuarse conforme a los instrumentos internacionales, conforme a la jurisprudencia y a la legislación aplicable. Señala que “la presente ley consagra los niveles mínimos de protección y no perjudica las disposiciones más favorables establecidas en otras normas, debiendo prevalecer el régimen jurídico que mejor garantice la no discriminación”⁶³⁰.

La ley 15/2022 contempla varias situaciones de discriminación, tales como, la discriminación directa, indirecta, la discriminación por asociación, por error, múltiple e interseccional. Así, señala que se produce “discriminación por error” cuando la discriminación se fundamenta en una apreciación incorrecta acerca de las características de la persona, con lo que cabría también la posibilidad de incluir los atributos externos de la misma.

Como medidas preventivas en el empleo para luchar contra la discriminación, la ley contempla el fomento del currículo anónimo y la obligación de que el empleador no pueda preguntar sobre las condiciones de salud del aspirante al puesto, así como la promoción en las empresas y en las entidades públicas de la incorporación de códigos deontológicos que sean congruentes con la no discriminación.

La ley se refiere al ámbito educativo, estableciendo el mandato de no discriminar en la educación, utilizando una cláusula abierta al recoger las causas, añadiendo “o de otra índole”⁶³¹.

En relación con los comportamientos discriminatorios a los que hacía referencia la literatura científica, por los que se estigmatizaba a determinados colectivos minoritarios que poseían ciertos perfiles fisiognómicos, la ley 15/2022 promueve no solo la transmisión de valores para evitar el prejuicio, sino también para alejarse de fanatismos y de la radicalización⁶³².

Además de contemplarse el principio de igualdad y de no discriminación en el ámbito ocupacional, se recoge en la educación, en la sanidad, en la oferta de bienes y servicios, transporte, cultura, seguridad ciudadana, justicia, protección social, espacios abiertos al público, en la publicidad, en redes sociales, en actividades deportivas y en gestión de datos. Como se observa, el ámbito objetivo de aplicación de esta ley es muy amplio.

⁶³⁰ Artículo 7, párrafo último de la ley 15/2022.

⁶³¹ Artículo 13, apartado 3 de la ley 15/2022.

⁶³² Jarvis y Lister (2017).

9.5.2. Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia

Esta ley orgánica garantiza expresamente la protección de los niños y niñas y de adolescentes, en materia de educación frente a “cualquier tipo de discriminación”, enumerando una serie de causas entre las que recoge “la discriminación estética”⁶³³. Además, incorpora una cláusula abierta, ampliando los ámbitos de otros instrumentos legislativos, ya que señala “o cualquier otra circunstancia o condición personal, familiar, social o cultural”⁶³⁴.

Esta legislación no solo recoge medidas correctoras de las conductas discriminatorias, sino que también recoge medidas preventivas, medidas específicas como aquellas que van dirigidas a detectar, reducir o evitar situaciones que provoquen procesos de exclusión o inadaptación social y que dificultan el bienestar de la persona⁶³⁵.

9.5.3. La ley 19/2020, de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación promulgada por el parlamento catalán

La ley 19/2020 de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación, promulgada por el parlamento catalán, es la única legislación española, que, expresamente, contempla en su articulado “la discriminación por aspecto físico o indumentaria”⁶³⁶.

Como en otras normativas anteriores, la ley establece principios para hacer efectivo el derecho a la igualdad de trato. Consagra el respeto a la dignidad humana, defiende el principio de la no discriminación por diversos motivos en el ámbito más amplio que se puede contemplar y define y prohíbe múltiples formas atentatorias frente a la dignidad humana, por ejemplo, la aporofobia, la homofobia o el sexismo, entre otros. Para ello, la ley trata de asegurar un marco jurídico que garantice el derecho de todas las personas a no ser discriminadas por ningún motivo, en consonancia con el artículo 2 del Estatuto de Autonomía Catalán y con el artículo 14 de la Constitución española.

⁶³³ Artículo 3, apartado j).

⁶³⁴ Artículo 3, apartado j).

⁶³⁵ Artículo 23, apartado 3, b).

⁶³⁶ Artículo 1, apartado 3, k).

El artículo 15. 2 reconoce el derecho de todas las personas a vivir libres de todo tipo de discriminación. Considera la no discriminación como el principio informador de todo el ordenamiento jurídico. Por ello, en la exposición de motivos señala que con esta ley se pretende crear un instrumento eficaz para luchar “contra todo tipo de discriminación y en cualquier ámbito”.

El objeto de la ley es garantizar la igualdad de trato y la no discriminación. El artículo 1 contempla expresamente la discriminación por aspecto físico o indumentaria, que hay que señalar que, aunque esta no fuese listada expresamente, podría quedar igualmente protegida al incluir el artículo una cláusula general en el apartado 1) que hace referencia a “cualquier otra característica, circunstancia o manifestación de la condición humana, real o atribuida, (...)”.

A pesar de que consideramos muy favorable el hecho de que esta normativa haya incluido expresamente la prohibición del aspectismo, se echa en falta que de la misma manera que reúne un catálogo de definiciones para aclarar términos como la discriminación directa, indirecta, la transfobia, el sexismo, la aporofobia, etcétera, una definición precisa de la discriminación por aspecto, con la que hubiera quedado claro el concepto y los elementos que integran esta tipología discriminatoria.

9.5.4. Ley 17/2015, de 21 de julio, de igualdad efectiva de mujeres y hombres

Ya se había observado como en otras normativas se efectuaron múltiples reconocimientos a la igualdad. Esta ley reitera el afán de asegurar la igualdad efectiva. Tiene en cuenta la discriminación y se refiere a “cualquier forma de discriminación”. Además, hace referencias extensas: a la discriminación por razón de sexo, a la discriminación múltiple y a las situaciones de desventaja por “etnia, color, orígenes étnicos y sociales, características genéticas, lengua, religión, convicciones, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, pertenencia a una minoría, competencias, nacimiento, discapacidad, edad, orientación sexual o nivel económico”.

Esta legislación promulgada por el parlamento de Cataluña, no recoge expresamente la discriminación por apariencia, sin embargo, se debe acudir a una interpretación extensiva, ya que, al regular su objeto, establece como finalidad de la ley “eliminar las discriminaciones y desigualdades (...), contribuyendo a erradicar los estereotipos culturales que perpetúan las diferencias de género”⁶³⁷, refiriéndose a “cualquier tipo de discriminación”.

⁶³⁷ Artículo 1, apartado 2, a) y Artículo 1, apartado 2, e), 2º; apartado 2, 6º.

Así, cabría deducir que dentro de cualquier tipo discriminatorio también podría subsumirse la discriminación por aspecto.

9.5.5. Proyecto de Ley integral para la igualdad de trato y la no discriminación. Proyecto de ley 121/00030. BOE de 10 de febrero de 2011

Este proyecto fue prometedor, aunque tampoco incluyó explícitamente “como causa protegida ni el aspecto físico ni la obesidad, aunque sí lo hacía bajo el paraguas de la referencia final (...)”⁶³⁸. Sin embargo, el proyecto quedó paralizado. Contemplaba de forma integral el principio de no discriminación, refiriéndose al igual que la Constitución mexicana al mantenimiento del puesto de trabajo y a no ser discriminado en todas las etapas del empleo, tales como, en el acceso, a la promoción profesional, en las condiciones de trabajo, en la educación, en la sanidad, protección social, vivienda, suministro de bienes, entre otras.

El proyecto presentaba una visión integral y holística en la manera de suprimir la discriminación en el empleo. Su artículo 2 usaba una cláusula general dentro de la que podría recogerse la discriminación basada en el aspecto del individuo al referirse a “cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.

9.5.6. Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición

Esta normativa es de las pocas leyes que en su artículo 37 regula expresamente la prohibición de discriminar basándose en el aspecto de los demás, en este caso, por obesidad:

1. Está prohibida cualquier discriminación directa o indirecta *por razón de sobrepeso u obesidad*.

2. Se considera discriminación directa por esta razón, la situación en la que se encuentra una persona que sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a su sobrepeso, de manera menos favorable que otra en situación comparable.

⁶³⁸ Rivas (2015, p. 12).

3. Se considera discriminación indirecta, por esta razón, la situación en la que una disposición, criterio o práctica, aparentemente, neutros pone a las personas con sobrepeso u obesidad en desventaja particular con respecto al resto de personas, salvo que dicha disposición, criterio o práctica puedan justificarse, objetivamente, en atención a una finalidad legítima, y que los medios para alcanzar dicha finalidad sean necesarios y adecuados.

4. En cualquier caso, se considera discriminatoria toda orden de discriminar, directa o indirectamente, por razón de sobrepeso u obesidad.

5. Los actos y cláusulas, que constituyan o causen discriminación por razón de sobrepeso u obesidad, se considerarán nulos y sin efecto.

6. Los poderes públicos adoptarán medidas específicas, a favor de las personas con sobrepeso u obesidad, para corregir situaciones patentes de desigualdad, así como medidas de intervención y fomento para la prevención y tratamiento de la obesidad, especialmente, de la obesidad infantil y de otros trastornos alimentarios.

Esta legislación no deja de ser sorprendente, en el sentido de que se trata de una legislación dedicada en su mayoría a aspectos relacionados con la tecnología de los alimentos y, sin embargo, dedica un artículo de manera expresa a prohibir la discriminación por la apariencia del individuo que presenta obesidad⁶³⁹. Esta circunstancia aparece justificada en la propia ley en la que se evidencian una serie de aspectos:

- Primero, que hay certeza de un comportamiento social discriminatorio hacia las personas obesas.
- En segundo lugar, que se requieren medidas específicas legislativas de protección para reducir o suprimir dichos comportamientos intolerantes.
- Que estas acciones de protección jurídica son importantes, ya que suelen ser ciertos colectivos de personas vulnerables, los que se encuentran más afectadas por la obesidad.

Finalmente, el incumplimiento de este mandato se vincula con el artículo 50, referido a las infracciones y sanciones en materia de discriminación por obesidad.

⁶³⁹ Baile (2017).

Nuestra opinión es que esta norma nos parece esencial para fundamentar la prohibición de discriminación por el aspecto y extender su desarrollo a la cláusula abierta del artículo 14 de la Constitución. Esta norma nos parece muy relevante, al desarrollar en cierto modo el principio a la igualdad y a la no discriminación por razón del aspecto, aunque esté referido exclusivamente a la obesidad.

9.5.7. La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual; y, la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual

La ley 7/2010 ha sido derogada por la disposición derogatoria única, 1.b), de la Ley 13/2022, de 7 de julio.

En el preámbulo de la Ley 7/2010 se reconoce que la industria audiovisual, cada vez más, es imparable, lo mismo que la tecnología digital, aumentando el acceso a los medios audiovisuales de las audiencias. Esta normativa debe evolucionar acorde con la realidad social. Sin embargo, en ocasiones, la legislación audiovisual española ha quedado obsoleta y desfasada por los nuevos retos tecnológicos que se van presentando.

La norma aspiraba a promover una sociedad más incluyente, luchando contra las actitudes discriminatorias. El artículo 4, apartado 2) de la normativa, se refiere a que la comunicación audiovisual nunca podrá incitar a la discriminación de género o “cualquier circunstancia personal o social”, incluyendo, así, una cláusula abierta en la que podría tener cabida la prohibición de discriminación basada en la apariencia.

Esta legislación alude expresamente a la dignidad humana, a la intimidad y a la propia imagen. El artículo 18 señala que “queda prohibida toda comunicación comercial encubierta y que fomente comportamientos nocivos para la salud, así como la que vulnere la dignidad humana”.

En el artículo 6, apartado 5 señala que “todas las personas tienen el derecho a que la comunicación comercial esté claramente diferenciada del resto de contenidos audiovisuales, en los términos previstos por la normativa vigente”. Como se había comentado en el apartado en que se analizaba el mundo de los influencers del siglo XXI, no hay ninguna norma hasta el momento, ni organismo de control que compruebe las intervenciones que efectúan estos en redes sociales. En ocasiones, existe una gran dificultad de deslindar los consejos personales del contenido comercial y publicitario de las marcas a las que sirven como imagen.

En esta tesis se realizó un experimento en el que se estudiaban los contenidos publicitados por los influencers, pudiendo observar cómo solo una pequeña parte de estas figuras, prácticamente anecdótica,

etiquetaban adecuadamente las colaboraciones pagadas. Esta situación crea confusión en las audiencias, incapaz de distinguir lo que son meros consejos caseros de lo que tiene un fin comercial.

En referencia a los menores, sobre todo, a los adolescentes, debido a que son uno de los grupos más vulnerables de la población, en esta ley se prohíben los contenidos perjudiciales para su desarrollo físico, psíquico o moral. En especial recoge que “en horario de protección al menor, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, no pueden insertar comunicaciones comerciales que promuevan el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen, tales como, productos adelgazantes, intervenciones quirúrgicas o tratamientos de estética, que apelen al rechazo social por la condición física (...)”⁶⁴⁰.

Como puede observarse es de las pocas leyes españolas que regula expresamente la prohibición de ofrecer informaciones que puedan influenciar negativamente a la persona por promover la cultura de la tiranía del cuerpo, de la delgadez. Sin embargo, el mandato se centra, exclusivamente, en el menor. Asimismo, la prohibición de tales contenidos puede controlarse en medios tradicionales como la televisión, en la que se establecen franjas de horario para filtrar determinados contenidos. Sin embargo, este control es dificultoso tal y como está regulado en la ley 7/2010 con respecto a otros medios, tales como, internet, plataformas digitales o redes sociales, medios en los que se puede difundir información a todas horas del día, para todos los públicos, tratándose además de contenidos fácilmente accesibles por las audiencias.

Las figuras de los/las influencers que publican videos de contenido personal entremezclado con fines comerciales, también deben quedar sometidos al régimen general de lo dispuesto para la difusión de los mensajes publicitarios, obligándoles a deslindar y a “marcar” claramente lo que es una campaña de publicidad con fines comerciales de lo que es un mero consejo, sin ánimo de lucro.

La ley 7/2010 considera como infracción muy grave la emisión de contenidos que de forma manifiesta fomenten el desprecio o “la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión, o, cualquier otra circunstancia personal o social”, dentro de la que cabría incluir la circunstancia de ser discriminado por el aspecto.

Este tipo de infracciones se llegan a sancionar en la ley con multa de medio millón a un millón de euros, cuando se tratan de emisiones televisivas y de cien mil a doscientos mil euros, si fuesen radiofónicas o electrónicas. Además, la empresa también podría ser sancionada con la revocación de la licencia de comunicación y el cese de la prestación del servicio en determinados supuestos.

La Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual deroga la anterior ley de comunicación y modifica la Ley 34/1988, General de publicidad para adaptarla a las modificaciones en materia de restricciones de las comunicaciones que fomenten comportamientos nocivos para la salud.

⁶⁴⁰ Artículo 7, apartado 2, de la Ley 7/2010.

Si bien los servicios de comunicación siguen representando un porcentaje importante del visionado de las audiencias, lo cierto es que, ahora, aparecen nuevos servicios que poseen gran impacto en la transmisión de informaciones, tales como la elaboración de videos caseros que son “colgados” por los usuarios en las redes sociales y plataformas.

La Ley 13/2022 reconoce que dichos servicios constituyen una herramienta para transmitir valores, pero también pueden ayudar a transmitir contravalores, tales como la cultura de la delgadez. Debido al papel tan importante que representan las comunicaciones en nuestra sociedad siempre que quede garantizada la libertad de expresión es necesario adoptar un marco jurídico actualizado donde se preserven ciertos valores supremos como el de una cultura igualitaria en la que se respete la diversidad cultural y también física.

Asimismo, reconoce el dinamismo de este sector y la necesidad de que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual se comprometan a avanzar en la protección del usuario a medida que la realidad social va generando nuevos desafíos en la comunicación y de lo inicialmente previsto en la normativa.

En el título V de esta normativa se hace referencia a que se transponga al marco jurídico español la normativa de las nuevas directivas y se incluye una previsión para los usuarios que empleen servicios de intercambios de vídeos a través de las plataformas, tales como, “vloggers”, “influencers”, o prescriptores de opinión, dado que los servicios publicitarios que prestan tienen un trasfondo económico y “poseen especial relevancia (...), especialmente entre el público más joven”.

La consolidación en la legislación de estos nuevos agentes es la principal diferencia respecto a la legislación anterior que solo contemplaba la intervención de los agentes tradicionales de la comunicación audiovisual. Esta situación refleja el progreso de la normativa, acomodando el marco jurídico estatal a las nuevas realidades sociales y personales, donde la imagen capta todo el interés de las audiencias.

Inicialmente, esta legislación propugna el respeto a la dignidad humana y a la prohibición de discriminación por razón de:

(...), edad, sexo, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, expresión de género, raza, color, origen étnico o social, características sexuales o genéticas, lengua, religión o creencias, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, nacionalidad, patrimonio o nacimiento⁶⁴¹.

Dentro de las circunstancias anteriores listadas puede observarse como podría incluirse perfectamente la discriminación por apariencia al referirse a “las características de cualquier otro tipo”.

⁶⁴¹ Artículo 4, apartado 1 y 2.

Esta legislación obliga a transmitir una imagen de las mujeres y hombres en la que no se favorezca la discriminación o estereotipos⁶⁴².

Aunque la misión de la comunicación no sea en primera instancia “educar”, esta ley señala como la misión de este servicio debe quedar sujeta a la difusión de programas que fomenten valores constitucionales, tales como, garantizar la diversidad, la igualdad y el pluralismo⁶⁴³.

En la ley aparece un mandato expreso dirigido a los influencers que operan en las redes sociales para que cuando intercambien vídeos en las plataformas, informen claramente a los usuarios de cuando los programas y vídeos generados contengan comunicaciones comerciales audiovisuales⁶⁴⁴. Esto se encuentra en consonancia con el artículo 122, apartado 3, en el que se prohíbe toda comunicación comercial audiovisual de bienes o servicios que tenga un propósito publicitario y pueda inducir al público a error.

El artículo 124, apartado 1 se refiere a que las comunicaciones comerciales audiovisuales no deberán producir perjuicio físico, mental o moral a los menores ni incurrir en una serie de conductas que se listan. Su apartado g) se refiere a:

(...) promover el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen mediante comunicaciones comerciales audiovisuales de productos adelgazantes, intervenciones quirúrgicas o tratamientos de estética, *que apelen al rechazo social por la condición física*, o al éxito debido a factores de peso o estética.

Dicho contenido también había sido contemplado por la Ley 7/2010 regulando la prohibición de la difusión de la cultura de la delgadez y haciendo expresamente referencia al rechazo social por la condición física.

9.5.8. Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, por el que se aprueba el Estatuto del Estudiante Universitario

Este Estatuto viene a dar cumplimiento a una serie de disposiciones del Espacio Europeo de Educación Superior con el objeto de fomentar la participación y reconocer los derechos de los estudiantes y en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, considerándose como una normativa básica y dictándose al amparo de lo dispuesto en el

⁶⁴² Artículo 6 y artículo 15.

⁶⁴³ Artículo 51.

⁶⁴⁴ Artículo 91, apartado 3.

artículo 149.1. 30ª de la constitución. Esta norma recoge expresamente como derecho y como deber de los estudiantes la protección de la apariencia.

El objeto del estatuto es el desarrollo de los derechos y deberes de los estudiantes universitarios, por lo que se aplicará a todos los estudiantes de universidades públicas y privadas españolas, como de los centros propios y adscritos a las mismas.

Esta normativa menciona expresamente la prohibición de discriminación por apariencia en el ámbito universitario. Su artículo 4 dice que:

Todos los estudiantes universitarios, independientemente de su procedencia, tienen el derecho a que no se les discrimine por razón de nacimiento, origen racial o étnico, sexo, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, nacionalidad, enfermedad, orientación sexual e identidad de género, condición socioeconómica, idiomática o lingüística, o afinidad política y sindical, *o por razón de apariencia, sobrepeso u obesidad*, o por cualquier otra condición o circunstancia personal o social, con el único requerimiento de la aceptación de las normas democráticas y de respeto a los ciudadanos, base constitucional de la sociedad española.

Como derecho común para todos los universitarios, añade en su artículo 7, apartado b), el derecho a la igualdad de oportunidades, sin discriminación alguna, en el acceso a la universidad, ingreso en los centros, permanencia en la universidad y al ejercicio de sus derechos académicos. Además, de su reconocimiento como derecho también aparece como deber en el artículo 8, apartado j):

Ejercer y promover activamente la no discriminación por razón de nacimiento, origen racial o étnico, sexo, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, nacionalidad, enfermedad, orientación sexual e identidad de género, condición socioeconómica, idiomática o lingüística, o afinidad política y sindical, *o por razón de apariencia*, sobrepeso u obesidad, o por cualquier otra condición o circunstancia personal o social, de los miembros de la comunidad universitaria, del personal de las entidades colaboradoras o que presten servicios en la universidad.

9.5.9. LO 3/2007, de 22 de marzo, por la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres

En la LO 3/2007 se ha plasmado el principio de igualdad y de no discriminación. En la exposición de motivos se señala que la principal novedad de esta legislación radica en la prevención de conductas discriminatorias y en la previsión de políticas activas para hacer efectivo el principio de igualdad, considerando como principio fundamental del texto el derecho moderno antidiscriminatorio.

Asimismo, se refiere a la necesidad de acciones para remover los obstáculos frente a los estereotipos sociales que impiden alcanzar la igualdad, contemplando los supuestos de doble discriminación y las dificultades con las que se pueden encontrar las mujeres.

Su artículo 1 se refiere, expresamente, al objeto de la eliminación de la discriminación de la mujer, “sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualquiera de los ámbitos de la vida”. Esto se encuentra en plena consonancia con los valores propugnados por la Constitución respecto a los derechos personalísimos.

El artículo 3 señala que el principio de igualdad de trato es significativo de la ausencia de toda discriminación, directa o indirecta “por razón de sexo y especialmente las derivadas de la maternidad, por obligaciones familiares y el estado civil”.

En la ley se prevén las consecuencias jurídicas de las conductas discriminatorias, tales como, la nulidad e indemnizaciones. De nuevo, en esta ley se incide en la obligación de los medios de comunicación de no transmitir una imagen estereotipada de la mujer⁶⁴⁵.

Además, la ley prevé que las empresas puedan presentar al Ministerio de Trabajo un balance sobre los parámetros de igualdad implantados en la empresa con el fin de obtener un distintivo en materia de igualdad.

Entre las posibles intervenciones de esta tesis se propone al final, en el apartado de propuestas, que los poderes públicos tengan en cuenta en los RRHH de cada entidad determinadas consideraciones en todas las fases del empleo, sobre todo, para establecer ciertos filtros a la hora de prevenir el aspectismo.

9.5.10. LO 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género

En esta normativa también se ha consagrado el principio de igualdad y de no discriminación⁶⁴⁶.

Entre los valores que propugna se encuentra el respeto a la dignidad humana.

⁶⁴⁵ Artículo 36 de la LO 3/2007, de 22 de marzo.

⁶⁴⁶ Artículos 4 y 6 de la Lo 1/2004, de 28 de diciembre.

Además, en el artículo 10 se considera como ilícita toda aquella publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

En el artículo 11 se recoge la obligación de los poderes públicos de velar para que los medios audiovisuales aseguren un tratamiento de la mujer conforme a los valores que consagra nuestra constitución.

Señala el artículo 14, que, se tendrá especial cuidado en el tratamiento gráfico de las informaciones.

Como se observa, esta legislación protege frente a cualquier tipo de publicación que coadyuve a generar discriminación de la mujer.

9.5.11. La Ley 51/2003, de 2 de diciembre de igualdad de Oportunidades, no discriminación Accesibilidad Universal de las Personas con Discapacidad

En esta normativa también se ha consagrado el principio de igualdad y de no discriminación. En congruencia con los preceptos de la constitución española, el artículo 14 que consagra el principio de igualdad, el artículo 9.2 para que la igualdad sea real y efectiva y el artículo 10 relativo a la dignidad de la persona, se ordena a los poderes públicos prestar amparo especial a las personas con discapacidad para que puedan disfrutar de sus derechos civiles, sociales, económicos y culturales⁶⁴⁷.

Como señala la exposición de motivos de esta ley, la discapacidad suele encontrarse con desventajas que no solo están en las dificultades personales, sino también en los obstáculos que se imponen por el resto de la sociedad. Así, se ponen en marcha dos estrategias: una de ellas, es la lucha contra la discriminación, la otra, es la estrategia de accesibilidad universal. La primera estrategia “se inscribe en la larga marcha de algunas minorías por lograr la igualdad de trato y por el derecho a la igualdad de oportunidades”.

En desarrollo de la competencia contenida en el artículo 13 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea, relativo a la adopción de acciones para luchar contra la discriminación, se adoptaron una serie de directivas. La ley 51/2003 recoge esta corriente, cuando en su artículo 1 señala que el objeto de la misma es establecer medidas para garantizar y hacer efectivo el derecho a la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad.

Según la ley se entiende vulnerado el derecho a la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad cuando se producen discriminaciones directas o indirectas. Entre las medidas contra la discriminación se recoge la prohibición de conductas discriminatorias y de acoso.

⁶⁴⁷ Artículo 49 de la constitución española.

9.5.12. Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto por el que se aprueba el texto refundido de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social (LISOS)

En el artículo 8, apartado 11 de esta legislación se considera como infracción muy grave “los actos del empresario que fueran contrarios al respeto de la intimidad y la consideración debida a la dignidad de los trabajadores”. En el apartado 12 de este artículo se considera como infracción muy grave, las decisiones unilaterales de la empresa que impliquen discriminaciones directas o indirectas por *edadismo*, discapacidad, por origen étnico, entre otras, que, presentan conexiones con la discriminación basada en la apariencia.

9.5.13. Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica del menor, de modificación del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil

Esta ley se aplica a los menores de 18 años y su finalidad es la defensa del interés superior del menor, preservando su identidad. Protege al menor frente a conductas discriminatorias por cualquiera de las causas que lista la ley, es decir, con la cláusula “o cualesquiera otras condiciones” para, así, garantizar el desarrollo armónico de su personalidad⁶⁴⁸.

El artículo 4 de la ley regula el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen y en su articulado impone deberes relativos al ámbito social. Entre esos deberes sociales está que los menores deben respetar la dignidad, la integridad y la intimidad de las personas. Después de listar una serie de circunstancias añade expresamente un mandato de respeto “con independencia de las características físicas de otras personas”. Con ello, el legislador desea que los menores asuman una actitud responsable y se alejen de comportamientos intolerantes que se basen en la apariencia de los demás. Así, la prevención de dichas situaciones será la mejor garantía a la hora de sensibilizar a la población frente a actitudes discriminatorias, garantizando el libre desarrollo de la personalidad de los menores y a que estos aprendan a respetar la diversidad física.

En el artículo 5 de la ley se propugna que las personas responsables velarán porque la información que reciban los menores sea respetuosa con los valores constitucionales. Es precisamente en la escuela y en el ámbito familiar donde especialmente se deben orquestar medidas de prevención y correctoras

⁶⁴⁸ Artículo 2, apartado 2, d).

destinadas al aprendizaje de la aceptación del propio cuerpo. Los niños y niñas deben aprender a alejarse de cierta información que solo fomenta estereotipos estéticos y que pone en riesgo su salud física y mental, haciéndolos más vulnerables a ciertas influencias negativas de tratar de modificar los cuerpos reales en figuras perfectas pero irreales y artificiosas.

Este artículo está adecuadamente incardinado en la ley para velar por los menores, para que estos reciban contenidos en los que se difundan valores de igualdad, de solidaridad, sobre todo, de diversidad y de respeto a los demás.

Señala su apartado 4 que “para garantizar que la publicidad o los mensajes dirigidos a los menores no les perjudique moral o *físicamente*, podrá ser regulada por normas especiales”. Quizás, aquí el artículo debiera hacer referencia a otras disposiciones de desarrollo de aplicación de la prohibición de discriminar por apariencia física sin ambigüedades, tal y como aparece expresamente contemplada en otras disposiciones europeas, como sucede en la Convención de los Derechos del Niño o en alguna legislación española, tal y como sucede con la ley 19/2020, de 30 de diciembre.

9.5.14. Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores (ETT)

En la sección segunda del ETT, se regulan los derechos y deberes laborales básicos del trabajador. El artículo 4.1. del ETT lista unos derechos básicos del trabajador, y el apartado 4.2.c), establece, que, en la relación de trabajo, los trabajadores tienen derecho a:

(...) no ser discriminados directa o indirectamente para el empleo, o una vez empleados, por razones de sexo, estado civil, edad dentro de los límites marcados por esta ley, origen racial o étnico, condición social, religión o convicciones, ideas políticas, orientación sexual, afiliación o no a un sindicato, así como por razón de lengua, dentro del Estado español. Tampoco podrán ser discriminados por razón de discapacidad siempre que se hallasen en condiciones de aptitud para desempeñar el trabajo o el empleo de que se trate.

Como puede observarse, el ETT no recoge expresamente el derecho del trabajador a no ser discriminado por su aspecto y tampoco incluye este artículo una cláusula abierta bajo la que pueda quedar protegida la prohibición de discriminar por apariencia. Solo en el apartado h) añade “a cuantos otros se deriven específicamente del contrato de trabajo”.

Lo más probable es que este tipo de discriminación no se haga constar específicamente en el contrato, sino que ocurra mediante un código no escrito, “en la forma de mirar” con la que se selecciona al trabajador y que se tenga en cuenta en los puestos de trabajo en los que la interacción del trabajador o trabajadora con la clientela sea indispensable. En estos casos, la apariencia suele aparecer como un requisito más que forma parte del currículum del aspirante al puesto, aunque, no únicamente, pues existe suficiente certeza de que el aspecto físico también es valorado en otros puestos de trabajo en los que no existe atención al público, porque se suele realizar por el que efectúa la selección una conexión mental automática entre el físico y la atribución de ciertas cualidades negativas, como la holgazanería, la dejadez, mayor predisposición a accidentes laborales debido a la obesidad, ineptitud o falta de autocontrol⁶⁴⁹.

Abunda la jurisprudencia en la que la tutela antidiscriminatoria respecto a la apariencia del individuo, por ejemplo, ante la obesidad, sería invisible. Difícilmente quedaría comprendida esta prohibición bajo el ámbito de protección de la tutela del artículo 4 del ETT.

Así sucede con la sentencia de fecha 9 de mayo de 2012 del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana, sobre un despido basado en la obesidad del trabajador. En este supuesto fue objeto de impugnación la sentencia que declaró nulo el despido por considerar que, al estar vinculado el trabajador por contrato fijo-discontinuo, su falta de llamamiento por la empresa aeroportuaria se debe a un móvil discriminatorio, siendo la obesidad la causa del despido⁶⁵⁰. La Sala declaró que la cuestión a resolver es determinar si la falta de llamamiento del actor para prestar sus servicios, que estaba motivada en un informe médico, era contraria al principio de no discriminación. La respuesta dada por el tribunal fue negativa, considerando que el sobrepeso por sí mismo, no tiene trascendencia a efectos de discriminación. El tribunal añadía que ni la normativa nacional ni la comunitaria hacían referencia a esta circunstancia como causa de discriminación en sí prohibida, estimando el recurso, considerando improcedente, no nulo, el cese impugnado.

Creemos que esta resolución es criticable, porque, aunque es cierto que en aquel momento, nuestra legislación española ni el derecho comunitario incluían explícitamente la circunstancia de la prohibición de discriminación por apariencia, ni tampoco existían muchas referencias jurisprudenciales al respecto, o a considerar a la obesidad como causa de protección por incapacidad, entendemos que efectuando una interpretación extensiva del ordenamiento jurídico, podría haberse utilizado la cláusula abierta

⁶⁴⁹ Rivas (2015).

⁶⁵⁰ STSJ, de la Comunidad Valenciana, de 9 de mayo de 2012 (ECLI:ES:TSJCV:2012:1259).

antidiscriminatoria del artículo 14 de la constitución, o bien, la lesión de los derechos fundamentales y personalísimos del artículo 10.1 y 18.1 de la constitución, así como, del artículo 4.2 y 50 del ETT.

Por otro lado, en la actualidad el problema de la no mención expresa de tal circunstancia queda solventado por el avance en la elaboración de las leyes que van adaptándose progresivamente a la nueva realidad social y contemplando explícitamente “la discriminación por el aspecto físico”, tal y como ha hecho la ley 19/2020 de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación, promulgada por el parlamento catalán, que ofrece una protección expresa.

El apartado 2, también recoge como derechos del trabajador la integridad física del mismo⁶⁵¹, así como:

(...) el respeto a la intimidad y a la consideración debida a su dignidad, comprendida la protección frente a ofensas verbales y físicas de naturaleza sexual y frente al acoso por razón de origen racial o étnico, religión, convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual⁶⁵².

Bajo la protección de este párrafo podría haber quedado amparada la prohibición de discriminar por el aspecto en el acceso al empleo y en todas sus fases, dado que se atenta contra el derecho a la intimidad y a la dignidad. El menoscabo a la dignidad humana del trabajador permite solicitar la extinción del contrato indemnizada, según el artículo 50.1. c), teniendo derecho el trabajador o la trabajadora derecho a las indemnizaciones que se señalan en el ETT para el despido improcedente.

El trabajador o la trabajadora ha de ser respetado conforme a los criterios de la dignidad humana, reconocidos por el artículo 10. 1 de la constitución española. Este se constituye como uno de los límites que establece el ETT y la norma constitucional al poder de dirección del empresario. Según la jurisprudencia:

(...) el poder de dirección del empresario no puede entenderse como una facultad arbitraria y omnímoda, sí que se encuentra sometido a determinadas limitaciones, debiendo utilizarse con el máximo respeto a los derechos que del contrato emanan para el trabajador y sin perjuicio para él, o con la compensación adecuada cuando el ejercicio de tal potestad resulte inevitable

⁶⁵¹ Artículo 4, apartado 2, d). del ETT.

⁶⁵² Artículo 4, apartado 2, e) del ETT.

y sin que pueda exceder de lo que las normas legales y los principios generales inspiradores del social imponen⁶⁵³.

En el epígrafe 8.3.3., ya se analizó como el poder de dirección empresarial para alcanzar el fin propuesto debe conjugarse con el derecho a la imagen, a la intimidad personal y a la dignidad de la persona, que sin desconocerse, deben modularse en el ámbito de trabajo, pero siempre dichas limitaciones de los derechos fundamentales deben realizarse bajo el principio de proporcionalidad, razonabilidad y la necesidad de la de medida restrictiva.

La dignidad de la persona trabajadora puede verse comprometida cuando el trabajador o la trabajadora es desprestigiada en la empresa por el empresario, en la relación vertical, o por sus compañeros en las relaciones horizontales de trabajo, cuando es objeto de un trato vejatorio por la forma de exteriorizar su personalidad a través de su apariencia y se le causa perjuicio en su consideración social.

Así, lo ha entendido la jurisprudencia, correspondiendo a los tribunales la evaluación en cada caso para determinar si la actitud empresarial supone un incumplimiento de la normativa según las circunstancias que concurran en cada caso particular y si son de gravedad y atentatorias contra la dignidad y la integridad moral del trabajador o trabajadora por vulnerar sus derechos fundamentales:

La dignidad del trabajador (...) conecta con el derecho al honor y excluye las conductas dirigidas a causar perjuicio en la consideración social de la persona o en su autoestima. Por ello, el menoscabo de la dignidad puede entenderse, en sentido amplio, como toda falta de respeto, vejación o descrédito de carácter grave que sufre el trabajador ante sus compañeros de trabajo o jefes y su entorno socio-familiar, como persona o como profesional⁶⁵⁴.

Respecto a la carga de la prueba, inicialmente, la normativa opta porque sea el trabajador el que deba probar el incumplimiento del empresario aportando criterios objetivos de esa situación, de manera que la decisión del empresario sea injustificada, arbitraria, ilegítima, o innecesaria y, además, que sea de suficiente trascendencia, constituyendo un incumplimiento grave de la conducta contractual empresarial.

⁶⁵³ STSJ de Madrid, de 20 de abril de 2017 (ECLI:ES: TSJM: 2017:277).

⁶⁵⁴ STSJ de Madrid, de 2 de junio de 2017 (ECLI:ES: TSJM: 2017:543).

El problema de la discriminación por la apariencia es que no siempre el trabajador o trabajadora pueda ser capaz de probar que está siendo únicamente discriminado por su apariencia externa. Puede que este hecho alegado sea difícil de probar, con lo que será una tarea ardua la admisión o que llegue a un resultado satisfactorio la demanda del trabajador o trabajadora, lo que resultaría una verdadera *probatio diabólica*.

En el ETT se vuelve a insistir en los derechos y deberes derivados del contrato, cuando en el artículo 17 del ETT se regula la no discriminación en las relaciones laborales. Así dice este artículo en su apartado 1:

Se entenderán nulos y sin efecto los preceptos reglamentarios, las cláusulas de los convenios colectivos, los pactos individuales y *las decisiones unilaterales del empresario que contengan discriminaciones* directas o indirectas desfavorables por razón de edad o discapacidad o favorables o *adversas en el empleo*, así como en materia de retribuciones, jornada y demás condiciones de trabajo por circunstancias de sexo, origen, incluido el racial o étnico, estado civil, condición social, religión o convicciones, ideas políticas, orientación sexual, adhesión o no a sindicatos y a sus acuerdos, vínculos de parentesco con otros trabajadores en la empresa y lengua dentro del Estado español.

Serán igualmente *nulas las decisiones del empresario que supongan un trato desfavorable de los trabajadores* como reacción ante una reclamación efectuada en la empresa o *ante una acción judicial destinada a exigir el cumplimiento del principio de igualdad de trato y no discriminación*.

Considerado este artículo, podría otorgarse otro tipo de protección frente a aquellos casos en los que el trabajador o trabajadora alegase que está siendo discriminado por apariencia, dado que se refuerza el ejercicio de los derechos fundamentales inespecíficos cuando se lesiona la dignidad humana de trabajador o trabajadora.

Como se ha puesto de manifiesto en la literatura, este artículo “facilita incluir supuestos de difícil encaje en el precepto estatutario, como pueda ser la vulneración de la garantía de indemnidad”:

(...) la importancia de este segundo nivel de protección radica en que, al tratarse de derechos fundamentales se invierte la carga de la prueba siempre que se aporten indicios suficientes por parte del trabajador o trabajadora, de

tal manera que el empresario pase a tener que proporcionar una justificación objetiva y razonable de las medidas adoptadas y de su proporcionalidad⁶⁵⁵.

Así, los actos empresariales que lesionan el derecho a la intimidad e integridad moral del empleado o aspirante al puesto, tales como, el ser discriminado en el acceso o en la ejecución del contrato de trabajo basándose exclusivamente en la imagen que exterioriza, quedaría protegido bajo este artículo, invirtiendo la carga de la prueba por tratarse de una protección cualificada de derechos fundamentales: la empresa tendría que justificar objetivamente la restricción de la medida, pero el trabajador o trabajadora “debe aportar indicio suficiente” de la conducta empresarial. Aun así, el planteamiento de la discriminación en el acceso al puesto de trabajo no deja de presentar cierta complicación: primero, porque no se exige por la ley que el empresario deba motivar el resultado de su selección. En segundo lugar, porque la selección no se encuentra sometida a ningún tipo de reglas, sino que es el empleador el que libremente decide las reglas.

Todo ello podría llevar a plantear la cuestión de si podría impugnarse un candidato el resultado de una oferta de empleo emitida por una empresa privada. Creemos que no. Otra cosa sería la impugnación del resultado de una oferta de empleo público, donde los requisitos y exigencia del personal contratado están absolutamente determinados en los pliegos de condiciones de contratación de la oferta de empleo público.

Según la jurisprudencia, el indicio aportado por el trabajador debe ser razonable, que ponga de manifiesto que está lesionando su derecho fundamental. No puede consistir en una simple alegación subjetiva, sino que debe permitir que se deduzca la posibilidad de que la lesión se ha producido.

Puede ocurrir que el empresario alegue que debe despedir al trabajador o trabajadora que sufre obesidad por incumplimiento de las funciones del contenido del contrato de trabajo, cuando en realidad dicha causa alegada lo que encubre es una conducta empresarial lesiva de los derechos fundamentales del respeto a la dignidad humana, a la intimidad y a la propia imagen del trabajador o trabajadora. En este caso, también corresponderá al empresario probar que los motivos que posee para extinguir el contrato de trabajo “son razonables y ajenos a todo propósito atentatorio a un derecho fundamental”. Pero, como se ha señalado, “no basta que el/la demandante tilde de discriminatoria la conducta empresarial, sino que ha de acreditar la existencia de indicios que generen una razonable sospecha, apariencia o presunción (...) de la prueba indiciaria”. El demandado/a (el empresario) asumirá la carga

⁶⁵⁵ Sierra (2020, p. 87).

de probar que los hechos que motivaron su decisión “son legítimos, o, aun sin justificar su licitud, que se presentan razonablemente ajenos a todo móvil atentatorio de derechos fundamentales”⁶⁵⁶.

En conclusión, hasta no hace mucho tiempo, la discriminación de la apariencia física del trabajador o de la trabajadora no quedaba tutelada directamente, salvo que, se vinculara a alguna de las circunstancias listadas específicamente en los textos legales (por ejemplo, el artículo 14 de la constitución o el artículo 4 del ETT) y solo de forma colateral, si tal discriminación pudiera estar vinculada al concepto de riesgos sanitarios, tal como, que la persona sufra obesidad mórbida, podría establecerse la conexión con la prevención de la salud laboral, por ejemplo, a través del artículo 37 de la ley 17/2011, de seguridad alimentaria y nutrición, que recogía expresamente la prohibición de discriminación directa o indirecta por razón de sobrepeso u obesidad.

Salvo dicha norma, nuestro ordenamiento no contenía hasta ese momento ninguna norma expresa frente a la discriminación por el aspecto físico del trabajador o trabajadora, con lo que, no resultaba extraña la dificultad para tutelar jurídicamente esta tipología discriminatoria y obtener la tutela legal de la diversidad física de los trabajadores en el ámbito laboral.

9.5.15. LO 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal

La legislación penal tampoco podía permanecer ajena al mandato de la prohibición de discriminar, a las conductas que promueven comportamientos hostiles, que incitan al odio, a la intolerancia o al menosprecio de las personas.

Las manifestaciones de la discriminación punible se encuentran a lo largo de todo el Código penal.

En el artículo 170.1 del Código penal, se regula el delito de torturas por razón de discriminación del artículo 174. 1.

El artículo 510 tipifica el fomento, promoción o incitación pública al odio, hostilidad discriminación o violencia⁶⁵⁷.

⁶⁵⁶ STSJ, de Andalucía, de 16 de noviembre de 2017 (ECLI:ES: TSJAND: 2017:3339).

⁶⁵⁷ Artículo 510, 1, a) del Código penal.

También queda tipificada la elaboración, tenencia y/o difusión de soportes aptos para incitar al odio, hostilidad, discriminación o violencia⁶⁵⁸, así como la negación, trivialización grave o enaltecimiento de crímenes contra la humanidad⁶⁵⁹.

Dado que este artículo se incardina en el Libro II, del Título XXI, “Delitos contra la Constitución”, ubicado en el Capítulo IV dedicado a “los delitos relativos al ejercicio de los derechos fundamentales y libertades públicas”, está claro que el objeto de protección del precepto es promover el correcto ejercicio de los derechos fundamentales.

Haciendo una adecuada exégesis del precepto, este debe ser interpretado de acuerdo con la Declaración Universal de Derechos Humanos en función del Protocolo número 12 del Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales de 1950, teniendo en cuenta la consideración de la igualdad como valor superior del ordenamiento jurídico. Por tanto, se partiría de la prohibición de discriminación como un derecho autónomo, que deriva del derecho a la igualdad del artículo 14 de nuestra Constitución.

Para aplicar el tipo punible del artículo 510 será necesario que se den conductas que afecten a los valores consagrados en nuestra Constitución, que ataquen ilegítimamente la esfera privada y personal del individuo, a la dignidad humana. Señala el artículo 510 del Código penal, que:

1. Serán castigados con una pena de prisión de uno a cuatro años y multa de seis a doce meses: a) *Quienes públicamente fomenten*, promuevan o inciten directa o indirectamente al odio, hostilidad, *discriminación* o violencia contra un grupo, una parte del mismo o contra una persona determinada por razón de su pertenencia a aquel, por motivos racistas, antisemitas, antigitanos u otros referentes a la ideología, religión o creencias, situación familiar, la pertenencia de sus miembros a una etnia, *raza* o nación, su origen nacional, su sexo, orientación o identidad sexual, por razones de género, aporofobia, *enfermedad o discapacidad (...)*.

6. El juez o tribunal acordará la destrucción, borrado o inutilización de los libros, archivos, documentos, artículos y cualquier clase de soporte objeto del delito a que se refieren los apartados anteriores o por medio de los cuales se hubiera cometido. *Cuando el delito se hubiera cometido a través de*

⁶⁵⁸ Artículo 510, 1, b) del Código penal.

⁶⁵⁹ Artículo 510, 1, c) del Código penal.

tecnologías de la información y la comunicación, se acordará la retirada de los contenidos (...).

Es criterio del TC que “las manifestaciones más toscas del denominado discurso del odio son las que se proyectan sobre las condiciones étnicas, religiosas, culturales o sexuales de las personas”. Sin embargo, el discurso fóbico tiene otras vertientes, siendo una de ellas la que fomenta el rechazo de las personas por su aspecto físico, por su indumentaria o, en general, por su apariencia. A pesar de ello, esta tipología discriminatoria de aspectismo no se encuentra explícitamente contemplada en el artículo 510 y esto es un problema en el ámbito penal por dos razones:

- Por un lado, porque el listado no incluye una cláusula abierta, que permitiría abarcar otras circunstancias personales.
- Por otro lado, porque en el Derecho Penal destaca la interpretación restrictiva y la taxatividad de los tipos penales. Por dicha consideración no se podría aplicar el artículo 510 del Código penal a supuestos distintos de los explícitamente listados en el precepto, porque la interpretación de los tipos penales siempre es restrictiva. En materia penal, habría que interpretar tal omisión como una exclusión deliberada del legislador. Los tribunales verían su facultad de interpretación jurídica limitada en este punto, quedando impracticable el recurso a la analogía.

