VI Jornadas de Jóvenes Investigadores
10, 11 y 12 de noviembre de 2011
Instituto de Investigaciones Gino Germani

Nombre y Apellido de las autoras: Dra. Juliana Marcús, Lic. Eugenia Zicavo, Victoria Cyunel, Magdalena Felice, Bárbara Schiavoni y Mariana Urroz.

Afiliación institucional: Instituto de Investigaciones Gino Germani. Programa de Reconocimiento Institucional R10-239 (2010-2012) "Cuerpo y cultura: los medios de comunicación en la producción de modelos corporales de las mujeres".

Correo electrónico: jmarcus@sociales.uba.ar / ezicavo@sociales.uba.ar

Eje problemático propuesto: Eje 7. Políticas del cuerpo

Modelos actuales de belleza: la experiencia del cuerpo en las mujeres de diferentes generaciones

1. Introducción

La ponencia analiza los códigos culturales que intervienen en la construcción de los modelos de belleza femenina en la actualidad y cómo éstos inciden en los comportamientos de las mujeres de clase media que habitan en la ciudad de Buenos Aires. A partir de los datos recogidos de las entrevistas en profundidad realizadas a mujeres heterosexuales de 21 a 30 años y de 31 a 40 años de edad, presentamos un análisis exploratorio y comparativo entre los dos grupos etarios. En primer lugar, abordamos la mirada social sobre los cuerpos, es decir, la mirada de sí mismo en relación a la mirada externa que recae sobre el propio cuerpo. En segundo lugar, recuperamos los planteos del apartado anterior y analizamos la relación entre emociones, subjetividad y cuerpo, así como también los beneficios y las ventajas que supone portar una corporalidad que se inscribe dentro de los parámetros de belleza considerados legítimos. Por último indagamos el modo en que es vivenciado el cuerpo entre las mujeres de diferentes generaciones.

2. La mirada social sobre los cuerpos

En la denominada "sociedad del espectáculo", el cuerpo asume un valor fundamental en tanto imagen visible del sujeto; las señales emanadas por la exterioridad del cuerpo adquieren así un lugar central a la hora de indicar quién es el sujeto, reduciéndose muchas veces la identidad del individuo a su presencia, a su cuerpo

(Sibilia, 2008; Vigarello, 2005). Como consecuencia, la presentación física vale socialmente como una presentación moral y la puesta en escena de la apariencia expone al actor a la mirada evaluativa del otro (Le Breton, 2002). Vale destacar que si bien el cuerpo es un objeto de evaluación constante, la misma se encuentra históricamente condicionada pues las tramas de significaciones, las categorías de percepción y de apreciación van cambiando de generación en generación. "Como emisor o como receptor, el cuerpo produce sentido continuamente y de este modo el hombre se inserta activamente en un espacio social y cultural dado" (Le Breton, 2002: 8).

El cuerpo opera como una carta de presentación ineludible que se construye como un objeto de diseño y que funciona como un lenguaje en tanto es vehículo de información acerca del sujeto. Como operador de todas las prácticas sociales y de todos los intercambios entre los sujetos, el cuerpo media nuestra comunicación con el mundo a través de la propia apariencia, los gestos, las posturas y los movimientos que fueron moldeados por las relaciones con los otros. De modo que el cuerpo es socialmente construido, experimentado e interpretado. En términos socio históricos "el cuerpo no es necesariamente el organismo animado individual, puesto que aquello que puede constituir un cuerpo es un efecto de la interpretación social" (Turner, 1989: 85).

En este apartado analizamos en qué medida la mirada del otro y la de sí mismo impacta en la relación con el propio cuerpo. Para ello consideramos los relatos de las mujeres entrevistadas y su relación con sus amigas, su pareja, los varones y las mujeres en general. Nuestro análisis retoma la idea propuesta por Enrique Gil Calvo en *Medias Miradas* (2000) sobre una mujer que se desdobla en dos identidades: por un lado la mujer interna que se ve a sí misma (la propia imagen privada) y por otro la mujer externa que es vista por otros (la imagen pública). La comodidad o incomodidad (de movimientos, de exposición, de "naturalidad", de amaneramiento, de elección de vestimenta, etc.) están directamente ligadas a la percepción que las mujeres tienen de su propio cuerpo -y el grado de aceptación o rechazo que experimentan hacia el mismo- lo cual impacta en sus modos de presentarse públicamente y en su relación con los otros, ineludibles testigos de su corporalidad.

