

“That Girl”: ¿Realmente el camino hacia el bienestar?

Alicia Valpack

En la actualidad, es muy común hablar sobre el amor propio y, por supuesto, suele presentarse como algo que cualquier persona quisiera tener. Y con todo sentido, ¿quién no quisiera poder recibir amor de sí mismo? En esta difusión sobre el amor propio, muchas personas han empezado a compartir sus trucos e ideas al respecto en distintas plataformas, tales como TikTok. Debido a esto, una tendencia que se ha creado es “That Girl”. Esta tendencia se enfoca en el bienestar y la productividad, por lo que este contenido comparte trucos o mensajes sobre esos aspectos para que las mujeres puedan mejorar su estilo de vida y, en consecuencia, sentirse mejor con ellas mismas. Bajo esa descripción, podría decirse que es una tendencia muy beneficiosa. Sin embargo, el contenido catalogado como “That Girl” suele presentar la imagen de una chica que cumple con los estándares hegemónicos en distintos aspectos (belleza física, estilo de vida, personalidad, entre otros). Considerando lo anterior, desde mi perspectiva afirmo que la tendencia de *lifestyle* “That Girl” en TikTok obstaculiza el bienestar y la implementación de hábitos saludables. En el presente ensayo, defenderé esta postura a partir de dos argumentos principales. El primer argumento consiste en que esta tendencia propone una única idea de bienestar y de amor propio que no necesariamente funciona para las mujeres que la consumen, y el segundo, en que esta tendencia presenta una imagen centrada en los roles de género y el consumismo.

Para dar inicio la defensa de mi postura, es necesario aclarar lo siguiente: si bien se hace referencia al “amor propio” en las redes sociales, ese no es un término que se use académicamente para referirse a un concepto específico. Coloquialmente, el amor propio es la aceptación incondicional hacia uno mismo y esto se refleja en priorizar el cuidado y el bienestar propio (Gómez, 2025). En este ensayo, se mencionarán dos términos para abarcar ese concepto. Dichos términos son el autocuidado y el autoestima, que harán referencia a las acciones que realice para cuidar de sí misma y a la valoración que una persona tenga de sí misma, respectivamente. Asimismo, el bienestar de alguien dependerá de distintos factores que varían de persona a persona. Según la Fundación Silencio (FUNDASIL, 2022), el autocuidado implica desarrollar hábitos que cumplan con las propias necesidades en los distintos aspectos (físico, emocional, cognitivo, social y espiritual) de manera integral (p. 10). Considerando esto, un estilo de vida saludable no se construye al realizar ciertas acciones determinadas, sino al realizar acciones que cumplan con las necesidades individuales. Maslow (1970), citado por Doubront y Doubront (2020), expone una jerarquía de necesidades (también conocida como “la pirámide de Maslow”) en la que se organiza las necesidades de una persona en cinco grupos, uno encima de otro. Para poder cumplir con un nivel de necesidades, primero se necesita haber cumplido con el nivel anterior. Estos grupos de necesidades son, en orden, los siguientes: fisiológicas, seguridad, afiliación, reconocimiento y

autorrealización. (p. 3). En esta jerarquía, la autoestima es una necesidad de reconocimiento. Al respecto, González (1999) comenta que la autoestima es la valoración que una persona le da a la percepción cognitiva que tiene de sí misma (p. 220). Es decir, se basa en lo que una persona opina (“me gusta”, “no me gusta”, “es bueno”, “es malo”, etc.) sobre lo que piensa de sí misma (“mi voz es grave”, “las matemáticas se me dan fácil”, “suelo sonreír”, etc.). Relacionando los conceptos mencionados en este párrafo, se evidencia que la autoestima sí es parte del autocuidado. Sin embargo, no es la única parte ni la parte fundamental, pues hay otras necesidades cuyo cumplimiento es imprescindible. En consecuencia, una persona podría no tener un nivel alto de autoestima y aún estar practicando el autocuidado, pues estaría cubriendo las necesidades que tiene acceso a cubrir. Habiendo entendido en qué se basa el bienestar, resulta evidente que una tendencia que lo promueva debe poder mostrar esa versatilidad respecto a los trucos y recomendaciones. Sin embargo, ese no es el caso de “That Girl”.