Aun así, somos de la opinión que habría que tener en cuenta la finalidad general que pretende la norma. Por otra parte, menciona explícitamente la circunstancia de la raza, que entendemos que tiene relación con el aspecto del individuo y, aunque no alude expresamente al color de la piel, podría entenderse incluido a la luz de otras normas y convenciones internacionales⁶⁶⁰. En contra de nuestra opinión, en la literatura se recoge la idea de que no debe confundirse la naturaleza visible de un motivo de discriminación con la discriminación por apariencia física en sí: “el color de la piel es un marcador de origen racial o étnico y no un motivo de discriminación *per se*, por lo que no se trataría de una discriminación por aspectismo”⁶⁶¹. Es difícil de deslindar, pero según esta opinión este tipo de discriminación se refiere a dar un trato diferencial basándose únicamente en el componente estético del aspecto físico.

⁶⁶⁰ El TEDH ha señalado que los motivos racistas y étnicos se solapan: la raza estaría basada en la idea de clasificación biológica de los seres humanos según las características morfológicas como el color de la piel o características faciales, y la etnicidad se suele referir a las características culturales o sociales, tales como, las creencias religiosas, el lenguaje, los orígenes y las tradiciones.

⁶⁶¹ Valles et al., 2017, p. 146.

También se alude a la enfermedad o discapacidad. Así, entendemos que podría quedar incluida una alteración grave de la salud y/o de deficiencia física, como la obesidad mórbida, ya que esta puede impedir la participación del individuo en la vida social y en el ámbito ocupacional de manera permanente. Siguiendo la doctrina del TEHD, cuando en la normativa se nombra “a las cuestiones raciales”, habrá que entender que se hace referencia a la biología, a la morfología física de las personas, a su aspecto⁶⁶².

Dado que no existe una definición unívoca de lo que constituye el “discurso del odio” recurriendo a una analogía extensiva del artículo 14 constitucional, creemos que podría incluirse al aspectismo al estar ligado a otras circunstancias que por ciertos caracteres de la morfología física de ciertas etnias poseen determinados grupos sociales. Somos conscientes de que pueda resultar dudoso que el término “etnia” pueda a “efectos penales” abarcar cualquier aspecto o configuración física del individuo, pero es una opinión que la limitaríamos únicamente a aquellas condiciones físicas derivadas de su pertenencia a determinada raza por la típica idiosincrasia de las características físicas de la misma.

En el artículo 314, se regula la discriminación en el ámbito laboral, que señala que:

Quienes produzcan una *grave discriminación en el empleo*, público o privado, contra alguna persona por razón de su ideología, religión o creencias, su situación familiar, su pertenencia a una etnia, *raza* o nación, su origen nacional, su sexo, *edad*, orientación o identidad sexual o de género, razones de género, de aporofobia o de exclusión social, *la enfermedad que padezca o su discapacidad*, por ostentar la representación legal o sindical de los trabajadores, por el parentesco con otros trabajadores de la empresa o por el uso de alguna de las lenguas oficiales dentro del Estado español, y no restablezcan la situación de igualdad ante la ley tras requerimiento o sanción administrativa, reparando los daños económicos que se hayan derivado, serán castigados con la pena de prisión de seis meses a dos años o multa de doce a veinticuatro meses.

De nuevo en este artículo se vuelve a hacer referencia a la discriminación por ciertos motivos tasados, que, con relación al artículo 510 solo añade como novedad, la edad, como circunstancia que pueda estar relacionada con el aspecto del individuo. El artículo pone de manifiesto como las formas de la intolerancia son múltiples y sea cual fuere su denominación, la finalidad del precepto es proteger frente

⁶⁶² STEDH, de 13 de diciembre de 2005, de Timishev contra Rusia.

a la discriminación en el empleo en cualquiera de sus formas. Así, entre otras manifestaciones ligadas al aspecto físico, podría estar la “gerontofobia” o el odio hacia las personas de edad.

Finalmente, en el artículo 511, se encuentra tipificada la denegación discriminatoria de servicios públicos, en relación con el artículo 512.

En el artículo 515, 4º, se regula el delito de asociación ilícita para promover o incitar a la discriminación.

En los artículos que van desde el 522 a 524 se tipifica la discriminación por motivos religiosos y en el artículo 525 el delito de vejación.

Como resultado a pesar de que no existen unos contornos uniformes de las conductas sancionadas penalmente que incitan al discurso del odio y a la discriminación, se combaten todas aquellas conductas que constituyen formas intolerancia que rompen la convivencia social y que afectan a los valores consagrados constitucionalmente, tales como, el carácter preminente de la prohibición de discriminar, el valor superior de la igualdad, el derecho a la propia imagen, a la intimidad y el respeto a la dignidad humana.

El enaltecimiento por parte de los autores de la comisión de los delitos relacionados con el menosprecio o la humillación de las personas, atentando contra su dignidad humana por las circunstancias tipificadas es sancionado penalmente, no exigiéndose un ánimo específico para causar el daño, simplemente, basta un dolo genérico, que el autor conozca el carácter objetivamente humillante y desarrolle la conducta con conocimiento y voluntad de cualquiera de las situaciones discriminatorias tipificadas en los tipos penales.

Se ha señalado, como en la práctica, el tipo penal del artículo 510 suele darse en concurrencia con otras figuras penales, como sucede con la prevista en el artículo 173, que también protege la dignidad de las personas frente al menosprecio a través de la tipificación del delito contra la integridad moral.

Además, se recoge en el código penal una agravante por motivo discriminatorio en el artículo 22, 4ª. Así es una circunstancia agravante,

Cometer el delito por motivos racistas, antisemitas u otra clase de discriminación referente a la ideología, religión o creencias de la víctima, etnia, raza o nación a la que pertenezca, su sexo, orientación o identidad sexual, razones de género, la enfermedad que padezca o su discapacidad.

Cuando el sentimiento discriminatorio del autor se refiera a la raza, es decir, al color, a la morfología biológica de la víctima, podría modificar la responsabilidad criminal comprendiendo no solo la comisión

del delito sino el ánimo con el que lo realizó el autor, teniendo en cuenta el juicio de valor motivado con el que cometió el tipo penal.

En general, se ha evidenciado que dentro de las conductas que entrañan “humillación o vejación”, estarían todas aquellas relativas a las infracciones de odio, que expresan “la ridiculización vejatoria, la burla absolutamente descarnada, o la estigmatización de una persona o de un colectivo (...) que revele un manifiesto desprecio hacia su dignidad”⁶⁶³.

La circular 7/2019, de 14 de mayo, de la Fiscalía General del Estado, sobre pautas para interpretar los delitos de odio, viene a complicar la interpretación de las sanciones por delitos de odio, ya que en el ámbito penal la interpretación es restrictiva, no extendiéndose a otras circunstancias que no estén expresamente listadas en cada tipo penal. Esta circular señala que:

La agravante se construye a partir de un catálogo taxativo de motivaciones discriminatorias, sin que se haya incluido una cláusula final abierta que abarque cualquier otra situación o factor similar a los recogidos expresamente en el texto penal. De esta forma, la prohibición de interpretación extensiva de las disposiciones sancionadoras impide apreciarla en otros supuestos no contemplados en el precepto, por muy reprochables que sean. Situaciones como la aporafobia o la gerontofobia quedan fuera de este específico ámbito de protección penal⁶⁶⁴.

En resumen y por todo lo dicho, nuestra opinión es que siguiendo el espíritu general de la norma constitucional se combatirían todas aquellas conductas intolerantes que atacan la convivencia social como sería discriminar a las personas por su morfología física. Así, podría extenderse la analogía discriminatoria a esta tipología. Sin embargo, se presenta el problema de que el ámbito penal no es compatible con los mecanismos de integración a través de la analogía, de manera que el juez solo puede pronunciarse sobre el derecho positivo, sobre lo que está escrito en el texto del tipo penal y no sobre lo que el texto penal omite. Así, llegado este punto, desde el ámbito penal sería improbable hacer extensible la protección al campo del aspectismo, lo que, por supuesto no quiere decir que la persona no pueda obtener la debida protección en otra jurisdicción, a través de otras normas del ordenamiento jurídico.

⁶⁶³ SAP Madrid, de 30 de octubre de 2017 (ECLI:ES: APM: 2017:676). En este caso, los hechos consistían en una agresión realizada contra una persona frente a la que se desarrolla una conducta de burla ante dos amigas de la víctima, ridiculizando al individuo por su forma de hablar.

⁶⁶⁴ Circular 7/2019, de 14 de mayo.

9.5.16. Ley 34/1988, de 11 de noviembre general de publicidad

Anteriormente, existía un estatuto de la publicidad que quedó en desuso debido a la poca flexibilidad de la norma para adaptarse a un entorno tan cambiante⁶⁶⁵.

El Estado español tiene competencia para regular la publicidad a través del mandato constitucional previsto en el artículo 149, 1, 1º, 6º y 8º.

En el artículo de la Ley 34/1988 se establece la finalidad de la misma, que consiste en regular la publicidad. El artículo 3 considera como ilícita “la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la constitución española, especialmente, a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20”, es decir, entre tales derechos fundamentales se protege especialmente frente a las injerencias ilegales contra el derecho a la igualdad, a la propia imagen y a la dignidad humana de la cual emanan todos los demás derechos personalísimos.

Esta normativa señala que “se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento jurídico”. En esta previsión también se entiende incluida “cualquier forma de publicidad que coadyuve a generar violencia o discriminación en cualquiera de sus manifestaciones sobre las personas menores de edad, o, *fomente estereotipos de carácter sexista, racista, estético* o de carácter homofóbico o transfóbico o por razones de discapacidad”. Como puede observarse, esta ley hace referencia a los estereotipos estéticos, que, aun no implicando una proscripción directa de la discriminación por el aspecto, estaría refiriéndose a que la publicidad no puede fomentar dichas imágenes estereotipadas.

Este tipo discriminatorio sería muy visible en aquellos casos en que las empresas anunciantes, estigmaticen ciertos rasgos corporales del individuo, tales como, la gordura, las arrugas, las imperfecciones corporales, en general, creando categorías físicas o grupos de personas que entran en desventaja social porque no se benefician de su apariencia física. Los productos milagrosos que anuncian generan expectativas falsas en la población al mismo tiempo que devalúan las características personales de los individuos que no se acoplan a los rasgos estéticos hegemónicos. Así, el mensaje general publicitario, sobre todo, de las empresas que ofertan bienes y servicios relacionados con la imagen es que toda anomalía del cuerpo, de los atributos que no se acomoden a los cánones homogeneizados de

⁶⁶⁵ Ley 61/1964, de 11 de junio.

esa cultura, ya sea, por su forma o por el tamaño, se consideran como estigma. Esto puede producir un efecto negativo general en la población, no solo por sentirse excluidos socialmente, sino porque también conduce a ciertas psicopatologías, tales como, los trastornos del comportamiento alimentario y posteriormente, como consecuencia de la publicidad haría aparición la discriminación por el aspecto.

Existe suficiente certeza de que los medios de comunicación en lugar de fomentar la diversidad física, dado que no existe un único patrón físico a seguir, propugnan un modelo estético rígido, el de la delgadez y juventud⁶⁶⁶.

La ley 34/1988 se adapta conscientemente a una realidad social que se enmarca en la excesiva preocupación por el cuerpo. Uno de los grupos más vulnerables es el de los menores, los adolescentes que tratan de adaptar su imagen al canon enfermizo divulgado a través de los medios de comunicación.

Han existido campañas publicitarias que si las enmarcamos en las exigencias de esta legislación no solo serían ofensivas, sino que podrían considerarse como ilícitas al estar fomentando estereotipos, tales como, el de la extrema delgadez de los cuerpos anoréxicos. Así, sucedió con una campaña publicitaria diseñada por Oliverio Toscani para una firma de ropa en 2007, que se consideró ofensiva por estar protagonizada por una mujer cuya apariencia era la de un cuerpo esquelético, desnudo, concretamente, de 35 kilos. El fomentar este tipo de estereotipos contribuye a que se considere como tara física aquellos atributos que se alejan del ideal hegemónico de la belleza occidental.

La legislación es el foro adecuado para combatir la discriminación, aunque no únicamente, porque se necesitan adoptar valores en la sociedad que no solo tengan en cuenta la parte externa de la persona. Es necesario luchar contra las prácticas publicitarias, que, sobre todo, van dirigidos a los menores y que pueden facilitar el desarrollo de los trastornos del comportamiento alimentario y de una autoimagen negativa de los mismos respecto a su cuerpo. Al final, todo este tipo de conductas crean una disonancia entre el peso real de la población general y el imaginario de la publicidad.

Otro problema que resuelve la ley es el de la divulgación de productos o servicios por parte de ciertas figuras públicas con fines publicitarios, tales como, los influencers. Estos acercándose al público, cuentan su vida cotidiana, dan consejos, al mismo tiempo que publicitan determinados productos de los que son su imagen. Estos contenidos, en ocasiones, son difíciles de deslindar, porque se anuncian de manera encubierta, quedando fuera del control de las normas generales de la publicidad. Por este motivo, la ley señala en su artículo 5, que:

⁶⁶⁶ Breton (2013).

Los productos (...) destinados al consumo de personas (...), solamente podrán ser objeto de publicidad en los casos, formas y condiciones establecidas en las normas especiales que los regulan⁶⁶⁷.

El incumplimiento de las normas especiales que regulen la publicidad de los productos, bienes, actividades y servicios (...), tendrá consideración de infracción (...) ⁶⁶⁸.

Cabría plantearse, entonces, frente a un anuncio publicitario ilícito que ayude a generar discriminación, qué tipo de acciones podrían adoptarse para acabar con dicha conducta.

Según esta ley, las acciones a emprender contra la publicidad ilícita serían las establecidas con carácter general para las acciones derivadas de la competencia desleal, que se encuentran en el capítulo IV de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, es decir, la acción declarativa, la acción de cesación de la conducta, de remoción de los efectos producidos, de rectificación, de resarcimiento y de enriquecimiento injusto, incluso, podría acordarse en las sentencias estimatorias la publicación total o parcial de la sentencia⁶⁶⁹.

Se ha evidenciado como la publicidad y los medios de comunicación pueden contribuir a generar falsas percepciones sobre la belleza y fomentar una sensación de alineación y alienación cuando los individuos no dan llegado a los estándares de belleza exigidos por el mundo de la publicidad. La publicidad posee más influencia de lo que pensamos sobre nuestras costumbres y sobre nuestros cuerpos, pues como señalaba Plutarco, “la propaganda amplía bulos...”⁶⁷⁰.

9.5.17. LO 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen

El derecho genérico a la intimidad se encuentra desarrollado por esta legislación. Amplía los derechos contenidos en el artículo 18.1 de la constitución española. La ley no recoge expresamente la discriminación por el aspecto, pero su inclusión se deduce haciendo una interpretación extensiva a la

⁶⁶⁷ Artículo 5, apartado 4.

⁶⁶⁸ Artículo 5, apartado 6.

⁶⁶⁹ Artículo 32 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.

⁶⁷⁰ Berry (2008).

luz de otras normas. La protección del derecho al honor y la intimidad personal también es objeto de protección en el ámbito penal frente a las intromisiones ilegítimas.

La doctrina jurídica ha calificado este derecho como personalísimo y, por tanto, irrenunciable. Estos derechos no tienen la consideración de absolutos, dado que su protección no es ilimitada.

La ley recoge en el artículo 7 el listado de las circunstancias que tendrían la consideración de intromisiones ilegítimas y en su apartado 7 se refiere concretamente a “la manifestación de juicios de valor (...) que lesionen la dignidad de la persona (...), menoscabando o atentando contra su propia estimación”. En este apartado quedaría recogida la protección del derecho a la propia imagen frente a injerencias externas o juicios de valor que menoscaben el mismo, pues la propia imagen se vincula a la dignidad humana y no únicamente se refiere a la dimensión moral, sino también a los aspectos externos del individuo.

9.5.18. Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil Español

Dado que no hay una normativa específica en materia de igualdad y de no discriminación por apariencia, salvo dos casos anecdóticos en la legislación, esta discriminación es un problema para la persona que ve menoscabados sus derechos de la personalidad, no solo en el acceso al empleo, sino en todas las fases en el sector ocupacional, pero también en otros ámbitos como la sanidad, la educación y en las relaciones interpersonales.

Los tribunales tendrán que resolver la controversia cuando entren en conflicto los derechos del empresario a ejercer su poder de dirección imponiendo limitaciones a la imagen del trabajador y los derechos del trabajador a la propia imagen, a su intimidad y a su dignidad, teniendo en cuenta el valor superior de la igualdad y de principio informador de todo el ordenamiento jurídico, pero también teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 3.1. del Código Civil español, en lo que se refiere a la interpretación normativa:

Las normas se interpretarán según el sentido propio de las palabras, en relación con el contexto, los antecedentes históricos y legislativos y la realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas, atendiendo fundamentalmente al espíritu y finalidad de aquellas.

Teniendo en cuenta el anterior precepto y en relación con la enumeración del artículo 14 de la Constitución, no puede ser considerada un *numerus clausus*, sino que debe considerarse la posibilidad que la cláusula de “otras circunstancias personales o sociales” sea una cláusula abierta.

La interpretación, atendiendo al contexto y a la realidad social, es que han aparecido nuevas formas de discriminación por la importancia que en la actualidad tiene la imagen y las nuevas formas de relacionarse a través de las redes sociales y la última finalidad de la norma se traduciría en la prohibición de que la persona sufra cualquier tipo de discriminación en cualquier ámbito.

9.5.19. Síntesis

En este apartado ha podido observar cómo no hay muchas normas en nuestra legislación que mencionen expresamente la prohibición de discriminar por apariencia.

Es cierto que la protección podría hacerse realizando una interpretación extensiva del artículo 14 que prohíbe todo tipo de discriminación en virtud de la cláusula abierta final, ya que con ese espíritu terminaría por iluminar al resto normativo. Sin embargo, últimamente se han producido ciertos avances al promulgar ciertas normas que contemplan expresamente la prohibición de discriminar por el físico del individuo.

Entre las normas que contemplan específica y expresamente la prohibición de discriminar por aspecto se encuentra la ley de seguridad alimentaria y nutrición de 2011 y la ley de igualdad de trato y no discriminación de 2020. La primera prohíbe la discriminación directa o indirecta basada en el sobrepeso u obesidad⁶⁷¹. La segunda contempla la prohibición de discriminación por aspecto físico o indumentaria⁶⁷².

En la ley general de comunicación audiovisual de 2022 se introduce un párrafo que regula específicamente la prohibición de discriminación por características genéticas y también se refiere a que las comunicaciones audiovisuales no deben producir perjuicio a la hora de promover el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen a través de aquellas comunicaciones de publicidad que apelen al rechazo social por la condición física.

Otras leyes efectúan la alusión de manera indirecta, como ocurre con la ley general de la publicidad de 1988, que se refiere a prohibición de fomentar estereotipos de carácter estético. Lo mismo con la Ley Orgánica de protección jurídica del menor de 1996 que garantiza con carácter general la protección del

⁶⁷¹ Artículo 77, apartado 1.

⁶⁷² Artículo 1, apartado 3, k).

menor frente a conductas discriminatorias de cualquier clase con una cláusula abierta, pero después termina por añadir un mandato específico que se refiere a las características físicas de las personas.

En otras normas aun sin referirse de manera genérica a la prohibición de discriminar por apariencia, se recogen prohibiciones específicas como el edadismo o la discapacidad, tal y como sucede con la LISOS o la ley de igualdad de oportunidades de 2003.

CAPÍTULO 10. CASUÍSTICA EN LA JURISPRUDENCIA ESPAÑOLA SOBRE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA

Cuando se produzca la colisión entre el derecho del trabajador a exteriorizar su personalidad a través de su apariencia y el poder de dirección empresarial será necesario proceder a una adecuada ponderación de los mismos.

Aunque en este apartado se reúne casuística referida a la discriminación por apariencia en el ámbito laboral, dado que es la más frecuente, el ámbito laboral no es el único en el que podemos encontrar la discriminación por apariencia. Así, el aspectismo también se puede manifestar en otros contextos como, el ámbito escolar, en las relaciones interpersonales, entre otros.

La doctrina del TC ha contribuido al establecimiento de los límites e interacciones entre los derechos que colisionan. Los derechos fundamentales del trabajador, sin ser desconocidos, aparecen modulados en el seno del contrato de trabajo, pero, a la vez, los derechos del empresario se encontrarían limitados por los derechos fundamentales del trabajador.

Este es un campo yermo en la regulación que efectúa nuestro ordenamiento jurídico, de ahí la necesidad de que los tribunales ponderen los intereses en juego teniendo en cuenta las circunstancias concurrentes en cada caso. Así, será necesario determinar en cada supuesto cómo el derecho del trabajador a lucir una vestimenta, a su aseo personal, a la forma en que lleva cortado o tintado su cabello, o, a la manera en que se adorna (con gorras, piercings, tatuajes, anillas, pelucas, o demás complementos) puede quedar limitado por la necesidad de conjugarlo con las facultades organizativas empresariales. Por parte del empresario a la hora de imponer limitaciones a la apariencia del trabajador/a requerirá que la restricción sea proporcional, razonable y necesaria.

Existe evidencia de que la apariencia física del trabajador o de la trabajadora posee influencia en el empleo debido a las estrategias de marketing empresariales para obtener el beneficio económico, pues la apariencia de los empleados funciona como un “vehículo de señalización cultural”⁶⁷³.

⁶⁷³ Ghodrati et al., 2015.

10.1. La obesidad, lipofobia o gordofobia: el odio al cuerpo obeso

En un mundo donde la imagen lo es todo, el aspecto físico condiciona a la persona. Durante la vigencia del contrato podría ocurrir que la empresa exija al aspirante al puesto o al trabajador o a la trabajadora cierta imagen.

Los RRHH deben implicarse en esta problemática, no cediendo a las pretensiones empresariales de no escoger a personas a gusto y petición caprichosa empresarial, por ejemplo, que aun poseyendo las cualidades para desempeñar el puesto no sobrepasen un determinado peso o talla. Esta situación no es rara en el empleo, basta con que el empresario conecte automáticamente la gordura del trabajador a la “dejadez o pereza”. Frecuentemente se efectúan inferencias de que, si la persona está obesa, no se cuida. Así, que, lo más probable, es que el trabajador obeso no cuide su puesto de trabajo y que se considere que desarrolla su actividad laboral con desidia.

Esta discriminación no solo se manifiesta en la fase de acceso, sino también durante el mantenimiento del puesto de trabajo. Lo habitual es que redunde en un acoso laboral durante el desempeño del puesto, pero también puede ocurrir en el acceso al puesto, en materia de salarios o de promoción.

La discriminación por obesidad suele conjugarse con otros tipos de discriminación, casi siempre, con la discriminación por género, por ser mujer y ser obesa. En ocasiones, por estar embarazada y/o pertenecer a una determinada etnia. Todas estas circunstancias ponen de manifiesto la existencia de la discriminación múltiple o de la discriminación interseccional.

La literatura científica ha constatado como existe una preocupación generalizada por la lipofobia, la obesogenia y por las dietas no saludables para lograr la extrema delgadez⁶⁷⁴.

Se ha observado como a raíz de la pandemia de la COVID-19, las personas han cambiado sus hábitos: algunas abusan de las horas que gastan en el gimnasio, de las cirugías, así como, de dietas alimenticias poco saludables que son continuas para adelgazar el cuerpo. Suele buscarse el cuerpo perfecto y estandarizado, en realidad el que exige la industria de la moda. Todas estas ideas también se trasladan al ámbito del empleo, exigiendo, cada vez más, empleados con una estética muy cuidada, rechazando a los candidatos y candidatas al puesto que tengan sobrepeso u obesidad.

Se alude al fenómeno de la deconstrucción-reconstrucción corporal como incongruencia de los humanos: si bien, por un lado, estamos en una era en que existe una enorme variedad de productos ofertados, no existiendo carencias en la alimentación, de manera que la persona puede elegir lo que

⁶⁷⁴ Rivas (2015).

consumir, por otro lado, el sector alimentario suele difundir productos hipocalóricos, tales como, refrescos azucarados, comida rápida, snacks y comidas preparadas con alto contenido en sal, que no constituyen una práctica alimentaria saludable. Es habitual el sometimiento de las personas a la cultura de culto al cuerpo: se obliga a doblegar el cuerpo y la imagen corporal, reconduciéndolos a los cánones estéticos homogeneizados de la extrema delgadez. Son muchos los que se someten a dietas restrictivas drásticas que terminan desembocando en abundante psicopatología.

Así, el padecer sobrepeso u obesidad no solo constituye un factor de riesgo para la salud sino también para la dignidad humana⁶⁷⁵. Existe un estereotipo social común que asocia a la persona con sobrepeso o con obesidad a la desobediencia social, porque se separa voluntariamente del canon estético corporal que exige la mayoría y, por ello, esta es sancionada, no admitida y resulta excluida socialmente: “el prejuicio social que se asocia a la obesidad (falta de voluntad, disciplina y autocontrol, pereza, desidia, gula... y culpabilidad) y la percepción de ésta como un estigma social que provoca rechazo en los ámbitos públicos (y privados)”⁶⁷⁶. Parece que los estereotipos sociales pueden ser tan perjudiciales a la hora de valorar las capacidades y habilidades del trabajador que normalmente el rasgo negativo de la obesidad o sobrepeso se asocia con peor competencia laboral⁶⁷⁷. Se ha evidenciado como la obesidad en el trabajo se ha asociado a poseer menos autocontrol, menos disciplina, ser menos activos, ser menos ambiciosos, tener menos superación personal, ser menos limpios, poseer mayor tendencia a enfermar o a sufrir accidentes, etcétera.

El empresario suele justificarlo en la libre elección para la prestación de los servicios, sobre todo, en que puede elegir quien presta los servicios en su empresa. Esto sucede, sobre todo, en aquellas profesiones en las que el aspecto físico está muy vinculado a la atención de la clientela. Así, la gente suele percibir con fealdad a la persona con gordura⁶⁷⁸.

El fenómeno de la “prohibición de estar gordo/a” se encuentra tan generalizada que se ha hablado de una “globalización consumista” o “globalización de la obesidad”⁶⁷⁹. Los medios de comunicación masivos, tales como internet, las redes sociales, sobre todo, han contribuido al “*body shaming*” o críticas al cuerpo de la persona, ridiculizándola por el sobrepeso.

⁶⁷⁵ Rivas (2015, p. 9).

⁶⁷⁶ Rivas (2015, p. 9).

⁶⁷⁷ Baile (2017).

⁶⁷⁸ Rivas (2015, p. 9).

⁶⁷⁹ Rivas (2015, p. 4).

Se ha hecho referencia a que “existe una clara relación entre el sobrepeso y la discriminación social”⁶⁸⁰. En la casuística no es difícil ver la existencia de prejuicios contra las personas que poseen sobrepeso y obesidad. La gordura suele equipararse a “una mala imagen”, que, en ocasiones, se entiende buscada voluntariamente por el individuo. La literatura científica apunta que aún en los casos en los que desaparece la gordura, las personas que sufrieron obesidad en el pasado siguen siendo estigmatizadas socialmente en el presente⁶⁸¹.

El sobrepeso se proyecta directamente sobre los puestos de trabajo en los que prima la atención al público haciéndose inevitable la atribución de que, si el trabajador o la trabajadora son obesos, entonces, tienen predisposición a ser perezosos, ineptos para el trabajo porque no son capaces de controlar su cuerpo y suele inferirse que podrían accidentarse en el trabajo con mayor probabilidad que los trabajadores que están más delgados. Los trabajadores estilizados y que cuidan su cuerpo no tendrían tantos problemas ergonómicos o limitaciones físicas para desarrollar algunos trabajos.

En la jurisprudencia del derecho comunitario se llegó a la conclusión de que la obesidad puede constituir una limitación a largo plazo que impida la participación plena de la persona en la vida profesional, pero deben concurrir para ello, cumulativamente, una serie de condiciones⁶⁸²:

- Que exista un grado de obesidad que por sí pueda anunciar un trato injusto, impidiendo la participación plena del profesional,
- Que la condición de obesidad impida efectivamente el desempeño de determinadas tareas del empleo,
- Que se compruebe que la obesidad como limitación excluyente es de larga duración y que efectivamente existen las barreras de exclusión social.

El TSJ de Valencia estima un recurso de suplicación interpuesto por la compañía FLIGH contra la sentencia de fecha 8 de diciembre de 2011, dictada por el Juzgado de lo Social número 2 de Elche, revocando la resolución recurrida, declarando improcedente el cese del trabajador y condenando a la empresa a la readmisión e indemnización más los salarios de tramitación⁶⁸³. En este asunto se trata la cuestión anteriormente planteada que está relacionada con la cláusula abierta de la constitución al añadir la circunstancia “o cualquier otra situación personal”.

⁶⁸⁰ Rivas (2015, p. 8).

⁶⁸¹ Baile (2017):.

⁶⁸² STJUE, de 18 de diciembre de 2014 (ECLI:EU:C: 2014:2463).

⁶⁸³ STSJ Valencia, de 9 de mayo de 2012 (ECLI:ES: TSJCV: 2012:4029).

Dicha cláusula plantea el dilema de determinar si la obesidad se comprende o no como causa de discriminación por analogía a otras circunstancias que están contempladas expresamente en la ley. El sobrepeso podría entenderse como una cualidad del individuo, como una característica de sus atributos físicos que pertenecerían al ámbito de su intimidad, circunstancia que afecta una parte importante de la población y que podría no ser considerada por la jurisprudencia como una alteración de la salud, por tanto, puede que no esté vinculada a las circunstancias discriminatorias del artículo 14 constitucional.

La sentencia recurrida de 8 de diciembre de 2011 estima la demanda que Don Lucio, trabajador de Flight, formula contra la empleadora y que declara nulo el despido del trabajador, condenando a la empresa a su readmisión. La empresa se dedica a la asistencia en tierra en aeropuertos. El profesional presta servicios auxiliares a tiempo parcial. Cada vez que se iniciaba la actividad profesional del actor se le hacía un reconocimiento médico. A principios del mes de abril se llaman a otros compañeros que habían trabajado con el actor en años anteriores para incorporarse, pero el actor no es llamado debido a que se emite un informe de no apto por el servicio médico. El informe se fundamenta en que padecía una obesidad, tipo II. Las tareas concretas del trabajador consistían en trabajar como auxiliar de rampa.

El juzgador entendió que la falta de llamamiento para la campaña de trabajo obedecía a un móvil discriminatorio, siendo la obesidad la causa del mismo, razonándolo de la siguiente manera:

(...) si bien desde un punto de vista médico científico, la obesidad es una enfermedad, desde un punto de vista jurídico laboral, cuando no tiene incidencia la misma en el trabajo a desarrollar, se trata de una circunstancia que afecta a la esfera del trabajador (...).

Haciendo referencia al Informe Global aprobado por la Conferencia de la OIT de 2007, se consideró discriminatorio el cese del trabajador.

La empresa no muestra disconformidad con la calificación de la naturaleza del vínculo laboral que se efectúa en instancia, pero no está de acuerdo respecto a que el juzgador haya declarado el despido nulo, ya que debiera de haber sido calificado como improcedente.

En esta sentencia se trae a colación la doctrina jurisprudencial que reconoce que “las condiciones personales” recogidas en el inciso final del artículo 14 constitucional han sido interpretadas como “circunstancias ligadas históricamente a la opresión o a la segregación de determinados grupos de personas, que sitúan a ciertos sectores de la población en desventaja y contrarias a la dignidad de la

persona”⁶⁸⁴. De ahí, que la jurisprudencia distinga entre “enfermedad” y “discapacidad”, siendo la discapacidad la causa proscrita y no la enfermedad⁶⁸⁵.

El tribunal alude a otra doctrina jurisprudencial, aclarando que el concepto de “enfermedad”, se entiende aquí, exclusivamente, de manera funcional para significar que la incapacidad para el trabajo hace difícil que se pueda mantener el contrato de trabajo por no ser rentable para la empresa. No sería un factor discriminatorio, según el artículo 14 de la Constitución⁶⁸⁶.

En el mismo sentido se ha pronunciado la resolución “Chacón-Navas”, resolución que se refiere a que⁶⁸⁷:

(...) ninguna disposición del Tratado de la CE contiene una prohibición de discriminación por motivos de enfermedad y no cabe deducir que el ámbito de aplicación de la Directiva 2000/78/CE deba ampliarse por analogía a otros tipos de discriminación, además de los enumerados con carácter exhaustivo en el artículo 1 de la propia Directiva (es decir, por discapacidad, edad, religión o creencias u orientación sexual).

El tribunal considera, que, aunque la obesidad del actor en campañas anteriores no supuso un impedimento para ejecutar su trabajo, no entiende que el sobrepeso en sí mismo tenga trascendencia a efectos de discriminación diversa. Tampoco puede hablarse de “una historia de segregación por obesidad, máxime cuando en las sociedades actuales, es esta una enfermedad que afecta a la mayor parte de la población y cuando en el presente caso, no concurren circunstancias para estimar que la obesidad haya sido considerada en dimensión distinta de la alteración de salud que supone o puede suponer, sin que puedan ser apreciados otros efectos de dicha condición, que podrían ser valorados en caso de que el puesto de trabajo del demandante se desarrolle de cara al público”. El tribunal razona que:

(...) la obesidad no es una enfermedad que aparezca ligada de modo directo o indirecto a los criterios discriminatorios que se consideran proscritos tanto en el artículo 14 de la constitución, como en el artículo 7 del ETT.

⁶⁸⁴ STS, de 29 de enero de 2001.

⁶⁸⁵ STS, de 27 de enero de 2009.

⁶⁸⁶ STS, de 12 de diciembre de 2008; STS, de 27 de enero de 2009.

⁶⁸⁷ Asunto 13/05, Chacón-Navas contra Eurest Colectividades S.A. Petición de decisión prejudicial planteada por el Juzgado de lo Social nº 33 de Madrid. Tribunal de Justicia (Gran Sala), de 11 de julio de 2006.

En consecuencia, estima el recurso, revoca la resolución recurrida y se declara improcedente el despido.

En la casuística también se encuentran supuestos contradictorios de despido procedente, al concurrir comportamientos sexistas y de menosprecio de la figura corporal humana⁶⁸⁸. Se plantea un caso en el que el demandante, Porfirio, trabajaba para una empresa aseguradora, OCASO, S.A. El agente no estaba sometido a horarios, ni tenía la necesidad de justificar ausencias, ni tampoco tenía la obligación de concurrir a la oficina. El tribunal ratifica el despido del Juzgado de lo Social por los hechos muy graves cometidos contra los compañeros y compañeras.

La empresa le imputó una serie de incumplimientos, entre ellos, la utilización de expresiones sexistas y vejatorias al dirigirse a sus compañeras con expresiones, tales como: “Madre mía (...) menudas macocas tienes, tápate el escote”, o “Finu, hija mía, ponte una chaqueta o un pañuelo” (para que no se apreciase su cuerpo). También quedó acreditado que el actor se dirigió a sus subordinadas de manera despectiva, haciendo comentarios agresivos frente a uno de los agentes por su aspecto físico, refiriéndose a su gordura de manera continuada, ridiculizando sus atributos físicos.

Por las razones expuestas, el tribunal desestima la demanda interpuesta por D. Porfirio, declara procedente el despido y extinguida la relación laboral por atentar contra la dignidad de sus subordinados con expresiones despectivas relativas a la gordura del cuerpo.

Casos como los anteriores muestran como la obesidad es un estigma social, no solo en el ámbito ocupacional sino también en otros ámbitos, tales como, el sanitario o el educativo.

Hasta hace poco la jurisprudencia se ceñía a considerarla como discapacidad para que entrase bajo la protección de las causas listadas en el artículo 14 de la Constitución española o también permitiendo la aplicación del artículo 37 de una legislación técnica de carácter alimentario, que prohibía expresamente cualquier discriminación directa o indirecta por razón de sobrepeso u obesidad. En la mayoría de los casos, el derecho antidiscriminatorio se asentaba en la recepción de la doctrina de sistemas pioneros como el norteamericano, a través de la vía de asimilación de la obesidad a la discapacidad, pero quedaban fuera de esta asimilación un gran número de casos en los que la discriminación efectiva no era compatible con la discapacidad⁶⁸⁹. La mayoría de acciones para luchar

⁶⁸⁸ Sentencia del Juzgado Social núm. 3 de Cartagena, SJSO 2161/2020, de 12 de mayo de 2020 (ECLI:ES: JSO: 2020:2161).

⁶⁸⁹ Rivas (2015, p. 1).

contra la “gordofobia” se basaban en decálogos de buenas prácticas, pero no había un marco normativo específico para tratarla.

En la sentencia de la Sala 4ª del TS de fecha 27 de diciembre de 1999, se dilucida la cuestión de si es discriminatorio pedir una buena imagen al candidato/a que va a acceder a un puesto de trabajo⁶⁹⁰. Se interpone el recurso de casación por el sindicato de trabajadores de aviación (CTA) frente a la sentencia dictada sobre IBERIA por la Sala de lo Social de la Audiencia Nacional. En dicha sentencia se declara la necesidad de tutelar el derecho fundamental a la igualdad y a la no discriminación y considera que ha habido vulneración del principio constitucional de igualdad y no discriminación. Condena a IBERIA a paralizar las pruebas de admisión hasta que se modifiquen las condiciones de admisión en la convocatoria que se había impugnado. En esa convocatoria se establecían una serie de requisitos para participar en la misma, entre ellas: poseer una edad comprendida entre 18 y 25 años, tener una talla entre 1,64 y 1,72 para mujeres, y 1,74 y 1,90 para hombres, no poseer más de dos dioptrías, en caso contrario, usar microdentillas y, además, añadía la obligación de poseer una “buena imagen”.

El recurso de casación interpuesto por CTA se basaba en la vulneración del artículo 14 de la Constitución Española, en relación con los artículos 7, 8, 23.1, y 28 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los artículos 2, 3, 4, 5.1 y 6.2 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, así como, del artículo 1 del Convenio OIT 111. El tribunal matiza la circunstancia de que la legislación laboral en relación con el artículo 14 constitucional, recoge en los artículos 4.2 c) y 17 del ETT los mismos principios de interdicción de la discriminación entre trabajadores en el sentido de que tales preceptos “no contienen una exigencia de trato uniforme o igual absoluto, sino que admiten un trato diferenciado debidamente justificado, conjugando dichos principios con el de autonomía de la voluntad y las facultades de dirección del empresario” (artículo 20 ETT).

Considera el tribunal que no hay factores que concurran en el caso que hagan discriminatoria la medida de exigir “una buena imagen”, debido a que IBERIA es una empresa privada, que opera en régimen de libre competencia y en el caso de los tripulantes de cabina de un avión, la empresa proyecta a través del físico de sus trabajadores la imagen de la compañía, lo que considera que es razonable para mantenerse en esa actividad en condiciones de igualdad con otras compañías que se dedican a la misma actividad. En definitiva, no considera que la exigencia por parte de la empresa de “una buena imagen” sea una medida discriminatoria, debido a que posee una justificación objetiva y razonable, no apreciando las vulneraciones denunciadas y por ello, desestima la casación del sindicato contra IBERIA.

⁶⁹⁰ STS 8463/1999, de 27 de diciembre (ECLI: ES: TS: 1999:8463).

En la actualidad, existe normativa que impide discriminar por la obesidad⁶⁹¹ o por la apariencia⁶⁹². Así, los casos habituales en los que los trabajadores eran discriminados por su gordura ya no quedan en desamparo, sino que los tribunales poseen las herramientas legales necesarias para combatir esta tipología discriminatoria en todas las fases del empleo.

También en el ámbito académico universitario se encuentran normas estatutarias que contemplan específicamente la prohibición de aspectismo y que hacen referencia al sobrepeso y obesidad, tales como, el Decreto núm. 119/2020, de 23 de diciembre, que autoriza el inicio de actividades de la universidad privada “ESIC” y aprueba sus normas de organización y funcionamiento, estableciendo en su artículo 45 los derechos y deberes de los estudiantes⁶⁹³.

En el ámbito laboral, las facultades organizativas y de dirección del empresario en ningún caso pueden justificar que se alcancen resultados contrarios al derecho con la única finalidad de satisfacer el interés económico empresarial. Todos los casos son diferentes y exigen ponderar en cada supuesto específico los derechos y obligaciones que están en juego. El conflicto jurídico entre los derechos del empresario al poder de dirección y de los trabajadores a su imagen debe resolverse atendiendo a las circunstancias de cada caso. Las condiciones de trabajo en cada puesto pueden exigir, debido a la actividad a desarrollar, unas determinadas condiciones corporales. Así, los convenios colectivos suelen regular la imagen que los empleados deben proyectar en su puesto de trabajo. Existen condiciones corporales que no son estructurales, tales como, poseer un estilo de cabello, una indumentaria determinada, o la forma de las uñas, entre otros. Por el contrario, el padecer obesidad no es una condición que el trabajador pueda cambiar de la noche a la mañana de manera voluntaria, por lo que no debería ser una medida legítima empresarial exigir “la corrección de la gordura”, porque dicha orden empresarial

⁶⁹¹ La Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición, que prohíbe la discriminación por obesidad. El Decreto-Ley 2/2019, de 22 de enero, que modifica la Ley 22/2010, de 20 de julio, del código de consumo de Cataluña, que incorpora medidas contra los trastornos de la conducta alimentaria, estableciendo un marco legal para luchar contra la difusión de contenidos que efectúen apología de los trastornos alimentarios e inciten a seguir conductas de riesgo.

⁶⁹² La ley 19/2020 de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación, que prohíbe la discriminación por el aspecto físico.

⁶⁹³ En el artículo 45.2, j), se establecen como deberes del estudiante de ESIC: Ejercer y promover activamente la no discriminación por razón de nacimiento, origen racial o étnico, sexo, religión, convicción, opinión, edad, discapacidad, nacionalidad, enfermedad, orientación sexual e identidad de género, condición socioeconómica, idiomática o lingüística, o afinidad política y sindical, o *por razón de apariencia, sobrepeso u obesidad*, o por cualquier otra condición o circunstancia personal (...).

estaría vulnerando el derecho fundamental del trabajador a su dignidad humana, el derecho a la intimidad y a la propia imagen.

En definitiva, no siempre puede limitarse por el empresario la apariencia externa del trabajador, de ahí, la necesidad de efectuar los tres juicios sobre la limitación que pretende la empresa: el juicio de idoneidad y necesidad de la medida, que se trate de una medida indispensable, porque no exista otra manera de satisfacer el interés empresarial y, finalmente, el juicio de la proporcionalidad.

10.2. Tatuajes, piercings e inserciones

Un tatuaje requiere inyectar tintas en la capa intermedia de la piel, en la dermis. La utilización de la máquina de tatuar proviene de Estados Unidos, alrededor del año 1800. La máquina de tatuar consta de una aguja esterilizada que penetra en la piel a gran velocidad y dibuja el diseño en la parte del cuerpo elegida.

Se ha constatado que en ciertos puestos o sectores de trabajo (banca, restaurantes de gran categoría, en el sector aeronáutico, en las fuerzas armadas, profesionales como médicos, dentistas o fisioterapeutas, entre otros) los tatuajes no suelen tolerarse, porque restan credibilidad profesional a pesar de que han sido considerados como adornos corporales presentes desde hace más de cinco mil trescientos años⁶⁹⁴.

Se ha evidenciado como el 80% del personal de RRHH que fueron encuestados en un estudio poseía menos probabilidades de contratar a personas con tatuajes o piercings visibles⁶⁹⁵.

Los tatuajes se utilizaron en las grandes civilizaciones antiguas, como la egipcia, por motivos mágicos o por la necesidad de indicar el origen o la historia del pueblo de su portador.

En ciertas épocas el tatuaje se consideró como un elemento estigmatizante, porque poseía ciertos significados negativos que se asociaban con ambientes marginales o carcelarios. Así, los tatuajes tendrían una dimensión cultural y social.

En nuestros días los tatuajes responden, unas veces, a la necesidad de “customizar” o individualizar la apariencia física y, otras veces, a la sofisticación, lo que ha llevado a su masificación en la sociedad.

También puede ocurrir lo contrario, que haya puestos de trabajo o sectores donde los tatuajes son bien recibidos porque conjugan con la modernidad, con que la persona no está anquilosada y que demuestran que el individuo posee una mente abierta, por ejemplo, tiendas de moda rápida, urbana y juvenil o empresas dentro del segmento de ocio, como bares y discotecas. Este hallazgo ha sido encontrado por un estudio que asevera como se ha comprobado la idoneidad de los tatuajes visibles en

⁶⁹⁴ Chaparro y Talens (2013).

⁶⁹⁵ Flanagan y Lewis (2019).

determinadas industrias, por ejemplo, estos eran percibidos como más apropiados para los atletas que para los médicos y dentistas, debido a las expectativas que la gente posee sobre ciertos profesionales que deben dar una imagen de mayor confiabilidad y responsabilidad⁶⁹⁶.

Se ha constatado que el tatuaje es una modificación del aspecto realizada voluntariamente, que genera cambios en la manera en que resulta percibida una persona⁶⁹⁷. Se ha demostrado como el tatuaje puede ser objeto de prejuicios en diferentes contextos sociales y su posesión puede redundar en condiciones desventajosas para el que va a acceder a un puesto de trabajo, resultando excluido como candidato o candidata en la selección.

Se ha evidenciado en la literatura que la imagen del trabajador puede ser muy importante cuando desarrolla una actividad de cara al público⁶⁹⁸. En otro tipo de trabajos, por ejemplo, en actividades industriales, la imagen del trabajador o trabajadora será algo relativo o secundario:

(...) es decir, no es lo mismo que quien lleve peinados extravagantes y tatuajes sea un abogado de un gran bufete (que tiene que suscitar confianza y responsabilidad en sus clientes), que lo sea un operario de una fábrica que realiza su jornada laboral dentro de ella y no tiene que proyectar la imagen de la empresa hacia el exterior⁶⁹⁹.

De la misma manera que el empresario puede efectuar atribuciones de pereza o descuido respecto a las personas con sobrepeso u obesidad, podría hacerlas respecto a los individuos que posean tatuajes, evitando la contratación de las personas que se encuentren incluidas en dichas categorías, porque se efectúa la atribución de que no son trabajadores eficientes, aunque no exista ningún fundamento para ello. En estos casos podríamos hablar de aspectismo, ya que se está excluyendo a un trabajador únicamente por la imagen que proyecta, por poseer tatuajes, piercings o inserciones. Afortunadamente, las conductas negativas hacia los tatuajes han disminuido en la actualidad, si bien, como antes se ha señalado no se aceptan con la misma intensidad en diferentes sectores laborales.

Este tipo de discriminación no solo ocurre durante el acceso al empleo sino también durante el tiempo de su ejecución.

⁶⁹⁶ Flanagan y Lewis (2019).