En sus relatos las mujeres destacan que no es suficiente "estar bien" si no logran "verse bien"; en este sentido no basta portar un cuerpo con rasgos socialmente legitimados si el propio sujeto que encarna en ese cuerpo no lo percibe en tanto tal. El punto de referencia y el grado de aceptación, también vinculado a la autoestima, varía de acuerdo a cada mujer pero siempre está atravesado por los parámetros sociales que

han sido internalizados: se trata de la mirada propia que ha incorporado la mirada social. De modo que "cómo me vea" y "cómo me sienta" depende de cómo sean reconocidos socialmente un modelo corporal u otro. En términos de Pierre Bourdieu, "la mirada social (…) es un poder social que debe en parte su eficacia al hecho de que encuentra en aquel al que se dirige el reconocimiento de categorías de percepción y de apreciación que él le confiere" (1986: 186). Es decir, la mirada del otro atraviesa el cuerpo en su espesura. Pero esa mirada social no sólo es externa, también se introyecta en el propio cuerpo y se incorporan un conjunto de imágenes, parámetros y representaciones sobre el modelo de belleza femenina socialmente legitimado.

En cuanto a la mujer externa que es vista por otros, la mayoría de las entrevistadas señalaron que el cuerpo femenino suscita atención como si estuviera en un micro-espectáculo público. Erving Goffman (2001) en sus estudios de la presentación personal, utiliza la metáfora teatral de la puesta en escena aplicada a la vida cotidiana para mostrar cómo los marcos de interacción social van normando los aspectos corporales y de la personalidad que se presentan y aquellos que se ocultan o se intentan ocultar. En esa interacción se presenta la influencia recíproca de cada uno sobre las acciones del otro; hay un *actuar para el otro,* o en el caso de nuestra investigación, *la mujer se presenta en escena ante el otro* bajo una preocupación constante del propio cuerpo que intenta seducir para captar la mirada de los demás (o al menos no "defraudarla"). Ahora bien, en la escena pública, aspectos físicos como la talla, el peso u otras cualidades estéticas, son signos diseminados de la apariencia física que fácilmente pueden convertirse en índices dispuestos para orientar la mirada del otro o para ser clasificado bajo una etiqueta moral o social (Le Breton, 2002).

Sin embargo, como plantea Enrique Gil Calvo (1992), para que pueda tomarse en consideración la impresión que con el propio aspecto se causa, resulta necesario que antes se haya interiorizado la existencia del *otro generalizado* en términos de George H. Mead, es decir, lo que el propio cuerpo provoca a todos en general y a nadie en particular: ¿qué piensan de mí aquellos que no me conocen?, ¿cómo me ven?, ¿qué pueden decir acerca de mí a partir de mi apariencia? Los otros son muchas veces pensados como jueces externos de la propia apariencia, aunque en rigor es el propio juicio crítico el que se imaginan que emiten. "La reflexividad femenina es autorreferente, en la medida en que busca anticipar desde dentro cómo se la verá desde fuera" (Gil Calvo, 2000: 191).

La mirada del otro cumple un rol central en la percepción de sí mismas que tienen las mujeres pero, desde su perspectiva, esta mirada no es contemplativa sino más bien evaluativa; los otros son vistos no tanto como "amigos" sino como "enemigos" que juzgan y critican. "El *doble* que imaginan las mujeres al mirarse en el espejo no es *otro yo* idéntico a sí mismas, como en el caso de Narciso, sino un *alter ego* ajeno a ellas" (Gil Calvo, 2000: 191). Presentarse ante los otros supone el deseo de sentirse aceptada, aprobada por *otros generalizados* y *otros significantes*.