En las redes sociales, el arquetipo de “esa chica” suele mostrarse como un camino para que las chicas puedan volverse “su mejor versión”. Páez y Vargas (2023) plantean a “esa chica” como “un ejemplo a seguir, una mujer de ensueño, que tiene su vida organizada y bajo control, siempre cuidando de sí misma y disfrutando de su entorno” dentro de su propia narrativa (p. 70). Sin embargo, la imagen de bienestar que propone es inflexible e irrealista. Un ejemplo de esto es un video de @mariana_contreras_ donde empieza diciendo “¿Quién dijo esa tontería de que te tienes que aceptar como eres? Entonces, si soy un mediocre, ¿así me tengo que aceptar?” para luego dar el mensaje de esfuerzo y productividad y terminar diciendo “olvida todo lo que sabes de ti y ahora solo piensa en quién te quieres convertir”. Este video se conforma de imágenes de trabajo, ejercicio y alimentación sana (Contreras, 2024). A pesar de mostrar hábitos saludables, lo hace con una comunicación agresiva e intimidante, cerrando en su mensaje la posibilidad de que otra opción de bienestar sea correcta. A su vez, Cijssouw (2022) describe a “esa chica” como alguien que mantiene sus niveles de productividad, disciplina y constancia para convertirse en su mejor versión (p. 32). Debido a esto, se vincula el que una mujer pueda ser “su mejor versión” y llevar un estilo de vida ideal únicamente a través de sus niveles de productividad. Adicionalmente, Páez y Vargas (2023) explican que los videos catalogados como *That Girl* tiene como característica en común: que imponen la implementación de rutinas (p. 74). Por ejemplo, un video de @juli_sotoooo explica que, para ser “esa chica”, es necesario despertarse temprano y tener una lista de tareas para el día (Juli, 2024). Al no haber otra representación de productividad, promueve la idea de que seguir rutinas es la única forma de que alguien se convierta en su mejor versión. Este estándar puede volverse una expectativa muy alta para una mujer que desea seguirlo, pues existen diversos factores que podrían dificultar su cumplimiento. Además, al fijar como objetivo determinados hábitos y acciones, ignora las necesidades que una persona podría presentar. Debido a esto, intentar ser “esa chica” no necesariamente se alinearía con el bienestar

de la persona. Por otro lado, la FUNDASIL (2022) comenta que las prácticas de autocuidado pueden favorecer a la productividad, pues se mejora el manejo de prioridades y estará en mejores condiciones para el rendimiento (pp. 10). En otras palabras, el autocuidado podría influir en los niveles de productividad de una persona, pero no es una parte central de este. El autocuidado y bienestar podrían verse como una mejora en la productividad desde el exterior, pero la productividad no sería la base del bienestar.