⁶⁹⁷ Ballén y Castillo (2015).

⁶⁹⁸ Chaparro y Talens (2013).

⁶⁹⁹ Chaparro y Talens (2013, p. 260).

Se ha aludido al *ius resistentiae* del trabajador, haciendo referencia a la posibilidad de que el trabajador se resista a la orden dada por la empresa cuando existe una extralimitación en las facultades directivas y pueda vulnerar sus derechos⁷⁰⁰.

La compañía aérea Air New Zeland anuló su normativa en contra de los tatuajes, ya que discriminaba a los maorís. Esta población suele adornar la piel con tatuajes de gran simbolismo generacional. Las mujeres maorís suelen llevar los tatuajes en el mentón o en la barbilla y los hombres lo llevan en la cara.

En prensa se publicó una noticia relativa a un profesor de educación primaria que tatuó todo su cuerpo con dibujos. También se había tatuado los ojos con tinta negra y tiñó su lengua de negro. El profesor fue despedido porque los padres del alumnado se quejaban de que sus hijos sufrían pesadillas, dado que el profesor se había convertido en una figura que daba miedo. Este fue un caso de gran controversia por los intereses que concurrían, por un lado, la libertad del profesor a mostrar libremente su personalidad a través de su imagen, por otro lado, estarían los intereses de la empresa prohibiendo ese prototipo estético, que, demostró en el tiempo que había tenido consecuencias directas sobre el alumnado⁷⁰¹.

El arte corporal llega hasta tal punto que la modificación del cuerpo a la hora de lucir dilataciones, piercings, amputaciones, tatuajes, injertos o implantes ha llevado a la consideración de hablar del posible “trastorno a la adicción de los tatuajes”. Este trastorno se daría cuando el comportamiento del individuo cumple con los requisitos de los trastornos adictivos que no están relacionados con sustancias. Puede que la persona que se tatúa lo haga por valores sociales, para conmemorar determinados hechos de su vida o para sentirse bien, pero ocurre que muchas veces las personas que se tatúan van avanzando progresivamente hacia nuevas motivaciones. El observador también puede ver los tatuajes de las personas como “forma de arte” o como “forma de exteriorizar su personalidad”, pero también puede considerar esa exhibición como enfermiza o atentatoria contra las ideas o costumbres de la mayoría.

Para evitar situaciones de intolerancia se hacen necesarias normas que específicamente contemplan la prohibición de discriminar por la apariencia de la persona, ya sea por la posesión de tatuajes, piercings o cualquier tipo de inserción corporal, puesto que la legislación laboral debe proteger el derecho a la intimidad de las personas, no quedándose en meras normas programáticas.

⁷⁰⁰ Ballester (2005); citado en Chaparro y Talens (2013).

⁷⁰¹ Una noticia de prensa se refiere a que las modificaciones corporales llegan hasta tal punto, que, en ocasiones, se llega a afectar a la funcionalidad orgánica por exhibir una determinada estética personal en detrimento de la salud física: Un recorte de prensa recoge el caso de una mujer que vive en Belfast, que prácticamente ha quedado ciega tras haberse tatuado los globos oculares de azul turquesa. (2022, diciembre 9). Una fan de las modificaciones corporales camino de la ceguera. 20 minutos. <https://www.20minutos.es/gonzoo/noticia/5083389/0/una-fan-de-las-modificaciones-corporales-al-borde-de-la-ceguera-despues-de-tatuarse-de-colores-los-globos-oculares/>

En el apartado de derecho comparado de esta investigación se analiza como algunas legislaciones contemplan la prohibición de discriminación por llevar tatuajes⁷⁰².

En ocasiones, los empresarios fundamentan ciertas órdenes relativas a la estética del trabajador en el ejercicio del poder de dirección, pero estas pueden vulnerar los derechos fundamentales del trabajador, como el derecho a la propia imagen. Para proteger este derecho suele recurrirse al artículo 4.2.e) del ETT, que reconoce el derecho a la intimidad y a la consideración debida a su dignidad, bien, a través del artículo 17.1 del estatuto que hace referencia a la no discriminación en las relaciones laborales, o bien, a través del contenido del artículo 14 de la constitución que es considerado como un *numerus apertus*, o bien, a través del artículo 10 de la Constitución que se refiere a la dignidad de la persona⁷⁰³.

En la actualidad, el Ministerio de Defensa ha incluido normas que específicamente contemplan la posibilidad de que los militares puedan llevar tatuajes: “los tatuajes, argollas, espigas e inserciones, automutilaciones o similares no serán visibles vistiendo el uniforme de las Fuerzas Armadas, común para la mujer y el hombre”. Puede observarse en el contexto militar que, aunque queda garantizado que los tatuajes pueden concurrir con el uniforme, lo hacen con limitaciones, tales como que no sean visibles en la cara, cuello y cabeza, y, además, se prohíben determinados motivos de tatuajes, tales como, aquellos que puedan ser obscenos, que inciten a discriminaciones, al odio, que sean contrarios a los valores constitucionales o que comprometan la neutralidad de la imagen corporativa.

En la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Canarias de fecha 5 de diciembre de 2018, se resuelve un recurso de Suplicación en el que el tribunal desestima la impugnación de la trabajadora⁷⁰⁴. La trabajadora, Leocadia, interpone el recurso frente a la sentencia del Juzgado de lo Social, solicitando que se le reconociese el derecho a llevar en el turno de comida un polo de manga corta, alegando que la empresa le obligaba a poner camisa larga para cubrir los tatuajes que poseía y que dicho criterio se imponía a algunos trabajadores frente a otros, ya que era la única trabajadora a la que se le obligaba llevar manga larga. Sin embargo, quedo probado que la empresa obligaba a todos los camareros y camareras a usar manga larga en los servicios de desayuno, almuerzo y cena, por lo que la exigencia era la misma para todos los trabajadores. La actora fundamentaba su demanda en que era la única trabajadora a la que se le exigía manga larga y, dado que tal circunstancia no concurría, se desestimó la pretensión de la actora. El recurso de suplicación también fue desestimado, confirmando íntegramente la sentencia dictada.

⁷⁰² Así ha ocurrido con la legislación mexicana, concretamente, en la “Ley para prevenir y eliminar la discriminación del Distrito Federal”.

⁷⁰³ Chaparro y Talens (2013).

⁷⁰⁴ STSJICAN 3193/2018, de 5 de diciembre de 2018 (ECLI:ES: TSJICAN: 2018: 3193).

El TSJ de Cantabria, en la sentencia de 17 de agosto de 2000, declara el despido de la trabajadora como improcedente debido a la negativa de la trabajadora a obedecer la orden empresarial de retirar el aro que llevaba en la nariz (trabajaba como camarera en una bodega). La restricción “se fundaba en la eventualidad de que se produjera una lesión para la propia salud (...) mientras no cicatrice la herida”. La camarera informa a la empresa de que no puede retirar el aro de la nariz antes de que transcurra el período de cicatrización que era de veinte días. El tribunal señala, que,

se exceptúan del deber de obediencia las órdenes del empresario que afectan a derechos irrenunciables del trabajador, que afectan a su dignidad, que sean ilegales (...) o en las que concurren circunstancias de peligrosidad u otras análogas que justifiquen de modo razonable la negativa a obedecer al empresario⁷⁰⁵.

El TSJ de Cataluña, en la sentencia 7550/2013, estima el recurso de suplicación interpuesto por la recurrente frente a la sentencia del Juzgado de lo Social de 26 de septiembre de 2012, revocándola⁷⁰⁶. El Juzgado de lo Social dictó sentencia en la que se ratificaba la sanción por falta grave de la trabajadora que había sido impuesta por la empresa para la que trabajaba. La trabajadora había incumplido una normativa higiénico-sanitaria, no quitándose un piercing en la oreja izquierda al iniciar su jornada laboral. La empresa de alimentación de conservas vegetales establecía una normativa que era igual para todos los trabajadores: antes de entrar a planta, debían pasar por el vestuario, ponerse el uniforme y quitarse adornos, tales como, anillos, pendientes o piercings. La trabajadora es amonestada verbalmente y se le sanciona dos veces por no cumplir esta medida de seguridad. En el convenio colectivo se tipificaba como conducta muy grave “incumplir la normativa de seguridad o no utilizar los equipos de protección que facilite la empresa”. La Sala entiende que dentro de esta conducta no se encuentra el retirar un piercing de una oreja, porque el incumplimiento del art. 52 se estaría refiriendo al incumplimiento de normas de seguridad, de prevención de riesgos laborales, no relativas a vestir un uniforme, a la higiene o al aseo de los trabajadores, que sería una materia distinta de la de “seguridad y salud en el trabajo”. Por esta razón, se estima la suplicación y se revoca la sanción impuesta por falta muy grave, sin perjuicio de que la empresa demandada pueda imponer a la actora la sanción adecuada a la naturaleza y gravedad de la falta.

La casuística deja patente que el empresario no puede exigir un prototipo de belleza al trabajador o trabajadora, reconduciendo al personal a subsumirse en unos cánones estéticos influidos por los gustos de la empresa para lograr un beneficio económico cuando la apariencia no tiene nada que ver con las competencias o logros del trabajador en la empresa, ya que constriñe el derecho del trabajador a

⁷⁰⁵ Sentencia TSJ de Cantabria 858/00, de 17 de agosto de 2000 (ECLI: ES: TSJCANT: 2000:1456).

⁷⁰⁶ Sentencia TSJ de Cataluña 7550/2013, de 19 de noviembre de 2013 (ECLI:ES: TSJCAT: 2013:10750).

exteriorizar su imagen como quiera. Esa limitación puede llevar a las empresas a perder gran potencial de trabajo, empleados muy válidos que no desean someterse al canon estético impuesto desde la empresa, ya que es esta la que construye la imagen del individuo.

Autorizada doctrina señala que cuando varios intereses están en juego es cierto que el interés del beneficio económico de la empresa es primordial, que también están los derechos de los trabajadores y por último, los intereses de los consumidores que se asientan en la responsabilidad de pedir estándares de belleza saludables⁷⁰⁷. Básicamente, el gran error está en equiparar el físico del individuo al éxito social y profesional. La industria debería tener en cuenta las consecuencias de limitar la libertad de expresión del trabajador a través de su imagen, únicamente, por complacer al cliente o a los usuarios del servicio⁷⁰⁸.

De nuevo, para que la limitación empresarial de la prohibición de tatuajes o piercings en el ámbito laboral sea efectiva, debe tratarse de un requisito determinante, que el objetivo sea legítimo y un requisito proporcionado. La empresa no puede obligar al trabajador a borrar el tatuaje, porque sería una intromisión contra el derecho a su propia imagen, incluso contra la integridad física.

Se evidencia en la literatura científica cómo es posible conjugar adecuadamente el derecho a la apariencia del trabajador y la actividad productiva empresarial⁷⁰⁹.

En definitiva, lejos de estigmatizar a las personas con piercings o tatuajes sería relevante poner en marcha políticas públicas para educar y formar a las personas en la necesidad de aceptar la diversidad física y de considerar a la estética del tatuaje como riqueza, como cultura y no como contracultura.

10.3. El cabello: alopecia, cortes de pelo y tinturas modernas. Barba, perilla y bigote

La que fue primera dama de EEUU, Michelle Obama, al presentar su libro relataba sus inseguridades revelando que su talón de Aquiles ha sido siempre su físico⁷¹⁰: “Odio cómo me veo a todas horas, no importa qué (...)”. A dicha presentación acudió con su pelo afro, rizado natural, señalando que cuando fue primera dama, tuvo que alisarse el pelo porque el pueblo americano no estaba preparado para aceptar una primera dama con un pelo afro.

⁷⁰⁷ Bernard et al., 2012.

⁷⁰⁸ Flanagan y Lewis (2019).

⁷⁰⁹ Nogueira (2007).

⁷¹⁰ Obama, M. (2022). *The Light We Carry* ("La luz que llevamos").

En EEUU, el estado de California fue el primero en proteger a las personas en el empleo y en la escuela frente a la discriminación por cortes de pelo. La C.R.O.W.N act de 2020 (Create a Respectful and open Workplace for Natural Hair) trataba de evitar que las personas no fueran discriminadas por llevar el pelo con un estilo “afro”, es decir, con rizos naturales, nudos, trenzas o rapado de una parte de la cabeza. Este tipo de discriminación había sido considerada como un “racismo encubierto”⁷¹¹.

A pesar de que la discriminación por los cortes de pelo “afro” puede parecer un hecho sin trascendencia, posee más importancia de la que imaginamos por las consecuencias para la salud: muchas personas tratan su pelo natural haciéndose alisados químicos del cabello para tratar de disciplinarlo y someterlo al estándar de la mayoría de la población occidental. Sin embargo, dichos productos contienen sustancias agresivas para la piel y para el cabello, tales como, bisfenol, metales, formaldehído y parabenos, entre otros. Incluso, recientemente se ha hablado que existen ciertos alisadores de pelo, que, por su absorción en el cuero cabelludo, se relacionan con el mayor riesgo a padecer cáncer de endometrio⁷¹².

El pelo es una de las partes más moldeables del cuerpo humano, pero puede comprometer el aspecto y la actividad laboral. Lo mismo sucede con la barba y el bigote del trabajador. Se ha evidenciado como el pelo forma parte del capital estético del trabajador y como los principales activos de belleza están situados en el rostro y en el pelo (longitud, forma, color del mismo, textura o estilo)⁷¹³. El pelo, la barba o el bigote ayudan a complementar el “look” de la persona. Un pelo “atractivo y hermoso” puede producir ciertas ventajas económicas a nivel laboral, por ejemplo, al ser preferido en la contratación frente a un trabajador que posee alopecia, porque este último puede ser percibido con menos valor social y con menor deseabilidad social o que un trabajador o trabajadora “con canas”, porque podría representar la edad real del trabajador y, por lo tanto, podría comprometer su aptitud para desempeñar las actividades del puesto. Sin embargo, en ocasiones, el poseer un pelo hermoso podría ser sancionado en algunos puestos de trabajo en los que se penalice la belleza, sobre todo, en el caso de las mujeres porque se refuerza su feminidad, reforzando ciertos estereotipos sociales.

En la sentencia 352/2011 del TSJ de Madrid, se resuelve sobre la denegación del estilo de cabello a un Guardia Civil en igual condición que a las mujeres. Juan Francisco interpone un recurso contencioso contra la Dirección General de la Guardia Civil, porque le denegaba la autorización para llevar el cabello en las mismas condiciones que a los miembros femeninos del cuerpo, es decir, recogido en trenza. El

⁷¹¹ Ley de la Corona, C.R.O.W.N., de 1 de enero de 2020. Este acrónimo hace referencia a crear un espacio abierto y respetuoso hacia quienes llevan el pelo natural (Create a Respectful and Open Workplace for Natural Hair).

⁷¹² Chang et al., 2022.

⁷¹³ Anderson et al., 2010.

TSJ fundamenta su decisión en jurisprudencia anterior, en la sentencia del TSJ de Cataluña, núm. 722/2002, de 18 de septiembre, que pone de manifiesto que, aunque las instrucciones establezcan que el pelo ha de ir recogido, no autoriza a entender la diferencia entre sexos como discriminatoria, sino que simplemente se está reflejando una realidad social. La STSJ 352/2011 entendió que la resolución recurrida era ajustada a derecho, invocando la STC 22/1981, de 2 de julio, que recogía la doctrina del Tribunal Europeo de Derechos Humanos en relación con el artículo 14 del Código Europeo de Derechos humanos, en la que se manifiesta que “el principio de igualdad no implica en todos los casos un tratamiento igual con abstracción de cualquier elemento diferenciador de relevancia jurídica”. El tribunal entiende que la exigencia de la resolución no vulnera el derecho a la propia imagen, puesto que es una manifestación de la propia autoorganización de la Administración del Estado como potestad que posee, imponiendo la uniformidad por razones de seguridad, para que sus miembros ofrezcan una imagen neutral lo más discreta posible con el objeto de favorecer la eficacia de la prestación. Aclara que la exigencia no es inconstitucional, sino que responde a la realidad social y se considera como una medida proporcionada a la finalidad perseguida, ya que se derivan más ventajas para el interés general que perjuicios sobre otros bienes.

En la sentencia de fecha 20 de diciembre de 2001 que resuelve el asunto de Eurohandling UTE, se publican unas normas sobre la uniformidad del pelo. El tribunal señala que no hay vulneración del derecho a la intimidad del artículo 18.1 de la Constitución, porque tal medida no alcanza a la vida privada del trabajador y solo afecta a su imagen durante la jornada laboral, reconociendo que el derecho del artículo 18 puede sufrir limitaciones al entrar en colisión con otros derechos constitucionales igualmente relevantes que están protegidos, tal como, el poder de dirección empresarial. La empresa establecía respecto al pelo de los trabajadores que:

(...) se permite el pelo corto, sin rapado en la nuca o patillas, media melena cuya longitud no exceda del cuello, el moño no demasiado alto, o coleta cuya longitud no exceda de los hombros, el flequillo no debía sobrepasar la altura de las cejas, no se permitían peinados ultramodernos⁷¹⁴.

La alopecia o calvicie puede funcionar como un elemento disuasor de la contratación por parte de las empresas. Esta situación puede influir no solo en el ámbito laboral sino incluso en otros contextos como el escolar. En Chile, a un estudiante se le impidió acudir a clases por no utilizar el corte de pelo que indicaba el colegio. Había un reglamento de convivencia escolar que señalaba que los estudiantes debían llevar “pelo corto, que no sea de fantasía, ni esté tinturado”. A este estudiante no se le permitió

⁷¹⁴ STSJ de Canarias 1095/2001, de 20 de diciembre de 2001 (ECLI: ES: TSJCAN: 2001: 4707).

ingresar en las clases hasta que no modificó su apariencia física. Este supuesto podría considerarse como de discriminación estética impuesta por la propia institución escolar, que solo reconoce una manera de llevar el cabello, atentando contra la intimidad personal del alumnado⁷¹⁵.

La libertad de empresa se reconoce en el art. 38 de la Constitución Española y el derecho a la intimidad personal y propia imagen se recoge en el artículo 18.1 de la Constitución, en relación con el artículo 4.2. e) del ETT, pero de nuevo se hace necesario acudir al triple juicio de idoneidad, necesidad y proporcionalidad de la medida teniendo en cuenta las circunstancias específicas que concurren en cada caso. No obstante, en determinados sectores como ocurre en la hostelería, existirían usos locales o costumbres arraigadas en que la limitación impuesta por el empresario no se consideraría discriminatoria, porque la justificación suele estar más en las condiciones sanitarias que en las de carácter estético.

En la STC 170/1987 se dilucida la cuestión de si ha habido vulneración de los derechos a la intimidad y a la propia imagen de un barman que había sido despedido del hotel en que trabajaba por negarse a permanecer afeitado frente a la orden empresarial de afeitarse la barba⁷¹⁶. El tribunal declara que no hay intromisión en la esfera exclusiva de su individualidad, señalando que:

(...) la decisión sobre si la estética corporal es favorecida o no por el uso de la barba es parte integrante de la intimidad y el derecho a la propia imagen de la persona (...) pero el recurrente tiene que dar al problema su verdadera dimensión, ya que está la hipotética colisión entre el derecho a la libre organización productiva que la legislación ordinaria reconoce al empresario (en el artículo 20 ETT) y el contenido esencial del artículo 18. 1 constitucional, que, lógicamente, debe resolverse a favor del segundo (...) Y a este respecto es preciso recordar que, como señala la STC 73/1982, de 2 de diciembre, no pueden considerarse violados los derechos a la intimidad personal, cuando se impongan limitaciones a los mismos como consecuencia de deberes y relaciones jurídicas que el ordenamiento jurídico regula (...)⁷¹⁷.

El punto central del litigio estaba en determinar si la orden del empresario excedía de las facultades de dirección recogidas por el ordenamiento jurídico, apreciando como hecho probado que existían usos

⁷¹⁵ Cortés (2018); citado en Quintas-Alfonsín (2021).

⁷¹⁶ STC 170/1987, de 30 de octubre de 1987 (ECLI: ES: TC: 1987: 170).

⁷¹⁷ STC 170/1987, de 30 de octubre de 1987 (ECLI: ES: TC: 1987: 170).

locales en el sector de hostelería relativos a que los empleados que tienen contacto con los clientes deben permanecer afeitados, considerando legítima la orden empresarial.

En algún caso se ha recogido en la jurisprudencia que las pretensiones del trabajador a mantener su imagen con barba no corresponden al ámbito de la intimidad personal, sino que se trata de un problema que trasciende a la esfera estrictamente personal para pasar al ámbito de las relaciones sociales y profesionales en que desarrolla sus tareas laborales⁷¹⁸.

En la STS, de 12 de febrero de 1986, le da la razón al hostelero frente a la decisión del trabajador de mantener su barba, no considerando la decisión empresarial injusta ni como extralimitación en las facultades de dirección, porque “existen usos y costumbres locales y profesionales que a tenor del artículo 3.1. d) del ETT son fuentes jurídicas de la relación laboral”. Este uso y costumbre era conocido por el actor y, además, en una cláusula expresa del contrato acordó someterse a las normas del empleador. El tribunal concluye que el despido ha de ser enjuiciado atendiendo a “las singulares características de cada uno y especialmente al factor personal”.

Sin embargo, en la STSJ de Valencia 1450/1996, de 29 de mayo se estima la pretensión del trabajador, considerando el despido como improcedente⁷¹⁹. El tribunal desestima el recurso de suplicación que interpone la empresa demandada, Mercadona. El motivo de suplicación en el que se basaba la empresa era la infracción del artículo 54.2 b) del ETT en consonancia con la cláusula adicional tercera del contrato de trabajo, que decía que el trabajador se comprometía a “no utilizar pantalón vaquero, ni zapatillas deportivas (...) observará un riguroso aseo personal, ropa de trabajo limpia, bien peinado, manos y uñas limpias (...) como requiere el desarrollo de una actividad laboral dedicada a la manipulación de alimentos frescos”.

El trabajador había desempeñado labores en charcutería, en caja, en el mostrador de verduras, en alimentación y en pescadería. La empresa señalaba que desde unos meses llevaba una perilla.

El tribunal considera que no puede apreciarse la imposición de la sanción del despido, ya que no consta que la orden empresarial fue “fundada y legítima”. No concurre desobediencia porque es necesario ponderar las circunstancias concurrentes y la sanción de despido sería la sanción máxima a imponer a un trabajador. El trabajador llevaba una perilla poco poblada, corta y cuidada y, por ello, la sanción ha de responder a la exigencia de proporcionalidad y de adecuación entre el hecho que se comete y la sanción que se impone.

⁷¹⁸ En ese sentido la STSJ de Islas Baleares 202/1994, de 25 de junio (ECLI: ES: TSJ: 1994:202).

⁷¹⁹ STSJ de Valencia 1450/1996, de 29 de mayo (ECLI:ES: TSJVA: 1996:1450).

La STSJ de Madrid, STSJ 256/2001, de 18 de abril, desestima el recurso de suplicación impuesto por la empresa SIGLA, S.A. contra la sentencia que dictó el juzgado de lo Social de Madrid, confirmando la sentencia de instancia que había declarado injustificada la orden dada al actor de afeitarse la barba, ya que el cocinero inicialmente ya tenía bigote y en el momento en que se deja perilla, la empresa le dice que debe presentarse en las condiciones que venía haciéndolo hasta ese momento⁷²⁰. Esta sentencia también respalda la posición del trabajador porque está cumpliendo las obligaciones derivadas de su contrato de trabajo y, aunque, si bien es cierto que el RD 202/2000, de 11 de febrero establece que los manipuladores de alimentos deben conocer y cumplir las instrucciones de trabajo establecidas por la empresa para garantizar la seguridad y la salubridad, tales instrucciones deben ser razonables y justificadas, encontrando apoyo en la normativa legal o en el derecho consuetudinario. Por lo que aquí no tendría aplicación, porque el cocinero prestaba sus funciones laborales con el debido aseo y cuidado.

La STC 99/1994 consideró que el contrato de trabajo no puede ser sin más un título que recorte la intimidad del trabajador para que la actividad productiva llegue a buen fin. Si bien, esta sentencia consideró al aspecto físico como el primer elemento configurador de la intimidad del trabajador o de la trabajadora y de su esfera personal “en cuanto instrumento básico de su identificación y proyección exterior que es necesario salvaguardar”, también reconoce la relevancia de la proyección de la persona, existiendo ciertos límites, dado que el artículo 18.1 no es un derecho incondicionado de la misma manera que las facultades empresariales de dirección tampoco son absolutas.

Así, existirían determinadas profesiones en las que hay una conexión directa entre la restricción de la imagen del trabajador (actividades en contacto directo con el público o actividades en las que es necesario salvaguardar ciertas medidas sanitarias o de seguridad, por ejemplo, relacionadas con la alimentación) y las tareas a desempeñar, en las que no cabe alegar vulneración del derecho a la intimidad y a la imagen personal, puesto que la limitación no se impone únicamente por motivos estéticos sino porque afectan a la eficacia de las tareas laborales y poseen una justificación objetiva y necesaria.

10.4. El pielismo y edadismo

En la literatura se ha puesto de manifiesto como:

⁷²⁰ STSJ de Madrid 256/2001, de 18 de abril (ECLI: ES: TSJM: 2001: 256).

(...) la cirugía estética ayuda a disimular los efectos de malformaciones físicas y del envejecimiento y a embellecer los rasgos faciales o corporales, mejorando así la autoestima (...) Los profesionales de la ciencia farmacéutica (...) nos ayudan a borrar las arrugas de la cara y a devolver a los calvos el cabello perdido⁷²¹.

En tiempos remotos quienes sufrían enfermedades de la piel, como la lepra, eran apartados socialmente. En nuestros días siguen existiendo prejuicios relativos al envejecimiento que afectan al bienestar de las personas y que sacrifican la placidez mental por las convenciones sociales:

(...) Incluso en países socialmente avanzados todavía se dictan leyes que incapacitan de manera automática a hombres y mujeres mayores de sesenta y cinco o setenta años para realizar algún trabajo manual o ejercer alguna función administrativa, ejecutiva o académica, sin considerar en absoluto sus capacidades o aptitudes. Legislaciones o costumbres que marginan a individuos por la fecha de su nacimiento ignoran que la mayoría de las personas de esa edad gozan de buenas condiciones físicas y mentales, y llevan una vida activa y autosuficiente (...) ⁷²².

El “pielismo” hace referencia a la práctica de discriminar a las personas por su “mala piel”. Dentro de la “mala piel” podría incluirse la falta de tersura, las arrugas o ciertas patologías de la piel, tales como, dermatitis, granos, cicatrices, etcétera.

Se ha reflejado en la literatura como el cuerpo importa personalmente, moralmente, socialmente, etcétera⁷²³ (...):

No son las catástrofes, los asesinatos, las muertes, las enfermedades las que nos envejecen y nos matan, es la manera como los demás miran y ríen y suben las escalerillas del bus⁷²⁴.

No es la vejez lo que nos amenaza, sino nuestras ideas, debido al conformismo y a las creencias destructivas que poseemos sobre la vejez⁷²⁵. Suele pensarse que las personas mayores son una carga,

⁷²¹ Rojas (2022, p. 36).

⁷²² Rojas (2022, p. 140).

⁷²³ Freixas (2021, p. 45).

⁷²⁴ Woolf citada en Freixas (2021, p. 25).

⁷²⁵ Freixas (2021).

que “son feas” y que, en general, no aportan nada a la sociedad. Se considera a la vejez como algo necesario a disimular. Existen abundantes estereotipos sociales negativos sobre la piel envejecida, a lo que contribuye un consumismo perverso: cremas antiedad, cirugías estéticas y pastillas que hacen milagros para devolver una piel joven:

(...) en el mundo laboral se mantiene la idea de que las personas mayores son menos productivas y se sienten menos a gusto con la tecnología que las jóvenes (...) Nuestra sociedad concibe un único modelo de belleza, que, precisamente se sitúa por debajo de los cuarenta años⁷²⁶.

La piel es una de las partes corporales que más sujeta se encuentra sometida a evaluación social, porque puede informar sobre el tipo de vida y los cuidados personales que lleva a cabo la persona. También indica su edad, su ascendencia y en gran parte, su salud. Asimismo, es la parte corporal que antes se ve comprometida en la persona al envejecer.

El viejismo o edadismo es una de las formas de intolerancia que más naturalizada está en el ámbito laboral, ya que existe un estereotipo social común de atribuir mayores desventajas laborales, por ejemplo, menos capacitados o menos atractivos a las personas que poseen rasgos con piel envejecida, descalificándola en la selección laboral.

Se ha demostrado que cuando dos mujeres van a solicitar trabajo, el empleador se suele decantar por la más joven y atractiva, porque se hace la atribución de que esta es más exitosa. Como ejemplo puede observarse que en determinadas secciones de los mostradores de grandes almacenes comerciales (lencería y perfumería, sobre todo) suelen estar mujeres jóvenes y seductoras como estrategia de marketing⁷²⁷. Parece que en estos casos no estaría interviniendo la discriminación del empleador sino más bien la discriminación que efectúan los consumidores, ya que en dicha discriminación interviene el mercado, puesto que el atractivo de las personas que la empresa emplea le genera beneficios económicos concretos⁷²⁸.

Se ha evidenciado como el ser una persona joven puede reportar grandes ventajas económicas y sociales en el ámbito empresarial, sobre todo, si se trata de una mujer.

⁷²⁶ Freixas (2021, p. 36-44).

⁷²⁷ Cavico et al., 2012.

⁷²⁸ Hakim (2019). Se trata de una opinión o comentario personal de la autora, no consensuado académicamente.

El edadismo es “una forma de discriminación con fuerte carga de género”, porque afectaría más a las mujeres que a los hombres⁷²⁹. Existen gran similitud de primas y sanciones de apariencia entre los dos géneros⁷³⁰. La literatura se ha referido al “doble estándar de envejecimiento”: mientras que los problemas relacionados con la apariencia afectan ligeramente a la posición social de los hombres, en el caso de las mujeres, su posición social depende en gran medida de su apariencia⁷³¹.

Existen determinados contextos laborales, por ejemplo, el cinematográfico o el destinado al ocio, a la industria de la televisión, donde los trabajadores al quedar “sobrevisibilizados” se les exige más, discriminándolos si no resultan atractivos o no poseen la estética que el público demanda, con lo que este tipo de industria termina demonizando la vejez, puesto que esta influye directamente en el público que utiliza sus servicios.

En general, en aquellos puestos que están directamente relacionados con el público, tales como, el marketing, el modelaje, el ocio, la industria televisiva y cinematográfica o en el ámbito de la política, la piel joven tiene un gran impacto sobre el público. Suele sancionarse a aquellas personas que aparecen con aspecto poco renovado o envejecido, siendo discriminadas por su imagen.

Para algunas personas el cuerpo atractivo conecta con la juventud, con la posesión de una piel rejuvenecida, con pocas arrugas⁷³². Se ha evidenciado el fenómeno de la “juvenilización cultural”, que hace referencia a la práctica excesiva de rejuvenecer el aspecto de las personas ancianas para aparecer mucho más jóvenes.

Algunos estudiosos del tema asocian la apariencia facial al éxito empresarial y ocupacional⁷³³. Señalan que la tersura de la piel, la ausencia o presencia de cicatrices o marcas podrían influir en la percepción sobre los demás y tendrían efectos poderosos tanto en los procesos de selección de personal como durante el desempeño laboral.

Algo tan común como puede ser la psoriasis, una enfermedad consistente en la acumulación rápida de células en la superficie de la piel, con períodos de brotes, puede generar ciertos prejuicios sociales, a pesar de no ser contagiosa. No es la primera vez que un candidato con psoriasis es discriminado profesionalmente, impidiéndole el acceso al puesto de trabajo o a promocionar. Se ha hablado de la

⁷²⁹ Given (2021).

⁷³⁰ Hamermesh y Biddle (1994).

⁷³¹ Kramkowska (2019).

⁷³² Kramkowska (2019).

⁷³³ Little y Craig (2012).

cantidad de prejuicios sociales que existen frente a quienes padecen enfermedades de la piel, llegando a desarrollar abundante psicopatología, sobre todo, depresión.

En la STS de fecha 27 de diciembre de 1999, anteriormente analizada, relativa a si era discriminatorio la exigencia por parte de la empresa de una “buena imagen”, también se resolvía sobre si era discriminatoria la medida de exigir una determinada edad a los candidatos⁷³⁴.

IBERIA pedía a los candidatos y candidatas como requisito de acceso al puesto de auxiliar de vuelo, la edad de 18 a 25 años. El sindicato entendía que la imposición de determinada franja de edad era una limitación que no poseía ningún tipo de justificación en relación con las tareas que debía efectuar el trabajador, por lo que sería una medida discriminatoria, sobre todo, cuando en IBERIA hay personal que está trabajando desde hace mucho tiempo que tiene más de 25 años. De hecho, el promedio de su plantilla estaba en los 41 años para el personal fijo y 29 años para el personal eventual.

El tribunal consideró que el requisito de la edad para el puesto de auxiliar de vuelo es “una distinción objetiva, seria, abstracta y razonable, debido a las condiciones de trabajo, a los desplazamientos, a los cambios horarios, a la atención del pasaje en sus facetas, a las situaciones de emergencia o catástrofe (...)”, según se desprende de abundante doctrina del TC (STC 22/1981, 166/1988, 90/1989, 108/1989, 2/1998). Según este razonamiento, el requisito de la edad no sería discriminatorio por las condiciones psico-físicas exigidas para el desempeño laboral.

La alegación de que el requisito de la edad tiene una justificación objetiva para no contratar a determinados candidatos/as o también despedirlos no deja de ser un subterfugio para el empresario, para que pueda escapar de la exigencia de no eludir la normativa en materia de contratación, obviando el derecho a la intimidad y a la propia imagen del trabajador.

La edad es el principal factor de discriminación en el ámbito de la contratación y de importantes desigualdades sociales en otros contextos. El principal motivo suele asentarse en el estereotipo de que las personas mayores poseen menos eficacia, menos fiabilidad y en que les cuesta más adaptarse a las innovaciones tecnológicas que las empresas rápidamente realizan. Parece que las arrugas del rostro se equiparan con la inadaptación laboral y poca versatilidad laboral, convirtiéndose el límite de edad en el acceso en el empleo, en una práctica empresarial habitual.

Sería necesario un esfuerzo colectivo para hacer frente a los estereotipos negativos sobre la vejez, haciendo valer los derechos humanos, no resignándonos a ser estigmatizados por las arrugas. Ello exige adoptar estrategias para que se fomente la participación de las personas mayores en la sociedad y que

⁷³⁴ STS 8463/1999, de 27 de diciembre (ECLI: ES: TS: 1999:8463).

tanto jóvenes como adultos no se dejen influenciar por el mandato hegemónico de someter el cuerpo a la tortura estética de esconder la edad a base de tratamientos de carácter temporal.

En cambio, es necesario promover las competencias y habilidades de las personas mayores, tales como, la inteligencia práctica, la experiencia, las capacidades adquiridas durante el transcurso de la vida, los deseos, la prudencia, entre otros, que ayudarían al individuo a llevar a cabo una vejez digna. Como bien se ha señalado en la literatura científica, es necesario la reconciliación con nuestro cuerpo⁷³⁵.

10.5. La segunda piel del cuerpo: el atuendo

La ocupación o el trabajo que desempeñamos va a configurar nuestra forma de vestir, pero el vestir tiene una significación cultural, ya que existen códigos de vestimenta en ciertos contextos y ciertos espacios a la hora de interactuar socialmente.

La adopción de una vestimenta que transgreda determinadas costumbres o normas sociales puede dar lugar a que la persona no sea aceptada en una selección laboral o, incluso, a ser tratada de manera despreciativa al no encajar en los estándares de corrección en el atuendo. El atuendo no deja de poseer una naturaleza lingüística no verbal que permite sugerir si la persona se cuida o puede aportar información sobre el tipo de vida o sobre su personalidad. El derecho a la propia imagen y a la intimidad personal están vinculados a la personalidad, derivando de la propia dignidad de la persona, reconocido en el artículo 10.1 de la Constitución española.

A través de la ropa la persona puede tener capacidad para comunicar empatía, seriedad o eficacia. El atuendo conlleva un simbolismo, transmite mensajes al que observa.

De nuevo, es necesario incidir en que el trabajador/a antes de ser empleado es ciudadano, y una vez que entra en el seno de una organización empresarial es necesario modular estas facultades con el desenvolvimiento de los derechos fundamentales de la persona.

El TC ha definido el derecho a la imagen como un ámbito propio y reservado que es necesario proteger frente a la acción de los demás para que cada persona pueda decidir libremente sobre el propio desarrollo de la personalidad. Sin embargo, es evidente que la protección constitucional no es suficiente para preservar la esfera personal del trabajador frente a las exigencias empresariales.

El fundamento jurídico tercero de la STC 196/2004, de 15 de noviembre, señala que:

⁷³⁵ Freixas (2021).

(...) debe recordarse que la celebración de un contrato de trabajo no implica en modo alguno la privación para una de las partes de los derechos que la constitución le concede al trabajador como ciudadano. El artículo 38 de la Constitución no legitima al poder empresarial para que los trabajadores deban soportar limitaciones injustificadas de sus derechos fundamentales, dado que la efectividad de tales derechos debe ser compatible con los límites recíprocos entre estos y las facultades empresariales⁷³⁶.

Para algunos autores, la empresa puede exigir a sus empleados a través del poder de dirección, un código de indumentaria, porque potencia el capital erótico de los empleados, por ejemplo, es frecuente en el sector ocio y, en ocasiones, también permite homogeneizar una imagen empresarial de cara al público⁷³⁷. El que una plantilla vista uniformada también permite que el público pueda identificar rápidamente quién trabaja y quién no trabaja en esa empresa, además de facilitar la actividad del trabajador a la hora de ofrecer sus servicios.

La STS de fecha 23 de enero de 2001 resuelve la cuestión de si el negarse a vestir de una determinada manera puede ser motivo de despido⁷³⁸. El Sindicato Federal Ferroviario formula una demanda para que se declaren nulas las órdenes de RENFE que obligaba a los trabajadores del AVE a usar como parte del uniforme la falda. La demanda del sindicato es desestimada y este prepara el recurso de casación que también es desestimado porque el tribunal no considera discriminatorio la exigencia de usar uniforme para las mujeres, ya que se exige contacto con el público y con esa decisión no se vulnera el principio de igualdad. Según el tribunal existiría discriminación cuando la desigualdad de trato obedeciese a algún motivo prohibido por la ley. La exigencia impuesta a las mujeres de utilizar falda no es sexista ni una medida discriminatoria, ya que posee una justificación objetiva y razonable para una empresa que instaurando un novedoso medio de comunicación como es el AVE, trata de uniformar a su personal para tratar de proyectar una imagen de la compañía sobre la clientela. No hay vulneración del artículo 18.1 de la Constitución, porque la medida adoptada por la empresa no alcanza a la vida privada de los trabajadores, sino que se restringe únicamente al ámbito laboral durante el tiempo de desempeño de las tareas. Tampoco se estaría infringiendo el artículo 4.2 c) del ETT, ya que la medida no va en detrimento de un sexo puesto que se adopta por necesidades organizativas empresariales ajenas a tales motivos.

⁷³⁶ STC 196/2004, de 15 de noviembre (ECLI: ES: TC: 2004: 196).

⁷³⁷ Hakim (2019).

⁷³⁸ STS 1851/2000, de 23 de enero de 2001 (ECLI: ES: TS: 2001:308).

A una conclusión diferente llega la STS 16/2009 de 19 de abril de 2011, en la misma línea que la argumentación del personal de enfermería⁷³⁹. El fallo es estimatorio parcial, porque da la razón a las enfermeras para utilizar el pijama masculino, si bien, declara que no se está vulnerando la dignidad ni la intimidad con la medida empresarial.

El recurso se interpone para que se declare que la práctica de la empresa de imponer a sus trabajadoras un solo uniforme, consistente en la falda, delantal, cofia y medias era una medida discriminatoria por razón de sexo, ya que no se les da la otra opción de usar el pijama sanitario de dos piezas, consistente en pantalón y chaqueta, que usan los trabajadores masculinos. Los tribunales se refieren a que en materia de seguridad e higiene, el uso del uniforme asignado a las mujeres no afecta a su comodidad ni a la manipulación de cargas desde el punto de vista ergonómico.

Tampoco aprecian vulneración de los derechos fundamentales de la intimidad del artículo 18.1 de la constitución, ni vulneración de la dignidad humana del artículo 10.1 constitucional. Se refiere el tribunal a que, si bien, es cierto que dichos artículos implican la existencia de una esfera propia y personal reservada a la acción de los demás, dichos derechos no son absolutos, sino que estos pueden ceder en presencia de otros derechos constitucionales igualmente protegidos. Por esa razón, es necesario llevar a cabo un análisis en cada caso de las circunstancias que concurren.

El tribunal justifica que la orden empresarial no vulnera la dignidad de los trabajadores fundamentándolo en las referencias históricas de la elegancia femenina de la falda de acuerdo con los usos sociales de nuestro entorno, no existiendo exhibición física inadecuada o excesiva corporal que no sea normal derivada de dicha orden. Sin embargo, se estima parcialmente el recurso de casación debido a que la práctica de declarar la uniformidad obligatoria para las mujeres, sin posibilidad de opción por el pijama usado por los hombres de las mismas categorías y servicios es contraria al principio de no discriminación.

En la STSJ 1095/2001 de Canarias, de 20 de diciembre de 2001, el tribunal declara que las normas de uniformidad sobre el personal femenino no son discriminatorias, porque no se vulnera el principio de igualdad en ninguna de las vertientes, ya que se trata de una exigencia objetiva y razonable en el caso de una empresa pública, por razones organizativas empresariales adoptadas para proyectar hacia los clientes una buena imagen empresarial⁷⁴⁰:

⁷³⁹ STS 16/2009, de 19 de abril de 2011 (ECLI: ES: TS: 2011: 3120).

⁷⁴⁰ STSJ de Canarias 1095/2001, de 20 de diciembre de 2001 (ECLI: ES: TSJCAN: 2001: 4707).

(...) las condiciones contractuales que derivan de la actividad que desempeña la empresa, puede implicar la necesidad de adoptar criterios variables para acometer la actividad, dentro de los cuáles puede estar imponer uniformes a los trabajadores, y en defecto de pacto colectivo o individual de los interesados es competencia del empleador, salvo que, afecte a la seguridad y/o honor del trabajador o a sus derechos fundamentales reconocidos constitucionalmente.

Sobre la cuestión de si una empresa puede obligar a sus trabajadores a llevar uniforme, la STSJ de Baleares 55/2001, de 5 de febrero de 2001, se refiere a que no hay una única solución para todos los casos⁷⁴¹. Un auxiliar administrativo que trabaja para una agencia de viajes es despedido por no utilizar el uniforme suministrado. El trabajador fue previamente sancionado. La sentencia de instancia desestima la demanda del trabajador y absuelve a la empresa. La STSJ de Baleares confirma la sentencia de instancia, declarando el despido procedente. Considera que se había dado un incumplimiento reiterado del trabajador por no llevar la camiseta suministrada durante su jornada laboral, no existiendo ninguna razón objetiva que justificase dicho incumplimiento. Este caso es diferente a los dos anteriores, ya que la exigencia empresarial no es una limitación injustificada y la desobediencia del trabajador se asienta sobre el mero capricho, atentando contra el poder legítimo de dirección de la actividad laboral.

En la STSJ de Madrid 698/2007, de fecha 5 de noviembre de 2007, se resuelve sobre la prohibición de vestir ropa informal⁷⁴². El trabajador presta sus servicios en un concesionario de coches. Un día se presenta a trabajar con camiseta deportiva, vaqueros y deportivos. La empresa lo sanciona por considerar su vestimenta inadecuada para el ejercicio de su profesión, porque perjudica a la marca. Al día siguiente el trabajador se presenta con el mismo atuendo, con una actitud provocadora hacia la empresa. El tribunal desestima el recurso de suplicación basándose en que es de conocimiento general que existen determinados trabajos en los que se exige una determinada pulcritud en la indumentaria según los usos sociales, por lo que estas normas se suponen sin necesidad de acuerdo expreso. En este caso el tribunal considera legítima la orden dada por el empresario y por lo tanto el despido sería procedente debido a la indisciplina del trabajador.

Por el contrario, en la STSJ de Madrid 309/2002, de fecha 7 de mayo de 2002, se desestima el recurso interpuesto por la empresa demandada LEADER LIME, S.A contra la sentencia dictada por el Juzgado de lo social dictada en autos promovidos en reclamación de despido que declara la improcedencia del

⁷⁴¹ STSJ de Baleares 55/2001, de 5 de febrero de 2001 (ECLI: ES: TSJBAL: 2001:203).

⁷⁴² STSJ de Madrid 698/2007, de 5 de noviembre (ECLI: ES: TSJM: 2007: 16193).

despido⁷⁴³. En dicha sentencia se recoge como hechos probados que el trabajador prestaba servicios como teleoperador de telemarketing. Primero, recibe una amonestación y después es sancionado disciplinariamente por su forma de vestir. La empresa considera que no es adecuado asistir al trabajo en pantalones cortos. La empresa denuncia que el trabajador incurre en desobediencia grave injustificada con una actitud de rebeldía. Sin embargo, este motivo fracasa, porque, como señala el tribunal, no concurren las infracciones denunciadas, dado que no estamos ante una desobediencia en el trabajo sino ante una orden empresarial ajena al mismo, añadiendo que no hay ninguna norma interna que exista al respecto, excediendo la orden empresarial de las facultades del poder de dirección, pues:

(...) al margen de una genérica corrección y limpieza que es siempre exigible, no cabe imponer o rechazar sin más una determinada indumentaria, máxime cuando en el desarrollo de su labor el actor no tiene contacto alguno con el público, y, por lo tanto, su modo de vestir no trasciende, ni puede afectar a la imagen de la demandada (...).

Un supuesto donde se dilucida la colisión entre las facultades del poder de dirección y el derecho del trabajador a exteriorizar libremente su imagen se resuelve en STSJ de las Islas Baleares 457/2002 de 9 de septiembre de 2002⁷⁴⁴. El tribunal desestima el recurso de suplicación interpuesto por la empresa municipal de transporte frente al trabajador, que era conductor de autobuses y que se cubría la cabeza con una gorra mientras conducía. La empresa denuncia que hay vulneración de un artículo del convenio colectivo de la empresa, en el que se regula el vestuario de los trabajadores, en el cual no se comprende la gorra. El tribunal se apoya en el argumento de que las facultades de dirección empresarial no es un derecho absoluto, que puede ceder ante otros derechos fundamentales protegidos como sucede en este caso: el uso de la gorra por parte del trabajador constituye un acto de respeto impuesto por su religión, que se refiere a las creencias y que constituye “ un espacio de autodeterminación intelectual ante el fenómeno religioso, una dimensión externa de *agere licere* (de acciones que aún no han sido objeto de regulación por el derecho) que faculta a los ciudadanos para actuar de acuerdo con sus propias convicciones y mantenerlas frente a terceros”.