Los *otros significantes* (familiares cercanos, amistades, parejas, colegas, etc.) pueden ser tomados como referentes para la propia percepción del cuerpo no necesariamente por lo que digan o hagan sino por el modo en que se presentan (y perciben asimismo su apariencia) ante dichas personas. En estos casos, la búsqueda de aceptación deja de ser impersonal y se orienta hacia un otro particularizado que es a su vez una mirada considerada relevante que impactará así en la auto percepción del sí mismo. Este otro particularizado otorga materialidad a la preocupación por el cuerpo; ya no se erige en el vacío sino en pos de ese otro que concretamente mira y evalúa.

Por ejemplo, de las entrevistas analizadas surge que las mujeres con pareja estable consideran optativo el hecho de "arreglarse" y "cuidarse", mientras que para las solteras el "estar arregladas" se impone de modo más imperativo como un "deber ser", una obligación, un "estar alerta". El presupuesto es que en todo momento se puede estar siendo observada y, en consecuencia, juzgada, evaluada: siempre hay que estar "presentable".

A su vez, las mujeres asocian las posibilidades de encontrar pareja al estado del propio cuerpo y la belleza es vista como un facilitador del éxito. En ese sentido, estar flaca abriría las oportunidades en el "mercado de la conquista". La cadena de mediaciones y correspondencias mecánicas se construye del siguiente modo: la delgadez se equipararía a ser atractiva y ser atractiva significaría ser merecedora de afecto. Ante la mirada masculina, las mujeres invierten recursos en su imagen corporal que ha de ser *pensada para ser mirada.* Es decir, (re)conocen la mirada del varón que recae sobre sus cuerpos y por lo tanto se preparan para ser observadas. De este modo "se refuerza y reproduce el círculo vicioso del arco reflejo estímulo-respuesta" (Gil Calvo, 2000: 133).

Asimismo, las mujeres no quedan exentas de esta mirada evaluativa cuando miran a otras mujeres, ya que en esta materia tienden a ser duras y prejuiciosas con sus congéneres. En este sentido, al afrontar la exigencia social de presentarse de manera

atractiva, y al buscar impresionar favorablemente a los posibles admiradores masculinos, no sólo se persigue la aprobación del *otro generalizado* sino también de una *otra generalizada*, es decir, de las potenciales mujeres competidoras que son, en efecto, las verdaderas expertas y mejores críticas en materia de seducción por estar tradicionalmente socializadas para ello. Mientras que el juicio de los varones puede estar sesgado debido a su interés sexual, el de las otras mujeres es un juicio especializado, fundado en su experiencia como "objetos de admiración y deseo". De este modo, las amigas se tornan un punto de referencia importante cuando portan el cuerpo socialmente legitimado ya que son vistas como cuerpos reales que han logrado acercarse al ideal corporal haciendo posible el modelo que aparentaba ser imposible alcanzar.

3. Cuerpo y emociones

Como expusimos en el apartado anterior, en la actualidad la imagen que se trasmite acerca de uno mismo y las señales que proporciona el propio cuerpo tienen la potencia de indicar quién se es (al menos en el plano de lo hipotético, el de la "primera vista" que no siempre tiene al amor como resultado; el de la "primera mirada" y sus correlatos significantes). La imagen expresa la identidad personal de las mujeres, siendo lo primero que las define y caracteriza. En palabras de Sibilia: "En este monopolio de la apariencia, todo lo que quede del lado de afuera, simplemente no existe" (Sibilia, 2008: 130). Y es así como la imagen ocupa un lugar sumamente importante en la vida de las mujeres: como se ven a sí mismas y como son vistas por los otros influye en su emotividad y subjetividad. Subjetividad y cuerpo como formas de ser y estar en el mundo se encuentran estrechamente relacionadas entre sí.

Dentro de este imperio de la imagen, las mujeres cargan con una *doble identidad*, concepto que utiliza Gil Calvo para describir la tensión que atraviesan las mujeres: por un lado están ellas mismas, tal como se ven y se sienten por dentro, pero por otro lado existe la identidad representada por la imagen externa que las mujeres muestran en público ante los demás (Gil Calvo, 2000). Esta dualidad resulta en una tensión psicológica y emocional que las mujeres deben atravesar de manera constante.