Adicionalmente, los tutoriales para convertirse en “esa chica” suelen enfatizar la importancia del aspecto físico y sus descripciones o trucos se acomodan a los estándares de belleza hegemónicos. Cijssouw (2022) comenta que los videos de “esa chica” suelen centrarse en trucos de belleza para acercarse a cierto tipo de cuerpo o que el cabello se vea de cierta forma, esto con el propósito de verse arreglada y así cuidarse a una misma (p. 30). Además, explica que los trucos que se mencionan se acoplan al estándar de belleza heteronormativo occidental (p. 32). Esta información puede ser comunicada de manera explícita o de manera implícita. Por ejemplo, un video hecho por @andybadilloo sobre cómo ser “esa chica” recomienda siempre estar limpia, estar bronceada, usar accesorios y hacerse tratamientos de belleza, entre otros (Badillo, 2023). En este caso, decía de manera explícita que, para ser “esa chica”, es necesario cumplir con cierto estándar de belleza. Por otro lado, un ejemplo donde se dice de manera implícita sería un video hecho por @danyyyiii donde comparte trucos para tener “piel de filtro de Instagram” y, en la introducción, muestra únicamente rostros de piel clara con facciones finas (Danyi, 2025). En este caso, si bien no se afirma que hay que cumplir con un tono de piel para tener una “piel perfecta”, solo se muestran rostros blancos como ejemplo de esta. El que esos sean los requerimientos para ser “esa chica” implica que una mujer debe acercarse lo más posible a los rasgos físicos hegemónicos para poder ser “su mejor versión”. Dado esto, se excluye a todas las mujeres que no cumplan con esos rasgos. Como se mencionó anteriormente, este ensayo defiende que la tendencia de *lifestyle* “That Girl” obstaculiza el bienestar y la implementación de hábitos saludables. Sin embargo, también es necesario exponer la postura contraria. Dicha postura defiende que esta tendencia sí puede fomentar el bienestar, pues promueve la disciplina, la organización personal y el cuidado integral a través de incentivar hábitos positivos para el bienestar físico y mental. Quien defiende esta postura puede argumentar que, aunque en algunos de los videos se muestran productos utilizados por las creadoras, también hay promoción de rutinas para sentirse mejor y llevar un estilo saludable con simples acciones como meditar. Según Aiquipa-Meza y Pérez-Oré (2024), practicar la meditación nos trae un bienestar físico y mental (p. 10), por lo que la tendencia estaría ayudando a adoptar hábitos saludables, sin necesidad de consumir productos costosos. Además, según Tang, Omar, Bolong y Zawawi (2022), el uso de TikTok puede generar bienestar emocional en los jóvenes, ya que muchas veces encuentran una forma de sentirse más positivos, conectados y con propósito (p. 528). Esto podría llevar a que la tendencia “That Girl” sea vista como una fuente de motivación personal. Por otro lado, el impacto de cómo lo perciben las mujeres, según Losada,

Stamatiou y Potes (2022), depende del tipo de contenido que consumen, la frecuencia con la que lo consumen y cómo interiorizan los mensajes que transmiten los vídeos (p. 20). Si las personas van en busca de esos vídeos por su bienestar personal más que por su apariencia, entonces pueden mejorar su autoestima y perspectiva de su vida diaria.

Esta argumentación parece tener sentido, pero no es acorde a la realidad de los videos relacionados a la tendencia “That Girl”. Esta tendencia sí menciona trucos relacionados al bienestar, sin embargo, su idea central no aporta al bienestar de las personas. En primer lugar, su mensaje suele ser desde una postura exigente y determinista. Según Páez y Vargas (2023), esta tendencia presenta una narrativa donde idealiza el estilo de vida presentando al mostrarlo como “lo correcto” y, por defecto, cataloga todo lo demás como “lo incorrecto” (pp. 70). Debido a esto, a pesar de que pueda difundir algunos hábitos accesibles, sigue presionando con que se debe cumplir con “el paquete completo” para poder ser “esa chica”. Un ejemplo donde esto se evidencia es un video de @sanando.ando donde empieza diciendo “Cosas que no haría una mujer inteligente: Una mujer inteligente no se junta con personas tontas o de poca visión. Perdóname, hermosa, pero las mujeres exitosas somos elitistas. No te puedes juntar con la misma gente incompetente y una mujer inteligente lo sabe” y luego continua recomendando otros hábitos y recomendaciones. Como se puede ver, bajo este discurso es necesario cumplir con lo que se menciona para poder considerarse “una mujer inteligente” y, en consecuencia, una mujer que decide no seguir los consejos brindados o solo seguir algunos no es una mujer inteligente. Con esto, se evidencia que no solo se trata del consejo que brinda, sino también de la narrativa desde la que lo brinda.

En segundo lugar, una persona que busca contenido para poder sentirse mejor consigo misma podría estar en una posición de vulnerabilidad al exponerse ante este discurso. Por un lado, Páez y Vargas (2023) explican que los roles de género imponen a las mujeres estándares altamente exigentes y prácticamente imposibles de cumplir: además, estos estándares sirven para reforzar el “discurso capitalista hegemónico” (pp. 78). Los videos sobre cómo ser “esa chica” hacen referencia a cómo cumplir con este estándar (sin decirlo de manera explícita). De una forma u otra, siempre se hace mención a cómo ser perfecta y volverse “esa chica”, mayormente presentándolo como una imagen ideal. Además, los videos catalogados como “That Girl” generalmente plantean esta mensaje desde una posición de ayuda, inspiración y ejemplificación. Esto se puede observar en un video de @dayanacobian donde comenta “no hay ninguna excusa para ponerte a ti primero y para comenzar a trabajar en ti, así que te voy a dar algunos tips que puedes para comenzar a trabajar en tu ‘That Girl’ era”, pues introduce su contenido como una guía para priorizar el bienestar propio. Debido a ese posicionamiento, una persona que se necesita mejorar su bienestar y autoestima podría ser propensa a creer que, si sigue los consejos, logrará los cambios que le ofrecen, pues, según Calero, Barreyro, Formoso e Injoque-Ricle (2018), las personas poseen el deseo innato de pertenecer a un grupo y esta necesidad está ligada a la