El tribunal aclara que el uso de la gorra por el trabajador no es un mero capricho o una simple cuestión de moda, sino que se trata de hacer prevalecer un derecho que posee un rango preponderante en nuestro ordenamiento, como es el derecho a la dignidad y al honor del trabajador:

⁷⁴³ STSJ de Madrid 309/2002, de 7 de mayo (ECLI: ES: TSJM: 2002: 2042).

⁷⁴⁴ STSJ de las Islas Baleares 457/2002, de 9 de septiembre de 2002 (ECLI: ES: TSJBAL: 2002: 958).

(...) si ni la actividad laboral ni los intereses empresariales sufren, no se ve razón atendible que justifique la decisión empresarial, rayana, pues en el autoritarismo que hiere, sin provecho para sí, los sentimientos religiosos de uno de sus empleados constitucionalmente tutelados; máxime cuando la demandada es una empresa municipal (...), por ello más comprometida que las de carácter puro privado con el cumplimiento efectivo de los valores constitucionales.

En conclusión, frente a las limitaciones que pueda sufrir el derecho del trabajador a exteriorizar su imagen libremente, este quedará garantizado frente a posibles injerencias arbitrarias que sean ilegales o que no tengan justificación, pero no cuando concurren circunstancias establecidas por el ordenamiento jurídico.

10.6. La altura

Algunos estudios han sugerido una relación positiva entre altura y diversidad resultados positivos, sobre todo, en hombres. Según estos, la altura influiría en la manera en que es percibida la persona: a hombres y mujeres más altos se les atribuirían rasgos de personalidad más positivos⁷⁴⁵.

La altura es un rasgo de la apariencia que no es fácilmente modificable como el pelo o la ropa. Existen características estructurales que son fijas e inalterables, tales como la altura y el aspecto facial. Se ha señalado como las características estructurales pueden ejercer “influencias psicológicas profundamente arraigadas en los empleadores” que son indeseables, porque conllevan sesgos que garantizan un trato no equitativo entre empleados. Para algunos autores, las características más manipulables serían “juego limpio”, porque todo el mundo tiene accesibilidad a las mismas mientras que no todos tendrían acceso a poder cambiar las características estructurales⁷⁴⁶. Es un hecho que la altura puede jugar en contra de algunos candidatos en el acceso al empleo.

Como se había observado, en la STS 8463/1999, de 27 de diciembre de 1999, a los candidatos al puesto de auxiliar de vuelo en la convocatoria de trabajo, IBERIA les exigía una determinada talla: 1.64 a 1.82 para las mujeres y 1.74 a 1.90 para los hombres⁷⁴⁷. En dicha sentencia se absolvía a IBERIA y se

⁷⁴⁵ Little y Craig (2012).

⁷⁴⁶ Little y Craig (2012).

⁷⁴⁷ STS 8463/1999, de 27 de diciembre (ECLI: ES: TS: 1999:8463).

declaraba que no existía vulneración del derecho a la igualdad y a la no discriminación. Según el tribunal, no es una medida discriminatoria exigir una determinada altura a los candidatos/as en la aviación, ya que las dependencias de las aeronaves, los pasillos y las cabinas poseen unas determinadas dimensiones que impedirían realizar correctamente el trabajo a quienes no tuvieran una determinada altura. Así, bastaría comprobar la altura a la que se encuentran situadas las repisas de los equipajes que exigen que el empleado/a tenga una altura mínima para guardar los equipajes.

Además, el requisito de la altura se ha relacionado con la homogeneidad de la plantilla para dar una cierta imagen como sucede en otros cuerpos oficiales, tales como, en la Guardia Civil, en la Policía, entre otros. Con dicha homogeneidad, la empresa obtiene una imagen determinada de cara a la clientela y también para mantener su competitividad en el mercado respecto a lo que hacen otras compañías con una actividad similar. Así, en este caso la exigencia de una determinada talla no sería una medida discriminatoria, debido a que se encuentra justificada objetivamente.

10.7. El maquillaje

En la STSJ de Canarias 1095/2001, de 20 de diciembre de 2001, el tribunal resuelve sobre la uniformidad impuesta a los trabajadores y también como las exigencias impuestas a las trabajadoras pueden afectar a su imagen⁷⁴⁸. Eurohandling UTE publica unas normas relativas al maquillaje de las trabajadoras, exigiendo que “debe ser discreto, en tonos naturales, el color de ojos debe armonizar con los colores del uniforme y el maquillaje de labios es obligatorio, deben siempre llevar los labios pintados acorde con el uniforme”. Los trabajadores consideran que se infringe el artículo 14 y 18 de la constitución por una intromisión ilegítima respecto a su imagen, dado que el maquillaje es algo muy personal que depende de cada persona. Sin embargo, la tutela del derecho a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, según la LO 1/1982, de 5 de mayo, podrían quedar delimitados por las leyes y usos sociales, sobre todo, teniendo en cuenta, como señala el tribunal, que dicha imposición no alcanza a la vida privada del trabajador.

La STSJ de Asturias 1605/2013, de fecha 26 de julio de 2013, se refiere a cómo la imposición de un determinado maquillaje puede constituir una intromisión injustificada en la libertad de la trabajadora a la hora de exteriorizar su apariencia⁷⁴⁹.

⁷⁴⁸ STSJ de Canarias 1095/2001, de 20 de diciembre de 2001 (ECLI: ES: TSJCAN: 2001: 4707).

⁷⁴⁹ STSJ de Asturias 1605/2013, de 26 de julio de 2013 (ECLI: ES: TSJAS: 2013:2591).

Una supervisora había demandado a su empresa, SVENSON, SL. A la relación de trabajo se le aplicaba un convenio colectivo de peluquerías, institutos de belleza y gimnasios. La empresa poseía un protocolo para la prevención del acoso laboral y remite a la trabajadora un burofax en el que le comunica que habiéndose observado que otros trabajadores la denuncian por diferentes hechos, inician un proceso de investigación con el objeto de adoptar las medidas que procedan. Mientras tanto, la suspenden de sueldo y empleo.

Uno de los hechos probados es que la empresa, de forma caprichosa, exige al personal que el maquillaje se note, no permitiendo el uso de rítmel o polvos traslúcidos, llegando a pedir a alguna trabajadora que “se pintase”. Otras trabajadoras se quejaban de que les llamaba la atención porque no se pintaban lo suficiente, haciéndoles la advertencia de: “procura que se te note todo”. A otra trabajadora le llamó la atención, señalándole que “tenía bigote”. Exigía a las trabajadoras que se pintasen los ojos con rítmel negro. El tribunal en los fundamentos de derecho considera que el despido está justificado por abuso de autoridad con los subordinados y por acosar a las trabajadoras moralmente.

En la sentencia de 13 de junio de 2014, dictada por el Juzgado de lo Social número 2 de Madrid en autos 1507/2013, se declara nulo el despido por lesionar el derecho a la propia imagen de una dependienta que había sido amonestada varias veces por no ir maquillada al trabajo y condena a la empresa a readmitirla en un puesto idéntico, indemnizándola por los daños morales al haber lesionado su derecho fundamental a la propia imagen además de tener que abonarle los salarios dejados de recibir.

El artículo 108.2 de la Ley Reguladora de la Jurisdicción Social establece la exigencia de declarar el despido nulo cuando tenga como móvil alguna de las causas de discriminación previstas en la constitución o en la ley o se produzca con violación de los derechos fundamentales y libertades públicas del trabajador.

La sentencia declara que “cuando se le exige que vaya maquillada se incide en un aspecto relacionado con la imagen más básica de la persona”. Para la empresa la resistencia de la trabajadora constituye una desobediencia sancionable porque no tiene justificación objetiva.

Quedó probado que en la normativa de la empresa sobre la imagen personal no estaba reflejado la obligación de maquillarse y para exigir dicha obligación esta debe estar previamente fijada en la política de la empresa. Considera la sentencia que la exigencia de ir maquillada al trabajo lesiona la imagen de la trabajadora e implica una intromisión en su libertad para mostrar su imagen física personal.

Se formula recurso de suplicación contra la sentencia dictada por el Juzgado de lo Social y el tribunal confirma el despido nulo, porque exceptuando la negativa de la trabajadora a acudir maquillada al trabajo, la empresa no acreditó otro motivo que justifique la extinción de la relación laboral⁷⁵⁰.

En estos supuestos se observa que será necesario efectuar el “triple juicio de constitucionalidad”, analizando las circunstancias que concurren en cada supuesto para determinar si la orden del empresario atenta contra el derecho fundamental a la propia imagen del artículo 18 constitucional y contra el derecho a la dignidad del artículo 10.1 de la Constitución. Así, cabe preguntar en cada caso:

- Sobre el juicio de idoneidad: ¿la medida adoptada por el empresario es susceptible de conseguir el objetivo propuesto, consistente en proyectar al público una buena imagen?
- Sobre el juicio de necesidad, cabría preguntarse, si existe otra medida más moderada para conseguir eficazmente tal objetivo,
- Finalmente, sobre el juicio de proporcionalidad: cabe preguntarnos si esta medida es idónea o no para conseguir el objetivo perseguido porque se deriven más ventajas para el interés general que perjuicios sobre otros bienes.

En síntesis, se ha efectuado un análisis del aspectismo teniendo en cuenta las distintas facetas de la persona que pueden verse afectadas. La consecuencia es que la persona puede sentirse frustrada, discriminada y excluida socialmente al no formar parte del universo estético socialmente exigido. Cualquiera de las anteriores prohibiciones en los diferentes rasgos de la apariencia constituiría una discriminación, ya que afectan a diferentes derechos, tales como, el derecho al libre desarrollo de la personalidad, a la autodeterminación y a la autonomía personal. Todos ellos derivan de la dignidad humana y se encuentran en conexión con la libertad de expresión, en este caso, con el derecho a expresar libremente la personalidad a través de la apariencia, con las condiciones particulares físicas que cada uno posee. Así, debe prevalecer la libertad de cada individuo a elegir la forma con la que desea mostrar su personalidad, a accionar como le venga en gana desde una perspectiva externa y, desde una perspectiva interna, se referiría a la protección de su esfera personal frente a los ataques externos limitantes de su derecho de acción.

⁷⁵⁰ STSJ de Madrid 426/2015, de 3 de junio de 2015 (ECLI: ES: TSJM: 2015: 7170).

CAPÍTULO 11. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL DERECHO DE LA UNIÓN EUROPEA

Aunque la normativa antidiscriminatoria del Derecho Comunitario sufre una gran evolución en los últimos años en materia de igualdad, por ejemplo, en género o la igualdad salarial desde el ámbito ocupacional se hace necesario que los tribunales combatan la discriminación, aunque se trate de circunstancias o atributos del individuo que aún no se encuentren expresamente regulados en la legislación europea. Este es el caso de la discriminación por apariencia, ya que a pesar de que se contemplan acciones para combatir la discriminación basada en el aspecto cuando se relaciona con otros atributos expresamente regulados, tales como, la edad, la discapacidad, la raza o el color de la piel, no existían muchas disposiciones expresas en las que se estableciese la prohibición de discriminación basada en la apariencia física⁷⁵¹.

La discriminación por aspecto no es un tema baladí desde el momento en que puede influir en las oportunidades de la persona y generar desventajas personales y sociales en determinados múltiples ámbitos vitales (social, personal, ocupacional, familiar, etcétera).

El ordenamiento jurídico comunitario se integra por dos tipos de fuentes: el derecho primario y el derecho derivado. El derecho originario o primario está formado por los Tratados constitutivos de la Comunidad Europea, es decir, sus Tratados Fundacionales, protocolos, anexos y los tratados y actos modificativos de los mismos.

El derecho derivado es la legislación que producen las instituciones comunitarias tanto antes como después de la integración de un Estado parte y suele adoptar la forma de reglamentos, directivas, decisiones y recomendaciones.

El derecho derivado también comprende los convenios realizados entre los Estados miembros al aplicar una disposición de los tratados y aquellos otros no previstos pero vinculados a su ejecución, así como los acuerdos realizados por la Comunidad Europea con terceros Estados (Estados no partes).

La eficacia de las fuentes es distinta: mientras que los tratados constitutivos y los reglamentos son normas de aplicación directa, las decisiones y directivas no se pueden invocar directamente por los

⁷⁵¹ Dado que el derecho español forma parte del Derecho de la Unión Europea, ya se comentó anteriormente como en la actualidad existen normativas que han incorporado expresamente la prohibición de discriminar por los atributos físicos, con lo que puede decirse que el derecho comunitario también irá evolucionando progresivamente en el mismo sentido con la legislación de los estados partes.

ciudadanos de los Estados parte ante los tribunales, sino que estas últimas han de ser transpuestos a través de una norma del derecho interno del Estado cumplidor.

11.1. Derecho primario: el Tratado de la Unión Europea y la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea y jurisprudencia relacionada con los Tratados Constitutivos

El Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) es uno de los documentos constitutivos de la Unión Europea, junto con el Tratado de la Unión Europea (Tratado de Maastricht), el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea de la Energía Atómica (EURATOM) y la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea (CDF)⁷⁵². Desde una vista panorámica, de ninguno de ellos se desprende una prohibición de discriminación por motivo de apariencia física, por lo que cabría plantear si la persona puede ser discriminada, por ejemplo, despedida exclusivamente en base a su apariencia física en el marco general del Derecho de la Unión Europea.

En la versión consolidada del Tratado de la Unión Europea, en su preámbulo consagra el respeto a los derechos inalienables de la persona, a los derechos humanos y a las libertades fundamentales, adhiriéndose a estos derechos tal y como se definen en la Carta Social Europea y en la Carta comunitaria de los derechos sociales fundamentales de los trabajadores de 1989⁷⁵³.

En el artículo 2 protege la dignidad humana, incluyendo los derechos de las minorías y eleva a la categoría de valor, “la no discriminación”⁷⁵⁴.

En el artículo 3.3, apartado 2), se refiere a, que, el tratado “combatirá la exclusión social y la discriminación”.

En el artículo 18 de la versión consolidada (antiguo artículo 12 TCE), regula “la no discriminación”, señalando expresamente:

⁷⁵² Firmado en Roma en 1957 como Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea, y, posteriormente, sujeto a diversas reformas. Desde que entró en vigor el Tratado de Lisboa (2009), se le denomina Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

⁷⁵³ Firmada en Turín, el 18 de octubre de 1961.

⁷⁵⁴ Artículo 2: La Unión se fundamenta en los valores de respeto de la dignidad humana, libertad, democracia, igualdad, Estado de Derecho y respeto de los derechos humanos, incluidos los derechos de las personas pertenecientes a minorías. Estos valores son comunes a los Estados miembros en una sociedad caracterizada por el pluralismo, la no discriminación, la tolerancia, la justicia, la solidaridad y la igualdad entre mujeres y hombres.

En el ámbito de aplicación de los Tratados, y sin perjuicio de las disposiciones particulares previstas en los mismos, se prohibirá toda discriminación por razón de la nacionalidad.

En el artículo 19 del Tratado de Funcionamiento (antiguo artículo 13 TCE), señala en su apartado 1 que:

sin perjuicio de las demás disposiciones de los Tratados y dentro de los límites de las competencias atribuidas a la Unión por los mismos, el Consejo, por unanimidad con arreglo a un procedimiento legislativo especial, y previa aprobación del Parlamento Europeo, podrá adoptar acciones adecuadas para luchar contra la discriminación por motivos de sexo, de origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual.

Como se observa, las disposiciones del Tratado no nombran en absoluto la discriminación por apariencia física, salvo que esta se relacione con el color de la piel, la etnia, el edadismo, o hándicaps físicos que pudiesen subsumirse dentro del concepto de discapacidad.

Según Baile no existe en el Tratado de la Unión una prohibición genérica de discriminación por enfermedad, ni tampoco existe una directa protección de la discriminación por obesidad en el Tratado, consideración compartida también por la doctrina⁷⁵⁵.

Las disposiciones del Tratado Constitutivo parecen estar acorde con la jurisprudencia europea. En el caso C-617/10, de 26 de febrero de 2013, se plantea una cuestión prejudicial sobre el ámbito de aplicación del derecho de la Unión⁷⁵⁶. Concretamente, habría que determinar si dentro de las causas mencionadas en el Derecho de la Unión, entrarían como objeto de protección aquellas que no estén contempladas expresamente, pero respecto de las que podría efectuarse una interpretación extensiva respecto a las que sí están exhaustivamente enumeradas para ser objeto de una tutela de la normativa comunitaria.

La Gran Sala del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), señala que:

(...) cuando, por el contrario, una situación jurídica no esté comprendida en el ámbito de aplicación del Derecho de la Unión, el Tribunal de Justicia no tiene competencia para conocer de ella y las disposiciones de la carta

⁷⁵⁵ Baile (2017, p. 295).

⁷⁵⁶ Asunto C-617/10, de 26 de febrero de 2013 (ECLI: EU: C: 2013: 105, considerandos 21 y 22).

eventualmente invocadas no pueden fundar por sí solas tal competencia (...)⁷⁵⁷.

El surgimiento de nuevas necesidades requiere que en ciertos tipos de discriminación no mencionados expresamente en la normativa europea, tal y como ocurre con el aspectismo, deban quedar bajo un marco protector.

En otras cuestiones prejudiciales planteadas a los tribunales que, aunque no implican la modificación de la misión del Tribunal de Justicia para admitir que ciertos hándicaps físicos son causa de discriminación y que estarían amparados bajo las Directivas o por la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea, se ha planteado la necesidad de redacción de un principio general en el Derecho de la Unión que prohíba a los empleadores a discriminar por aspecto físico. Esto ayudaría a resolver la cuestión de si un eventual problema de obesidad, de discapacidad física, de mala imagen, o de vestuario, entre otros, podría ser objeto de prohibición de discriminación en el ámbito de la Unión Europea y si se puede aplicar a la relación jurídica entre un nacional de un Estado miembro y su empleador aunque no exista la prohibición expresa de discriminación por el aspecto.

La Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea viene a reafirmar los fines y los derechos reconocidos por los Estados miembros en el Tratado de la Unión Europea, en el Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos, las Cartas Sociales comunitarias y la jurisprudencia del TJUE y del Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH)⁷⁵⁸.

La Carta de Derechos Fundamentales protege en el artículo 1 la dignidad humana. En el artículo 3 se protege la integridad de la persona (física y psíquica). Se asegura el respeto a la libertad en el artículo 6, así como, el respeto a la vida privada y familiar en el artículo 7. Sin embargo, da la sensación de cómo a pesar de que se reafirman los derechos contenidos en los Tratados, es más aperturista en su interpretación que aquellos desde el momento en que prohíbe “toda discriminación”, y ello, aunque, posteriormente haga una enumeración ejemplificativa de diferente tipología discriminatoria.

Así, en el capítulo III de la Carta, después de plasmar la igualdad ante la ley en su artículo 20, en el artículo 21 contempla el principio de “no discriminación”:

1. Se prohíbe toda discriminación, y en particular, la ejercida por razón de sexo, raza, color, orígenes étnicos o sociales, características genéticas,

⁷⁵⁷ Asunto C-617/10, de 26 de febrero de 2013 (ECLI: EU: C: 2013: 105, considerando 22).

⁷⁵⁸ Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (2000/C 364/01). https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_es.pdf

lengua, religión o convicciones, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, pertenencia a una minoría nacional, patrimonio, nacimiento, discapacidad, edad u orientación sexual.

2. Se prohíbe toda discriminación por razón de nacionalidad en el ámbito de aplicación del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y del Tratado de la Unión Europea y sin perjuicio de las disposiciones particulares de dichos Tratados.

El motivo relativo a que “se prohíbe toda discriminación” es un motivo abierto, que constituye o podría constituir una base legal para prohibir toda discriminación basada en la apariencia física.

Además, este artículo es más extenso en los motivos de discriminación que pudieran estar relacionados con el aspecto físico del individuo, pues no solo regula como en el Tratado de Funcionamiento la discriminación por etnia o de color, sino también por causas genéticas.

El artículo 26 de la Carta se refiere a la necesidad de integración de las personas discapacitadas, señalando que:

La Unión reconoce y respeta el derecho de las personas discapacitadas a beneficiarse de medidas que garanticen su autonomía, su integración social y profesional y su participación en la vida de la comunidad.

Con ello, se está reconociendo la necesidad de que desde los Estados miembros se debe propiciar la adopción de medidas preventivas y correctoras para que las personas que puedan sufrir discriminación por razón de algún tipo de discapacidad (dentro de las que puede encontrarse una discapacidad relacionada con la apariencia física como obesidad, cojera, falta de un miembro superior, cicatrices funcionales, entre otras), edadismo (tales como, despido o discriminación en el acceso al empleo por pasar de una determinada edad) o discriminación racial sean integradas social y profesionalmente para lograr una igualdad plena.

Sin embargo, la jurisprudencia europea no llega a la convicción de que en el Derecho Primario de la Unión Europea haya ninguna prohibición de discriminación basada por la apariencia. Además, como se deduce de abundante jurisprudencia “cuando una situación jurídica no esté comprendida en el ámbito del Derecho de la Unión, el Tribunal de Justicia no tiene competencia para conocer de ella y las disposiciones de la Carta eventualmente invocadas no pueden fundar por sí solas tal competencia”⁷⁵⁹.

⁷⁵⁹ Asunto C- 617/10, STJUE (Gran Sala), de 26 de febrero de 2013.

De lo anterior, se deduce que el TJUE estima que no existe amparo directo en la Carta frente a determinados tipos de discriminación que no vengan citados expresamente.

En relación con los cuerpos normativos anteriores, el Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales reasegura el reconocimiento y la aplicación efectiva de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, ya que los Estados europeos están animados por el mismo espíritu de respetar la libertad y garantizar los derechos que vienen enunciados en la Declaración universal de Derechos Humanos⁷⁶⁰.

El artículo 8, apartado 1 del Convenio garantiza el respeto a la vida privada de la persona, dentro de la que podría incluirse el derecho a exteriorizar su aspecto físico como desee.

Además, el artículo 14 se refiere a que el goce de los derechos del convenio ha de asegurarse sin distinción de alguna clase:

El goce de los derechos y libertades reconocidos en el presente Convenio ha de ser asegurado sin distinción alguna, especialmente, por razones de sexo, raza, color, lengua, religión, opiniones políticas u otras, origen nacional o social, pertenencia a una minoría nacional, fortuna, nacimiento o cualquier otra situación⁷⁶¹.

De nuevo y al igual que en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, en el artículo 14 del Convenio existe una cláusula abierta de prohibición de discriminación, que se refiere “a cualquier otra situación”.

Sin embargo, estos instrumentos europeos no sirvieron para que el Tribunal de Justicia modificase sus competencias y las disposiciones expresamente contempladas en los tratados, sobre todo, en lo que se refiere a hacer una interpretación extensiva respecto a la citación de determinadas causas discriminatorias e incluir la prohibición de discriminación por apariencia.

Esa situación queda reflejada en una cuestión prejudicial planteada al TJUE en relación con la discriminación por obesidad. En este litigio, C-354/13, el señor Kaltoft, demandante y representado por un sindicato (FOA) afirmó sufrir discriminación por razón de su obesidad⁷⁶². Este trabajaba como

⁷⁶⁰ Firmado en Roma, de 4 de noviembre de 1950 (BOE, n. 243, de 10 de octubre de 1979). <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1979-24010>

⁷⁶¹ Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales. Artículo 14.

⁷⁶² Asunto C-354/13, del Tribunal de Justicia, de 18 de diciembre de 2014 (ECLI: EU:C: 2013:354).

cuidador de niños para el ayuntamiento danés de Billund desde 1996 y en el año 2010, es despedido tras una audiencia. Sin embargo, en la motivación de la carta de despido no se menciona la obesidad del trabajador, ni tampoco ningún otro motivo.

En este caso entre las cuestiones prejudiciales que se plantean al TJUE se encuentran:

- Determinar si es contrario al Derecho de la Unión una discriminación por obesidad en el ámbito ocupacional, lo que llevaría a plantear la cuestión de si existe un principio general en el Derecho de la Unión que prohíba a los empleadores discriminar por obesidad.
- Para el caso de que existiese una prohibición de discriminación por obesidad, determinar quién y cómo tendría lugar la carga de la prueba.
- Finalmente considerar si la obesidad se puede considerar como una discapacidad o no, porque para el caso de que se considerase como discapacidad, dicha discriminación quedaría bajo el ámbito protector del articulado del Derecho de la Unión.

En el marco jurídico aplicable se tiene en cuenta la Directiva 2000/78/CE, el derecho danés y su Ley de no discriminación en el mercado de trabajo, así como las disposiciones que anteriormente mencionamos del Tratado de Funcionamiento (artículo 19), la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (artículo 21 y artículo 26)⁷⁶³ y el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos (artículo 14).

En este litigio y también en otro asunto que resolvía una cuestión similar, C- 415/10⁷⁶⁴, las conclusiones a las que llega el tribunal podrían resumirse en las siguientes:

- Que no hay indicios suficientes por los que haya de presumirse discriminación en función del Derecho de la Unión a pesar de que la discriminación es algo difícil de probar en el ámbito de la contratación, por eso, realiza cierta remodelación del principio de la carga de la prueba, de manera que desde la parte demandante deben quedar debidamente fundamentados los hechos

⁷⁶³ En el artículo 21, recoge un motivo abierto de no discriminación, que daría pie a la cobertura de otros motivos no incluidos en la enumeración expresa, tales como, las condiciones fisiológicas, el aspecto o el tamaño: “1. Se prohíbe toda discriminación, y, en particular la ejercida por razón de sexo, raza, color, orígenes étnicos o sociales, características genéticas, lengua, religión o convicciones, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, pertenencia a una minoría nacional, patrimonio, nacimiento, discapacidad, edad u orientación sexual. 2. Se prohíbe toda discriminación por razón de nacionalidad en el ámbito de aplicación de los Tratados y sin perjuicio de sus disposiciones particulares”.

El artículo 26, se refiere a la integración de las personas discapacitadas: “La Unión reconoce y respeta el derecho de las personas discapacitadas a beneficiarse de medidas que garanticen su autonomía, su integración social y profesional y su participación en la vida de la comunidad”.

⁷⁶⁴ Asunto 415/10, del Tribunal de Justicia, de 12 de enero de 2012 (ECLI: EU: C: 2010:415).

que se alegan para no generar injusticias de que cualquier empresario pudiese ser demandado, simplemente, basándose en meras conjeturas del candidato o candidata al puesto. Por tanto, no serían suficientes los meros indicios de discriminar para demandar. Así, la carga de la prueba queda atenuada, es decir, recae en la víctima que debe acreditar suficientemente “hechos que tengan una apariencia de discriminación”, que permitan establecer una presunción de que existe una discriminación, pero no pueden ser meras alegaciones, sino que deben ser hechos acreditados.

- En el Asunto 415/10, el TJUE recoge cuáles pueden ser los elementos a valorar para considerar que ha podido darse discriminación en un proceso de selección del contratante. Fundamentalmente, tiene en cuenta tres elementos:
 1. Si existe adecuación manifiesta del nivel de cualificaciones del candidato o candidata al puesto de trabajo.
 2. Si existe falta de convocatoria del candidato o candidata a una entrevista.
 3. La posible persistencia del empresario a no convocar al candidato o candidata, para el caso de que se produjese un nuevo proceso de selección.
- Que no existe en el Derecho de la Unión un principio general que prohíba a los empleadores discriminar por razón de obesidad en el mercado de trabajo. Esto se desprende de las disposiciones de los tratados, ya que ningún artículo hace mención a la obesidad como motivo prohibido de discriminación y esta negativa hace que el tribunal no se pronuncie sobre otras cuestiones, abordando únicamente la cuestión de si puede considerarse o no la obesidad como una discapacidad, concluyendo que “la aplicabilidad del concepto de discapacidad dependerá de las circunstancias concretas del trabajo en cuestión y no de una clasificación abstracta sobre el grado de deficiencia”.

Por todo lo expuesto anteriormente, es difícil saber si una persona que es discriminada por su físico podría gozar de la misma protección que otra persona que es discriminada por una causa que expresamente aparece contemplada en el Derecho de la Unión.

En realidad, la cuestión sería determinar si los motivos que no están incluidos en las enumeraciones hechas por la normativa europea (discriminación por el aspecto) podrían ser objeto de protección a través de otras circunstancias relacionadas que específicamente están contempladas (por ejemplo, edad, aspecto racial o discapacidad).

Si invocamos aquella parte de la doctrina favorable a las disposiciones abiertas se prohibiría “toda clase de discriminación” (como lo hace la Carta o el Convenio) y, por tanto, se estaría prohibiendo la discriminación basada en apariencia.

Sin embargo, el Abogado General Wahl, en el Asunto C-354/3 se refiere a que el artículo 6 del Tratado de Funcionamiento que declara los ámbitos de competencias de la Unión Europea, impide que puedan invocarse otras disposiciones que amplíen las competencias de la Unión.

De esta manera, dichas competencias son límites externos a la normativa sobre derechos fundamentales de la Unión Europea, impidiendo que se tengan en cuenta disposiciones que puedan ampliar las competencias de la Unión tal y como estas se encuentran definidas en los tratados.

Considera el Abogado General en sus conclusiones que el artículo 19 del TFUE solo establece una base legal para adoptar medidas tendentes a la discriminación, pero siempre dentro del ámbito de las competencias establecidas de la Unión, por ello “no se podrá aplicar a otros tipos de discriminación que no estén comprendidos expresamente en él”⁷⁶⁵.

11.2. Derecho derivado: Directivas sobre discriminación y jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) relacionada con las directivas

En las Directivas del Derecho de la Unión se contienen motivos específicos de discriminación, dentro de las que no se incluye específicamente el aspectismo.

La Directiva 2000/78/CE del Consejo, de 27 de noviembre de 2000, establece un marco general para la igualdad de trato en el empleo y la ocupación⁷⁶⁶. Establece que:

El empleo y la ocupación son elementos esenciales para garantizar la igualdad de oportunidades para todos y contribuyen decisivamente a la participación plena de los ciudadanos en la vida económica cultural y social, así como a su desarrollo personal”⁷⁶⁷.

En su artículo 1 establece su objeto:

Un marco general para luchar contra la discriminación por motivos de religión o convicciones, de discapacidad, de edad o de orientación sexual en

⁷⁶⁵ Asunto C-354/13, del Tribunal de Justicia, de 18 de diciembre de 2014 (ECLI: EU:C: 2013:354); en el mismo sentido el Asunto C- 13/05, del Tribunal de Justicia, de 11 de julio de 2006.

⁷⁶⁶ Directiva 2000/78/CE, del Consejo, de 27 de noviembre de 2000, relativa al establecimiento de un marco general para la igualdad de trato en el empleo y la ocupación. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2000-82357#:~:text=Requisitos%20m%C3%ADnimos.-,1.,previstas%20en%20la%20presente%20Directiva>.

⁷⁶⁷ Directiva 2000/78, del Consejo, de 27 de noviembre de 2000, considerando 9.

el ámbito del empleo y la ocupación, con el fin de que en los Estados miembros se aplique el principio de igualdad de trato.

El artículo 2 se refiere tanto a la discriminación directa como indirecta. El artículo 3 recoge que su ámbito de aplicación incluye a todas las personas, tanto al sector privado como al sector público, aunque, recoge una exclusión explícita respecto a las fuerzas armadas respecto a la discriminación basada en la discapacidad y en la edad, por lo que se regirían por su propia normativa.

En el Asunto C-13/05 del TJUE, de 11 de julio de 2006, la Gran Sala precisa que:

(...) es verdad que entre los derechos fundamentales que forman parte de los principios generales del Derecho Comunitario figura el principio general de no discriminación, vinculando a todos los Estados miembros, pero no cabe deducir que el ámbito de aplicación de la Directiva, deba ampliarse por analogía a otros tipos de discriminación, además de las basadas en los motivos enumerados con carácter exhaustivo en el artículo 1 de la Directiva⁷⁶⁸.

Este asunto en el que el tribunal resuelve una decisión prejudicial, se centra en la interpretación de la discriminación por motivos de discapacidad según la Directiva 2000/78/CE y con carácter subsidiario, determinar la posible inclusión de discriminación por motivos de enfermedad.

El órgano jurisdiccional español remitente observa que existen precedentes judiciales españoles según los cuáles este tipo de despido sería improcedente y no nulo, ya que el derecho español no incluye dentro de los motivos de discriminación prohibidos el de la enfermedad. La petición se enmarca en un litigio en el que la señora Chacón-Navas demanda por despido a la Sociedad Eurest dedicada a la restauración colectiva, debido a una baja laboral por enfermedad donde la empresa en la notificación de despido no especifica ningún motivo de despido. La señora Chacón-Navas alega que su despido es nulo debido a la desigualdad de trato por ser objeto de discriminación.

Si se atiende a la Clasificación Internacional de Funcionamiento de la Discapacidad y de la Salud (CIF), “la discapacidad” sería un término genérico que incluiría deficiencias y factores que limitan la actividad y la participación en la vida social. El tribunal plantea considerar si los términos “enfermedad” y “discapacidad” son semejantes o términos diferentes, ya que la normativa comunitaria no sería directamente aplicable a “la enfermedad”, por no estar esta explícitamente citada en ningún artículo de la Directiva.

⁷⁶⁸ Asunto C-13/05 del Tribunal de Justicia, de 11 de julio de 2006, considerando 56 (ECLI: EU:C: 2000:78).

El razonamiento anterior nos llevaría a plantear si, dado el caso, un defecto físico por el que el trabajador resulte discriminado en el empleo, por ejemplo, por ser obeso, podría ser considerado una “discapacidad física” y, en consecuencia, si quedaría dentro del marco general de lucha contra la discriminación de aplicación de la Directiva o, por el contrario, si queda fuera de su ámbito protector.

El tribunal aclara que “es preciso excluir la equiparación pura y simple de ambos conceptos”⁷⁶⁹. De lo expuesto, resulta que la persona que es despedida de forma exclusiva por una “enfermedad” no estaría incluida en el marco general de la Directiva y, por ello, el Tribunal señala que “la enfermedad en cuanto tal, no puede considerarse un motivo que venga a añadirse a aquellos otros motivos en relación con los cuales la Directiva 2000/78 prohíbe toda discriminación”.

El razonamiento planteado anteriormente en base a sí una persona obesa o con otro hándicap físico pudiera quedar bajo el ámbito protector de la Directiva 2000/78, dado que en su artículo 1 establece un marco general de lucha contra la discriminación por diferentes motivos (entre ellos, se encuentra específicamente regulado la discapacidad), parece que no es aperturista, puesto que *el Tribunal de Justicia de la Unión Europea no amplía estas consideraciones a los otros tipos de discriminación expresamente mencionados*.

No obstante, en las observaciones que efectúa la Abogacía General en relación con el caso C-354/13 se señala, respecto a la condición de discapacidad que⁷⁷⁰:

es cierto que la Directiva 2000/78/CE no indica qué trabajadores quedan protegidos por la prohibición de discriminación por discapacidad (...) pero este es un concepto que evoluciona (...), de manera que la falta de un órgano o un defecto físico o anatómico o una enfermedad, por sí mismas no constituyen una discapacidad según la Directiva 2000/78/CE, si estas no suponen una limitación que dificulte la participación plena y efectiva en la vida profesional en igualdad de condiciones con los demás trabajadores⁷⁷¹.

Entonces, en base a dicho criterio ¿podría considerarse amparada bajo la prohibición de discriminación por discapacidad a una persona que tuviese una limitación física para desarrollar un determinado trabajo, por ejemplo, por obesidad?

⁷⁶⁹ Asunto C-13/05, del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 11 de julio de 2006, considerando 44 (ECLI: EU:C: 2000:78).

⁷⁷⁰ Caso C-354/13, del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 18 de diciembre de 2014.

⁷⁷¹ Caso C-354/13, del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 18 de diciembre de 2014, apartados 33 y 34.

Todo apunta a que esta Directiva no protege bajo su ámbito a una persona que haya sido despedida basándose exclusivamente en una enfermedad, tal como, la obesidad o por otro defecto físico o anatómico.

Sin embargo, la jurisprudencia europea hace una reinterpretación, como sucede en el asunto C-354/13, que si bien admite que la obesidad no es una de las causas que se encuentren amparadas por la Directiva 2000/78/CE ni tampoco por la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, “reinterpreta el concepto de la discapacidad para integrar en el mismo desde la perspectiva de la repercusión funcional, el hándicap o la imposibilidad de realizar una actividad profesional y la dificultad para su ejercicio desde la perspectiva de la dolencia física que provoca una limitación”⁷⁷².

Si atendemos a las observaciones de la Abogacía General se puntualiza que:

(...) la obesidad de cierta gravedad al interactuar con las barreras debidas a la actitud y al entorno, al dificultar la participación plena y eficaz en la vida profesional puede constituir una discapacidad según la Directiva 2000/78/CE, debido a las limitaciones físicas y/o psicológicas que entraña⁷⁷³.

El tribunal en el asunto C-354/13 considera que “el Derecho de la Unión no consagra, como tal, un principio general de no discriminación por razón de obesidad en el ámbito del empleo y de la ocupación”. Sin embargo, admite su equiparación a la discapacidad y, por ello, la protección basada en esta tutela cuando concurren las condiciones al amparo de la Directiva 2000/78/CE, del Consejo, de 27 de noviembre:

Cuando acarree una limitación, derivada en particular de dolencias físicas, mentales o psíquicas, a largo plazo, que, al interactuar con diversas barreras, pueda impedir la participación plena y efectiva de la persona de que se trate en la vida profesional en la igualdad de condiciones con los demás trabajadores.

Según dicha consideración quedarían amparadas bajo la protección solo las personas con obesidad mórbida o con situaciones físicas extremas que comportasen fuertes alteraciones funcionales o duraderas en el tiempo, pero, como señala Baile, estos son casos excepcionales y los problemas por discriminación basados en el aspecto acontecen cotidianamente en el ámbito laboral.

⁷⁷² Rivas (2015, p. 24).

⁷⁷³ Incluso el gobierno de Dinamarca y la Comisión, parecen estar de acuerdo en que además de la obesidad, pueden entrañar limitaciones en el mercado de trabajo los prejuicios basados en la apariencia física.

Sería necesario establecer de forma más precisa, la extensión de la protección europea en el caso de discapacidad, por edad, por causas genéticas (que podría englobar ciertos casos de obesidad, porque puede que en algunos casos la obesidad no tenga un origen genético, sino que pueda ser fisiológico, tales como, un problema de tiroides o incluso que la persona contribuya a la misma con su comportamiento), etcétera.

Además, el artículo 19 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE, en adelante) podría constituir la base legal para prohibir la discriminación basada en el aspecto físico. Esta fue una disposición aplicable en el marco jurídico del Asunto C-354/13, en la cuestión prejudicial planteada al Tribunal de Justicia de la Unión Europea por Dinamarca en relación con la discriminación por obesidad⁷⁷⁴. El artículo 19 del TFUE (antiguo artículo 13), establece que:

1. Sin perjuicio de las demás disposiciones de los tratados y dentro de las competencias atribuidas a la Unión por los mismos, el Consejo, por unanimidad con arreglo a un procedimiento legislativo especial, y previa aprobación del Parlamento Europeo, podrá adoptar acciones adecuadas para luchar contra la discriminación por motivos de sexo, de origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad, u orientación sexual (...) ⁷⁷⁵.

Aunque, el artículo 19 del TFUE no recoge expresamente la discriminación basada en aspecto y tampoco incluye una cláusula abierta, lo cierto es que lista otros tipos de discriminaciones que bien podrían estar relacionadas con el aspectismo, tales como, la edad, la discapacidad o el origen racial.

En la literatura científica se ha puesto de manifiesto en reiteradas ocasiones una visión que puede resultar cuestionable relativa a que “la discriminación de origen racial es principalmente una discriminación por razón de apariencia física o de unos determinados rasgos físicos propios de determinadas identidades”⁷⁷⁶.

Otras normas del Derecho de la Unión en las que se le da prioridad a la lucha contra la discriminación son:

⁷⁷⁴ Sentencia del TJUE, de 18 de diciembre de 2014.

⁷⁷⁵ Artículo 19 TFUE, apartado 1).

⁷⁷⁶ Cuadernos de Aranzadi (2013, p. 84).

- la Directiva 2000/43/CE del Consejo, de 29 de junio de 2000, relativa a la aplicación del principio de igualdad de trato de las personas, independientemente de su origen racial o étnico⁷⁷⁷, y,
- la Directiva 2006/54/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de julio de 2006, relativa a la aplicación del principio de igualdad de oportunidades e igualdad de trato entre hombres y mujeres en asuntos de empleo y ocupación⁷⁷⁸.

La Directiva 2000/43/CE tiene por objeto establecer un marco para luchar contra la discriminación por motivos de origen racial o étnico, para que se aplique en los Estados miembros el principio de igualdad de trato.

En un caso en el que se resuelve una cuestión prejudicial por el TJUE⁷⁷⁹ interpretando los artículos 7 y 15 de la Directiva 2000/43/CE, se trata de determinar si dichos artículos garantizan la tutela judicial efectiva del derecho a la igualdad de trato⁷⁸⁰. También si son suficientes por sí solos para dar una protección eficaz, además de plantear lo qué ocurriría si el juez nacional que resuelve el caso se encuentra con disposiciones nacionales contrarias al Derecho de la Unión⁷⁸¹.

⁷⁷⁷ Directiva 2000/43/CE del Consejo, de 29 de junio de 2000. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2000-81307#:~:text=L%2D2000%2D81307-.Directiva%202000%2F43%2FCE%20del%20Consejo%2C%20de%2029%20de,su%20origen%20racial%20o%20C3%A9tnico>. Las directivas europeas sobre igualdad de trato y lucha contra la discriminación 2000/43 y 2000/78, han sido incorporadas al sistema legal español mediante Ley 62/2003, de 30 de diciembre de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social (BOE n.313, de 31 de diciembre de 2003).

⁷⁷⁸ Directiva 2006/54/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de julio de 2006. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2006-81416>

⁷⁷⁹ Asunto C-30/19, del TJUE, de 15 de abril de 2021.

⁷⁸⁰ Artículo 7 de la Directiva 2000/43/CE. Defensa de derechos:

1. Los Estados miembros velarán por la existencia de procedimientos judiciales y administrativos, e incluso, cuando lo consideren oportuno, procedimientos de conciliación, para exigir el cumplimiento de las obligaciones establecidas con arreglo a la presente Directiva, para todas las personas que se consideren perjudicadas por la no aplicación, en lo que a ellas se refiere, del principio de igualdad de trato, incluso tras la conclusión de la relación en la que supuestamente se ha producido la discriminación.

2. Los Estados miembros velarán por que las asociaciones, organizaciones u otras personas jurídicas que, de conformidad con los criterios establecidos en el Derecho nacional, tengan un interés legítimo en velar por el cumplimiento de lo dispuesto en la presente Directiva, puedan iniciar, en nombre del demandante o en su apoyo, y con su autorización, cualquier procedimiento judicial o administrativo previsto para exigir el cumplimiento de las obligaciones de la presente Directiva.

3. Los apartados 1 y 2 se entenderán sin perjuicio de las normas nacionales en materia de plazos de interposición de recursos en relación con el principio de igualdad de trato.

⁷⁸¹ Artículo 15 de la Directiva 2000/43/CE. Sanciones.

En el asunto anteriormente citado, el recurso se presentó por el Defensor del Pueblo de Suecia en nombre de un pasajero de origen chileno frente a la compañía aérea sueca, Brathens. En este supuesto se trataría de una discriminación directa asociada a las características físicas de la persona, porque el pasajero es asociado con una persona árabe y se le somete a un control de seguridad adicional, colocándolo en una situación de desventaja social, no solo por su origen étnico sino también por razones ligadas a la apariencia física.

Este caso se encuentra en relación con el significado de la propia identidad por las actitudes públicas que llevan a adoptar medidas de seguridad que atacan no solo a la persona sino a la cohesión interétnica⁷⁸².

Ante el tribunal de primera instancia de Estocolmo se solicita una indemnización por discriminación directa con infracción del artículo 12 del capítulo 2 y del artículo 4 del capítulo 1 de la “Ley contra la discriminación”⁷⁸³. La compañía accede a pagar la indemnización, sin embargo, no reconoce la existencia de discriminación y decae la petición del Defensor de que el tribunal dictase sentencia declarativa, debido al allanamiento de la compañía a la petición indemnizatoria. Se recurre infructuosamente ante el Tribunal de Apelación de Estocolmo⁷⁸⁴, por lo que el Defensor del Pueblo interpone recurso de casación ante el Tribunal Supremo sueco⁷⁸⁵. Así, el Tribunal Supremo sueco plantea si en función del artículo 7 de la Directiva 2000/43/CE, si en caso de allanarse a la demanda y a la pretensión indemnizatoria el demandado, puede el juez entrar a examinar la protección de los derechos de tal directiva, para lo que suspende el procedimiento planteando la cuestión prejudicial al TJUE.

Los Estados miembros establecerán el régimen de sanciones aplicables en caso de incumplimiento de las disposiciones nacionales adoptadas en aplicación de la presente Directiva y adoptarán todas las medidas necesarias para garantizar su cumplimiento. Dichas sanciones, que podrán incluir la indemnización a la víctima, serán efectivas, proporcionadas y disuasorias. Los Estados miembros comunicarán dichas disposiciones a la Comisión a más tardar el 19 de julio de 2003 y le notificarán sin demora cualquier modificación de aquéllas.

⁷⁸² Jarvis y Lister (2017).

⁷⁸³ Diskrimineringslagen, 2008:567. El artículo 4 se refiere a que una situación es discriminatoria cuando una persona está en desventaja frente a otra por ser tratada de forma menos favorable que lo sería tratada otra persona en una situación comparable, cuando dicha diferencia de trato se basa en el sexo, identidad, expresión de género, origen étnico, religión, creencias, discapacidad, orientación sexual o edad. El artículo 12 se refiere a que toda persona que ofrezca servicios al público tiene prohibido cometer cualquier tipo de discriminación.

⁷⁸⁴ Ante el Svea hovrät. El Tribunal de primera instancia declaró inadmisibile la pretensión del Defensor del pueblo, señalando que los litigios de obligaciones civiles y de derechos de carácter dispositivo para las partes, deben resolverse sin examinar el fondo cuando se produce el allanamiento a la pretensión indemnizatoria.

⁷⁸⁵ Ante el Högsta Domstolen, solicitando la anulación de la sentencia y la devolución del procedimiento a la primera instancia para que se entrase a examinar el fondo del asunto y se dictase sentencia declarativa.

La resolución de la Gran Sala, si bien, reconoce que los artículos 7 y 15 de la Directiva 2000/43/CE garantizan la tutela judicial efectiva del derecho a la igualdad de trato, parece que estos se oponen a la normativa estatal sueca, que impide que el juez que está conociendo de un recurso de indemnización basado en una discriminación prohibida por la directiva pueda examinar el fondo del asunto cuando el demandado se ha allanado a la pretensión indemnizatoria. Aun así, dichos artículos pretenden garantizar una protección jurídica efectiva y los considera suficientes por sí solos, no necesitando que sean desarrollados por otras normas. También estaría el principio de primacía del derecho de la Unión, que cuando no sea posible interpretar la norma nacional en función de las exigencias del derecho de la Unión, el juez nacional debe abstenerse de aplicar cualquier disposición nacional contraria al derecho de la unión, que posee un efecto directo en el litigio que conoce.

El objeto de la Directiva, la 2006/54/CE es garantizar el principio de igualdad de oportunidades e igualdad de trato entre hombres y mujeres en asuntos de empleo y ocupación. Contiene disposiciones destinadas a aplicar el principio de igualdad de trato:

- en el acceso al empleo, incluida la promoción y a la formación profesional,
- en las condiciones de trabajo, incluida la retribución,
- en los regímenes profesionales de seguridad social.

En conclusión, en ninguna de las tres Directivas anteriores se encuentra referencia alguna a la protección de las personas contra la discriminación por motivo de apariencia física⁷⁸⁶. Además, también resulta muy difícil, a juicio del TJUE, proteger dicha discriminación “asimilándola por analogía” a otras circunstancias expresamente contempladas⁷⁸⁷:

“El TSJUE considera que las causas protegidas en los distintos preceptos de los Tratados Fundacionales y en el artículo 1 de la Directiva 2000/78/CE, suponen una enumeración exhaustiva o cerrada, lo que imposibilita que la protección pueda ser ampliada a otras causas o colectivos”⁷⁸⁸.

Prácticamente, el estigma social de ser discriminado por el aspecto en la jurisprudencia comunitaria se ha ceñido al marco de la discapacidad, más específicamente, a la obesidad, pero dejando fuera un

⁷⁸⁶ Baile (2017, p. 301).

⁷⁸⁷ Según Pérez (2015, p. 6); citado en Baile (2017, p. 302): “En relación a si otras causas de discriminación no enumeradas expresamente tendrían cabida en los Tratados Fundacionales, e incluso, en las Directivas de desarrollo, la respuesta del Tribunal se mantiene inalterable admitiendo que estas no están expresamente incluidas en la prohibición de discriminación, y, en concreto en los artículos 10 y 19 TFUE y en el artículo 1 de la Directiva 2000/78/CE.”

⁷⁸⁸ Pérez (2015, p. 6); citado en Baile (2017, p. 302).

elevado número de supuestos en los que la discriminación efectiva no tiene ligamen con la discapacidad⁷⁸⁹.

La Decisión Marco 2008/913/JAI del Consejo, relativa a la lucha contra determinadas formas y manifestaciones del racismo y xenofobia, se refiere a que “el discurso del odio se integra por varias conductas cuyo eje se encuentra en la incitación pública a la violencia o al odio dirigidos contra un grupo de personas o un miembro de tal grupo, definido en relación con la raza, el color, la religión, la ascendencia o el origen nacional o étnico”. En esta Decisión se recoge un abanico de conductas que promueven el odio, la humillación o el menosprecio de los individuos por ciertas características físicas, como el color de la piel, o, por atributos físicos, como el pertenecer a una etnia determinada. La finalidad es desacreditar a la persona basándose en estereotipos negativos, estigmatizándola.

Finalmente, mencionar que en la regulación europea en materia audiovisual, se encontraba la Directiva 89/552/CEE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, que fue denominada coloquialmente como “Directiva de televisión sin fronteras”. Esta directiva fue sucesivamente revisada en 1997 y en 2007, incluyendo nuevos servicios, tales como, internet. Así, en 2010, la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo, pasó a denominarse “Directiva de servicios de comunicación audiovisual”. Con la finalidad de actualizar el marco normativo en 2018, se votó la adopción de una nueva directiva en la UE, la Directiva 2018/1808/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre, que modifica la de 2010. Esta última incorpora al ordenamiento jurídico español numerosas novedades, entre ellas, la protección de los menores frente a contenidos perjudiciales.

⁷⁸⁹ Rivas (2015).

CAPÍTULO 12. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL CONSEJO DE EUROPA

12.1. Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales (CEDH)

Los avances en materia de protección frente a la discriminación en el ámbito europeo han sido lentos, pero convertido este en uno de los valores más importantes de la Unión, con los Tratados y con la adopción de las directivas anteriormente mencionadas, todo ello ha supuesto una importante ampliación del ámbito de aplicación de la prohibición de discriminación no solo referido al ámbito ocupacional, sino, en general, a la seguridad social, al bienestar, a la salud, a la vivienda, a la educación y al acceso a bienes y servicios.

Como anteriormente se ha mencionado, la prohibición de discriminación en el Convenio para la Protección de los Derechos Humanos se encuentra en el artículo 14 que, señala que el goce de los derechos y libertades son los reconocidos “en el presente Convenio”, por lo que el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH) no es competente para conocer reclamaciones por discriminación que no se basen en alguno de los derechos recogidos expresamente en el Convenio⁷⁹⁰.

Es cierto que el Convenio protege derechos que están relacionados con la vida privada de la persona, pero no existe un artículo en el que se mencione expresamente la discriminación por apariencia, aunque la apariencia sea una manera personal de exteriorizar la personalidad y la identidad del individuo, quedando dentro de la esfera personalísima y privada del individuo.

No obstante, para que pueda aplicarse el artículo 14 del Convenio es necesario que se den una serie de requisitos:

- debe alegarse vulneración de un derecho sustantivo.
- dicho derecho vulnerado debe estar recogido en el Convenio.
- Además, el TEDH entiende el derecho a la igualdad como derecho a la no discriminación, por lo que este artículo no prohibiría toda diferencia de trato. Solo sería incompatible con el artículo 14 del Convenio, un trato diferente, discriminatorio, por carecer de justificación objetiva, o, por ejemplo, que no exista una razón de proporcionalidad.

⁷⁹⁰ Firmado en Roma, de 4 de noviembre de 1950 (BOE, n. 243, de 10 de octubre de 1979). <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1979-24010>

- El TEDH considera a la igualdad y a la no discriminación como derechos transversales y conexos a los demás derechos. Así, el principio de igualdad y el de no discriminación al tener una naturaleza dependiente y vinculada a los otros derechos, no serían derechos sustantivos, precisando de esta manera la naturaleza complementaria del derecho a no ser discriminado. Esto lleva a la necesidad de que para alegar violación de la igualdad se relacione con otro derecho del Convenio.

A través del Protocolo 12 (2000) se ha ampliado la aplicación de la prohibición de la discriminación al CEDH, garantizando la igualdad de trato en el disfrute de todos los derechos incluidos los derivados de la legislación nacional, por lo que podría dar lugar a que cubriese posibles casos de discriminación frente a la apariencia física en relación con la discapacidad, la edad o al color de la piel, además de tener en cuenta la cláusula abierta de “cualquier otra situación”⁷⁹¹.

Como se ha señalado en la doctrina, el protocolo número 12 “perfecciona el derecho a no ser discriminado en el goce de los derechos que reconoce el Convenio”, dado que tal derecho no es autónomo, sino que la protección opera únicamente en relación con los derechos recogidos en el Convenio⁷⁹².

Lo mismo que ocurre con las condiciones que se protegen en el artículo 14 del Convenio, las protegidas en el artículo 1 del Protocolo número 12 son semejantes y, por ello, tampoco tendrían la consideración de un *numerus clausus*, no tratándose de una lista exhaustiva de tipologías discriminatorias. Además, según la literatura científica los derechos que reconoce el Convenio constituyen “un mínimo”, dado que su articulado no debe ser interpretado en el sentido de perjudicar los derechos fundamentales del individuo que reconocen las legislaciones de los Estados miembros⁷⁹³.

Una de las características más importantes del Convenio es que crea una serie de instituciones que constituyen una garantía jurisdiccional y que se integra por la Comisión Europea de Derechos Humanos, por el Comité de ministros del Consejo de Europa y por el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH).

⁷⁹¹ Artículo 1, del Protocolo número 12 al Convenio para la Protección de los Derechos humanos y de las Libertades Fundamentales: 1. El goce de los derechos reconocidos por la ley ha de ser asegurado sin discriminación alguna, especialmente por razones de sexo, raza, color, lengua, religión, opiniones políticas o de otro carácter, origen nacional o social, pertenencia a una minoría nacional, fortuna, nacimiento o cualquier otra situación. 2. Nadie podrá ser objeto de discriminación por parte de una autoridad pública, especialmente por los motivos mencionados en el párrafo 1.

⁷⁹² Carrillo (2003).

⁷⁹³ Carrillo (2003, p.398).

La Comisión conoce las demandas de un Estado parte contra otro Estado que sea parte en el Convenio (de oficio), pero también conoce demandas interpuestas por particulares (en este caso, de forma facultativa y siempre que el particular demandante debía ser víctima de la vulneración alegada).

12.2. Pronunciamientos del TEDH

El TEDH, con sede en Estrasburgo, se compone por un número de jueces igual al de Estados miembros en el Convenio. Los jueces son elegidos por la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa y estos deberán gozar de la más alta consideración moral y reunir las funciones requeridas para el ejercicio de la función judicial o ser jurisconsultos de reconocida competencia. Son independientes, en el sentido de que no representan a su Estado.

El TEDH posee una jurisdicción voluntaria para dictar sentencia en los asuntos que le sean sometidos por la Comisión o por un Estado parte. Aquellos supuestos que no pudieran ser sometidos al Tribunal porque el Estado demandado no acepta la jurisdicción del tribunal, el Comité de ministros tendría competencia cuasi-jurisdiccional para adoptar una resolución vinculante sobre si se ha dado o no violación del Convenio.

El Convenio no se refiere en ningún momento al principio de proporcionalidad⁷⁹⁴. Sin embargo, el TEDH lo ha convertido en el principio más fecundo y en una pieza de control del margen de apreciación de los Estados miembros para construir un derecho común europeo. Gracias a la jurisprudencia de este tribunal, el ámbito protector del Convenio se ha extendido “a derechos no expresamente reconocidos en el mismo”⁷⁹⁵.

En la literatura científica “se recuerda que el TEDH ya ha aplicado el artículo 14 con respecto a motivos de discriminación que no se mencionan en esa disposición”⁷⁹⁶.

⁷⁹⁴ El Juicio de proporcionalidad, en sentido estricto, hace referencia a determinar si la medida es ponderada o equilibrada respecto al fin que se persigue, por derivarse de ella más beneficios para el interés general que perjuicios sobre otros valores o bienes en conflicto.

⁷⁹⁵ Carrillo (2003, p. 429).

⁷⁹⁶ Baile (2017, p. 318). Cita la sentencia de 21 de diciembre de 1999, en el asunto Salgueiro da Silva Mouta, Portugal.

Respecto a la apariencia física se han dado sobre todo pronunciamientos del TEDH en cuestiones relacionadas con el origen étnico, el color de la piel o la vestimenta relacionada con una finalidad religiosa, motivos no siempre admitidos en base a los artículos del Convenio.

En el Asunto Barik Edidi contra España, la señora Zoubida Barik, es una nacional española, abogada, que acude a unas vistas que se celebran en la Audiencia Nacional en el marco de un proceso por delitos de terrorismo islámico, cubriéndose la cabeza con un Yihab, situándose físicamente en una zona destinada al público, sin que existan observaciones por parte del tribunal. En otra sesión, se sienta en la zona reservada a las partes, vistiendo toga con yihab, sin que tampoco el tribunal efectúe observaciones⁷⁹⁷. En la sesión siguiente y antes de comenzar, el presidente del tribunal solicita que se vaya a la zona reservada al público debido a que los abogados comparecientes en estrados no pueden cubrirse la cabeza con un pañuelo. Zoubida negó marcharse alegando que el Reglamento solo exigía vestir toga y que, además, ya había estado así vestida en otras sesiones sin que se le dijese nada⁷⁹⁸.

Después de interponer varios recursos el Tribunal Supremo no entra en el fondo del asunto, desestimando el recurso. La demandante formula recurso de nulidad que también es desestimado por el Tribunal Supremo. Posteriormente, invocando el artículo 14 de la Constitución (derecho a la igualdad ante la ley), el artículo 18 (derecho a la intimidad), el artículo 16 (libertad religiosa) y el artículo 24

⁷⁹⁷ Demanda N° 6177/10, Caso Barik Edidi, Sección 3ª del TEDH de 26 de abril de 2016.

⁷⁹⁸ Artículo 37 y 39 del Real Decreto 658/2001, de 22 de junio, por el que se aprueba el estatuto general de la abogacía española. Artículo 37.

1. Los abogados comparecerán ante los Tribunales vistiendo toga y, potestativamente, birrete, sin distintivo de ninguna clase, salvo el colegial, y adecuarán su indumentaria a la dignidad y prestigio de la toga que visten y al respeto a la Justicia.

2. Los abogados no estarán obligados a descubrirse más que a la entrada y salida de las Salas a que concurran para las vistas y en el momento de solicitar la venia para informar.

ARTÍCULO 39.

1. En los Tribunales se designará un sitio separado del público, con las mismas condiciones del señalado para los abogados actuantes, a fin de que puedan ocuparlo los demás letrados que, vistiendo toga, quieran presenciar los juicios y vistas públicas.

2. En las sedes de Juzgados y Tribunales se procurará la existencia de dependencias dignas y suficientes para su utilización exclusiva por los abogados en el desarrollo de sus funciones.

(tutela judicial efectiva) recurre en amparo ante el TC, el cual inadmite el recurso de amparo por no haberse producido violación de derechos fundamentales.

En las quejas (apartado 30), la demandante invoca los artículos 8 y 9 del Convenio y el artículo 1 del Protocolo número 12 por considerar que la no autorización a ocupar un lugar en la zona reservada por cubrirse la cabeza con un pañuelo era una discriminación.

El TEDH señala que no está llamado a pronunciarse sobre las alegaciones de la demandante, porque la demanda incurría en otras causas de inadmisibilidad como era el haber formulado su recurso de manera extemporánea y, además, el recurso de amparo ante el TC fue inadmitido por no producirse vulneración de un derecho fundamental, rechazando la queja por estar mal fundada y declarando la demanda inadmisibile.

En este caso, el artículo 14 alegado del Convenio sería el único punto de engarce con el asunto del aspectismo, en este caso por vestimenta de índole religiosa, pero que sería plenamente aplicable cuando en la parte final del artículo se refiere a que no puede existir discriminación por “(...) cualquier otra situación”, en la que posiblemente podría incluirse la apariencia de la mujer.

El TEDH sigue la postura de considerar que la difusión de ideas de intolerancia, de exclusión social son perseguibles penalmente cuando generen un clima de hostilidad que desemboque en actos específicos de violencia o discriminación contra grupos o personas. El TEDH supera la doctrina tradicional que ha vinculado el discurso de odio con la incitación a la comisión de hechos violentos. El TEDH ha afirmado que:

(...) la tolerancia y el respeto de la igual dignidad de todos los seres humanos constituyen el fundamento de una sociedad democrática y pluralista. De ello, resulta que, en principio, se puede considerar necesario en las sociedades democráticas, sancionar e incluso prevenir todas las formas de expresión que propaguen, inciten, promuevan o justifiquen el odio basado en la intolerancia⁷⁹⁹.

Así, que es lo mismo como se conceptúe el comportamiento conducente a menospreciar a otros por su apariencia ya que lo que causa es odio e intolerancia, porque esta forma de discriminación hiera los sentimientos de la persona y conduce a la exclusión social de la misma. Por ello, debe ser sancionada cualquiera que sea la denominación utilizada, siguiendo el razonamiento del TEDH, porque no importa tanto la definición dado que incluye elementos subjetivos esencialmente valorativos que no son idénticos

⁷⁹⁹ STEDH, de 16 de julio de 2009, Féret contra Bélgica.

en todas las culturas, pero que, sin embargo, atenta en cualquier sociedad contra la dignidad humana, porque promueven el descrédito, la humillación del individuo, cosificando a la persona por el solo hecho de ser diferente.

Según la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE), los delitos de odio son:

(...) toda infracción penal, incluidas las infracciones contra las personas y la propiedad, cuando la víctima, el lugar o el objetivo de la infracción son seleccionados a causa de su conexión, relación, afiliación, apoyo o pertenencia real o percibida pertenencia a un grupo que pueda estar basado en la raza, origen nacional o étnico, el idioma, *el color*, la religión, la edad, *la minusvalía física o mental*, la orientación sexual *u otros factores similares*, ya sean reales o supuestos.

En el caso del edadismo, el TEDH ha considerado en varios casos en los que puede existir discriminación por motivos de edad y que la edad se incluiría en la cláusula general de “cualquier otra situación”.

En el asunto de Schwizgebel contra Suiza de fecha 10 de junio de 2010, en el que una mujer de 47 años denunció que se rechazó su solicitud para adoptar un niño basándose en la diferencia de edad entre la adoptante y el adoptado, el TEDH justificó la diferencia de trato con otras solicitantes de adopción, porque en este caso la diferencia de edad podía repercutir en el bienestar del niño⁸⁰⁰.

En definitiva, aunque la discriminación basada en apariencia no esté explícitamente contemplada en la legislación europea, es necesario apreciar la existencia de esta tipología discriminatoria, no siendo tan importante el tenor literal de la denominación, “aspectismo”, como el sentido común sobre el bien jurídico que se pretende proteger, el contexto y la finalidad para la que las normas han sido creadas, porque, el que ejerce el aspectismo pretende objetivamente humillar, vejar, agredir, excluir, herir y/o discriminar al otro simplemente por la manera que exterioriza su personalidad.

De la misma manera que el articulado de la constitución española protege frente a cualquier tipo de discriminación con una cláusula abierta y, dado que el derecho español es derecho europeo, el sentido general de la legislación en el ámbito europeo es proteger frente a cualquier tipo de discriminación

⁸⁰⁰ TEDH, Schwizgebel contra Suiza, núm. 25762/07, de fecha 10 de junio de 2010. <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22:%5B%22001-99288%22%5D%7D>

expresamente contemplada o que aun no estándolo puedan producir el mismo efecto similar, consistente en intimidar, discriminar o excluir al individuo sin ninguna circunstancia que lo justifique.

CAPÍTULO 13. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL DERECHO DE INTERNACIONAL

13.1. Protección internacional de los derechos

A la protección internacional de los derechos responde el conjunto formado por una serie de instrumentos mencionados a continuación, respecto a los cuales han seguido después, de manera progresiva, otras muchas declaraciones específicas, protocolos y anexos. Se crean órganos de promoción y de protección de los derechos, instaurando también órganos judiciales específicos.

En este epígrafe nos referiremos al principio de no discriminación, en general, y, en particular, a la no discriminación por apariencia en el ámbito internacional, por si hubiese tratados internacionales específicos o Convenciones que protegiesen frente al aspectismo, puesto que, según la jurisprudencia, las Convenciones son integradas en el derecho interno aplicable y poseen valor como fuente de interpretación de los preceptos de la constitución:

Por otro lado, el artículo 10.2 de la Constitución establece que las normas relativas a los derechos fundamentales y a las libertades que la Constitución reconoce, deberán interpretarse de conformidad con la Declaración Universal de Derechos Humanos y los tratados y acuerdos internacionales sobre las mismas materias ratificados por España, disposición normativa de la que se desprende que los derechos y libertades fundamentales de las personas con discapacidad reconocidos en nuestra Constitución, deberán interpretarse, a partir de ahora, según los principios y derechos reconocidos en la Convención (...) ⁸⁰¹.

⁸⁰¹ Sentencia de la Audiencia Nacional 5337/2009, de 2 de noviembre, fundamento de derecho segundo (ECLI: ES:AN: 2009:5337).

13.2. Derecho de las Naciones Unidas: ámbito universal

En el ámbito universal, el principio de no discriminación está recogido en el derecho internacional, concretamente, en la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 (artículo 1, artículo 2, y artículo 7). Señala el artículo 1 de esta Declaración que,

Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.

El artículo 2 de la Declaración dice que:

Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente, como de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónomo o sometido a cualquier otra limitación de soberanía.

Asimismo, el artículo 7 dice:

Todos son iguales ante la ley y tienen, sin distinción, derecho a igual protección de la ley. Todos tienen derecho a igual protección contra toda discriminación que infrinja esta Declaración y contra toda provocación a tal discriminación.

En la Declaración se proclama el principio de igualdad ante la ley y de no discriminar de manera similar a lo que ocurre con otros instrumentos, tales como, la Carta de las Naciones Unidas, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966 (artículo 2 y artículo 3)⁸⁰².

⁸⁰² ARTÍCULO 2.

1. Cada uno de los Estados Partes en el presente Pacto se compromete a adoptar medidas, tanto por separado como mediante la asistencia y la cooperación internacionales, especialmente económicas y técnicas, hasta el máximo de los recursos de que disponga, para lograr progresivamente, por todos los medios apropiados, inclusive, en particular, la adopción de medidas legislativas, la plena efectividad de los derechos aquí reconocidos.

También como sucede en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966 (artículo 2, artículo 3 y artículo 26)⁸⁰³.

En general, la prohibición de discriminación junto con la igualdad ante la ley y la igual protección de la ley sin discriminación alguna, son principios que quedan patentes en todos los instrumentos internacionales, tanto en el ámbito universal de protección (Naciones Unidas) como en el ámbito regional (americano, africano y europeo).

La Asamblea General de Naciones Unidas adoptó en 1963 un instrumento relativo a la lucha contra discriminación, la Convención Internacional sobre la eliminación de todas las formas de discriminación racial, de 1966, que entró en vigor en 1969. Esta dice en su artículo 1:

1. En la presente Convención la expresión “discriminación racial” denotará toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o étnico que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública (...) 4. Las medidas especiales adoptadas con el fin exclusivo de asegurar el adecuado progreso de ciertos grupos raciales o étnicos o de ciertas personas que requieran la protección que pueda ser necesaria con objeto de garantizarles, en condiciones de igualdad, el disfrute o ejercicio de

2. Los Estados Partes en el presente Pacto se comprometen a garantizar el ejercicio de los derechos que en él se anuncian, sin discriminación alguna por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.

3. Los países en vías de desarrollo, teniendo debidamente en cuenta los derechos humanos y su economía nacional podrán determinar en qué medida garantizarán los derechos económicos reconocidos en el presente Pacto a personas que no sean nacionales suyos.

ARTÍCULO 3.

Los Estados Partes en el presente Pacto se comprometen a asegurar a los hombres y a las mujeres igual título a gozar de todos los derechos económicos, sociales y culturales enunciados en el presente Pacto.

⁸⁰³ ARTÍCULO 26.

Todas las personas son iguales ante la ley y tienen derecho sin discriminación a igual protección de la ley. A este respecto, la ley prohibirá toda discriminación y garantizará a todas las personas protección igual y efectiva contra cualquier discriminación por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opiniones políticas o de cualquier índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.

los derechos humanos y de las libertades fundamentales no se considerarán como medidas de discriminación racial siempre que no conduzcan, como consecuencia, al mantenimiento de derechos distintos para los diferentes grupos raciales y que no se mantengan en vigor después de alcanzados los objetivos para los cuales se tomaron.

En esta convención merece especial atención la expresión “racial”, que entendemos que no solo se refiere a la etnia, sino al color, al aspecto del individuo, basándose en su idiosincrasia fisonómica y que tendría un significado más amplio para complementar los demás motivos de discriminación. Por este muchas personas podrían ver comprometida la igualdad en el disfrute de sus derechos. En la actualidad, los individuos pueden sufrir diferentes discriminaciones por su condición física, evidenciando rechazos objetivos en el ámbito laboral (sobre todo en el acceso al empleo) y subjetivos (por creencias, sesgos y estereotipos) en las relaciones sociales, coexistiendo con desventajas en diferentes ámbitos y también con la exclusión social.

La Convención sobre eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, de 1979, también ejemplifica la lucha contra la discriminación en todas las esferas política, económica, social, cultural y civil. Dice su artículo 1 que,

A los efectos de la presente Convención, la expresión "discriminación contra la mujer" denotará toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera.

Además, la Organización de Naciones Unidas (ONU) en la lucha contra la discriminación, adoptó los siguientes instrumentos

- Convención relativa a la lucha contra las discriminaciones en la esfera de la enseñanza, de 1966.
- Declaración sobre la raza y los prejuicios raciales, de 1978.
- Declaración sobre la eliminación de todas las formas de intolerancia y discriminación fundadas en la religión o las convenciones, de 1981.
- Convención de los derechos del niño, de 1989.
- Convención Internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares, de 1990.

En la Convención Internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares, de 1990, se incluye una cláusula abierta en su artículo 1 que daría pie a la cobertura de otro tipo de condiciones discriminatorias, tales como, la que hiciese referencia al aspecto de la persona:

1. La presente Convención será aplicable, salvo cuando en ella se disponga otra cosa, a todos los trabajadores migratorios y a sus familiares sin distinción alguna por motivos de sexo, raza, color, idioma, religión o convicción, opinión política o de otra índole, origen nacional, étnico o social, nacionalidad, edad, situación económica, patrimonio, estado civil, nacimiento o “cualquier otra condición”.

Esa misma cláusula “o cualquier otra condición” también se encuentra contemplada en el artículo 1 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos de 1969, así como, en artículo 3 del Protocolo adicional.

13. 3. Sistema internacional de protección en el ámbito regional americano

En el sistema Interamericano se proclama el derecho de no discriminar y el principio de igualdad en distintos instrumentos:

- La Carta de la Organización de Estados Americanos (COE), de 1948 (artículo 3 y artículo 45)⁸⁰⁴.

⁸⁰⁴ Principios de la OEA. Artículo 3

Los Estados americanos reafirman los siguientes principios:

(...)

b) El orden internacional está esencialmente constituido por el respeto a la personalidad (...)

i) Los Estados americanos proclaman los derechos fundamentales de la persona humana sin hacer distinción de raza, nacionalidad, credo o sexo.

m) La unidad espiritual del continente se basa en el respeto de la personalidad cultural (...)

Artículo 45

Los Estados miembros (...) convienen en dedicar sus máximos esfuerzos a la aplicación de los siguientes principios y mecanismos:

- Declaración Americana de los Derechos y Deberes del hombre, de 1948 (artículo 2)⁸⁰⁵.
- Convención Americana sobre Derechos Humanos, de 1969 (artículo 1 y artículo 24)⁸⁰⁶.
- Protocolo Adicional a la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Protocolo de San Salvador, de 1988 (artículo 3)⁸⁰⁷.
- Convención Interamericana para la eliminación de todas las Formas de Discriminación contra las Personas con Discapacidad, de 1999 (artículo 1, apartado 2).

En conclusión, se ha observado como algunos de los instrumentos mencionados anteriormente usan en su articulado cláusulas abiertas que darían la posibilidad de la cobertura a la discriminación por el aspecto. Así, ocurre con el artículo 2 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, cuando en su parte final contempla la cláusula abierta de “o cualquier otra condición”. Lo mismo con el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos que, en su artículo 2 se trata la garantía de los derechos usando un *numerus apertus* (“o cualquier otra condición social”). Esta cláusula se vuelve a recoger en la proclamación del principio de igualdad reconocido en su artículo 26. Igualmente, con en el Pacto de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966.

-
- a) Todos los seres humanos, sin distinción de raza, sexo, nacionalidad, credo o condición social, tienen derecho al bienestar material y a su desarrollo espiritual en condiciones de libertad, dignidad, igualdad de oportunidades y seguridad económica.

⁸⁰⁵ Artículo 2. Igualdad ante la ley

Todas las personas son iguales ante la ley y tienen los derechos y deberes consagrados en esta declaración sin distinción de raza, sexo, idioma, credo ni otra alguna.

⁸⁰⁶ En el artículo 1.1 se reconoce la obligación de respetar los derechos

Los Estados Partes en esta Convención se comprometen a respetar los derechos y libertades reconocidos en ella y a garantizar su libre y pleno ejercicio a toda persona que esté sujeta a su jurisdicción, sin discriminación alguna por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.

Artículo 24. Igualdad ante la ley

Todas las personas son iguales ante la ley. En consecuencia, tienen derecho, sin discriminación, a igual protección de la ley.

⁸⁰⁷ Artículo 3. Obligación de no discriminación

Los Estados Partes en el presente Protocolo se comprometen a garantizar el ejercicio de los derechos que en él se enuncian, sin discriminación alguna por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.

Así, cabría señalar que en el ámbito internacional la prohibición de diversas tipologías discriminatorias no es exhaustiva. Podría preverse la posibilidad de incluir otras posibles causas de discriminación, tales como, la prohibición de discriminar por apariencia, aunque no esté expresamente contemplada en dichos instrumentos. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de que el derecho esté en evolución haciendo uso de cláusulas que permiten acoger nuevas circunstancias que vayan apareciendo. El derecho necesita ir incorporando las necesidades que vayan surgiendo en la vida real progresivamente, tal y como sucede con diferentes tipos de discriminación que han surgido posteriormente a la época en que se firmaron los tratados.

Además, la Corte Interamericana de Derechos Humanos se refiere a que los derechos de igualdad y de no discriminación son normas de *ius cogens* (de derecho necesario) que no pueden ser contradichas y que vinculan tanto al Estado como a los particulares:

El principio de igualdad (...) se considera como imperativo del derecho internacional general, en cuanto es aplicable a todo Estado independientemente de que sea parte o no en determinado tratado internacional, y genera efectos con respecto a terceros, inclusive a particulares⁸⁰⁸.

Así, se ha visto como la apariencia física solo aparece expresamente contemplada en un instrumento, en la Convención de los Derechos del Niño de 1989. Su artículo 2, apartado 1 alude a “(...) los impedimentos físicos”, si bien, parece que este motivo pueda estar más vinculado a una discapacidad física que a un impedimento relacionado con el aspecto exterior del individuo. Aun así, este instrumento recoge una cláusula abierta (“cualquier otra condición”) que facilitaría la inclusión de otro motivo discriminatorio no ejemplificado expresamente, tal como, la discriminación por el aspecto del menor.

Si comparamos la regulación que efectúa este último instrumento en relación con la protección otorgada al principio de igualdad por el Convenio relativo a la discriminación en materia de empleo y ocupación de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de 1958, resulta bastante contradictoria, ya que en su artículo 1 señala que:

Apartado 2) Las distinciones, exclusiones o preferencias basadas en las calificaciones exigidas para un empleo determinado no serán consideradas discriminación (...).

⁸⁰⁸ Corte Interamericana de Derechos Humanos. Opinión Consultiva Oc-18/03, de 17 de septiembre de 2003. Serie A no.18, párrafo 100.

Nuestra opinión es que parece que, en el ámbito social, económico, político, etcétera, la inclusión de la discriminación por apariencia quedaría incorporada en las cláusulas generales incluidas en los instrumentos internacionales. Sin embargo, en el ámbito ocupacional la situación cambiaría, dado que parece que se protege más el derecho empresarial a ejercer libremente su poder de dirección a que éste pueda libremente establecer ciertos requisitos de selección del personal que pudieran ser intolerantes, tal como, efectuar la selección laboral teniendo únicamente en cuenta el físico de las personas a la hora de establecer preferencias de acceso.

Lo cierto es que, si dichas exclusiones existen, debieran tener ciertos límites, es decir, hasta donde comienzan otros derechos, tales como, el derecho del trabajador a exteriorizar su personalidad como desee. Debería existir una causa objetiva para alcanzar el fin empresarial propuesto a la hora de no considerar como discriminación una distinción hecha en la calificación para el empleo.

En la literatura científica se ha puesto de manifiesto que “desde la perspectiva jurídica se observa una desprotección de la discriminación por apariencia (...), porque no se recoge de manera expresa ni en las normas internacionales ni en las nacionales, salvo algún caso anecdótico”⁸⁰⁹. En España, aunque hay jurisprudencia relativa a los códigos de vestimenta y a los atributos personales en el ámbito laboral, su abordaje sigue siendo escaso y enfocada en exclusividad en la esfera ocupacional, sin que existan referencias a otros ámbitos, tales como, la escuela. La legislación en materia de educación debería mencionar expresamente esta circunstancia en lugar de utilizar términos vagos y generalistas, ya que únicamente menciona que se acepta la diversidad.

En conclusión, en este capítulo se ha examinado la protección internacional de los derechos referida a la no discriminación, en general, y, en particular, referida a la prohibición de discriminación por apariencia o aspectismo, puesto que la constitución española debe interpretar los derechos fundamentales y las libertades en función de los tratados y acuerdos internacionales que hubiesen sido ratificados por nuestro país⁸¹⁰.

Si bien, el principio general de no discriminación se encuentra recogido en el derecho internacional, por ejemplo, en la Declaración Universal de Derechos Humanos, en la Carta de Naciones Unidas, en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y en otros instrumentos

⁸⁰⁹ Baile (2017).

⁸¹⁰ El art. 10.2 CE dispone que “las normas relativas a los derechos fundamentales y a las libertades públicas que la constitución reconoce se interpretarán de conformidad con la Declaración Universal de Derechos Humanos y los tratados y acuerdos internacionales sobre las mismas materias ratificados por España”, esto es, el contenido de nuestra constitución debe integrarse con otras normas por vía interpretativa para llenar posibles omisiones o vacíos dentro de los límites permitidos por las técnicas interpretativas.

internacionales, la prohibición de discriminación por aspecto no se encuentra expresamente contemplada en la normativa internacional, pero como sucede en el ámbito europeo, la utilización de cláusulas abiertas, podría permitir la inclusión de otro tipo de discriminaciones no listadas expresamente que produjesen el mismo efecto de vejar, discriminar, estigmatizar o excluir al individuo.

CAPÍTULO 14. PROHIBICIÓN DE DISCRIMINACIÓN POR APARIENCIA EN EL DERECHO COMPARADO

En el derecho comparado, la mención expresa de la prohibición de discriminación por apariencia física se encuentra escasamente reflejada en los textos constitucionales. Esta prohibición ha sido incluida en la Constitución mexicana, aunque no es lo habitual en la legislación de otros países. No obstante, el que en una constitución no se encuentre contemplada expresamente este tipo de discriminación no quiere decir que en ese estado no exista protección frente a esa tipología discriminatoria. En tales casos, se hace necesario revisar otras fuentes jurídicas por si se encontrase incorporada dicha prohibición en códigos, en otra legislación o en el derecho consuetudinario.

Además, puede que la protección no esté expresamente contemplada, pero si lo esté como derecho implícito y que deba entenderse como derecho derivado del reconocimiento de otros derechos, tales como, el derecho a la dignidad humana o el respeto al libre desarrollo de la personalidad, entre otros. Precisamente, la búsqueda de este tipo de discriminación a lo largo de ordenamientos tan diferentes es la principal dificultad que surge a la hora de efectuar un análisis comparado entre el derecho de diferentes países.

14.1. Problemas metodológicos para efectuar un análisis comparado de posibles cláusulas antidiscriminatorias

Entre los escollos encontrados para llevar a cabo el análisis del derecho comparado se describen los siguientes:

La limitación del ámbito de la comparación, porque es imposible abarcar en su totalidad el ámbito geográfico de los textos constitucionales existentes en el mundo. Por esa razón, como criterio de selección se han elegido solo algunos textos constitucionales ejemplificativos de los países respecto a los que más textos doctrinales se encontraron, así como, tratar de analizar legislaciones que pudiesen diferir notablemente de la europea, por ejemplo, por el hecho de ubicarse geográficamente en otros continentes.

Otro problema es el de la lengua de la redacción de los textos. Aunque los textos se han leído en su versión original en portugués, italiano o inglés, en elaboración de esta tesis se ha tenido que recurrir a

traducciones homologadas para traducir los textos en alemán y francés debido al desconocimiento del idioma. Esto comporta cierta subjetividad al tener que depender del traductor, pues existen términos que no siempre poseen una correspondencia nítida con respecto al español. Además, existen palabras con diferente terminología según los contextos, pudiendo dar lugar a ciertas inexactitudes.

Otra dificultad han sido las propias características de las normas del ordenamiento jurídico con el que se efectúa la comparación, porque bien puede concentrar la mayoría de las normas antidiscriminatorias en un artículo constitucional y remitir su interpretación a una ley que desarrolle esos derechos, frente a la complicación de otros sistemas legislativos, como sucede con el sistema anglosajón, que cuenta con derecho escrito y no escrito, existiendo una multitud de normas dispersas difíciles de consultar. Se añade la dificultad que los países americanos poseen una realidad social y política muy diferente a la del derecho europeo continental⁸¹¹.

Asimismo, no solo se puede comparar un artículo que constituya una cláusula antidiscriminatoria, sino que, en ocasiones, es necesario integrar su contenido con otros artículos constitucionales u otra legislación sectorial o que se encuentra en códigos de trabajo, códigos penales, entre otros, lo que dificulta enormemente la labor comparativa por la gran dispersión normativa.

14.1. Francia

En el derecho comparado se observa como el derecho francés es donde se encuentra una mayor protección legal frente a la discriminación basada en el aspecto.

En el Preámbulo de la Constitución francesa, de 30 de octubre de 1946, se establece que “nadie puede ser discriminado en el empleo en razón de sus orígenes, por su opinión o creencias”. El principio de no discriminación se tutela y se proclama en el artículo 1 de la Constitución francesa de 4 de octubre de 1958: “se asegura la igualdad ante la ley de todos los ciudadanos sin distinción de origen, raza o religión”. En estos textos todavía no recoge expresamente la prohibición de discriminación por aspecto.

En 2001 se aprobó la Ley 2001-1066, de 16 de noviembre, relativa a la lucha contra la discriminación, que amplía los motivos de prohibición de discriminación en el ámbito laboral y en el de la función pública. Estos eran:

⁸¹¹ Es el caso del ordenamiento jurídico español, que por ejemplo en relación con el artículo 18 de la constitución española protege el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen y que se regulan específicamente en la Ley Orgánica 1/1982.

- ✓ Por motivos de orientación sexual,
- ✓ Por edadismo,
- ✓ Por el apellido,
- ✓ Por apariencia física.

La Ley 2001-1066 reproduce esencialmente los términos de la Directiva 2000/43/CE del Consejo Europeo, de 29 de junio de 2000 en el contexto de la igualdad profesional y la igualdad de trato. El objetivo de esta ley era flexibilizar la legislación francesa, ampliar su aplicación, cambiar las reglas relativas a la prueba en esta materia. También se planteaba el aumento del número de personas que podrían entablar la acción judicial, ya que además del empleado o candidato al empleo, se ampliaban las posibilidades a los sindicatos, asociaciones, delegados de personal e inspectores de trabajo.

Otro avance era la posibilidad de incluir en los convenios colectivos una cláusula que prohíba todo tipo de discriminación.

Se estimó que la apariencia física era un motivo que estaba generando nuevas situaciones de discriminación que necesitaban ser protegidas en el ámbito ocupacional. Esta ley modificó varias leyes, entre las mismas, el Código de Trabajo francés, que pasó a incorporar la apariencia física como uno de los criterios por los que la persona puede ser discriminada. Así, el artículo L1132-1 del Código de Trabajo francés (antiguo artículo L 122-45) establece que:

Ninguna persona puede ser excluida de un procedimiento de contratación o del acceso al período de prácticas de formación en la empresa, ningún empleado puede ser sancionado, despedido u objeto de discriminación, directa o indirectamente (...) en la distribución de beneficios o distribución de acciones, formación, reclasificación, colocación, calificación, clasificación, promoción profesional, traslado o renovación del contrato debido a su origen, su sexo, su moral, orientación o identidad de género, la edad, el estado civil o el embarazo, sus características genéticas, la pertenencia o no pertenencia real o supuesta, una etnia, nación o raza, opiniones políticas, actividades sindicales, las creencias religiosas, *la apariencia física*, su nombre de familia, lugar de residencia o por su estado de salud o discapacidad.

Este artículo refleja dieciocho motivos de discriminación, lo que difiere notablemente frente a otras legislaciones, como ocurre en el derecho americano en el Título VII de la Ley de Derechos Civiles que es más bien parca en motivos discriminatorios. Aunque, tanto en uno como en otro caso, la lista discriminatoria puede considerarse con carácter enunciativo, dejando abierta la posibilidad de incorporar nuevos motivos a través de la interpretación jurisprudencial.

El artículo L. 1132-3 dispone que “ningún empleado podrá ser sancionado, despedido u objeto de una medida discriminatoria por testificar por actos definidos en los artículos L.1132-1 y L1132-2 o por haberlos relatado”. En general, se sanciona a los empresarios que traten de disuadir un testimonio.

Según el artículo L 1132-4 (artículo antiguo L.122-45, al.5) “cualquier disposición o acto adoptado con un empleado que incumpla las disposiciones de este capítulo, es nulo”.

En 2002, a través de la Ley 2002-303, de 4 de marzo, sobre los derechos y la calidad del sistema de salud de los pacientes, se modificó el Código Penal francés. El antiguo artículo 122-45 del Código de Trabajo Francés, puede complementarse con los artículos 225-1 y 225-2 del Código Penal francés, que conlleva una regulación de gran importancia para atender a este fenómeno discriminatorio. El artículo 225-1, modificado por la Ley N.º 2012-954, de 6 de agosto de 2012 (artículo 4), dispone que:

Constituye una discriminación toda distinción operada entre las personas físicas por razón de su origen, de su sexo, de su situación familiar, de su embarazo, *de su apariencia física*, de su apellido, de su estado de salud, discapacidad, de sus características genéticas, de sus modales, de su orientación, de su identidad sexual, de su edad, de sus opiniones políticas, de sus actividades sindicales, de su pertenencia o no pertenencia, real o supuesta, a una etnia, nación, raza o una religión determinada. También constituye una discriminación toda distinción que opere entre las personas jurídicas a razón del origen, sexo, situación de la familia, de la *apariencia física* (...) de los miembros de esas personas jurídicas.

El artículo 225-2 del Código Penal francés, modificado por la Ley N.º. 2012-954, de 6 de agosto de 2012 (artículo 3), establece que esta discriminación es punible cuando consiste en particular en:

1. Obstaculizar el ejercicio normal de una actividad económica.
2. Negarse a contratar o despedir una persona.
3. Ofrecer un puesto de trabajo, una solicitud de prácticas o un período de formación comprometiéndose en una condición basada en uno de los criterios contemplados en el apartado 1, del artículo 225.

En el artículo 225-3 del código penal francés se establece que cuando se cometa cualquiera de los tipos de discriminación mencionados anteriormente, se sancionará con dos años de prisión y con 45.000 euros de multa, al referirse a diferentes conductas que limiten la igualdad de oportunidades en el acceso o pleno desarrollo en relación a la prestación de un servicio, al desarrollo de una actividad económica o en el empleo, entre otros. Además, si la persona es depositaria de la autoridad pública o se le ha

encomendado una misión de servicio público, la sanción es más fuerte, de hasta cinco años de prisión y multa de 75.000 euros cuando haya denegado el derecho concedido por la ley o bien hubiese obstaculizado el ejercicio normal de cualquier actividad económica (artículo 432-17 del Código Penal).

Los artículos 1141-1 y siguientes del Código de Trabajo recogen la igualdad profesional entre hombres y mujeres.

Finalmente, la Ley N.º 83-634, sobre los derechos y obligaciones de los funcionarios públicos, la denominada “*Loi le Pors*” evoca el criterio de la apariencia física en sus artículos 6 y 6 bis, así como, en el artículo primero de Ley N.º 89-462, de 6 de julio de 1989, tendente a mejorar los informes de alquiler.

Por la Ley de 30 de diciembre de 2004 se creó una autoridad administrativa independiente, “la Halde” o Defensor de los derechos. Se trata de un organismo administrativo que actúa en nombre del Estado, compuesto por once miembros, pero que también puede actuar a petición de cualquier ciudadano, de un miembro del parlamento o de asociación, o intervenir directamente él mismo siempre que la víctima esté informada y no se oponga a la acción. Si se prueba la discriminación, el órgano colegiado emite una deliberación e intenta conciliar a las partes. Si es necesario puede imponer sanciones y hacer recomendaciones, así como observaciones ante el tribunal, transmitiendo el expediente a fiscalía. Puede proponer un acuerdo ante los tribunales civiles por daños y perjuicios, restitución o reintegración, entre otras posibilidades. Su papel es el de promover buenas prácticas a la hora de introducir el principio de igualdad y también ayuda a desenmascarar procesos de discriminación.

Desde mayo de 2022, en consonancia con la Ley Orgánica N.º 2011-333, de 29 de marzo, el Defensor de los derechos sucede a la Halde, interviniendo en la lucha contra toda discriminación que esté prohibida en la legislación, en la protección de los derechos, en la misión de investigar cuál es la solución más adecuada para llegar a resoluciones amigables, recurriendo al diálogo o mediación.

Se ha observado como la legislación francesa es una legislación avanzada en la protección de nuevas tipologías de discriminación, tal y como sucede con la discriminación basada en la apariencia.

14.2. Derecho anglosajón: Estados Unidos

En Estados Unidos, una de las principales tipologías de la discriminación por apariencia es la discriminación por peso. De hecho, se ha identificado como la cuarta forma de discriminación más prevalente en EEUU después de la discriminación por género, por edad y racial.

La Constitución de EEUU (1787) ha de ser complementada a través del derecho constitucional federal, del derecho consuetudinario y de los principios generales del derecho recogidos en los instrumentos internacionales ratificados por la nación. La máxima autoridad en cuestiones de interpretación constitucional es la Corte Suprema de los Estados Unidos.

En las enmiendas de la Constitución se protegen diferentes libertades. Las diez primeras se conocen como “la Declaración de Derechos”. Concretamente, la novena enmienda declara que “el pueblo conserva los derechos no enumerados explícitamente en la constitución”: estos derechos se tratan de aquellos que se infieren de otros derechos que están implícitos en las leyes, pero que no están enumerados explícitamente en la ley y que también pueden llamarse como derechos naturales o derechos fundamentales.