inteligencia emocional de manera inversamente proporcional (pp. 46-47). Esto podría llevar a que la persona que intente encajar en la imagen que esta tendencia presenta como “ideal”, sin considerar su propio bienestar o sin cuestionar qué tanto pueden ayudarle realmente estos consejos.

En tercer lugar, la postura contraria sostiene que las mujeres pueden beneficiarse de la tendencia buscando únicamente consejos que les funcionen, pues el impacto negativo dependerá del contenido que consuman y de la frecuencia con la que lo consuman. Sin embargo, para que una persona pueda encontrar un consejo que le funcione, sigue teniendo que consumir todo el resto del contenido antes de encontrarlo, pues no tiene la opción de elegir qué partes de qué videos ver antes de haber visto los videos completos. Al respecto, Castillejos (2021) explica que TikTok sí puede usarse para difundir información y aprender (pp. 6). Sin embargo, puede ser un riesgo activo para el usuario, pues no tiene control sobre contenido que se le presenta y, al mezclarse con otros contenidos, este “se convierte en una golosina digital peligrosa” (pp.9). Considerando esto, la tendencia “That Girl” puede presentar buenos trucos de bienestar, pero, para encontrar esos videos, hay que ver muchos más videos que señalan la apariencia física o los estándares irrealistas para una mujer. Además, Benedicto (2018), citada por Ortega, Mijares y Luengo (2022), explica que las mujeres pueden percibir una desvalorización de sí mismas por no poder cumplir con el estándar establecido, lo que puede tener un impacto negativo en su autoestima (pp. 25). De esta manera, estar expuestas ante el estándar irrealista que la tendencia “That Girl” presenta como el ejemplo a seguir resulta inevitablemente perjudicial para las mujeres.

En conclusión, el presente ensayo expuso las razones por las que la tendencia de *lifestyle* “That Girl” en TikTok obstaculiza el bienestar y la implementación de hábitos saludables, en lugar de fomentarlo. En primer lugar, se explicó que el contenido de esta tendencia no necesariamente está alineado a un bienestar real, pues ofrece e impone una única imagen y descarta cualquier otra posibilidad. Adicionalmente, se explicó que aún en los casos donde brinda consejos alineados al bienestar de la persona resulta perjudicial, pues imponen estándares basados en los roles de género y, en consecuencia, impacta negativamente en el autoestima de las mujeres. Habiendo expuesto las razones por las que esta tendencia es más perjudicial que beneficiosa, se invita al lector a reflexionar sobre tanto el contenido que se consume como el que se comparte en redes sociales. Existen demasiadas perspectivas, todas al alcance, y por supuesto que muchas de estas tendrán sentido para muchas personas, pero ninguna es absoluta. Todas las personas tienen diferentes necesidades, motivaciones, soluciones y recursos, por lo que es necesario ser consciente de ello al momento de dar o recibir un mensaje. De la misma forma, esta flexibilidad en el contenido compartido necesita ser dicha y explicada de manera explícita, en lugar de solo apelar a que las personas podrán llegar a esa misma conclusión por su cuenta.