La decimocuarta enmienda, se refiere a la obligación de los poderes públicos del trato legal igualitario a toda persona, sobre la que se apoyaría la Ley de Derechos Civiles a la hora de concretar los diferentes tipos de discriminación.

Sin duda, la legislación estadounidense más importante de lucha contra la discriminación es el Título VII de la “Civil Rights Act” (1964). La Corte Suprema ha tenido un papel importante en su interpretación. Este título prohíbe la discriminación por motivos de raza, color, sexo, origen nacional o religión y otras características (frente al derecho francés donde la legislación suele cubrir un campo más grande de criterios, lo mismo que ocurre con el derecho constitucional español). Aunque, este título no menciona expresamente la discriminación por apariencia, pero utilizando una cláusula abierta se podría entender cubierta por este texto. La “Civil Right Act” of 1991, modifica este título en base a varias decisiones de la Corte Suprema en relación con las discriminaciones en el empleo. Como propósitos de esta ley se encuentran los siguientes:

- Proporcionar los remedios adecuados para la discriminación intencional y el acoso ilegal en el empleo.
- Codificar los conceptos de “necesidad comercial” y “relacionados con el trabajo”.

En EEUU una de las formas más comunes de discriminación por apariencia es discriminar por el peso. Pese a ello, en la Ley de los Estadounidenses con Discapacidad (ADA) se especifica que no se incluye las características ordinarias de peso dentro de los márgenes normales.

En 2001, una crónica anunció como el alcalde la ciudad de Philadelphia promovía un plan de adelgazamiento para toda la población, debido a que esta ciudad poseía el mayor promedio de personas con obesidad de todo el país⁸¹².

Philadelphia es la quinta ciudad más grande de todo el país, moderna e industrializada, pero también es la ciudad que poseía los peores índices de diabetes, dolencias coronarias y colesterol por la cultura del “gigantismo” a la hora de comer todo frito. Este problema determinó que en los colegios se retirasen las máquinas de bollería y de productos con azúcar, siendo sustituidos por productos frescos. A pesar de ello, muchas de las medidas adoptadas fracasaron porque no se terminó de cambiar la mentalidad de sustituir ciertas rutinas de riesgo por hábitos más saludables. La ley que enmienda la ADA, la denominada como Ley de la Enmienda de la ley sobre estadounidenses con Discapacidades de 2008 (ADAAA, en adelante). Esta ley amplía la condición de desventaja y agrega que el empleado podrá ser considerado discapacitado si está comprometido por su obesidad para realizar ciertas tareas manuales⁸¹³.

Lo cierto es que la jurisprudencia no ha aplicado un criterio consistente para determinar si la obesidad constituye o no una discapacidad. Teniendo en cuenta la ADAA, la obesidad mórbida podría considerarse como discapacidad cuando hay certeza de un trastorno fisiológico que causa directamente la obesidad.

En EEUU existen leyes federales que protegen los derechos individuales frente a la discriminación. Entre ellas pueden recogerse las siguientes:

- ✓ Ley Lilly Ledbetter de Pago Justo (2009)⁸¹⁴.
- ✓ Ley de Discriminación por Edad (2004)⁸¹⁵.
- ✓ Ley de Discriminación por Discapacidad (DDA), de 1992⁸¹⁶.
- ✓ Ley de los Estadounidenses con Discapacidad (ADA), de 1990⁸¹⁷.

⁸¹² Del Pino (2001, marzo 13). *Philadelphia se pone a dieta*. El País. https://elpais.com/diario/2001/03/13/ultima/984438001_850215.html

⁸¹³ La ADAAA es una enmienda aprobada por una ley del Congreso de 2008, que fue aprobada por el presidente Bush, generándose como respuesta a una serie de decisiones adoptadas por la Corte Suprema.

⁸¹⁴ Ley promulgada por el presidente Obama, que establece un plazo de prescripción de 180 días para presentar una demanda de igualdad salarial en el caso de que existiese discriminación laboral.

⁸¹⁵ Age Discrimination Act (2004). Esta ley prohíbe discriminar a las personas por edad para los trabajadores de cuarenta o más años.

⁸¹⁶ Disability Discrimination Act (1992).

⁸¹⁷ Americans with Disabilities Act (ADA) (1990). Tanto para invocar la ADA como la RHA, el solicitante debe acreditar que es una persona con discapacidad y que cumple con los requisitos establecidos en la normativa. La discapacidad puede ser física o mental y ha de limitarle sustancialmente en una o más actividades importantes de

- ✓ Ley de la Comisión de Derechos Humanos e Igualdad de Oportunidades (1986)⁸¹⁸.
- ✓ Ley de Discriminación Sexual (1984)⁸¹⁹.
- ✓ Ley de Discriminación por Embarazo (1978)⁸²⁰.
- ✓ Ley de Discriminación Racial (1975)⁸²¹.
- ✓ Ley de Rehabilitación (RHA) (1973)⁸²².
- ✓ Ley de Discriminación en el Empleo, ADEA (1967)⁸²³.
- ✓ Ley de Derechos Civiles (1964)⁸²⁴.
- ✓ Ley de Igualdad Salarial (1963)⁸²⁵.

Además, existen diversas jurisdicciones con legislación que explícitamente prohíben la discriminación basada en apariencia. Entre ellas, se citan:

- Estado de Míchigan, que prohíbe la discriminación basada en el peso y altura⁸²⁶.

la vida. Sin embargo, ni la ADA ni la RHA consideran a la obesidad como una discapacidad. Una ley del congreso de 2008 enmienda la ADA, aprobada por el presidente Bush (dicha enmienda se conoce como ADAAMA). Aclara el término de discapacidad, ampliando la definición respecto a las personas que estarían protegidas por la ley. Se incluyeron discapacidades, tales como: amputaciones, esclerosis múltiple, sida, diabetes, distrofia muscular, cáncer y discapacidades intelectuales. No obstante, en la ley ADA se especifica que no se incluye las características ordinarias de peso, la altura y de musculatura dentro de los márgenes normales. Sin embargo, puede extenderse a la desfiguración cosmética asimilada a una enfermedad, por ejemplo, en el caso de desfiguración severa o cicatrices faciales muy aparentes.

⁸¹⁸ Human Rights and Equal Opportunity Commission Act (1986).

⁸¹⁹ Sexual Discrimination Act (1984).

⁸²⁰ Pregnancy Discrimination Act (1978).

⁸²¹ Racial Discrimination Act (1985).

⁸²² La RHA de 1973 establece la prohibición de discriminar a las personas con discapacidad por los titulares de contratos gubernamentales, titulares como beneficiarios de subvenciones federales, agencias y departamentos gubernamentales.

⁸²³ Age Discrimination in Employment Act, ADEA. (1967). Modificada en 1987.

⁸²⁴ Civil Rights Act (1964). Título VII. Modificada en 1991. Esta ley prohíbe discriminar en todas las etapas del empleo por discriminación basada en la raza, en el color, por la religión, por el origen nacional o el género. Así, la prohibición abarcaría la contratación, el aprendizaje, la promoción, la formación, la transferencia y la remuneración.

⁸²⁵ The Primary Equal Employment Opportunity Laws cover the Equal Pay Act (1963). Esta legislación fue promulgada por el presidente Kennedy, prohíbe discriminar en la remuneración en función del género.

⁸²⁶ Elliot-Larsen Civil Rights Act 453/1976. Section 37.2202. Michigan aborda la discriminación por apariencia a través de la Ley de Derechos Civiles Elliot-Larsen 453, de 1976, que prohibió específicamente la discriminación basada en el peso y en altura, junto a otras clases tradicionales protegidas. Mich. Comp. Laws Ann. Section 37.2102 (2004). Aunque el estatuto no incluye expresamente como característica protegida a la apariencia física, la altura y el peso, no dejan de ser factores de la apariencia externa de la persona. La Ley Compilada de Michigan,

- Santa Cruz, en el estado de California, prohíbe la discriminación por la altura, peso o por características físicas⁸²⁷.
- Illinois, el distrito de Columbia y el Condado de Howard (Maryland), todos ellos, prohíben la discriminación basada en la apariencia personal y Madison (Wisconsin), basada en apariencia física⁸²⁸.
- La ciudad de San Francisco (California) y Binghamton (New York), prohíben la discriminación basada en peso y altura⁸²⁹. Washington, D.C., incluye como causa de discriminación la apariencia de los trabajadores.

Como anteriormente se señaló, California fue el primer estado en proteger a las personas frente a la discriminación por llevar el pelo estilo “Afro”⁸³⁰. Posteriormente, otros estados, tales como, Virginia, Ohio, New York, New Jersey, Maryland y Colorado, han promulgado legislación frente a este tipo de discriminación.

Muchas veces, en el mercado laboral de EEUU rige la doctrina del denominado “empleo a voluntad” (Employment at Will)⁸³¹. En este régimen, prácticamente, es muy poco lo que tiene que decir el trabajador, puesto que el poder de negociación por parte de este es nulo y ha de estar a lo que convenga el empleador. Si se hace uso de esta doctrina, el empleado podría quedar adscrito al código de apariencia que manda el empresario y si llegase a contradecir sus órdenes, podría ser despedido. Este sería un principio fundamental en el ámbito del empleo, de manera que si no existe ninguna cláusula contractual que limite el poder del empresario, el empleado podría ser despedido por cualquier razón, incluso por no acomodar su físico a las órdenes empresariales.

sección 37. 2102 prohíbe específicamente la discriminación en el empleo basada en el peso. El peso sería una característica protegida.

⁸²⁷ Santa Cruz Municipal Code: section 9.83.020.

⁸²⁸ City of urban municipal Code: section 12-37; District of Columbia Code: section 2. 1401.01; County of Howard Code: section 12.200. Madison Code of Ordinances: section 39.03 (1). En el Distrito de Columbia se prohíbe la discriminación basada en la apariencia, si bien, se permiten excepciones empresariales por “necesidad comercial y fines comerciales razonables”.

⁸²⁹ City of San Francisco Administrative Code: section 12A.1; Code of the city Binghamton, N.Y. Chapter 45- Human Rights Law: section 45.2.

⁸³⁰ Ley de la corona o C.R.O.W.N. (2020). Esta ley fue firmada por el gobernador Gavin Newsom, debido a que existen políticas empresariales que establecen políticas que impactan sobre los solicitantes de empleo de color, que, son o no contratados o despedidos debido al estereotipo que sigue vigente de que los pelos afros son sucios o descuidados, por tanto, no son aptos para trabajar en un ámbito ocupacional formal.

⁸³¹ Avery y Crain (2007); Cavico et al., 2012.

En todos los estados federados, excepto Montana, las empresas tienen libertad para despedir a sus trabajadores, salvo algunos criterios que se establecen como ilegales. Los empleadores incluyen en los convenios una lista de criterios en base a los que se puede despedir, en virtud de las que suelen conceder cierta protección a los trabajadores. Los empleadores no pueden despedir vulnerando la legalidad vigente.

En el mismo sentido, se ha referido la doctrina a que la legislación laboral estadounidense permite que el trabajador o la trabajadora pueda ser despedido si es contratado “a voluntad”⁸³². La única posibilidad que tendría el trabajador para combatir la decisión empresarial sería vincular directamente la discriminación basada en apariencia física a una de las categorías expresamente mencionadas en la ley civil. Tradicionalmente, las situaciones de discriminación por apariencia han estado protegidas por el mandato antidiscriminatorio del Título VII, de la “Civil Rights Act” (1964).

En el asunto de Darlene Jespersen, una camarera que fue rechazada por la política de aseo de la empresa, se le requería el uso de maquillaje. Esta fue despedida de su empleo en el casino de Reno (Nevada), porque se negó a cumplir con una política de la empresa, consistente en exigir a las empleadas la utilización de un determinado maquillaje (base, colorete, rítmel y barra de labios). A pesar de que su trabajo había sido alabado por sus superiores y de que ella nunca había utilizado maquillaje, un supervisor se lo exige. Ella intenta llevarlo, pero después decide no volver a maquillarse. Por esta razón es despedida, por violar el código de apariencia establecido por la empresa.

Esa exigencia fue considerada por la trabajadora como degradante de la persona⁸³³. Ese mandato la humilla, le afecta anímicamente de manera negativa, porque le obliga a encajar en cierta “femineidad”, quizás, a sexualizar su puesto de trabajo, convirtiéndose en una especie de “*dollep up*” u objeto sexual.

Lo cierto es que la marca, Harrah`s, había creado un código de apariencia para la totalidad de casinos que poseen en todo el mundo, estableciendo un estándar de excelencia de la marca⁸³⁴. Ese programa conllevaba requisitos de aseo y de apariencia, incluido el casino donde trabajaba Darlene.

⁸³² Corbett (2011, p. 658); citado en Cavico et al., (2012).

⁸³³ Jespersen v. Harrah`s Operatin Co.; citada en Avery y Crain (2007).

⁸³⁴ Ese código de apariencia exigía que todo el personal de bebidas, además de ser amable, debía estar bien arreglado, atractivo a la vista, con un cuerpo firme y tonificado, manteniendo ese aspecto mientras se viste el uniforme. Las directrices de apariencia se exigían tanto a hombres como mujeres. Se permitía llevar joyas de buen gusto. Se prohibía el uso de colas de caballo para los hombres y una longitud de pelo que superase el cuello de la camisa. Las uñas debían ir limpias y recortadas. Las mujeres debían llevar un peinado trabajado, medias de color nude o natural, que reflejasen la piel de la empleada. Debían llevar esmalte claro, blanco, rosa o rojo. Los zapatos debían ser de cuerpo negro y el uso de un maquillaje cuidado.

La trabajadora interpuso dos demandas, una, en el Tribunal Estatal de Nevada, basada en la Ley de agravios y contratos, y otra, en un tribunal federal, basada en la ley antidiscriminatoria.

En el primer caso, la trabajadora obtiene una resolución desfavorable, que, posteriormente, es confirmada por la Corte Suprema de Nevada, no permitiendo una reclamación de derecho consuetudinario basada en agravio por violación de la política pública de Nevada de prohibir la discriminación basada por sexo, dado que el legislador ha previsto un cauce adecuado para ello.

Señala el tribunal, que, el empleador es libre para despedir o tomar represalias contra los trabajadores contratados “a voluntad”, inclusive, en aquellos casos en los que existan reglas estereotipadas basadas en el género, dado que los empleados deben obedecer dichas normas, salvo en circunstancias excepcionales.

Aclara el tribunal que “Jespersen estuvo mucho tiempo sin usar el maquillaje, lo que le permitió generar ciertas expectativas, pero la expectativa, aunque basada en prácticas pasadas, no da lugar a derechos legales”.

La demanda de Jespersen basada en la Ley antidiscriminatoria, del Título VII, se fundamentó en discriminación basada en el género ante la Comisión de Oportunidades de Empleo (Equal Employment Opportunity Commission, EEOC) y la Comisión de Igualdad de Derechos⁸³⁵. Alegó que las políticas de la empresa afectaban solo a las mujeres, no a los hombres respecto al uso del maquillaje, lo que podía considerarse como discriminación por sexo. Además, alegó que ella había desempeñado eficazmente sus funciones, incluso que había sido felicitada por superiores, y, sin embargo, después es sustituida por un varón menos cualificado que ella para ese puesto. También alega que la discriminación empresarial era intencional.

El tribunal precisa que para considerar la violación del Título VII debe discriminarse sobre la base de “características inmutables”, es decir, características estructurales que no sean fáciles de modificar,

⁸³⁵ El congreso solo había facultado a la EEOC para iniciar demandas contra los empleadores que hubieran incurrido en prácticas discriminatorias, pero también acaban presentando las demandas en nombre de los trabajadores agraviados, que se ajusten a los estrictos procedimientos previos, lo que incluye una previa queja administrativa ante la EEOC y la correspondiente Agencia Federal de su estado. La EEOC debe encontrar una causa razonable, deben existir pruebas que establezcan los hechos que se alegan. Lo primero, será probar que se encuentra en una clase de discriminación protegida por las leyes civiles. En segundo lugar, alegar que ocupaba un puesto para el que estaba debidamente cualificado. También que se ha dado una acción laboral adversa o que fue degradado a pesar de estar cualificado y realizando su trabajo. Las personas poseen 180 días para presentar la queja frente a la EEOC y ante la correspondiente Agencia de su estado. A partir de la recepción de la carta del “derecho a demandar”, las partes poseen 90 días para presentar su demanda. Si no se siguen esos procedimientos previos a la demanda, puede ocurrir la desestimación de la futura acción judicial federal, así como, a las demandas estatales específicas contra la discriminación.

que no se puedan cambiar, no en aspectos de apariencia que pueden moldearse fácilmente, tales como, la vestimenta, el maquillaje, el peinado o el aseo.

Además, la decisión del tribunal se asienta en que los estándares de apariencia que se exigían por la marca “tienen requisitos diferentes pero iguales para hombres y mujeres”, no violando el Título VII. Esto quiere decir que la empresa impuso cargas que son diferentes para hombres y mujeres, sin embargo, son iguales para ambos sexos. Considera que incluso se le otorga más libertad a la mujer, ya que esta puede peinarse como desee, mientras que a los hombres les está prohibido la mayoría de los peinados, como, pelo largo, coleta, moño, etcétera.

En la literatura se ha reflexionado sobre el hecho de que una marca tan potente como Harrah`s adopte el riesgo de litigar con una trabajadora, a la que simplemente podían haberle ofrecido otra salida como un importante montante de dinero para que se olvidase del asunto⁸³⁶. Sin embargo, Harrah`s deseaba proteger su marca, porque el programa de vestimenta era una iniciativa para mejorar el servicio de cara al público y atraer a la clientela. Si los empleados deciden por sistema incumplir esa normativa, el estándar de excelencia de la marca se venía abajo, destruyendo la marca corporativa y la imagen empresarial.

Parece que en EEUU es habitual que las marcas generen formas sofisticadas para tratar de tener más visibilidad por la competitividad del mercado y atraer a más clientes. Así, no resulta extraño que las empresas traten de proyectar su marca empresarial a través de la apariencia de los trabajadores.

Se ha recogido un caso bastante peculiar en el que en un restaurante se había contratado a un cajero al que le faltaban varios dientes⁸³⁷. El demandado se había negado a transferirse a un puesto en el que no necesitaba contacto con la clientela. El supervisor le remarca que su apariencia física “no es apetecible” y que por la falta de dientes frontales podría alejar a la clientela. La Corte de distrito consideró que el hecho de tener menos dientes no puede ser interpretado en este caso como desventaja si este hecho no limita sustancialmente una o varias actividades principales de la vida diaria. El empleado lo único que tenía prohibido era trabajar en la caja registradora no en otros servicios. Por ello, el tribunal insiste en que las circunstancias no impiden su capacidad para realizar otros trabajos y por ello, desestima la demanda de despido de la demandante.

⁸³⁶ Avery y Crain (2007).

⁸³⁷ Jabbour (2003, p. 98). Caso Talanda v. KFC National Management Co., 140 F 3d.1090 (7th Circuit 1998).

Se ha señalado como “los empleadores pueden establecer programas de capacitación para transformar las personalidades, apariencias y hasta los procesos de pensamiento del trabajador”⁸³⁸. En diferentes empresas siempre han existido ciertos códigos de vestimenta, acabando con la individualidad de los empleados e imprimiendo una mentalidad de equipo. En ocasiones, esto no es aceptado por los trabajadores y abandonan voluntariamente sus puestos de trabajo. De esta manera, el cuerpo de cada trabajador suele convertirse en un “vector de transporte” de la marca del empleador o aún mejor, se convierte en una valla publicitaria andante, porque la empresa desea transmitir una imagen corporativa de cara al público.

Los códigos de apariencia introducen importantes modificaciones en el contrato de trabajo. El empresario debe negociar sindicalmente para que se equilibren los poderes empresariales con los derechos de los empleados.

Se ha evidenciado cómo un empleador que promulga cambios en el estándar de apariencia sin negociar primero con su sindicato, violaría una norma sindical:

(...) los estándares de aseo y de apariencia son cambios en las condiciones de trabajo, y, por ello, en virtud de la ley están sujetos a negociación (...)⁸³⁹.

Sin embargo, el derecho del empresario a regular la apariencia del trabajador no es un poder absoluto, pues el empleador debe establecer la relación entre la imagen que se busca proyectar y la necesidad de regular la apariencia. Aun así, la restricción de la apariencia por parte del empresario no puede invadir la vida particular del trabajador o trabajadora y por ello se recurre muchas veces a los arbitrajes.

En el caso de una aerolínea, un árbitro rechazó la argumentación de la empresa que exigía que los auxiliares de vuelo masculinos no pudiesen llevar barba⁸⁴⁰. Con ello, la empresa pretendía transmitir una imagen conservadora. El argumento descansaba en que la aerolínea trabajaba en un entorno muy competitivo y la imagen de no llevar barba se relacionaba con un trabajo más fiable y de competencia. Esta justificación se rechazó porque no existían pruebas para hacer tal asociación y de que una barba bien cuidada dañase la imagen pública de la empresa.

Aunque en este caso se dio la razón a los trabajadores, en la mayoría de las reclamaciones efectuadas por los empleados, basadas en el derecho consuetudinario suele darse la razón al empleador

⁸³⁸ Avery y Crain (2007, p. 23).

⁸³⁹ Avery y Crain (2007).

⁸⁴⁰ Pacific Southwest. 73lab. Arb. Rep. (BNA) 1209 (1979). Christopher. Arb.

fundamentándolo en las prerrogativas que estos tienen en el derecho laboral para administrar eficazmente su negocio, basándose en la presunción “del empleo a voluntad”. Se refiere este estudio como la regla general es que los tribunales confirmen las regulaciones empresariales sobre apariencia que sean razonables.

Se recogió el caso de un hospital donde se discute la customización del uniforme. El tribunal de apelación equilibra los poderes del empleador, señalando que el interés del empleador es ser eficiente y, por tanto, esta es la tendencia que debe primar en el asunto, estableciendo que:

(...) los uniformes tienen por objeto fomentar la disciplina y alentar la subordinación de las preferencias e identidades personales en favor de la misión grupal (...) ⁸⁴¹.

En este caso, no se ha dado la razón a los empleados para tener la posibilidad de adornar personalmente su uniforme, ya que este comportamiento parece que socava los fines que busca la empresa y, en este caso, la misión final del hospital proyectando una imagen grupal hacia la clientela. En estos supuestos cabría hacerse la pregunta de si la política discriminatoria llevada a cabo en cada supuesto planteado es “razonablemente necesaria” para la actividad empresarial.

Se ha constatado la dificultad que tienen los trabajadores de aportar la carga de la prueba cuando el empleador discrimina en el acceso en el empleo, porque las acciones empresariales normalmente son inconscientes y la intención de discriminar requiere demostrar un sesgo consciente e intencional ⁸⁴². En cambio, el empleador lo tendría más fácil, presentando pruebas que sostengan que existen razones legítimas, no discriminatorias, razonables, tal como puede ser una necesidad empresarial. Creemos que una necesidad empresarial no sería el exigir un atractivo físico, porque tanto una persona atractiva como no atractiva podrían desempeñar con la misma cualificación y conocimientos un trabajo, por ejemplo, consistente en llevar una contabilidad o hacer un trabajo informático.

Así, la carga de la prueba se desplaza al trabajador que debe probar que la razón del empresario era una argucia bajo la que se oculta la discriminación. Si no es capaz de mostrar dicha certeza, la acción del trabajador no podría sostenerse.

En general, en el derecho americano se observa como las leyes de derechos civiles suelen reforzar los poderes del empresario para cumplir su fin empresarial, no protegiendo al empleado contra la discriminación por apariencia cuando se entiende que es empleado “a voluntad”, salvo que, la

⁸⁴¹ In *Communications Workers v. Ector County Hospital District* 467 F.3d427 (5th Cir. 2006).

⁸⁴² Mahajan (2007).

discriminación por apariencia pueda vincularse a una categoría protegida, como puede ser la discriminación racial o la discriminación por género.

No obstante, se ha observado como existen algunos estados con legislaciones avanzadas, que protegen contra la discriminación por apariencia física, de manera que los gobiernos locales han ido cubriendo el vacío legal.

A pesar de todos los progresos realizados en la lucha contra la discriminación, todavía existen muchos estados que no poseen una legislación específica en discriminación por apariencia. Frente al derecho francés en el que se contempla expresamente la prohibición de discriminación por “apariencia física”, en EEU dicha prohibición solo aparece contemplada expresamente en la legislación de algunos estados federados.

Aunque abundan las referencias en la normativa a la igualdad de oportunidades en el empleo, esta idea no termina de adoptarse plenamente, ya que la normativa recoge un conjunto muy limitado de características a las que se le otorga una protección especial (peso, altura, color, raza, género, entre otros), lo que permite que los empresarios tengan facilidad para discriminar durante todas las fases del empleo por circunstancias que no estén expresamente contempladas, a pesar de ser el “lookismo” un fenómeno muy generalizado en EEUU.

El resultado práctico es que la mayoría de las empresas pueden discriminar basándose en el aspecto físico, siempre y cuando no exista en ese estado una legislación específica que prohíba dicha discriminación o en el caso de que no haya una legislación específica, que tal discriminación no se pueda vincular a otras circunstancias protegidas en el Título VII, en cuyo caso, la demanda por derechos civiles podría prosperar frente al empresario.

En definitiva, el empresario debe asegurarse de que los elementos discriminatorios no estén incorporados en las categorías protegidas en el Título VII de la Civil Rights Act de 1964⁸⁴³.

Aunque se evidencie la existencia de la discriminación por aspecto por parte de los empleadores y que haya pocas restricciones legales directas, las empresas deberían tomar como parte de su responsabilidad social, la consideración de adoptar decisiones éticas para no discriminar y no únicamente el beneficio empresarial.

⁸⁴³ Cavico et al., 2012.

14.3. México

En la temática que estamos tratando, la legislación mexicana es una de las más aventajadas. La Constitución Mexicana, en el primer párrafo del artículo 1, reformado, de 10 de junio de 2011, señala que:

Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

Además, existe una normativa específica creada por el Consejo Nacional para prevenir la discriminación (CONAPRED) como es la Ley para prevenir y eliminar la discriminación del Distrito Federal (2003). Este órgano del Estado es el encargado de aplicar y habilitar la política antidiscriminatoria, no solo en las dependencias públicas federales, sino también en las relaciones entre los particulares.

Esta ley en su artículo 5, expresamente recoge una forma de discriminación por apariencia, prohibiendo la negación, exclusión, distinción, menoscabo, impedimento o restricción en el ejercicio de derechos humanos a una persona por tener tatuajes o perforaciones corporales. El artículo 5 contiene una cláusula antidiscriminatoria:

Queda prohibida cualquier forma de discriminación, entendiéndose por ésta la negación, exclusión, distinción, menoscabo, impedimento o restricción de alguno o algunos de los derechos humanos de las personas, grupos y/o comunidades, estén o no en situación de discriminación imputables a personas físicas o morales o entes públicos con intención o sin ella, dolosa o culpable, por acción u omisión, por razón de su origen étnico, nacional, raza (...) por su forma de pensar, *vestir*, actuar, gesticular, *por tener tatuajes o perforaciones corporales* (...) o cualquier otra que tenga por efecto anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, de los derechos y libertades fundamentales, así como la igualdad de las personas frente al ejercicio de derechos.

Como puede observarse, el portar tatuajes en México goza de protección legislativa, al considerarse como una manifestación del libre desarrollo de la personalidad y de la libre expresión de la individualidad de la persona. También la discriminación por obesidad tiene reflejo expreso en la normativa nacional mexicana.

En la Ley para prevenir y atender la obesidad y los trastornos alimenticios en el Distrito Federal, de 2008, se establece en su artículo 18:

La Secretaría de Gobierno del Distrito Federal llevará a cabo campañas de difusión para prevenir y erradicar cualquier tipo de discriminación hacia las personas que padecen sobrepeso, obesidad o trastornos de la conducta alimentaria, dirigida especialmente a la población infantil y adolescente⁸⁴⁴.

En la Ley de prevención y combate de la obesidad, sobrepeso y trastornos de la conducta alimenticia del Estado de Jalisco, en su artículo 6 se recoge la creación del Consejo para la prevención integral y combate de la obesidad, sobrepeso y trastornos de la conducta alimenticia del Estado de Jalisco, al que le corresponde:

Promover acciones tendentes a eliminar todas las formas de discriminación y exclusión de las personas con la prevalencia de padecimientos de obesidad y sobrepeso y sus consecuencias⁸⁴⁵.

La resolución del Amparo Directo en Revisión 4865/2018 parte del hecho de que un jefe de facturación se presenta el primer día de trabajo portando un tatuaje visible en el cuello consistente en una cruz esvástica y la dirección le manda tapar el tatuaje debido a que los dueños eran judíos y se sentían ofendidos.

En el recurso se examina la restricción del derecho al libre desarrollo de la personalidad y de la libertad de expresión frente a la apología del odio y el derecho de la parte demandada a la dignidad personal, a los sentimientos religiosos, a la vida privada y al orden público.

En este supuesto de colisión de los derechos constitucionales, el tribunal señala que cualquier restricción de los derechos debe ser examinada con cautela, teniendo en cuenta el juicio de legalidad y finalidad, así como el de necesidad y proporcionalidad de la medida apropiada.

En el recurso se hacen dos precisiones importantes respecto a la temática tratada:

- Por un lado, observa que no toda diferencia en el trato hacia las personas es discriminatoria, ya que hay que diferenciar entre “distinción” y “discriminación”: la primera, haría referencia

⁸⁴⁴ Artículo 18 de la Ley para Prevenir y Atender la Obesidad y los Trastornos Alimenticios en el Distrito Federal (2008).

⁸⁴⁵ Artículo 12, apartado VI, de la Ley de Prevención y combate de la obesidad, sobrepeso y trastornos de la conducta alimenticia del Estado de Jalisco.

a una diferencia razonable y objetiva, la segunda, sería una diferencia arbitraria que lesiona los derechos humanos.

- Asimismo, precisa en qué consiste la libertad de la persona para elegir su apariencia personal, que estaría dentro del derecho al libre desarrollo de la personalidad:

(...) entraña la facultad de toda persona de ser individualmente como quiere ser, sin coacciones ni controles injustificados por parte del propio Estado o de otras personas, el derecho a decidir sus metas y objetivos de acuerdo con sus valores, ideas, expectativas, gustos, etcétera; en suma, la facultad de elegir su proyecto de vida y la forma como quiere lograrlo (...) Se trata de un aspecto que configura la forma en que quiere proyectarse ante los demás, por ende, a la persona corresponde elegir al respecto conforme a su autonomía⁸⁴⁶.

Un artículo de prensa pone de manifiesto como una de las agresiones más comunes hacia las mujeres hace referencia a las descalificaciones por apariencia o aspecto físico. Esto sucede en diferentes ámbitos, tales como, en el periodismo y en el ámbito de la opinión pública.

En México “la belleza parece estar relacionada con tener un color de piel claro”, que va asociado a un mayor nivel socioeconómico. La discriminación por apariencia en México suele sostenerse en la cultura patriarcal mexicana y en la no erradicación de la penalización laboral de la selección laboral por apariencia⁸⁴⁷.

Un estudio se refiere directamente a la existencia del aspectismo en México:

La segregación por cuestiones de apariencia física (...) son prácticas comunes arraigadas en el desarrollo cultural de muchas naciones en los cinco continentes (...) ⁸⁴⁸.

Un tipo de discriminación por apariencia en México ha sido denominado como “*whitexicans*”, que proviene de la contracción de las palabras “White”, blanco, y “Mexicans”, mexicanos. Alude a los mexicanos blancos que poseen cierto estatus motivado por la piel más clara, por lo que se habla de una especie de “racismo inverso”, es decir, se ataca a ciertas personas por poseer ciertos privilegios que no

⁸⁴⁶ Amparo Directo en Revisión 4865/2018.

⁸⁴⁷ Rios (2020, septiembre 21). El crimen de ser “fea” en México. New York Times Español. <https://www.nytimes.com/es/2020/09/21/espanol/opinion/mujeres-mexico.html>

⁸⁴⁸ Becerra y Rolander (2005).

posee el resto de la población por ser mexicanos de piel más blanca o con más dinero o que se encuentran europeizados.

En general, se ha puesto de manifiesto que, aunque el derecho a la no discriminación ha sido objeto de incorporación en abundantes mecanismos de protección internacional existe una ausencia generalizada de “mecanismos nacionales institucionales” actualizados y que armonicen con la protección internacional, así como la ausencia de una cultura de respeto a la diversidad⁸⁴⁹.

Se debiera considerar imprescindible la creación de marcos jurídicos nacionales para lograr una protección efectiva frente a la discriminación por apariencia. No obstante, la

14.4. Chile

Chile es uno de los países más desarrollados del continente americano y como en muchas constituciones europeas modernas, a pesar de no encontrarse regulado específicamente el derecho a no ser discriminados por la apariencia, se entiende como derecho implícito protegido constitucionalmente, derivado de los Principios Generales del derecho, internacionalmente protegidos.

En la STC se alude a la dignidad de la persona y la define como:

(...) aquel principio capital de nuestro Código Supremo (...) la cualidad de ser humano que lo hace acreedor siempre a un trato de respeto, porque ella es la fuente de los derechos esenciales y de las garantías destinadas a obtener que sean resguardadas⁸⁵⁰.

Esta sentencia vincula la dignidad del ser humano con la libertad para desplegar su identidad y también para la autodeterminación física.

Lo cierto es que la constitución chilena establece una protección genérica respecto a determinados derechos personalísimos y esenciales, utilizando “un catálogo de derechos abierto”, lo cual genera también importantes problemas a la hora de determinar cuáles son los derechos “esenciales” que gozan de esa cobertura constitucional. Así, el artículo 5, inciso 2 de la constitución establece que,

En nuestro sistema constitucional consideramos que los derechos no están en las normas (internas o internacionales), no se constituyen en la norma

⁸⁴⁹ Becerra y Rolander (2005).

⁸⁵⁰ Sentencia del TC, Rol N.389, de 28 de octubre de 2003, considerando decimoséptimo.

positiva, sino que ella solo los asegura, los respeta, los garantiza y los promueve, los derechos emanan de la dignidad humana.

Ese articulado determina la existencia de derechos implícitos, dando lugar a que no sea necesario que un derecho específico esté mencionado expresamente para ser protegido, sino que se deduce de los principios o de los valores que sustentan el derecho positivo chileno, porque se considera que todo derecho positivo posee carencias normativas que necesariamente deben ser cubiertas con los valores y principios fundamentales.

En ese sentido, la jurisprudencia chilena determinaba que:

(...) la doctrina como nuestra constitución Política reconocen la existencia de derechos, aunque no estén consagrados en el texto constitucional, a menos que esta consagración implique una violación a las normas fundamentales⁸⁵¹.

En cierto modo esta perspectiva se parece a la española al considerar que los derechos fundamentales no son únicamente aquellos que están expresamente mencionados en el texto constitucional, sino que existen otros que aunque no estén contemplados en la letra de la ley derivan de valores y principios generales del derecho, porque tienen un carácter superior supraestatal y suelen constituir normas de *ius cogens* o de derecho necesario.

Lo mismo que ocurre en el derecho español con el bloque de la constitucionalidad de los derechos fundamentales este no es una tabla cerrada, sino que a través de la cláusula abierta “o cualquier otra condición”, se interpreta que las nuevas tipologías discriminatorias deben gozar de la protección constitucional. Según doctrina autorizada se exige llevar a cabo una labor interpretativa de la constitución para lo que es necesario tener en cuenta todo el contenido del complejo normativo según el contexto, teniendo en cuenta los principios, valores, fines y la razón histórica del ordenamiento constitucional, otorgándole al juez una gran movilidad interpretativa e integradora⁸⁵².

En Chile, el derecho a la propia imagen se concibe como un derecho fundamental implícito⁸⁵³:

Es concebido por una parte de la doctrina como integrante de la faceta externa del derecho al respeto de la vida privada de la persona, constituyendo el aspecto más externo el de la figura humana, que garantiza un ámbito de autonomía y control respecto de sus atributos más característicos y definitorios

⁸⁵¹ Sentencia del TC chileno, Rol N. 226, de 30 de octubre de 1995, considerando 25.

⁸⁵² Nogueira (2007).

⁸⁵³ Nogueira (2007).

de la propia persona, posesión irreductible e inherente a ella (...) Desde otra perspectiva el derecho a la propia imagen sería un derecho esencial de la persona, implícito en nuestro ordenamiento constitucional, teniendo un carácter autónomo (...) que debiera tener una regulación específica en nuestro ordenamiento jurídico (...) El derecho fundamental a la propia imagen garantiza un ámbito de libertad respecto a sus atributos más característicos y propios de la persona, que la identifican en cuanto tal, como es la imagen física visible⁸⁵⁴.

El autor se refiere a la importancia de la imagen debido a que esta proyecta socialmente a la persona. Este derecho sería un derecho personalísimo que protege el ámbito propio y la esfera personal del individuo para el libre desarrollo de la personalidad.

Esta interpretación del derecho es totalmente coincidente con la perspectiva del artículo 18.1 de la constitución española al regular el derecho a la propia imagen, considerándolo como un derecho autónomo, separable de otros derechos, aunque guarda conexión directa con otros, tales como, el derecho a la libertad de expresión y la vinculación directa a la protección de la dignidad humana, reconocido en el artículo 10.1 de la constitución.

La Corte Suprema de Justicia define a la imagen corporal como “un atributo de la persona (...) que conforma un derecho protegido por la norma constitucional”⁸⁵⁵.

Pese a que la discriminación por apariencia no está contemplada expresamente en la ley, no hay duda de que queda cubierta como derecho implícito y, además, porque Chile cuenta con una ley que regula expresamente la discriminación por apariencia. La Ley 20609 chilena, de 24 de julio de 2012, insta un mecanismo para restablecer las condiciones necesarias de legalidad frente a todo acto de discriminación arbitrario, estableciendo diferentes sanciones. En su artículo número 2 define que se entiende por “discriminación arbitraria”:

Para los efectos de esta ley, se entiende por discriminación arbitraria toda distinción, exclusión o restricción que carezca de justificación razonable, efectuada por agentes del Estado o particulares, y que cause privación, perturbación o amenaza en el ejercicio legítimo de los derechos fundamentales establecidos en la constitución política de la República o en los tratados

⁸⁵⁴ Nogueira (2007, p. 260).

⁸⁵⁵ Sentencia de la Corte Suprema de Justicia, Rol N 3.479-03, de 29 de septiembre de 2003.

internacionales sobre derechos humanos ratificados por Chile y que se encuentren vigentes, en particular, cuando se funden en motivos tales como la raza o etnia, la nacionalidad, la situación socioeconómica, el idioma, la ideología u opinión política, la religión o creencia, la sindicación o participación en organizaciones gremiales o la falta de ellas, el sexo, la maternidad, la lactancia materna, el amamantamiento, la orientación sexual, la identidad y expresión de género, el estado civil, la edad, la filiación, *la apariencia personal* y la enfermedad o discapacidad.

El artículo 3 de esta Ley recoge el ejercicio de la acción de discriminación. En el artículo 4 quienes están legitimados para ello y en el artículo 5, los plazos para accionar.

En caso de colisión del derecho a exteriorizar libremente la imagen con otros derechos constitucionalmente protegidos, los tribunales de justicia analizarán las circunstancias concurrentes en cada caso.

Como se ha evidenciado si solo está en juego la individualidad del sujeto, este “podrá elegir las opciones estéticas que considere conveniente, por la cual la imposición de un determinado estereotipo sería un atentado al derecho a su propia imagen”⁸⁵⁶.

Como sucede en el ámbito del derecho español, el derecho del trabajador a manifestar libremente una imagen debe conjugarse con otros derechos que también están protegidos, tales como, la libertad de empresa y la actividad productiva. Ahora bien, para imponer restricciones al derecho del trabajador a lucir la imagen que desee, la orden empresarial debe ser legítima y asegurar que dicha restricción sea “instrumental”, es decir, que sea efectiva para conseguir la finalidad del contrato de trabajo:

El derecho a la apariencia (...) incluye el derecho a presentar a los demás una apariencia y a cambiarla, basada en la creatividad en el vestir y el arreglo personal, el adoptar una estética propia en materia de peinados, color del pelo, uso de barba, uso de tatuajes (...) el cual debe armonizarse con las normas sobre imagen corporativa que desea proyectar la institución en que la persona estudie, trabaje o ejerza alguna actividad⁸⁵⁷.

⁸⁵⁶ Nogueira (2007, p. 271).

⁸⁵⁷ Nogueira (2007, p. 272).

14.5. Perú

La constitución peruana, de 1993, reconoce el principio de igualdad de oportunidades. Su artículo 2 hace referencia a que:

Toda persona tiene derecho a la igualdad ante la ley. Nadie debe ser discriminado por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.

Como puede observarse no se recoge explícitamente la discriminación por aspecto, sino que se utiliza una cláusula abierta “(...) de cualquier otra índole”, debiendo acudir a la jurisprudencia y a la casuística para determinar si podría entenderse bajo su cobertura incluida el aspectismo.

La constitución peruana en su artículo 23 señala que:

En la relación laboral se respeta el principio de igualdad de oportunidades sin discriminación.

Este artículo complementaría el anterior articulado para cubrir la prohibición de discriminación por apariencia en el trabajo.

Se ha constatado que dicho artículo no tiene reflejo en la práctica, porque “Perú ha hecho poco para velar por el cumplimiento de los principios constitucionales antidiscriminatorios en el mercado laboral”⁸⁵⁸.

Desde 1997 existe la Ley 26772 (y su modificación la Ley 27270/2000) denominada como “Ley contra actos de discriminación”. En su artículo 1 establece:

La oferta de empleo y el acceso a centros de formación educativa no podrán contener requisitos que constituyan discriminación, anulación o alteración de la igualdad de oportunidades o de trato

A pesar de este articulado, la realidad de facto indica todo lo contrario, debido a que la norma establece una multa irrisoria para las empresas y, además, la capacidad de fiscalización del Ministerio de Trabajo Peruano es nula, debido a su escaso presupuesto.

Estos autores examinan las ofertas de trabajos en prensa y comprueban como aparecen abundantes anuncios que exigen el requisito de “buena presencia”.

⁸⁵⁸ Galarza y Yamada (2009).

Perú se suscribió en 1969 al Convenio 111 de la OIT que se refiere a la discriminación en materia de empleo y ocupación. Este refleja la necesidad de que los estados firmantes lleven a cabo políticas nacionales que promuevan la igualdad en el empleo y la eliminación de todo tipo de discriminación.

14.6. Argentina

Argentina posee una legislación avanzada en materia aspectismo, pues recoge de manera expresa en las constituciones provinciales, la prohibición de discriminación por los caracteres físicos o condición psicofísica del individuo.

Respecto a las personas obesas, el artículo 17 del Programa Nacional de Prevención y Control de los trastornos alimentarios en el ámbito del Ministerio de la Salud, protege a las personas obesas frente a la discriminación cuando les nieguen determinados bienes o servicios. Se refiere a la prohibición de los proveedores de bienes de negarse a suministrar un bien o servicio ante el requerimiento de una persona con obesidad.

El poder ejecutivo tiene la obligación de adoptar medidas de acción para facilitar el pleno desarrollo de las personas que poseen obesidad. Respecto a la discriminación por aspecto físico, concretamente el artículo 1 de esta ley establece que:

Quien arbitrariamente impida, obstruya, restrinja o de algún modo menoscabe el pleno ejercicio sobre bases igualitarias de los derechos y garantías fundamentales reconocidos en la constitución Nacional, será obligado, a pedido del damnificado, a dejar sin efecto el acto discriminatorio o cesar en su realización y a reparar el daño moral y material ocasionados.

A los efectos del presente artículo se considerarán particularmente los actos u omisiones discriminatorios determinados por motivos, tales como, raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política o gremial, sexo, posición económica, condición social o *caracteres físicos*⁸⁵⁹.

La denominada Ley de obesidad, la Ley N. 26.396 establece que la obesidad es una enfermedad y un problema de salud pública que está sujeta a políticas del gobierno. En su artículo 3 habla del Programa

⁸⁵⁹ Artículo 1 de la Ley N. 23.592, sobre Actos Discriminatorios, de 3 de agosto de 1988.L

Nacional de Prevención y Control de los trastornos alimentarios. Se establece que entre las funciones de este organismo está:

(...) g) Proponer acciones tendientes a eliminar la discriminación y la estigmatización en el ámbito laboral, educacional y/o social, frente al padecimiento de los trastornos alimentarios⁸⁶⁰.

Además, en su artículo 17 establece que:

Los proveedores de bienes o servicios con destino al público en general, no podrán negarse, ante el requerimiento de una persona obesa, a proporcionar el bien o servicio solicitado, en las condiciones que al respecto establezca el Poder Ejecutivo.

Tal negativa será considerada acto discriminatorio en los términos de la Ley N.23.592⁸⁶¹.

También la legislación argentina respecto a los retoques de la imagen publicitaria es avanzada. Este país en línea con las legislaciones más modernas europeas sanciona la modificación corporal hecha digitalmente sin que se advierta expresamente.

La denominada “Ley Portos” o Ley 14.953, de 3 de noviembre de 2011, recogiendo el nombre de su defensora, la diputada Lucía Portos, es una ley antiphotoshop, que establece que toda publicidad en la que aparezca una figura humana que esté modificada digitalmente debe llevar una tipografía visible y clara de “esta imagen ha sido retocada y/o modificada digitalmente”. Se establecen diferentes sanciones para su incumplimiento que va desde la pérdida de licencias hasta la imposición de multas de 500.000 pesos.

Como garantía de los derechos que la constitución reconoce, la constitución argentina reconoce el amparo en su artículo 43:

Toda persona puede interponer acción expedita y rápida de amparo siempre que no exista otro medio judicial más idóneo, contra todo acto u omisión de autoridades públicas o de particulares, que en forma actual o inminente lesione, restrinja, altere o amenace, con arbitrariedad o ilegalidad

⁸⁶⁰ Artículo 3, g), de la Ley N. 26.396, de Prevención y Control de Trastornos Alimentarios, de 13 de agosto de 2008.

⁸⁶¹ Artículo 17 de la Ley N. 26.396, de Prevención y Control de Trastornos Alimentarios, de 13 de agosto de 2008.

manifiesta, derechos y garantías reconocidos por esta Constitución, un tratado o una ley. En el caso, el juez podrá declarar la inconstitucionalidad de la norma en que se funde el acto u omisión lesiva. *Podrán interponer esta acción contra cualquier forma de discriminación (...)*⁸⁶².

En Argentina, cada provincia posee una constitución. Así, la constitución de la ciudad autónoma de Buenos Aires, en su Libro I regula los derechos, garantías y políticas especiales. Su artículo 11 establece que:

Todas las personas tienen idéntica dignidad y son iguales ante la ley. Se reconoce y garantiza el derecho a ser diferente, no admitiéndose discriminaciones que tiendan a la segregación por razones o con pretexto de raza, etnia, género, orientación sexual, edad, religión, ideología, opinión, nacionalidad, *caracteres físicos, condición psicofísica*, social económica o cualquier circunstancia que implique distinción, exclusión, restricción o menoscabo⁸⁶³.

La constitución de la provincia de Chubut, no contempla específicamente la discriminación por apariencia, aunque se refiere al edadismo. En su artículo 6 recoge el principio de igualdad y en el artículo 7 recoge una cláusula antidiscriminatoria:

Las diferencias de sexo, edad o capacidad no constituyen factores discriminatorios. El Estado garantiza el respeto a las características emergentes de dichas diferencias y establece condiciones acordes con las mismas tendientes a la realización personal de todos sus habitantes⁸⁶⁴.

En otras constituciones provinciales las cláusulas discriminatorias son más genéricas pero dicha prohibición podría entenderse comprendida a través de un catálogo abierto. Así sucede, por ejemplo, con la constitución de la ciudad de Córdoba en la que el artículo 7 señala que “Todas las personas en la Provincia son libres e iguales ante la ley y no se admiten discriminaciones (...)”⁸⁶⁵. La constitución provincial de Jujuy, en su artículo 17 señala sobre los derechos, deberes y garantías no enumerados en la constitución que:

⁸⁶² Constitución de la Nación Argentina, de 22 de agosto de 1994.

⁸⁶³ Artículo 11 de la constitución de Buenos Aires, de 10 de octubre de 1996.

⁸⁶⁴ Artículo 7, de la constitución de la provincia argentina de Chubut, de 1 de junio de 2010.

⁸⁶⁵ Artículo 7, de la constitución de la Provincia de Córdoba, de 14 de septiembre de 2001.

1°.- Las declaraciones, derechos, deberes y garantías enumerados en la constitución Nacional y en esta constitución, no serán entendidos ni interpretados como negación o mengua de otros no enumerados y que hacen a la libertad, dignidad y seguridad de la persona humana a la esencia de la democracia y al sistema republicano de gobierno. - 2°.- Los derechos fundamentales de libertad y sus garantías reconocidas por esta constitución son directamente operativos⁸⁶⁶.

Otras constituciones provinciales son más restrictivas al incluir un *numerus clausus* de motivos entre los que no se encuentra regulada la prohibición de discriminación por apariencia, tal como, en la constitución de la provincia de Formosa, que establece en su artículo 9 que “(...) queda prohibida toda discriminación por razones de raza, lengua o religión”⁸⁶⁷.

14.7. Australia

El continente australiano no posee una ley nacional que prohíba la discriminación por apariencia a pesar de que el aspectismo en el empleo se reconoce como un problema emergente. Australia firmó en Convenio 111 de la OIT en 1973.

Un estudio de la universidad de Sídney investigó la discriminación por apariencia, analizando las denuncias presentadas a la Comisión de Igualdad, entre 1995 y 2005. De todas las industrias analizadas, parece que la manufacturera fue la que obtuvo mayor porcentaje de “lookismo”⁸⁶⁸.

El Estado de Victoria es el único estado australiano que cuenta con una legislación que contempla circunstancias de apariencia física. En la actualidad sería ilegal discriminar a alguna persona exclusivamente por su apariencia física.

La Ley de igualdad de oportunidades de 2010 prohíbe la discriminación basada en características físicas, incluido el peso⁸⁶⁹. La ley se refiere a la discriminación por el aspecto, y previene a los empleadores para que no traten a las personas de manera menos favorable en atención a sus características físicas. La ley define las características físicas de la persona: el peso, la altura, por la talla

⁸⁶⁶ Artículo 17, de la constitución provincial de Jujuy, de 17 de noviembre de 1986.

⁸⁶⁷ Artículo 9, de la constitución de la Provincia de Formosa, de 8 de julio de 2003.

⁸⁶⁸ Balinski (2012, agosto 1). Surprising findings in “lookism” research. South Melbourne.

⁸⁶⁹ The Equal Opportunity Act of 2010. Victoria: section 4.

y forma del cuerpo. También características como cicatrices, afecciones de la piel y marcas de nacimiento, características estructurales, aspectos corporales que las personas no pueden controlar. Asimismo, se reconoce a la vestimenta como una característica que puede tener implicaciones discriminatorias.

Por esta razón, la Comisión de Igualdad de Oportunidades (EOC) difunde directrices para los empleadores relativas a la apariencia física y a la vestimenta en la contratación.

En conclusión, en el capítulo Derecho Comparado, se ha observado como en muchas legislaciones el aspectismo no se encuentra específicamente contemplado, lo mismo que ocurre con nuestra constitución española. La mayoría suelen recoger una cláusula abierta constitucional o un catálogo abierto de derechos bajo Principios Generales del Derecho reconocidos internacionalmente.

Así, dicha discriminación podría perfectamente quedar amparada en la legislación de la nación en cuestión. Se ha visto, como en determinadas legislaciones (por ejemplo, México o Argentina) se regula expresamente la prohibición de discriminar por el aspecto. Esta circunstancia deja intuir que el fenómeno de que hablamos en esos países es más frecuente de lo que pensamos, sobre todo, cuando el legislador contempla expresamente esa realidad en los textos legales.

CAPÍTULO 15. PROPUESTAS

A nadie le gusta ir in disonancia con lo que está de moda y mucho menos cuando se refiere a la propia estética. En ocasiones, solemos copiar los estilismos de otros, aunque no nos convenza demasiado, imitando muchas veces modas del pasado que se repiten. En una sociedad que prioriza siempre la capacidad de ser deseables es necesario cultivar ciertas aptitudes intelectivas y no estar pendientes continuamente de “gustar” o de tratar ser aceptados por los demás renunciando a nuestros valores para seguir la esclavitud de la deseabilidad social.

Sin embargo, no todas las personas cuentan con las herramientas precisas para alejarse de ciertos estereotipos corporales que en el día a día impone nuestro entorno. Es necesario orientar a las personas, sobre todo, a los adolescentes a diversificar la información que consumen, porque estos suelen sentar precedentes sobre la figura deseable, siendo necesario que la persona abra su mente a diferentes puntos de vista.

La prohibición de la gordura también ha llevado a las personas y a la economía en general a unos gastos excesivos y a unas preocupaciones exacerbadas. Hay quien en pro del planeta ha puesto de manifiesto la necesidad de que en el futuro no nos dejemos llevar por la contingencia y la rapidez de las modas para evitar la acumulación de la ropa y la contaminación, conservando de manera respetuosa los recursos naturales.

Aunque estas cuestiones no constituyen el objeto principal de nuestro trabajo, la cuestión ética-moral también debería encaminar otros futuros trabajos sobre el aspectismo, dado que es necesario respetar ciertos valores humanos, no dejándonos llevar únicamente por lo exterior, por lo material para experimentar bienestar. Lo ideal sería cultivar otras aptitudes y virtudes humanas y ser capaces de contemplar la diversidad física como riqueza no como hándicap, empezando a considerar y creer efectivamente que no hay un único modelo estético o apariencia a seguir, porque cada persona posee unos atributos físicos y una psique que la hacen única.

15.1. Propuestas de carácter psico-social

Desde una perspectiva psicosocial, se efectúan las siguientes propuestas:

1. Una propuesta de intervención holística e integradora práctica

Esta temática no puede enfocarse únicamente desde una perspectiva teórica, es necesario una intervención holística e integradora en la que se tengan en cuenta todas las dimensiones del individuo según el momento evolutivo y el contexto en el que se encuentre. Se ha insistido a lo largo del texto que la temática tratada no es algo que afecte únicamente a la persona que sufre aspectismo, sino a toda la sociedad, porque debe promoverse una cultura inclusiva y de respeto a los derechos de los demás.

El etiquetado de la persona conduce a consecuencias negativas como la marginación o la exclusión social, aunque no son las únicas consecuencias: el aislamiento social, puede producirse la exclusión de la persona trabajadora en todas las fases del ámbito ocupacional, la segregación en las relaciones entre pares y conocidos, ciertas desventajas sociales, jurídicas y económicas, así como que la salud física y mental se vean comprometidas al ver disminuidas las propias facultades y competencias, llegando a asumir inconscientemente el papel de una persona enferma por el solo hecho de que los demás le traten como si realmente el individuo padeciese un trastorno⁸⁷⁰.

En este sentido, sería conveniente implantar proyectos con ayuda de la psicología en diferentes niveles e instituciones (en la escuela, universidades, empresas, RRHH, en el ámbito de la familia, etc..) encaminados a que las personas adquieran ciertos valores y desactiven ciertos estereotipos, que son la base principal sobre la que se asienta la discriminación. Estos proyectos podrían incorporar acciones dirigidas a educar y promover el autocontrol emocional del individuo, así como, a la prevención del maltrato basado en las condiciones físicas de las personas, adquiriendo las habilidades sociales que sean necesarias.

En determinados ámbitos, por ejemplo, en el escolar, los profesores, o en el ámbito judicial, los jueces, etcétera, si fuesen conocedores de este tipo de sesgos cognitivos, podrían intentar controlar conscientemente ciertos prejuicios hacia personas con algún hándicap físico. Así, si se lograría dar al aspectismo mayor visibilidad a través de diferentes acciones (información, formación, creación de manuales, jornadas, cursos, normas antidiscriminatorias en el trabajo, formación de RRHH, promoción

⁸⁷⁰ Efecto Pigmalión o de la profecía autocumplida.

de valores como la diversidad física en universidades, en tribunales, en ámbitos sanitarios, etcétera) logrando que el fenómeno no pase desapercibido.

Se ha persuadido acerca de cómo la gente genera expectativas con el físico de los demás, por eso motivo, se propone revertir esta situación fomentando acciones formativas en el ámbito de la escuela y en el ámbito laboral, a través de las empresas y de las instituciones públicas (por ejemplo, cursos para desempleados, cursos universitarios para mayores, jornadas en los ayuntamientos, etcétera) para que las personas tomen conciencia de que los demás no tienen por qué dictar las normas de apariencia, dado que cada individuo posee una imagen que no es mejor ni peor, sino que ha de entenderse que la imagen ayuda a conformar el autoconcepto y autoestima y que estas no tienen por qué verse degradadas debido a calificaciones externas negativas y subjetivas.

Es necesario entender al aspectismo como un fenómeno global, complejo y originado por la confluencia de diversos factores. El punto central del proyecto estaría en educar para que las personas no cedan, ni sean fácilmente permeables a las influencias estéticas ajenas, acercándose más al pensamiento de que “nuestra legitimidad como personas no depende de la aceptación de los demás”.

2. Integración de la temática en el plan de psicología

Se propone la inclusión de la temática del aspectismo dentro del plan de estudios de psicología, pues este es un tema que no se toca en toda la carrera. Se propone su incardinación en la ética de la psicología, para concienciar en valores, o bien, en la psicología social por la necesidad de tener en cuenta los sesgos cognitivos y alejarse de los estereotipos sociales.

3. Utilización de terapias cognitivas para ayudar a las personas a autoaceptarse físicamente y alejarse de los estereotipos corporales

Promover el uso de terapias específicas para ayudar a hacer más consciente las rumiaciones y pensamientos negativos sobre los propios defectos físicos y los prejuicios sobre el físico de los demás, ya que se suele interiorizar automáticamente ciertos estereotipos referidos al físico de las personas que terminan guiando nuestra conducta.

La explicación de las teorías sociales del estigma y del etiquetamiento, como las psicológicas que explican los sesgos cognitivos y atribuciones, deben servir para dar cuenta de que inconscientemente adoptamos creencias infundadas sobre las habilidades o competencias de las personas, calificándolas negativamente si no cumplen los estándares estéticos esperados socialmente.

4. Apertura de nuevos campos de investigación

Debido a las inconsistencias halladas en la revisión del concepto de aspectismo y con el objeto de hacer propuestas de mejora, se propone la necesidad de abrir un nuevo campo de investigación en la literatura científica sobre el aspectismo desde una perspectiva ético-filosófica que complemente la perspectiva psicosocial de esta tesis doctoral, dado que una visión interdisciplinar contribuiría con más y diferentes datos e información de distinta naturaleza para seguir explicando el fenómeno, con el objeto de desarrollar programas eficaces de prevención e intervención en distintos ámbitos.

Puesto que el aspecto físico cambia según la cultura y según el momento histórico en el que nos encontremos, generalmente alternando dos tipos de modelos corporales antagónicos (cuerpo voluptuoso vs. aspecto andrógino añado), conviene tener presente las exigencias sobre las formas corporales del pasado para no recaer en el futuro en percepciones negativas de los individuos sobre su propio cuerpo que hagan sentir culpables a las personas por su prototipo corporal. Esto se traduce en que, desde la infancia, a los niños y niñas se les debe enseñar que no hay modelos estéticos a seguir y se les debe proponer que no deben entrar en un modelo determinado influenciado por los demás y por la publicidad que constantemente les ofrece feedback corporal sobre los modelos que han de imitar.

Así, no solo las consideraciones éticas, sino también los factores histórico-sociales poseen gran influencia en los modelos estéticos dominantes. Por ello, se propone informar sobre los antecedentes de este tipo discriminatorio y formar, sobre todo, a los jóvenes para que no busquen la aprobación o el reconocimiento de los demás, dejándose llevar por opiniones ajenas y, en general, que se contribuya a primar lo interior, aceptarse y conformarse consigo mismo, lo que contribuirá al bienestar mental, frente al enjuiciamiento subjetivo basado en la apariencia.

5. Uso de metodología innovadora en las aulas

Se hace necesario “la utilización de metodología innovadora en las aulas (lo que también terminará incidiendo en el ámbito ocupacional cuando los/las jóvenes accedan en el futuro a puestos de trabajo) para revertir las situaciones de hostigamiento estético y para asumir actitudes de respeto hacia los demás,

tratar de ser tolerantes y, sobre todo, distanciarse del uso de prejuicios basados en el aspecto de las personas”⁸⁷¹.

6. Medidas de acción positiva por parte de las instituciones públicas

Desde las instituciones se debe luchar por mantener la inclusión sociolaboral de personas que puedan sufrir algún hándicap, burlas, chistes, bullying por su aspecto o algún tipo de desventaja social, apostando por la inclusión y la diversidad corporal, dado que no existe un único patrón corporal estético válido. Muchos individuos se encuentran en desventaja laboral de accesibilidad y movilidad en los espacios públicos por su obesidad, tales como, el transporte y también en el ejercicio efectivo de sus derechos por lo que deben evitarse agravios. Lo mismo ocurre en el ámbito de la educación para lograr el desarrollo pleno de la personalidad y mejorar las condiciones de vida de las personas⁸⁷².

Conviene aprender a no utilizar la apariencia física de los demás como único criterio exclusivo para hacer presunciones sin justificación sobre la vida de las personas.

7. Medidas específicas respecto a la publicidad

En este trabajo se ha reflejado como uno de los agentes de mayor presión social sobre la estética del individuo son los mensajes de publicidad, lo que se encuentra muy relacionado con el tema tratado de “los falsos influencers” que no representan a nadie, solamente a sus intereses y a los productos que publicitan. Este problema pasa por la necesidad de que se presenten sin inducir a error como “influencers” y además que etiqueten todas las publicaciones relacionadas con intervenciones sobre el cuerpo o productos con finalidad económica como “colaboraciones pagadas”.

Dado que la globalización posee una gran influencia para difundir el fenómeno del aspectismo, sobre todo, a través de las tecnologías y redes sociales, se propone un uso responsable de las redes sociales, además, del adecuado control y filtros de ciertas publicaciones, tanto por parte de las instituciones como de los responsables de redes sociales y plataformas que dan soporte para que se compartan ciertos

⁸⁷¹ Quintas-Alfonsín (2021, p. 65).

⁸⁷² Por ejemplo, establecer cuotas de empleo para los grupos que tradicionalmente han sido discriminados por sus atributos físicos, pasando por la sanción efectiva y la fiscalización de los procedimientos de selección en las empresas.

contenidos relacionados con la apariencia física. Desde estas plataformas, se propone el fomento de la difusión de informar sobre salud integral, no de alimentar contenidos sobre la cultura de la dieta y el “postureo”, así como de la delgadez, aprendiendo a no enjuiciar el físico de las personas, uniformándolas físicamente, sino, todo lo contrario, ayudar a fortalecer la autoestima de las personas, mostrando orgullo por lo que cada uno es, valorando la diversidad física como riqueza y no como hándicap⁸⁷³.

15.2. Propuestas de índole jurídico

Desde una perspectiva jurídica, se efectúan las siguientes propuestas:

1. Que en nuestra legislación se mencione expresamente al aspectismo o a la prohibición de discriminar por la apariencia

Debido a que la legislación estatal española no establece más que en dos normativas una protección listada, expresa frente a la discriminación por apariencia, sino que utiliza un listado abierto en la constitución y en prácticamente en el resto de normativa ni se nombra, se efectúa la propuesta de que el aspecto se mencione expresamente como circunstancia protegida frente a la discriminación en la legislación para evitar comportamientos ambiguos intolerantes. Esta será la manera más útil para que el fenómeno adquiera visibilidad y se fomenten nuevos valores en la población, tales como, el respeto no solo por la diversidad cultural, sino también física. Dicha propuesta general, comprendería el llevar a cabo las siguientes particularidades:

- La modificación del ámbito subjetivo de aplicación de la normativa relativa a la discriminación para que esta incluya la apariencia física;
- La inclusión en el articulado de la definición. Por ejemplo, en la normativa que se contempla la discriminación por apariencia, se definen otras tipologías discriminatorias, sin embargo, no se define el aspectismo⁸⁷⁴. Esto permitiría obtener una conceptualización inequívoca y más consensuada de la que partir, así como aclarar los problemas de interpretación.
- Además, se hace necesario que la inclusión expresa de la discriminación por apariencia, no se coloque desubicada en normativas sectoriales, como ha ocurrido en una ley técnica de

⁸⁷³ Desde todos los niveles interrelacionados: formadores, escuela, familias, instituciones, etcétera....

⁸⁷⁴ La ley 19/2020 de 30 de diciembre, de igualdad de trato y no discriminación.

alimentación, que provoca que la protección de la discriminación por obesidad no haya tenido la eficacia pretendida en la lucha contra la discriminación. La inclusión de la protección exige que esta se efectúe en la Constitución española y en ámbitos estatales y autonómicos, como recientemente ha sucedido con la Ley catalana 19/2020, que, a pesar de haber sido muy escueta en la regulación al menos ha contemplado específicamente la apariencia física. Aun así, valoramos positivamente que el legislador se haya hecho eco de esta realidad y haya incluido esa protección donde antes nada existía. Es más, podría concretarse también una nueva legislación general relativa a la igualdad y a la prohibición de discriminación por apariencia en varios ámbitos.

- Precisar los diferentes ámbitos objetivos de aplicación, que vayan más allá del ámbito ocupacional: por ejemplo, educación, sanidad, adquisición de bienes y servicios, etcétera.
 - Se propone la modificación puntual de los artículos del Código penal que señalan los motivos por los que se persigue penalmente la discriminación, haciendo referencia específica a la discriminación basada en el aspecto o apariencia del individuo, y lo mismo, para la modificación del articulado del ETT en donde se señalen los motivos prohibidos de discriminación.
2. Reactivar la autoridad de organismos responsables, incluso crear otros con más competencias que establezcan sanciones y filtros de control más severos tanto para la publicidad como para los medios de comunicación e intervenciones de los influencers en redes sociales, ya que estos pueden contribuir a influenciar negativamente el desarrollo de la persona.

En este trabajo, se analizó el papel de importancia que poseen los medios de comunicación para que dejen de potenciar la cultura de la extrema delgadez. Es necesario realizar una labor de control severo y de sanción cuando sea necesario. También es menester una política estatal que facilite mecanismos fáciles de denuncia para la discriminación basada en la apariencia en diferentes ámbitos.

3. Modificación de la estructura de los currículos profesionales en el acceso al empleo

Se propone la puesta en práctica de una política efectiva de evaluación de los currículos anónimos en el acceso al empleo (sin nombre, ni apellidos, ni fotos). Podría empezarse primero con los organismos estatales y posteriormente, extender esta práctica a las instituciones privadas.

4. Inclusión en los convenios colectivos la protección frente a la discriminación basada en apariencia

Desde la negociación colectiva sería necesario incluir en los convenios colectivos sectoriales y en la normativa interna de las empresas, la protección frente a la apariencia física, señalando los requisitos necesarios para las diferentes categorías laborales para que no se pueda dañar la integridad moral de los trabajadores y trabajadoras.

5. Identificación como riesgo laboral el maltrato por razón de las características físicas

Desde la salud laboral, en prevención de riesgos laborales, es necesario identificar los riesgos laborales en que podrían incurrir ciertos trabajadores en determinados puestos de trabajo que están excesivamente vinculados a la imagen y no solo identificarlos, sino crear un plan de prevención (por ejemplo, que contenga educación en el ámbito empresarial e información sobre salud psicológica o medidas de detección de supuestos de acoso por apariencia física).

6. Medidas en el ámbito de los RRHH.

También se propone desde los RRHH que las entrevistas de trabajo tradicionales subjetivas, sean sustituidas por entrevistas objetivas, estructuradas, con el esfuerzo de una toma de decisiones laborales basadas en información válida, relacionada exclusivamente con la cualificación profesional del candidato y no con aspectos que no tienen repercusión en el desempeño del servicio profesional.

Así, otra propuesta podría ir dirigida a los poderes y organismos públicos que a la hora de conceder el distintivo en materia de igualdad a las empresas, utilicen también el criterio de reconocérselo a aquellas entidades que destaquen por la aplicación de políticas que impidan permanentemente durante todas las fases del empleo, la discriminación por apariencia.

En conclusión, las propuestas anteriores contribuirían a aclarar no solo el concepto de aspectismo, sino a visibilizarlo y crear un marco general para la igualdad en diferentes ámbitos, evitando ambigüedades a través del desarrollo reglamentario en distintos ámbitos, obligando a adoptar a los distintos operadores las medidas necesarias para reducir o suprimir la discriminación basada en la apariencia. Solo así, se haría visible este fenómeno complejo que, en la mayoría de los casos, conduce a conflicto individual y/o social.

Creemos que el legislador debe estimular el desarrollo de una normativa específica que otorgue una adecuada protección frente a la discriminación por aspecto, así, como efectuar nuevas propuestas desde las empresas y más trabajos en el ámbito de la investigación que contribuyan a la innovación de las instituciones y a la adquisición de valores comprometidos para el conjunto global de la sociedad. Se trata de generar “mayores espacios de libertad e igualdad”⁸⁷⁵.

⁸⁷⁵ Giménez (2003, p. 19).

CONCLUSIONES

¿Se han logrado los objetivos desde la perspectiva psicosocial y jurídica?

Esta tesis doctoral consta de un objetivo general: el primero, responde al propósito social de lograr aumentar la visibilidad del aspectismo o discriminación por apariencia física para contribuir a un mejor conocimiento del fenómeno, aportando convicción de su existencia en diferentes ámbitos y contextos. El segundo objetivo se refiere a la adopción de medidas psicosociales y jurídicas para reducir o suprimir la discriminación por apariencia y de medidas preventivas para tratar de fomentar una cultura igualitaria y de aceptación de la diversidad física.

Creemos que los dos objetivos generales propuestos se han logrado, ya que el primero se ha conseguido a través del apoyo de la literatura científica referida a la discriminación estética, para lo que se ha construido un marco teórico multicausal, con el objeto de tener en cuenta distintos factores y diferentes teorías que podrían explicar el aspectismo y contribuir a hacerlo más visible para la población⁸⁷⁶.

El segundo objetivo general se ha logrado a través del estudio pormenorizado desde la doble perspectiva, que nos conduce a la posibilidad de formular en el presente epígrafe una serie de propuestas y de medidas preventivas dirigidas a distintos niveles, partiendo de un modelo ecológico relacional, donde todos los agentes se interrelacionan recíprocamente, ya que el aspectismo es un problema global que nos incumbe a todos, no únicamente particular⁸⁷⁷.

Asimismo, del objetivo general planteado se derivaron los siguientes objetivos específicos:

1. La revisión del concepto de aspectismo, efectuando propuestas de mejora para superar las inconsistencias en su definición de la literatura científica.

⁸⁷⁶ En el Capítulo I.

⁸⁷⁷ A lo largo del Capítulo 15.

En este trabajo se ha analizado que cuando se define al aspectismo se suelen utilizar otros términos cercanos o sinónimos que, en muchos casos, conducen a la confusión porque no existe un acuerdo común en la literatura científica sobre la terminología. Este objetivo se ha logrado, formulando en esta tesis doctoral una definición en la que se encuentran los elementos más consensuados por los trabajos científicos analizados⁸⁷⁸.

2. Demostrar a través de un estudio histórico-evolutivo como la imagen de una persona se encuentra íntimamente relacionado con la cultura de cada momento histórico.

En el capítulo 3 de este trabajo se ha observado que los ideales estéticos de belleza han variado según los tiempos y según la cultura, aunque en la actualidad, todas las mentes se aúnan para exigir una única tipología de belleza, es decir, la prohibición de imperfecciones y la delgadez.

Este objetivo se ha logrado haciendo una breve introducción de la apariencia en distintos momentos históricos, investigando como el individuo siempre ha sufrido discriminación por su imagen, aunque en unos tiempos ha sufrido más que en otros.

Además, el marco histórico cultural apoya el desarrollo del marco teórico multicausal diseñado, porque no hay una sola teoría o un solo factor que explique por sí solo el aspectismo, sino que son múltiples factores sociales, históricos y culturales (añadidos a otros, tales como, los sesgos psicológicos) los que contribuirían a generar el problema sobre la imagen de la persona.

3. Proponer un modelo explicativo multicausal del fenómeno del aspectismo.

Este objetivo se ha cumplido en el capítulo 1, ya que se ha diseñado un marco multifactorial, donde diversos factores y formulaciones teóricas explican el problema teniendo en cuenta todas las dimensiones de la persona, si bien, las teorías sociales del estigma y del etiquetado, así como las implicaciones de los sesgos psicológicos y la influencia que ejerce la publicidad en la actualidad, ayudarían a comprender fácilmente como estas inciden en la salud y bienestar de la persona.

En consecuencia, es menester una regulación jurídica adecuada que contribuya a regularizar situaciones que, en ocasiones, pasan desapercibidas para la mayoría. La construcción de un marco teórico multicausal da fe sobre la complejidad del fenómeno del aspectismo, como se muestra en el mapa conceptual de la Figura 1.

⁸⁷⁸ La definición se encuentra formulada al final del apartado 6.1. Construcción conceptual: ciertas inconsistencias en la definición de aspectismo.

4. Establecer con apoyo de la literatura científica, la posible relación entre el aspecto físico y las expectativas que el atractivo genera en los demás sobre los logros y habilidades de la persona.

Esta relación se ha evidenciado a lo largo de todo el trabajo. Especialmente, el apartado 1.2. explica el fenómeno partiendo de los prejuicios sociales y el apartado 1.3. de los prejuicios cognitivos. Asimismo, el apartado 4.4. se detiene a explicar la presión social sobre el cuerpo y como los observadores generan expectativas sobre el mismo. El apartado 6.4.2 se refiere a las expectativas estereotipadas y el apartado 6.4.3. se apoya en estudios de la literatura científica que demuestran las fuertes correlaciones entre el atractivo y las habilidades o competencias del individuo. Así, este objetivo queda resuelto, ya que la mayoría de las personas generan expectativas basándose en los atributos físicos de las personas, quedando demostrado como los rasgos físicos visibles pueden transformarse en rasgos de personalidad del individuo y que, en la mayoría de los casos, lo físico, lo visible, lo que conforma la apariencia física, no solo configura el cuerpo, sino que puede marcar el comienzo de las ventajas y/o desventajas en la vida laboral y social del individuo⁸⁷⁹.

5. Analizar la importancia que la publicidad y los medios de comunicación ejercen sobre la presión estética social, desentrañando si estos son claves a la hora de difundir un determinado prototipo estético, especialmente, el de la delgadez.

Este objetivo se ha cumplido a través del análisis general efectuado a lo largo del capítulo 5 y, en particular, de los experimentos realizados en los apartados 5.1.2., 5.1.4., y 5.2.3. que muestran como uno de los agentes de mayor presión social sobre la estética del individuo son los mensajes y las figuras que intervienen en la publicidad.

El cumplimiento de este objetivo ha quedado demostrado a través de varios experimentos realizados, tales como, el análisis de algunas campañas publicitarias relacionadas con el patrón estético imperante, o como los maniqués de muchos escaparates “están enfermos”, debido a que la publicidad orienta el cuerpo de las personas hacia el consumismo y envía mensajes a la población, marcando tendencias a realizar prácticas peligrosas que pueden afectar a la salud de las personas⁸⁸⁰.

Asimismo, se ha estudiado la llamada “tiranía del culto al cuerpo” propugnada a través del fenómeno “influencer”. Esta posee una cara culta, arrastrando a multitud de jóvenes a olvidar sus valores para acomodarse a las prescripciones de aquellos que marcan tendencias desde la cercanía a su público. Respecto a los seguidores, fomentan el uso y consumo de determinados productos que no van

⁸⁷⁹ En el Capítulo 4 el estudio de la apariencia física y la presión social sobre el cuerpo.

⁸⁸⁰ En el Capítulo 5.1.4. “Los maniqués de los escaparates están enfermos”.

primeramente destinados al bienestar de los individuos, sino solo a su propio beneficio económico y al de las marcas a las que representan. Este es un tema que posee gran repercusión porque es una información que se comparte en redes sociales a gran cantidad de población en pocos segundos y que se ha comprobado cómo, en muchos casos, ha llevado a que los/las jóvenes se hayan sentido mal con su propio cuerpo al efectuar comparaciones sociales.

Muchos usuarios de redes sociales siguen a “influencers” considerando que son sus “amigos”, lo que pone de manifiesto la conexión malinterpretada que efectúan muchos seguidores, dado que aquellos solo poseen un objetivo que es atraer el máximo número de seguidores para que compren el producto que anuncian o a la marca que representan.

Es necesario hacer hincapié en la búsqueda de los referentes adecuados y en saber diferenciar a un influencer de un amigo.

6. Concretar qué influencia puede ejercer el fenómeno de la globalización en la difusión mundial de una determinada apariencia estética.

Este objetivo se ha cumplido analizando en el apartado 5.3, la estética globalizadora y su influencia en la apariencia. Queda reflejado como en la actualidad, el impacto que posee la apariencia se magnifica y se acelera debido a “los patrones transcontinentales de interacción social”⁸⁸¹, ya que la globalización ha contribuido a uniformizar internacionalmente la imagen de las personas, haciendo que cada individuo pierda su singularidad con el objeto de adaptarse a las exigencias estéticas globales consumistas.

7. Analizar si existe un derecho a la apariencia.

Del examen de la legislación española relacionada con el fenómeno recogida en el capítulo 9, se extrae que la regulación en el ordenamiento jurídico español es escasa y meramente anecdótica: solo en dos legislaciones se incluye expresamente como causa de protección expresa la discriminación basada en aspecto y, por tanto, el derecho del individuo a ser tratado por su aspecto en condiciones de igualdad.

⁸⁸¹ En el apartado 5.3. La estética globalizadora y su influencia en la apariencia.

8. ¿Cómo debe realizarse la pacificación cuando colisiona el ejercicio del poder empresarial del poder de dirección y el derecho del trabajador o de la trabajadora a no ser discriminados por su aspecto y a tener acceso en condiciones de igualdad a la selección para un puesto de trabajo o a no ser despedidos?

A este objetivo se ha llegado examinando la casuística española sobre discriminación basada en la apariencia recogida en el capítulo 10.

La conclusión final es que no hay una única solución para resolver el conflicto, sino que a menudo será la jurisprudencia la que resuelva los casos planteados acudiendo a la doctrina del equilibrio de derechos y, sobre todo, al juicio de proporcionalidad para ponderar los intereses de cada caso particular.

9. El objetivo de efectuar un análisis de la regulación de la discriminación por apariencia en el derecho comparado:

Se cumple el objetivo de efectuar un análisis en el derecho comparado sobre la regulación de la discriminación por apariencia y recoger las principales formas de protección jurídica que otorgan las legislaciones en el capítulo 13. Se llega a la conclusión de que en el derecho comparado, la prohibición expresa de discriminación por apariencia se encuentra escasamente reflejada en los textos constitucionales.

10. El objetivo de efectuar propuestas específicas:

Queda cumplido este objetivo específico cuando en el capítulo 14 se efectúan una serie de propuestas específicas y contextualizadas, de carácter jurídico y psicosocial, que van dirigidas no solo al legislador, sino al conjunto de la sociedad.

LIMITACIONES Y PROSPECTIVA

Es necesario tener presente una serie de limitaciones inherentes a este trabajo de investigación. Desde el momento que se efectúa una aproximación a la conceptualización de un fenómeno que no ha sido demasiado estudiado, se presentan problemas para definir objetivamente el aspecto, debido a la escasez de definiciones propugnadas en la literatura científica. Todo ello limita el modelo teórico construido desde esta tesis, porque no partimos de experiencias previas, sino que teniendo en cuenta características comunes de la casuística y los aspectos más relevantes del fenómeno, nos hemos atrevido a ofrecer una definición personal, así como a ofrecer una explicación personal y particular de las causas, factores y teorías que pueden estar originando el problema, si bien, somos conscientes que podrían haberse dado otras definiciones y teorías distintas, con posibilidad de ser igualmente válidas.

Otra limitación proviene de la consideración de que este trabajo de investigación es un trabajo tasado, que obliga a incidir en lo estrictamente más relevante, centrando el foco de estudio en determinados aspectos, obligándonos a obviar otras consideraciones que podrían ser útiles para entender mejor la temática o que pudieran tener influencia en las consecuencias y en las propuestas, tales como, por ejemplo, estudiar ciertas estrategias de afrontamiento frente a las conductas discriminatorias. Así, sería útil continuar desarrollando este trabajo a través de investigaciones complementarias en las que se pudiesen evaluar otros factores de influencia sobre el fenómeno y factores que podrían ayudar a eliminar o aliviar las consecuencias de esta tipología discriminatoria, por ejemplo, adecuadas acciones preventivas tempranas en el ámbito educativo o protocolos de prevención en el ámbito empresarial.

Aunque en este trabajo se toca la perspectiva psicológica para explicar los sesgos cognitivos en la apariencia y también algunas consecuencias psicológicas que posee la presión social de la apariencia, creemos que sería conveniente en el futuro, analizar pormenorizadamente ciertos contenidos relacionados con la psicopatología asociada a la insatisfacción corporal, la distorsión de la propia imagen y el estudio de los trastornos alimentarios relacionados con la apariencia y la imagen de la persona, dado que desde la literatura científica diferentes expertos en la materia, señalan como las actuales normativas de educación nacional, tales como, la Ley Orgánica de Educación 2/2006, de 3 de mayo (LOE) y la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre (LOMCE) “proporcionan interesantes posibilidades de trabajar la educación para la salud dentro de las diferentes áreas curriculares de la Educación Secundaria

Obligatoria como tema transversal”⁸⁸². No solo habría que enfocar la temática desde la visión de trabajar el aspectismo desde la Educación Secundaria, sino que:

(...) se ha puesto en evidencia que a medida que los niños van creciendo son menos propensos a ser acosados, aunque, la apariencia física sigue siendo una de las causas más frecuentes de discriminación e intimidación en el contexto escolar, tal como recogen algunos organismos internacionales (...)

Por esta razón el planteamiento sería intervenir desde Educación Infantil, pasando por Educación Primaria y Secundaria hasta llegar a Bachiller, abordando las similitudes y las diferencias que plantea este tipo de discriminación en cada nivel educativo, comprobando si es cierto que a medida que los jóvenes avanzan en edad, dependen menos de su aspecto y van incorporando ciertos valores morales y/o intelectuales para definirse a sí mismos⁸⁸³.

⁸⁸² Baile y Garrido (1999, p. 447).

⁸⁸³ Quintas-Alfonsín (2021, p.66).

Referencias

- Aguado, A. L. (1995). *Historia de las deficiencias*. Escuela libre editorial. Fundación ONCE.
- Alonso, M. (2021, junio 3). *Kate Winslet se rebela contra una industria que impone siluetas clónicas y que se niega a envejecer*. Elle. En: <https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/a36618891/kate-winslet-se-rebela-contra-industria-culto-cuerpo-edad/>
- Alonso, M, y Montoya, A. (1995). Jurisprudencia Constitucional sobre Trabajo y Seguridad Social, *Tomo XII*. Civitas.
- Álvarez (2020, febrero 20). *Shaila habla más claro que nunca de las causas de su sobrepeso*. El Español. En: https://www.elespanol.com/corazon/famosos/20200220/shaila-durcal-habla-claro-nunca-causas-sobrepeso/468953381_0.html
- Anderson, T.L., Grunert, C., Katz, A., y Lovascio, S. (2010). Aesthetic capital: a research review on beauty perks and penalties. *Sociology Compass*, 4(8), 564-575. https://www.researchgate.net/publication/229467102_Aesthetic_Capital_A_Research_Review_on_Beauty_Perks_and_Penalties
- Aparicio, R. K. (2016). Derecho a la intimidad y a la propia imagen en las relaciones jurídico laborales. *Dereito*, 25(2), 155-157.
- Aristóteles. (1986). *Política*. Traducción de García Gual, C., y Pérez Jiménez, A. Alianza Editorial.
- Avery, D., y Crain, M. (2007). Branded: Corporate Image, Sexual Stereotyping, and the new face of Capitalism. *Duke Journal of Gender Law&Policy*, 14(13), 1-123. <https://scholarship.law.duke.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1108&context=djglp>
- Ayala, J. M. (2015). Algunas reflexiones sobre las políticas públicas de discapacidad desde la perspectiva de la Convención de Naciones Unidas. En E. Alcaín (Dir.), *La Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad*, 75-80. Tirant lo Blanch.
- Baile, J. I. (2017). *Discriminación por obesidad: perspectiva jurídica*. Tesis doctoral. Departamento de Ciencias Jurídicas, Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA).
- Baile, J. I. (2003). ¿Qué es la imagen corporal? *Revista de Humanidades “Cuadernos del Marqués de San Adrián”*, 53-70. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2010565>

- Baile, J. I., y Garrido, E. (2001) ¿Por qué la delgadez es atractiva? Un estudio de asociación de palabras en chicas adolescentes. *Huarte de San Juan Psicología y Pedagogía*, 8-9, 187-196. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=717429>
- Baile, J. I., y Garrido, E. (1999). Autoimagen referente al peso en un grupo de chicas adolescentes. *Anales del Sistema Sanitario de Navarra*, 22-21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6533691>
- Baile, J. I., González, L., y Ruiz, Y. (2009). Análisis del efecto en la insatisfacción corporal en un grupo de chicas adolescentes, al consultar revistas dirigidas a dicho público. *Interpsiquis*, 1-6. https://psiquiatria.com/trabajos/usr_2091429462.pdf
- Baile, J. I. y, González-Calderón, M. J. (2012) ¿Anorexia Nerviosa en el siglo XIV?: el caso de Santa Catalina de Siena. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 3, 80-88. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-15232012000200001
- Baile, J. I. y, González-Calderón, M. J. (2011). Comorbilidad psicopatológica en obesidad. *Anales del Sistema Sanitario en Navarra*, 34, 2, 253-261. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1137-66272011000200011
- Baile, J. I., y González-Calderón, M. J. (2010). Trastornos de la conducta alimentaria antes del siglo XX. *Psicología Iberoamericana*, 18, 2, 19-26. <https://www.redalyc.org/pdf/1339/133915921003.pdf>
- Baile, J. I., Guevara, R., González-Calderón, M. J., y Urchaga, J. D. (2020). The relationship between weight status, health-related quality of live, and life satisfaction in a sample of spanish adolescent. 2020. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 9, 1-15. <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/9/3106>
- Baile, J. I., Guillén, F., y Garrido, E. (2002). Insatisfacción corporal en adolescentes medida con el Body Shape Questionnaire (BSQ): efecto del anonimato, el sexo y la edad. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 2, 3, 439-450. <https://www.redalyc.org/pdf/337/33720304.pdf>
- Baile, J. I., Raich, R., y Garrido, E. (2003). Evaluación de la insatisfacción corporal en los adolescentes: efecto de administración de una escala. *Anales de Psicología*, 10(2), 187-192. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/27651>
- Baile, J. I., y Ruiz, Y. (2009). El efecto de los medios de comunicación en la autoestima de chicas adolescentes, un estudio en el contexto de los trastornos alimentarios. *Revista de Humanidades: Cuadernos del Marqués de San Adrián*, 6, 11-18. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3005931>

- Bailly, F., y Léne, A. (2013). The personification of the service labor process and the rise of soft skills: a french case study. *Employee relations*, 35,1, 79-97. <https://www.proquest.com/docview/1125424684/fulltextPDF/C69DBD90D69947C3PQ/1?accountid=139267>
- Balinski (2012, agosto 1). *Surprising findings in "lookism" research*. South Melbourne. <https://www.manmonthly.com.au/news/surprising-findings-in-lookism-research/>
- Ballén, J. E., y Castillo, J. A. (2015). La práctica del tatuaje y la imagen corporal. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, 8(1), 103-109. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaPracticaDelTatuajeYLaImagenCorporal-5295911.pdf
- Bandura, A. (1989). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Prentice Hall.
- Bañuelos, C. (1994). Los patrones estéticos en los albores del siglo XXI. Hacia una revisión de los estudios en torno a este tema. *Reis*, 68, 119-140. http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_068_08.pdf
- Barnés, H. G. (2014, noviembre 23). *El lookismo, vivir de la apariencia*. ACV. En https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2012-10-20/el-lookism-o-vivir-de-la-apariencia_501528/
- Beard, M. (2021). *Doce Césares*. Crítica.
- Becerra, A., y Rolander, Y. (2005). El derecho a la no discriminación: una perspectiva internacional. La discriminación en el ámbito internacional. *El cotidiano*, 134, 78-88. <https://biblat.unam.mx/es/revista/el-cotidiano/articulo/el-derecho-a-la-no-discriminacion-una-perspectiva-internacional>
- Becker, H. (1985). *Outsiders*. Métailié.
- Bernard, E., Arda, Z., y Fernández, C. (2012). Publicidad de la industria del aspecto físico y mercado de trabajo: el aspecto físico asociada al éxito profesional. *IdUs*, 169-189. <https://idus.us.es/handle/11441/39516>
- Berry, B. (2008). *The power of looks: social stratification of physical appearance*. Ashgate Publishing.
- Blasco, F. (2008). Algunas cuestiones del derecho a la propia imagen. *Bienes de la personalidad*, s/n, 13-92
- Blázquez, R. (2021, julio 21). *Aspectismo: así es la discriminación por el aspecto físico que puede suponer que nos contraten o no*. La sexta. En <https://www.lasexta.com/programas/lasexta-clave/aspectismo-asi->

discriminacion-aspecto-fisico-que-puede-suponer-que-nos-contraten_2021072961030b72d6961e0001ba676c.html

Bordo, S. (1987). *The flight to objectivity: essay on cartesianism and culture*. Suny Press.

Bourdieu, P. (1979). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.

Bravo, A. (1996). Femenino singular. *El aspecto físico a través de la historia*. Alianza Editorial.

Brooks, D. (2021, junio 24). *Why it ok to be mean to the ugly?* The New York Times.
<https://www.nytimes.com/2021/06/24/opinion/why-is-it-ok-to-be-mean-to-the-ugly.html>

Cabrera, Y. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad. Modelos publicitarios entre el aspecto físico real, la esbeltez o la anorexia. *Revista Icono 14*. Año 8, 223-243.
<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/236>

Cano, R. (2017, marzo 17). *Expulsadas del mercado laboral por su peso*. El Confidencial.
https://www.elconfidencial.com/espana/2017-03-13/dia-mujer-trabajadora-mujeres-discriminacion-gordofobia_1345407/

Carcopino, J. (1994). *La vida cotidiana en Roma en el apogeo del Imperio*. Temas de Hoy.

Carrillo, J. A. (2003). El Convenio Europeo de Derechos Humanos. *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, 7(15), 395-439.

Carrión, M. C. (2016, agosto 18). *La televisión pública egipcia aparta a presentadoras por sobrepeso*. El mundo. En: <https://www.elmundo.es/television/2016/08/18/57b5802c46163f741b8b4606.html>

Carrión, M. C. (2010). Intervención social en el abordaje y prevención de conductas de discriminación y violencia en adolescentes. *Cuadernos de Trabajo Social*, 23, 189-209.
<https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/CUTS1010110189A>

Cates, S. V., y Heather, D. (2012). Discrimination in a covert methodology: an análisis of physical and social characteristics that prohibit people from becoming employed. *Ibusiness*, 4, 178-184.

Cavico, F., Muffler, S. C., y Mujtaba, B. (2012). Appearance discrimination “lookism” and “lookphobia” in the workplace. *The journal of applied bussiness research*, 28(5), 791-802.
https://www.researchgate.net/publication/290762385_Appearance_discrimination_Lookism_and_Lookphobia_in_the_workplace

Celdrán, P. (2011). *Quién fue quién en el mundo clásico. Vidas célebres y anécdotas de la antigüedad griega*. Editorial Temas de hoy.