BIBLIOGRAFÍA

- Aiquipa-Meza, E. & Pérez-Oré, L. (2024). Revisión sistemática de la efectividad de la meditación en el bienestar psicológico en estudiantes de ciencias de la salud. *Ciencias Psicológicas*, 18(2). <https://doi.org/10.22235/cp.v18i2.3730>.
- Badillo, A. [@andybadillo]. (07 de octubre de 2023). *Como ser That girl hoy mismo! #thatgirl #thatgirlaesthetic #thatgirltips #beautytips #glowup #glowuptips #beautytiktok* [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZMSRo6R3s/>.
- Calero, A., Barreyro, J., Formoso, J. & Injoke-Ricle, I. (2018). Inteligencia emocional y necesidad de pertenencia al grupo de pares durante la adolescencia. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 22(2), 38-56. <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/subbyprocog/article/view/596/554>.
- Castillejos, B. (2021). Ambivalencia en TikTok: aprendizaje permanente y riesgos de seguridad coexistiendo. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 22. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v12i0.1294.
- Cijsouw, I. (2022). *Becoming that girl: commodified self-actualization on TikTok* [Tesis de maestría, Tilburg University]. Tilburg University WorldCat Discovery. <https://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=158983>.
- Cobian, D. [@dayanacobian]. (21 de septiembre de 2024). *Como ser THAT GIRL *sin gastar dinero. #thatgirl #thatgirlaesthetic #thatgirlroutine #thatgirltips #thatgirler* [Video]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@dayanacobian/video/7417206112992103686>.
- Contreras, M. [@mariana_contreras_]. (16 de junio de 2024). *¿Quién la dijo? #acceptate #mytrueself #thtagirl #changeyourmindset #changeyourhabits #thatgirltips #atomichabits #habitos #thatgirlaesthetic #howtobethatgirl #thatgirltok #CapCut* [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZMSRo98r2/>.
- Danyi [@danyyyyyiii]. (14 de marzo de 2025). *Tips para tu glow up #glowup #selfcare #thatgirl #wonyoungism #wonyoung #fyp #tipsforgirls* [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZMSRoAynT/>.
- Doubront, M. A. & Doubront, L. G. (2020). Impacto del contexto económico, social y político de Venezuela en el docente universitario: Análisis desde la Pirámide de Maslow. *Dissertare Revista*

- de Investigación en Ciencias Sociales, 5(2), 1-15.
<https://revistas.uclave.org/index.php/dissertare/article/view/2791/1749>.
- Fundación Silencio. (2022). *Manual de Autocuidado*.
<https://www.unicef.org/elsalvador/media/5036/file/Manual%20de%20Autocuidado.pdf>.
- Gómez, M. I. (6 de enero de 2025). *Amor propio*. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/amor-propio/>.
- González, M. T. (1999). Algo sobre la autoestima: Qué es y cómo se expresa. *Aula*, 8, 217-232.
https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/69351/Algo_sobre_la_autoestima_Que_es_y_como_s.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Juli. [@juli_sotoooo]. (28 de noviembre de 2024). *Cómo convertirse en THAT GIRL parte 2* 🐦 💖 🦋 🌟. #thatgirl #itgirl #thatgirlroutine #habitos #thatgirlaesthetic [Video]. TikTok.
<https://vm.tiktok.com/ZMS81YKbs/>.
- Losada, A., Stamatiou, S. & Potes, M. (2022). *Psicoespacios*, 16(28).
<https://doi.org/10.25057/21452776.1454>.
- Molinar-Santos, I. (2023). *The patriarchy becomes that girl: tiktok and the mediatization of hegemonic femininity* [Tesis de maestría, California State University]. CSUSB ScholarWorks.
<https://scholarworks.lib.csusb.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2878&context=etd>.
- Ortega, Z., Mijares, B. & Luengo, E. (2022). Del reconocimiento y la autoestima en los relatos de mujeres. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, n° 51(17), 18-33.
<https://zenodo.org/records/5771191>.
- Páez, M. & Vargas, N. (2023). *Narrativas del consumo: Configuración del concepto de amor propio en la comunidad Tik Tok bajo la influencia de las narrativas de Vogue y la influencia That Girl* [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Javeriano.
<https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/0c9c3d9b-e61b-48ae-8660-142d408c3486/content>.
- Sanando Ando [@sanando.ando]. (18 de junio de 2024). *¿Tú eres una mujer inteligente?* [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/ZMSVe2g3w/>.

Tang, L., Omar, S., Bolong, J. & Zawawi, J. (2022). Well-being in Using TikTok amongst Young People in China. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(6), 518-532. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v12-i6/13877>.