- Cervantes, M. (1935). *Don Quijote de la Mancha*. Anaya.
- Chaparro, P., y Talens, E. (2012). Las intromisiones en el derecho a la propia imagen en el ámbito laboral. *Revista Boliviana de derecho*, 15, 234-251. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LasIntromisionesEnElDerechoALaPropiaImagenEnElAmbi-4789233%20(5).pdf
- Chang, C., O'Brien, K., Keil, A., Gaston, S., Jackson, C., Sandler, D., y White, A. (2022). Use of Straighteners and other hair products and incident uterine cancer. *Journal of the National Cancer Institute*, 165, 1-10. <https://academic.oup.com/jnci/advance-article/doi/10.1093/jnci/djac165/6759686>
- Chelcea, S., e Ivan, L. (2016). The aphrodite effect: labor market discrimination base don attractiveness. *Psihologia Sociala*, 37, 37-53. https://www.researchgate.net/profile/Gabriela-Violeta-Iordachita/publication/330688414_Recenzie-Cornel-Ban-Dependenta-si-dezvoltare-Economia-politica-a-capitalismului-romanesc-Editura-Tact-Cluj-Napoca_2014/links/5c4f550d92851c22a3972f48/Recenzie-Cornel-Ban-Dependenta-si-dezvoltare-Economia-politica-a-capitalismului-romanesc-Editura-Tact-Cluj-Napoca-2014.pdf#page=37
- Chiais, E. (2020). Transparente, semitransparente, opaco: tipología de los escaparates de moda. *Federeación Latinoamericana de Semiótica (fels)*, 32, 63-72. <https://www.redalyc.org/journal/6060/606064548006/html/>
- Cortés, I. (2018). *Guía para la no discriminación en el contexto escolar*, 35-36. Ministerio de Educación. https://diariofemenino.com.ar/df/wp-content/uploads/2020/05/Guia_para_la_no_discriminacion_en_el_con.pdf
- Cosgrave, B. (2005). *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*. Gustavo Gili.
- Cossrow, N.H., Jeffery, R.W., McGuire, M. (2001). Understanding weight stigmatization: a focus groups. *Revista de Educación Nutricional*, 33,4, 208-214.
- Craig, M. L. (2006). Race, beauty and tangled knot of a guilty pleasure. *Feminist theory*, 7(2), 159-177.
- Cristóbal, R. (2017). *Protección del derecho a la propia imagen en el trabajo*. BIB 2017/12358. Aranzadi
- Cruzat-Mandich, C., Díaz-Castrillón, F., Lizana-Calderón, P., Castro, A. (2016). Comparación por sexo en imagen corporal, síntomas psicopatológicos y conductas alimentarias en la juventud entre 14 y 25 años. *Revista Médica de Chile*, 144, 6, 743-750. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-98872016000600008
- Cuadernos de Aranzadi Social. (2021). *Discriminación en el proceso de acceso al empleo. Dimensión sustantiva*. Aranzadi.

- Decreto 69/2007, de 29 de mayo, *por el que se establece y ordena el currículo de Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha*.
<https://docm.jccm.es/portaldocm/eli/es-cm/d/2007/05/29>
- De Lama, A. (2013). *Discriminación múltiple*. ADC, tomo LXVI, fase I, 1-50.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4548753>
- De los Ríos (2021, diciembre 14). Quién es Lorena Gómez. *Mujer Hoy*. En:
<https://www.mujerhoy.com/actualidad/lorena-gomez-cantante-enemiga-pilar-rubio-sucesora-rocio-jurado-arrasa-homenaje-telecinco-20211214175742-nt.html>
- De Miguel, B. (2022, marzo 25). *Estilo "milipili": qué significa la tendencia viral que no dejas de ver en TikTok*. Cosmopolitan. En: <https://www.cosmopolitan.com/es/moda/tendencias-moda/a39535217/estilo-milipili-que-es/>
- Del Pino, J. (2001, marzo 13). *Philadelphia se pone a dieta*. El País.
https://elpais.com/diario/2001/03/13/ultima/984438001_850215.html
- Del Río, J. (2022, enero 22). *Apuesta por la natural. La acertada reflexión de Toni Acosta sobre los retoques estéticos de las influencers*. La Vanguardia.
<https://www.lavanguardia.com/gente/20220126/8013321/acertada-reflexion-toni-acosta-retoques-esteticos-rinoplastia-influencers-mmn.html>
- Delfino, C. A. (2017, julio 17). *Prejuicios y discriminación*. Mi voz.
- Díaz, P., Quintas, N., y Muñiz, C. (2010). Cuerpos mediáticos versus cuerpos reales. Un estudio de la representación del cuerpo femenino en la publicidad de marcas de moda en España. *Icono 14. Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 8(3), 244-256.
<https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/237>
- Duby, G., y Perrot, M. (2018). *Historia de las mujeres*. Taurus.
- Dusek, J. B., y Joseph, G. (1983). Las bases de las expectativas de los maestros: un metaanálisis. *J. Education Psychology*, 75(3), 327-346.
[https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1875707](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1875707)
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Paidós.
- Elizathe, L., Murawski, B., y Rutzstein, G. (2010). La cultura de la delgadez en los niño/as. *Discriminación y estigmatización social. Encrucijadas*, 50.
http://repositorioubasib.uba.ar/gsd/collect/encruci/index/assoc/HWA_61.dir/61_1.PDF

- Espizua, I. (2017). La imagen y el estilo de la mujer política española como elementos básicos de su comunicación. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 41, 61-83. <http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/453>
- Fanjul, C. (2008). Modelos masculinos predominantes en el mensaje publicitario y su influencia social en la psicopatología del siglo XXI: la vigorexia. *Prisma social*, 1, 1-26. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744574005.pdf>
- Fernández, J. (2022, marzo 28). *El polémico tortazo de Will Smith a Chris Rock por un comentario sobre su mujer*. El Correo. En: <https://www.elcorreo.com/culturas/premios-oscar/premios-oscar-2022-punetazo-will-smith-comico-chris-rockl-20220328044156-nt.html>
- Fernández, J. (2021). La vida privada de Julio César. *Historia*, 217, 62-75. National Geographic.
- Festinger, L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review*, 57, 271-282.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Flanagan, J., y Lewis, V.J. (2019). Marked inside and out: an exploration of perceived stigma of the tattooed in the workplace. *Diversity and Inclusion: An International Journal*, 38, 1, 87-106. <https://www.proquest.com/docview/2177147237>
- Fornis, C. (2021). Esparta admirada, temida y detestada. *Historia*, 217, 50-61. National Geographic.
- Franco de Espés, C. (1995). *Así vivían en la España del Romanticismo*. Anaya.
- Freire, E. (2015). *La vida frente el espejo. Belleza impuesta y trastornos de alimentación*. Díaz & Pons Editores.
- Freixas, A. (2021). *Yo Vieja*. Capitan Swing.
- Galarza, F., y Yamada, G. (2009). *Discriminación laboral en Lima: el rol de el aspecto físico, la raza y el sexo*. Centro de Investigación de la Universidad del pacífico.
- García, M. J. (2019). La apariencia física, un nuevo obstáculo en el logro de la plena igualdad en el acceso al empleo. En A. Selma, *Retos en materia de igualdad de género en el siglo XXI: un análisis multidisciplinar* (303-309). Dykinson.
- García, V., D'Adamo, O., y Gavensky, M. (2017). Una tipología de los sesgos y estereotipos de género en la cobertura periodística de las mujeres y candidatas. *Revista Mexicana de opinión pública*, 24, 113-129. <http://revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/61614>
- García, M., Martínez, J. P., y Guzmán, R. M. (2010). *De la imagen corporal a la discriminación: consecuencias de la obesidad sobre la sexualidad en hombres y mujeres*. *Obesidad. Un enfoque*

multidisciplinario, 305-317. Publicaciones de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
<https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/2282/>

García-Garrido, M. J. (1991). *Derecho privado romano*. Dykinson.

Ghodrati, Z., Joorabchi, T. N., Muati, A. (2015). The influence of Globalization on lookism in workplace environment of different cultures. *Global Media Journal*, 13, 24, 1-17.
https://www.researchgate.net/publication/282176638_The_influence_of_globalization_on_lookism_in_workplace_environments_of_different_cultures

Giménez, G. (2003). *Las diferentes formas de discriminación desde la perspectiva de la lucha por el reconocimiento social*. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
https://www.researchgate.net/publication/242721906_LAS_DIFERENTES_FORMAS_DE_DISCRIMINACION_DESDE_LA_PERSPECTIVA_DE_LA_LUCHA_POR_EL_RECONOCIMIENTO_SOCIAL

Given, F. (2021). *Mi belleza no es cosa tuya*. Lunwerg editores.

Goffman, E. (2006). *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu editores.

Gombrich, E. H. (1997). *La historia del arte*. Phaidon.

Gómez, F. J. (2019). Geografías de lo exótico. Los griegos y otras culturas. *Historia*. 214, 54-65. National Geographic,

Gómez, S. (2022, marzo 13). *Qué es la YSL girl: la estética más elegante que triunfa en TikTok*. Cosmopolitan. En: <https://www.cosmopolitan.com/es/moda/tendencias-moda/a39294216/tendencia-tiktok-ysl-girl/>

Gómez, S. (2021, enero 12). *El estilo "preppy", la tendencia que vas a llevar de invierno a primavera*. Cosmopolitan. En: <https://www.cosmopolitan.com/es/moda/tendencias-moda/g35116966/tendencia-primavera-estilo-preppy/>

Gómez, S. (2021, marzo 12). *Qué es la tendencia "light academia" y cómo puedes incorporarla en tus looks*. Cosmopolitan. En: <https://www.cosmopolitan.com/es/moda/tendencias-moda/a35728050/light-academia-tendencia-aesthetic-romantica/>

Gómez-Marmol, A., Sánchez-Alcaráz, J., Mahedero-Navarrete, M. P. (2012). Insatisfacción y distorsión de la imagen corporal en adolescentes de doce a diecisiete años de edad. *Ágora para la EF y el deporte*, 15(1), 54-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4492434>

- González, A., Alonso, Z., Pérez, L., Erkoreka, L., Rahmani, R., Olazábal, N, y ... Rincón, T. (2009). La imagen corporal en los trastornos de la conducta alimentaria. *Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil*, 26, 88-96. <https://www.aepnya.eu/index.php/revistaepnya/article/view/139>
- González, H. (2017). *Ovidio y la moda: las artes de la seducción a través del vestir en la Roma de los Julio-Claudios*, 3, 109-158. Universidad Politécnica de Madrid.
- Grabe, S., Ward, L. M., y Shibley, J. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological bulletin*, 134, 3, 460-476. <https://psycnet.apa.org/record/2008-04614-005>
- Granleese, J., y Sayer, G. (2006). Gendered ageism and lookism: a triple jeopardy for female academics. *Women in Management Review*, 21(6), 500-517. https://www.researchgate.net/publication/243462644_Gendered_ageism_and_lookism_A_triple_jeopardy_for_female_academics
- Griffin, A. M., Langlois, J. H. (2006). Stereotype directionality and attractiveness on women`s social status and interactional power. *Sociological Forum*, 20(3), 449-471. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1447532/>
- Guadarrama-Guadarrama, R., Hernández-Navor, J. C., y Veytia-López, M. (2018). “Cómo me percibo y cómo me gustaría ser”: un estudio sobre la imagen corporal de los adolescentes mexicanos. *Revista de psicología Clínica con Niño/as y Adolescentes*, 5(1), 37-43. <https://psycnet.apa.org/record/2018-67040-005>
- Guerrero, A. M., y Zambrano, C. A. (2013). Prejuicios y estereotipos en estudiantes de la Universidad de Nariño. *Plumilla educativa*, 12(2), 71-92. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4756637>
- Gutiérrez, P., y López, M. P. (2006). Estereotipo-Prejuicio. Programas hacia la tolerancia intergrupala. *Revista Digital Investigación y Educación*, 25(2), 1-18.
- Guy de la Bédoyère. (2019). *Domina. Las mujeres que construyeron la Roma Imperial*. Pasado&Presente.
- Haas, A., y Gregory, S. W. (2005). The impacto f physical attractiveness on women`s social status and interactional power. *Sociological Forum*, 20(3), 449-471. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11206-005-6597-2>
- Haig, M. (2021). *El libro de la esperanza*. Contraluz.
- Hakim, C. (2019). *Capital erótico. El poder de fascinar a los demás*. Debate.

- Hall, S. (1997). The Question of Cultural Identities. En: Hall, S. et al. *Modernity: an introduction to Modern Society*. Blackwell.
- Hamermesh, D. S., y Biddle, J. E. (1994). Beauty and the labor market. *American Economic Review*, 84(5), 1174-1194. <https://www.jstor.org/stable/2117767>
- Hebl, M. R., y Kleck, R. E. (2002). Acknowledging one's stigma in the interview setting: effective strategy or liability? *Journal of Applied Psychology*, 32(2), 223-249. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00214.x>
- Heilman, M. E., y Saruwatari, L. (1979). When beauty is beastly: the effects of appearance and sex on evaluations of job applicants for managerial and nonmanagerial Jobs. *Organization behavior human decision processes*, 23(3), 360-372. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0030507379900035>
- Hernández, R. (2001). Antropología de la discapacidad y la dependencia. Un enfoque humanístico de la discapacidad. *Los albores*, 1-179 http://www.iin.oea.org/cursos_a_distancia/lectura%203.8.18.antrop.discapac.pdf
- Hernández, N., Alvéz, D., Arroyo, M., y Basabe, N. (2012). Del miedo a la obesidad a la obsesión por la delgadez, actitudes y dieta. *Nutrición hospitalaria*, 27(4), 1148-115. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112012000400026
- Hogg, M. A., y Williams, L. (2002). From I to we: social identity and the collective self. *GroupDynamics: Theory. Research and Practice*, 4, 81-97. <https://doi.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F1089-2699.4.1.81>
- Hollier, R. (2017). *Physical attractiveness bias in the legal system*. The law Project.
- Horacio, H. (2014). Introducción e integración de extranjeros en el Egipto del Reino Nuevo: una aproximación cuantitativa a los Anales de Tuhmosis III. *Anuario de la Escuela de Historia Virtual*. Año 5, 5, 1-22. <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-IntroduccionEIntegracionDeExtranjerosEnElEgiptoDel-5179685.pdf>
- Hugh, T. (1977). *La guerra civil española*. Editorial Titivillos.
- Hyemin, L., Inseo, S., Jaehong, Y., y Seung-Sup, K. (2017). Lookism hurts: appearance discrimination and self-rated health in South Korea. *Revista Internacional para la equidad en salud*, 16, (1), 204. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29178889/>

- Jabbour, R. (2013). *La discrimination á raison de l'apparence physique (lookisme) en droit du travail française et américain. Approche comparatiste*. Doctoral dissertation, Université Panthéon-Sorbonne-Paris I.
- Jarvis, L., y Lister, M. (2017). "As a woman...; As a Muslim..." Subjects, positions and counter-terrorism power in the United Kingdom. *Critical Social Policy*, 37(2), 245-267. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0261018316684506>
- Jiménez, R. (2008). Reseña de "Historia del aspecto físico. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días" de Georges Vigarello. *Signos Históricos*, 19, 214-220. <https://www.redalyc.org/pdf/344/34411832011.pdf>
- Johnson, K., Hegland, J., y Schofield, N. (1999). Survivors of Rape: functions and implications of dress in a context of coercive power. En K. Johnson y S. Lennon (Eds.), *Appearance and Power*, 11-32. Oxford Berg.
- Johnson, S., y Sitzmann, T. (2014). Don't hate me because I'm beautiful: acknowledging appearance mitigates "the beauty is beastly" effect. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1-8. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0749597814000715>
- Judge, T. A., Hurst, C., y Simon, L. S. (2009). Does it pay to be Smart, attractive or confident (or all three)? Relationships among general mental ability, physical attractiveness, core self-evaluations, and income. *Journal of Applied Psychology*, 94(3), 742-755. <https://psycnet.apa.org/record/2009-06703-013>
- Kaplan, C. V., y Szapu, E. (2019). El racismo del cuerpo: procesos psicosociológicos de discriminación escolar. *Pensamiento Psicológico*, 17, 2, 107-119. <http://www.scielo.org.co/pdf/pepsi/v17n2/1657-8961-pepsi-17-02-00107.pdf>
- Konstan, D. (2012). El concepto de belleza en el mundo antiguo y su recepción en Occidente. *Novatellus*, 30, 1, 133-148. <https://www.redalyc.org/pdf/591/59128312005.pdf>
- Kramkowska, E. (2019). The lookism of a senior citizen's ageing body: utopia or reality? The perspective of polish elderly women and elderly men. *Exaequo*, 40, 1-19. https://www.researchgate.net/publication/338545647_The_lookism_of_a_senior_citizenas_ageing_body_a_utopia_or_reality_The_perspective_of_Polish_elderly_women_and_elderly_men
- Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallan, M. y Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126, 390-423. <https://psycnet.apa.org/record/2000-15386-005>
- Lasarte, C. (1992). *Principios de Derecho Civil*. Trivium.

- Laufer, R., y Paradeise, C. (1982). *Le Prince Bureaucrate. Machiavel au pays du marketing*. Flammarion.
- Le Breton, D. (2013). Por una antropología de las emociones. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad* (10), 69-79. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-PorUnaAntropologiaDeLasEmociones-6981011.pdf
- Le Breton, D. (2010). *Rostros*. Letra viva.
- Le Breton, D. (2002). *La sociología del cuerpo*. Nueva visión.
- Lenehan, S. (2011). Nose aesthetics. Rhinoplasty and identity in Tehran. *Anthropology of the Middle East*, 6(1), 47-62. https://www.researchgate.net/publication/289713243_Nose_Aesthetics_Rhinoplasty_and_Identity_in_Tehran
- Little, A. C., y Craig, R. (2012). Evolution, appearance, and occupational success. *Evolutionary Psychology*, 10(5), 782-801. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23379018/>
- López, S. (2013). *Complejos Psicológicos*. Editorial Rey Alí Servicios Graficos.
- López, F., Rossi, M. y Urzúa, S. (2013). The labor market return to an attractive face: evidence from a field experiment. *Economics letters*, 118(1), 170-172. <https://ftp.iza.org/dp6356.pdf>
- Lozano, A. (2021, febrero 6) *¿Cuánto tiempo le queda al fenómeno influencer?* El independiente. <https://www.elindependiente.com/series-y-television/2021/02/06/cuanto-tiempo-le-queda-al-fenomeno-influencer/>
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Anthropos.
- Machillot, D. (2017). Normas sociales, estereotipos, discriminación y violencia entre pares. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 22, 72, 209-227. <https://www.redalyc.org/pdf/140/14048873010.pdf>
- Maestriperi, D., Henry, A., y Nickels, N. (2016). Explaining financial and prosocial biases in favor of attractive people: interdisciplinary perspectives from economics, social psychology and evolutionary psychology. *Behavioral and Brain Sciences*, 40. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27283466/>
- Mahajan, R. (2007). The naked truth: appearance discrimination, employment, and the law. *Asian American Law Journal*, 14, 165-203. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/aslj14&div=9&id=&page=>
- Maitena (2001). *Todas las mujeres alteradas*. De Bolsillo.

- Maquiavelo, N. (2019). *El Príncipe*. Editorial Alma clásicos.
- Marco Aurelio. (2022). Traducción Cano, J. *Meditaciones*. Edaf.
- Martínez, A. (2006). *La difusión de la moda en la era de la globalización*. Universidad de La Coruña. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/55655-Text%20de%20l'article-65173-1-10-20070228.pdf
- Martínez, L. (2006). El “yo” y el “otro” en la jurisprudencia del Tribunal Constitucional. *Persona y Derecho*, 54, 333-361. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/PD_54-1_16.pdf
- Miró, D. (2015). *El código de vestuario en el trabajo y los límites de la exigencia empresarial*. Aranzadi
- Monferrer, J. M. (2012). *Sociología*. Ediciones CEF.
- Morales, J. F., Moya, M., Reboloso, E., Fernández, J. M., Huici, C., Marques, J. . . . , y Turner, J. C. (1994). *Psicología social*. Mc Graw Hill.
- Morant, R., y Martín, M. A. (2010). Lenguaje y hermosura, un tema lingüístico que perdura. *Revista de Filología Románica*, 27, 263-284. https://www.researchgate.net/publication/277796657_Lenguaje_y_hermosura_un_tema_linguistico_que_perdura
- Moreno, A. (2022, abril 4). *El motivo por el que “Ya son las ocho” ha sido acusado de gordofobia*. Los 40. En: https://los40.com/los40/2022/04/07/cinetv/1649320761_533661.html
- Moreno, J. L. (2019, septiembre 22). *¿Posee usted un aspecto estético adecuado para trabajar en lo que le gusta?* The conversation. En: <https://theconversation.com/posee-usted-un-aspecto-estetico-adecuado-para-trabajar-en-lo-que-le-gusta-123818>
- Moreno, J. L. (2016). *La cara oscura del capital erótico. Capitalización del cuerpo y trastornos alimentarios*. Akal.
- Mulford, M., Orbell, J., Shatto, C., Stockard, J. (1998). Physical attractiveness, Opportunity and success in everyday Exchange. *American Journal of Sociology*, 103, 67, 1565-92. https://www.researchgate.net/publication/240567581_Physical_Attractiveness_Opportunity_and_Success_in_Everyday_Exchange
- Muñiz, E. (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. *Revista Sociedade e Estado*, 29,2, 415-432. <https://www.scielo.br/j/se/a/zQrjj86qktrZ9NYgfJ4c4R/?lang=es>

- Musaiger, A. O., y Al-Mannai, M. (2013). Association between exposure to media and body weight concern among female university students in five Arab countries: a preliminary cross study. *Journal Biosocial Science*, 46 (2), 240-247. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23756571/>
- Nistal, F. J. (2016, mayo 25) *¿Cumplen menos condena los delincuentes guapos?* Criminología y justicia. <https://cj-worldnews.com/spain/index.php/es/derecho-31/justicia/item/2940-cumplen-menos-condena-los-delincuentes-guapos>
- Nogueira, H. (2007). El derecho a la propia imagen como derecho fundamental implícito. Fundamentación y caracterización. *Revista Ius et Praxis*. Año 13, 2, 245-285. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/iusetp/v13n2/art11.pdf>
- Nyomen, N., y Schmitt, W. M. (2022). *Influencers. La ideología de los cuerpos publicitarios*. Península.
- Ojeda, D. E., González, M. P. (2012). Percepciones y estereotipos de estudiantes universitarios hacia compañeros afrocolombianos e indígenas. *CES Psicología*, (5)2, 1-19. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-30802012000200009
- Ovidio. (1995). *Amores. Arte de Amar. Sobre la cosmética del rostro femenino. Remedios contra el amor*. Traducción de Vicente Cristóbal. Gredos
- Pallares, J., y Baile, J. I. (2012). Estudio de la obesidad infantil y su relación con la imagen corporal en una muestra española. *Psychologia: avances de la disciplina*, 6(2), 13-21. <http://www.scielo.org.co/pdf/psych/v6n2/v6n2a02.pdf>
- Panicello, N., y Gómez, S. (2021, septiembre 18). *Qué es el estilo “aesthetic” y cómo llevarlo en tu día a día*. *Cosmopolitan*. <https://www.cosmopolitan.com/es/consejos-planes/familia-amigos/a34219112/aesthetic-que-es/>
- Parra, S. (2020, diciembre 4). *Cuanto menos atractivo es el criminal, más dura es la sentencia: se condena a los delincuentes feos hasta un 304,88% más*. Xataka ciencia. <https://www.xatakaciencia.com/psicologia/cuanto-atractivo-criminal-dura-sentencia-se-condena-a-delincuentes-feos-304-88>
- Pastor, R., y Bonilla, A. (2000). Identidades y cuerpo: el efecto de las normas genéricas. *Papeles del Psicólogo*, 75, p. 34-39. <https://www.redalyc.org/pdf/778/77807506.pdf>
- Paulín, H. L. (2015). “Ganarse el respeto”. Un análisis de los conflictos de la sociabilidad juvenil en la escuela secundaria. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 20, 67, 1105-1130. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662015000400005

- Paustian-Underdahl, S. C., y Slattery, L. (2015). Revisiting the beauty is beastly effect: examining when and why sex and attractiveness impact hiring judgments. *The international Journal of Human Resource Management*, 1-22. https://www.researchgate.net/publication/281561879_Revisiting_the_beauty_is_beastly_effect_examining_when_and_why_sex_and_attractiveness_impact_hiring_judgments
- Pereira, V. (2017, julio 27). *El aspectismo, una nueva forma de discriminación*. ABC. En https://www.abc.es/sociedad/abci-aspectismo-nueva-forma-discriminacion-201707262156_noticia.html
- Pérez, A. E. (1992). *Intimidad y protección de datos personales*. Tecnos.
- Pérez, J. A. (2010). La discriminación sobre la juventud. Un proceso de construcción. *El cotidiano*, 163, 35-44. <https://www.redalyc.org/pdf/325/32515913005.pdf>
- Pérez-Lugo, A. L., Gabino-Campos, M., y Baile, J. I. (2016). Analysis of the aesthetic stereotypes of women in nine fashion and beauty mexican magazines. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7, 40-45.
- Piaget, J. (1964). *Seis estudios de psicología*. Editorial Labor. <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmta/v7n1/2007-1523-rmta-7-01-00040.pdf>
- Perla, E. (1944). El derecho a la propia imagen. *Derecho PUCP* (1), 31-39.
- Popper, K. (1977). *Búsqueda sin término. Una autobiografía intelectual*. Tecnos.
- Postrel, V. (2021). *El tejido de la civilización. Cómo los textiles dieron forma al mundo*. Siruela, S. A.
- Prevert, A., Navarro, O., y Bogalska-Marín, E. (2012). La discriminación social desde una perspectiva psicológica. *Revista de Psicología de la Universidad de Antioquia*, 4(1). http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S2145-48922012000100002&script=sci_abstract&tlng=es
- Quintana, E. (2017). Breve historia intelectual de la otra historia de la filosofía: las mujeres de la Grecia Antigua hasta finales del siglo V en la cultura occidental. *Sincronía*, 72, 89-118. <https://www.redalyc.org/journal/5138/513852524008/513852524008.pdf>
- Quintas-Alfonsín, M. M. (2021). *Aspectismo o discriminación por aspecto en la escuela: una propuesta de intervención*. Trabajo de Fin de Máster Universitario en Formación del Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas. Facultad de Educación. Universidad Internacional de la Rioja (UNIR).
- Raich, R. M. (2016). *La tiranía de la imagen*. Singlatana.

- Raudenska, P., y Majetu, D. (2018). Beauty still matters: the role of attractiveness in labor market outcomes. *International Sociology*, 1-22. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0268580918760431>
- Reskin, B., y Padavic, I (1994). *Women and men at work*. Pine Forge Press.
- Rezny, J. (2019, agosto 8). *Ideales de belleza en redes sociales*. DW documental. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=HfsMnKVfspY>
- Rios, V. (2020, septiembre 21). *El crimen de ser “fea” en México*. New York Times Español. <https://www.nytimes.com/es/2020/09/21/espanol/opinion/mujeres-mexico.html>
- Rius, M. (2022, julio 3). Cánones de belleza: todas las caras iguales. <https://www.lavanguardia.com/vida/20220703/8377070/canones-belleza-todas-caras-iguales.html>
- Rivas, P. (2015) ¿Es la obesidad causa de discriminación tutelable en el ámbito laboral? *IUSLabor*, 1, 1-19. <https://www.upf.edu/documents/3885005/3891256/Rivas.pdf/fef85d7c-cd8d-4616-b8ee-c4ba22b4be5c>
- Roces, P. R. (2021, septiembre 25). *Las mujeres mandan en las pantallas este otoño: “es agotador estar todo el rato joven, perfecta y saberlo todo. Dejados ser naturales”*. El mundo. En: <https://www.elmundo.es/television/2021/09/25/6147494bfdddf9fa28b462b.html>
- Rodríguez, G. (2018). *La epopeya de las mujeres*. La Huerta Grande Editorial.
- Rodríguez (2020, octubre 13). *Nostalgia por las clases y el eterno encanto de un internado inglés: así es la tendencia estética que marcará el otoño*. El País. En: <https://smoda.elpais.com/moda/dark-academia-tendencia-estetica-otono-2020-tiktok/>
- Rodríguez, S., y Cruz, S. (2006). Evaluación de la imagen corporal en mujeres latinoamericanas residentes en Guipúzcoa. Un estudio exploratorio. *Anales de Psicología*, 22(2), 186-199. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/25791>
- Rojas, L. (2022). *Estar bien aquí y ahora*. Harper Collins.
- Rosenkranz, K. (2015). *Estética de lo feo*. Athenaica Ediciones Universitarias
- Rosillo, B. (2021). La peluca de Luis XIV conquista Europa. *Historia. National Geographic*, 206, 20-23.
- Rosillo, B. (2020). *La moda en la sociedad sevillana del siglo XVIII*. Diputación de Sevilla.
- Rubio, J. (2012). Factores sociológicos de la discriminación sociolaboral. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 35, 11-11. <https://www.redalyc.org/pdf/181/18126372010.pdf>

- Ruiz, E. J. (2019). Cláusulas antidiscriminatorias y motivos de discriminación en las constituciones europeas. *Revista de Derecho Político*, 107, 41-69. https://www.researchgate.net/publication/340602479_Clausulas_antidiscriminatorias_y_motivos_de_discriminacion_en_las_Constituciones_europeas/fulltext/5e94656d92851c2f529c42c0/Clausulas-antidiscriminatorias-y-motivos-de-discriminacion-en-las-Constituciones-europeas.pdf
- Ruiz, P., y Muñiz, C. (2017). Estereotipos de mujeres en la publicidad política. Análisis de estereotipos de género en espacios electorales durante la campaña electoral de Nuevo León. *Comunicación y Sociedad*, 29, 1-15. <https://www.redalyc.org/pdf/346/34650597005.pdf>
- Safire, W. (2000, agosto 27). *Lookism: uglies of the world*. New York Magazine.
- Sala, T. (2021). La jurisprudencia existente acerca de la indumentaria del trabajador y otros elementos que afectan a su aspecto e imagen externa durante el trabajo. *Labos, Revista de Derecho del Trabajo y de Protección Social*, 2(1), 69-84. <https://doi.org/10.20318/labos.2021.6047>
- Scheerenberger, R.C. (1984). *Historia del retraso mental*. San Sebastián: Servicio Internacional de Información sobre Subnormales. Versión castellana de A History of Mental Retardation. Paul H. Brookes Publishing Co., 1983.
- Segal (2014, septiembre 18). *Las fotos de Thinspiration de Laia Abril son difíciles de digerir*. Ediciones Vice. En: <https://www.vice.com/es/article/vdpxj9/laia-abril-on-photographing-eating-disorders-222>
- Sempere, P. (2014, septiembre 14). *¿Cómo será el look del ejecutivo del futuro?* Cinco días. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/09/12/sentidos/1410548546_978498.html
- Seidah, A., y Bouffard, T. (2007). Being proud of oneself as a person or being proud of one's physical appearance: what matters for feeling well in adolescence? *Social Behavior and Personality an international Journal*, 35(2), 255-268. <https://www.sbp-journal.com/index.php/sbp/article/view/1570>
- Serra, J. (1993). La discriminación laboral por causas atípicas: el aspecto físico y la posesión de enfermedades contagiosas. *Revista de Trabajo y Seguridad Social*, 96-102.
- Sierra, E. (2020). El menoscabo de la dignidad del trabajador como causa de extinción indemnizada del contrato de trabajo (artículo 50 del Estatuto de los Trabajadores). *Lan Harremanak*, 43, 73-94. <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElMenoscaboDeLaDignidadDelTrabajadorComoCausaDeExt-7572661.pdf>
- Sigall, H., y Ostrove, N. (1975). Beautiful but dangerous: effects of offender attractiveness and nature of the crime on juridic judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31(3), 410-414. <https://psycnet.apa.org/record/1975-20975-001>

- Simmel, G. (1905). *Filosofía de la moda*. Casimiro.
- Simmel, G. (1988). *Sobre la aventura: Ensayos filosóficos*. Península.
- Slade, P. D. (1994). "What is body image? *Behaviour Research and Therapy*, 32, 497-502.
- Soloaga, P., Muñiz, C., y Cáceres, D. (2009). Consumo de revistas de moda y efectos en la auto percepción del cuerpo de mujeres: un estudio comparado entre España y México desde la tercera persona. *Comunicación y Sociedad*, XXII, 2, 221-242. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8681/1/20091202123453.pdf>
- Steinbach, S. (2022, noviembre 18). *Facebook, la red social con el mayor número de insultos*. <https://www.atlantico.net/articulo/sociedad/facebook-red-social-mayor-numero-insultos/20221117234050951910.html>
- Suárez, J., Pérez, B., Soto, A., Muñiz, J., y García-Cueto, E. (2011). Prejuicios, estereotipos y asignación de culpa. *Revista Electrónica de Metodología Aplicada*, 16(1), 1-12. <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-PrejuiciosEstereotiposYAsignacionDeCulpa-3682868.pdf>
- Sunwoo, K., y Yuri, L. (2008). Why do women want to be beautiful? A qualitative study proposing a new "human beauty values" concept. *Plos One*, 13, 8, 1-25. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0201347>
- Takác, P. (2020). Current issues in aesthetics and beyond: revisiting lookism. *Ethics & Bioethics*, 10(1-2), 59-68. https://www.researchgate.net/publication/342852409_Current_issues_in_aesthetics_and_beyond_Revisiting_lookism
- Tajfel, H., y Turner, J. C. (1986). *The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour*. Nelson-Hall.
- Talamas, S., Mayor, K., Perret, D. (2016). Blinded by beauty: attractiveness bias and accurate perceptions of academic performance. *Plos One*, 11(2), 1-27. https://www.researchgate.net/publication/294917905_Blinded_by_Beauty_Attractiveness_Bias_and_Accurate_Perceptions_of_Academic_Performance
- Thompson, J. K. (1990). *Body image disturbances: assessment and treatment*. Pergamon Press.
- Thompson, J. K., Schaefer, L. M., y Menzel, J. E. (2012). *Internalization of thin-ideal and muscular-ideal*. En T. F. Cash (Ed.), *Encyclopedia of body image and human appearance*, 499-504. Academic Press.
- Toro, J., y Vilardell, E. (1987). *Anorexia Nerviosa*. Martínez Roca.

- Torres, A. (2022, febrero 24). *Aspectismo: la discriminación por el aspecto físico*. Psicología y Mente. En <https://psicologiaymente.com/social/aspectismo>
- Torres, M. (2010). Reseña de “Señoras y esclavas. El papel de la mujer en la historia social del antiguo Egipto” de José Carlos Castañeda Reyes. *Estudios de Asia y África*, XLV, 2, 505-515. <https://www.redalyc.org/pdf/586/58620930011.pdf>
- Torres del Moral, A. (1992). *Principios de Derecho Constitucional Español*. Servicio de Publicaciones de la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense.
- Valles, M. S., Cea, M. A., y Domínguez, G. (2017). Discriminación múltiple e inmigración: huellas de discurso institucional, académico y de la población. *Reis. Revista Española de Investigación Social*, 159, 135-150. <https://www.redalyc.org/pdf/997/99752039009.pdf>
- Vallvey, A. (2016). *Amantes poderosas de la historia*. La esfera de los libros.
- Vandebroeck, D. (2013). *Harnessing the flesh. Social class and reflexive embodiment*. Tesis doctoral en sociología. Vrije Universiteit de Bruselas.
- Vandenberg, P. (2014). *César y Cleopatra*. Ediciones B.
- Vaquero-Cristóbal, R., Alacio, F., Muyor, J. M., y López-Miñarro, P. A. (2012). Imagen corporal; revisión bibliográfica. *Nutrición Hospitalaria*, 28(1), 27-35. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0212-16112013000100004
- Velasco, A. M. (2022). La fantasía triunfa en la moda medieval. *Historia*, 219, 20-23. National Geographic.
- Velasco, A. (2021). *Historia de la moda en España*. Catarata.
- Ventura, L. (2000). *La tiranía del aspecto físico. Las mujeres ante los modelos estéticos*. Plaza y Janés.
- Vera, M. N. (1998). El cuerpo, ¿culto o tiranía? *Psicothema*, 10, 1, 111-125. <http://www.psicothema.com/pdf/147.pdf>
- Vera, P. (2006). *La discriminación en los procesos de selección de personal*. Oficina Internacional de Trabajo de Ginebra.
- Vigarello, G. (2005a). *Corregir el cuerpo. Historia de un poder pedagógico*. Nueva Visión.
- Vigarello, G. (2005b). *Historia del aspecto físico. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Nueva visión. Cultura y Sociedad.

Wadden, T., Womble, L. G., Stunkard, A. J., Anderson, D. A. (2002). Psychosocial consequences of obesity and weight loss. En: Wadden, T., y Stunkard, A. (Eds.), *Handbook of obesity treatment*. The Guilford Press.

Wolf, N. (1991). *El mito del aspecto físico*. Emecé Editores.

ANEXOS

Anexo I. Registro para el análisis de anuncios televisivos

ANUNCIO de: ¿qué es lo que anuncia? Precio aproximado: ---- euros Estatus del público para la adquisición del producto: -----	
ANÁLISIS OBJETIVO: Descripción de los elementos que componen el anuncio	Escenario idílico: un escenario sofisticado que podría ser París Los objetos que salen, están en su entorno natural Los objetos están en un entorno inusual Posee música Palabra hablada Posee efectos sonoros Sale texto escrito sobreimpreso en la pantalla Intervienen más personajes
HORA DE EMISIÓN	
USO DE RECURSOS O ESTRATEGIAS	SI NO ... ¿Cuáles?
CARÁCTER DEL PRODUCTO QUE PUBLICITA	Elitista Masivo
CROMATISMO Y LUZ DEL ANUNCIO	Posee una gama dominante de color Ausencia de color Iluminado Usa contrastes, juega con la luz
ANÁLISIS SUBJETIVO DEL ANUNCIO: interpretación de lo que pretende, cuál es su intención o motivación, ¿realmente en que se centra?	Informar Atraer la atención Persuadir Relativo a la salud Relativo a la estética, belleza o apariencia, salud o bienestar. Anuncio sexualizado
IDENTIDAD DE LOS PERSONAJES DEL ANUNCIO	Género: Masculino Femenino Edad: inferior a 25 Entre 25 y 50 Más de 50
COMPLEXIÓN O ESTRUCTURA DE LOS CUERPOS DE LOS PERSONAJES DEL ANUNCIO	Altos Atlético Extremadamente delgados Delgados Normales Con sobrepeso Poseen un "cuerpo 10"
RASGOS CARACTERÍSTICOS FACIALES	OJOS: no se aprecian PELO: Canoso PIEL: blanca

Anexo II. Registro para el análisis sobre maniqués

Tabla 2. Ejes y categorías de valoración empleados en el análisis de los maniqués de los escaparates	
TIENDA MASCULINA/FEMENINA/UNISEX:	
EJES	CATEGORÍAS
Tipo de maniquí	Realistas Abstractos Sin cabeza (solo de cuerpo) Hiperrealistas (sensuales)
Posición del maniquí	De pie, estática o rígido. Sentado, o en una posición natural semejante al ser humano
Ubicación del maniquí	Mira de frente al espectador Está situado cerca de la puerta de entrada de la tienda
Estimación del estado corporal del maniquí	Aspecto de bajo peso extremo Aspecto delgado Aspecto normal Aspecto de sobrepeso
Compleción del maniquí	Atlético Alto Con músculos marcados Otros
Tipo de ropa que vende esa tienda	Moda rápida Marcas de lujo Ropa deportiva Ropa interior Ropa juvenil Accesorios (perfumes, joyería, bolsos, etcétera)

Anexo III. Registro sobre la estética de influencers masculinos y femeninos en redes sociales

Nombre, género femenino y edad	
EJES	CATEGORÍAS
Cómo se define en redes	
Publicaciones con las que cuenta	
Número de seguidores en redes	
Presencia de fotografía personal (corporal o del rostro) en el perfil	Sí No
Tipo de fotografía personal en su perfil (si consta)	Plano entero Plano americano (desde las rodillas hacia arriba) Plano medio (desde la cintura hasta arriba) Primer plano (el rostro) Plano detalle (enfoque de una parte de su cuerpo)
Contenido en los encabezados de sus últimas cuatro de publicaciones (las cuatro intervenciones son pagadas)	Belleza Moda Salud Sexualidad Otros:
Estimación del estado corporal de la influencer femenina	Flaca Delgada Normal con curvas Con sobrepeso
Otras estimaciones sobre el estado corporal femenino de la influencer	Ronda la perfección Aparecen imperfecciones Posee una imagen joven Su imagen no emana juventud
Estimación sobre la forma corporal femenina	Triangular Triangular invertida Rectangular Ovalada o redonda Reloj de arena En forma de pera
Color de la piel	Rosada/pálida Clara Clara-morena Morena clara Morena oscura Negra

Nombre, género masculino y edad	
EJES	CATEGORÍAS
Cómo se define en redes	
Publicaciones con las que cuenta	
Número de seguidores en redes	
Presencia de fotografía personal (corporal o del rostro) en el perfil	Sí No
Contenido en los encabezados de sus últimas cuatro de publicaciones	Belleza Moda Salud Sexualidad Otros...
Estimación del estado corporal del influencer masculino	Mesomorfo Ectomorfo Endomorfo Otros
Estimación de la forma corporal masculina	Trapezio Triangular Triángulo invertido Rectangular Ovalado
Color de la piel	Rosada/pálida Clara Clara-morena Morena clara Morena oscura Negra

Respecto a la forma corporal femenina, se recogieron las siguientes características:

- Triangular: los hombros están caídos o son muy estrechos en relación con las caderas, que son mucho más anchas que la parte superior del cuerpo.
- Triangular invertida: cuentan con hombros más anchos que la cintura y la cadera. La figura se va estrechando desde arriba hacia abajo. Las piernas son delgadas.
- Rectangular/tabla/caja: en esta forma corporal, los hombros se encuentran en proporción con las caderas y con la cintura, que no es muy pronunciada. Los brazos y piernas suelen ser delgados. Las nalgas y pechos suelen ser planos.
- Ovalada o redonda: se caracteriza por una cintura sin definir, hombros redondos y caídos, piernas delgadas, Acumulación de grasa en el abdomen y en la espalda.
- Reloj de arena/curvilíneo: suele poseer una cintura bastante estrecha y bien definida, mientras que los hombros y caderas poseen las mismas proporciones.
- En forma de pera: este cuerpo se caracteriza por las caderas y nalgas, porque son las partes donde este tipo de cuerpo suele acumular más grasa, así como los muslos suelen ser gruesos o con tendencia a serlo.

Para la categoría de estimación del peso corporal se acordaron los siguientes criterios definitorios:

- Flaca, para aquella mujer emaciada, que se observan marcas de los huesos y que se estime que pudiera estar en un IMC de 17 o inferior.
- Delgada, que hace referencia a mujer en bajo peso, pero que no estuviera emaciada ni se le marcaran los huesos y que se estime que pueda estar en un IMC entre 17 y 20.
- Peso normal, para referirse a la mujer que tuviera algún volumen muscular claro, no se le marcan los huesos y que se estime que pueda estar entre 20 y 25 de IMC.
- Sobrepeso, para aquella mujer con algún tipo de volumen corporal relativo a acumulación de grasa (lorza, por ejemplo), y que se pueda corresponder, estimativamente a un IMC superior a 25.

En el caso de los varones, los datos fueron indicativos de que el modelo primordialmente difundido es el cuerpo “mesomorfo”, es decir, se trata de un cuerpo en forma de “V”, con un torso amplio, los hombros, pecho y brazos desarrollados y más anchos que la cintura. Los abdominales suelen formar los denominados “ladrillos” o “tableta de chocolate”, sin grasa, con piernas definidas y atléticas. En general,

este tipo de cuerpo posee una silueta armónica. Como señala Fanjul (2008), se trata de hombres con una apariencia bella y sexualmente apetecibles⁸⁸⁴.

Otro tipo de apariencia masculina es el del hombre lampiño, en donde existe una mezcla de adulto y joven, con caderas estrechas, resaltando los pectorales y la cintura, luciendo una imagen deportiva. Se trata de un estilo que prolonga la adolescencia, pero, al mismo tiempo, se distancia de la adultez, por lo que se muestra con una apariencia juvenil⁸⁸⁵. Este tipo de apariencia podría corresponderse con el cuerpo masculino “ectomorfo”, es decir, aquel que se caracteriza por la posesión de una estructura ósea delgada, con una masa muscular por debajo de la media, con extremidades largas y delgadas. Este tipo de cuerpo posee una tendencia hacia la delgadez, con pecho plano y hombros pequeños.

El tipo de cuerpo masculino “endomorfo” se caracteriza por el sobrepeso, la acumulación de grasa, y en general, un cuerpo poco tonificado.

En cuanto a la estimación de la forma corporal masculina, podrían recogerse cinco tipos de formas corporales:

- En forma de trapecio: tiene forma trapezoidal, es la que goza de mayor armonía estética, ya que los hombros son más voluminosos, más anchos que las caderas, destacando sobre el resto de la figura.
- En forma de triángulo: se considera como la silueta menos deseable para un hombre, ya que los hombros están caídos o son muy estrechos en relación con las caderas, que son más anchas.
- En forma de triángulo invertido o de “cuerpo de nadador”: Los hombros son excesivamente anchos respecto a las caderas que, son mucho más estrechas.
- En forma rectangular: se trata de varones delgados en su globalidad, los hombros se encuentran proporcionados de la misma manera que las caderas, es decir, hombros y caderas están alineados.
- En forma ovalada: se trata de varones, más bien, con sobrepeso entre el pecho y la cadera.

El método utilizado para conseguir dichos objetivos, consistió en seleccionar un total de veinte influencers, oriundos de diferentes ámbitos geográficos, con el objeto de que no respondan únicamente a la estética occidental europea. Se utilizaron, diez femeninos y diez masculinos. Se analizó de manera sistemática la manera en que exhiben su apariencia en redes sociales, recogiendo como se definen en su perfil público, el número de publicaciones realizadas y el número de seguidores con los que cuentan en

⁸⁸⁴ Fanjul (2008, p. 12).

⁸⁸⁵ Fanjul (2008, p. 16).

las redes sociales. Puede consultarse el registro de las fichas individuales en el Anexo III, en el que se llevó a cabo la recogida de datos sobre la estética de los influencers masculinos y femeninos en redes sociales.

En cada influencer se analizaron los siguientes aspectos: el tipo de fotografía cabecera que incluyen en su perfil, el tipo de contenido en los encabezados de las publicaciones, estimación del estado corporal del protagonista, el color de la piel y la forma del rostro del influencer. Para la valoración de cada uno de los aspectos se utilizó un sistema de experto único con objeto de estandarizar las valoraciones.

Fueron seleccionados al azar, algunos influencers masculinos: Cristiano Ronaldo, David Beckham, Jeon Jung-Look, Can Yaman, David Gandy, Nicolas Simoes, Philipp Plein, Lionel Messi, Garrett Swann y Manu Rios. Como influencers femeninas se seleccionaron: Marta López Álamo, Edurne, Anabel Pantoja, Claudia Alende, Chiara Ferragni, Victoria de Saboya, Amelia Windsor, Olimpia de Grecia, Paulina Ducruet, y Huang Wei (VIYA).