Remitiéndonos al trabajo empírico, y luego de realizar un análisis comparativo de dos grupos etarios femeninos, es posible vislumbrar que la edad es un factor que influye en las mujeres en relación a la manera de sentirse con respecto a su propio

cuerpo, y en la forma en que este sentimiento impacta sobre su subjetividad y emotividad.

En primer lugar, es importante destacar que las mujeres entre 21 y 30 años se muestran más inseguras y atraviesan sentimientos de angustia y depresión porque, según ellas, no poseen el cuerpo legítimo. Muchas expresan el problema que implica salir a comprar ropa, debido a que no siempre encuentran talles acordes a su cuerpo, o no se sienten "favorecidas" por lo que está de moda en ese momento. Sin embargo, si bien reconocen estas dificultades, tienen interés en adaptarse a la moda según sus gustos y posibilidades. Esto se ve reflejado en un intento por ajustarse a lo que "se usa", seguido por sentimientos de angustia y disconformidad por no lograr apropiarse del todo del modelo propuesto, independientemente de cuáles sean las características distintivas del mismo, sus variabilidades e incluso su carácter muchas veces efímero. "Salir de compras" termina transformándose en una experiencia angustiosa. Según Eva Illouz "las emociones son significados culturales y relaciones sociales fusionados de manera inseparable", y las mismas "conciernen al yo y a la relación del yo con otros situados culturalmente" (Illouz, 2007:15). De acuerdo a las entrevistas realizadas, el modo en que las mujeres perciben a su propio cuerpo tiene un impacto estrecho en el plano emocional (que puede expresarse en la euforia por haber bajado de peso o en la angustia por descubrir que el pantalón ya no cierra) y ocupa un lugar muy importante, vinculado a la dinámica relacional que se establece en lo que en párrafos anteriores aludíamos como la mirada evaluativa del *otro*. Las diferentes emociones experimentadas por las entrevistadas tales como la angustia y la culpa tienen un claro significado cultural, la mujer siente angustia al no encontrar ropa acorde a su talle, o culpa al comer "de más"; aquí nuevamente entra en juego la mirada social que impone un modelo de belleza restrictivo, muchas veces difícil de alcanzar.

La angustia o inseguridad también se manifiestan a la hora de relacionarse con los varones y entablar relaciones sexuales. En estas situaciones, se revela la poca conformidad con el propio cuerpo y un deseo por ocultarlo o "disimularlo". Aquí entrarían a jugar todas las intervenciones que se pueden realizar sobre el propio cuerpo: cremas, maquillajes, cirugías, gimnasia, que si bien definen una determinada identidad, constituyen una definición estereotipada y generalizada, ficticia. (Gil Calvo, 2000). En este sentido vemos que no todas realizan tratamientos de belleza pero sí experimentan una situación de tensión al afirmar que *deberían* hacerlo, es decir, se sienten

interpeladas por un *deber ser,* que entra en tensión con lo que en última instancia desean (o no desean) *hacer*. El *ser* idealizado implicaría un *hacer*.

En las entrevistadas encontramos que la creencia en la efectividad de dichas intervenciones influye de manera positiva en su autoestima y seguridad, incluso antes de ver los efectos de las mismas. El hecho de que exista la posibilidad (o la promesa) de cambiar aspectos considerados defectuosos, proporciona seguridad y tranquilidad.

En esta franja etaria es posible encontrar discursos relacionados con la culpa después comer en exceso o tras ingerir alimentos con muchas calorías, pero también con el esfuerzo o sacrificio por no "tentarse" o "comer de más". Las mujeres no se sienten habilitadas a disfrutar plenamente de esos consumos debido al temor a engordar y así alejarse del modelo de belleza considerado legítimo. Por eso cuando ceden, aparece la culpa. El acto de comer hasta la saciedad no suele estar acompañado por una sonrisa de gozosa satisfacción sino por esa especie de mueca vergonzosa de quien cometió un "pecado".

Si bien reconocen que estas actitudes no son sanas y también están al tanto de los trastornos alimentarios que esas conductas pueden generar (porque lo han vivido de manera cercana o consigo mismas) muchas han logrado un cuerpo que se acerca al ideal difundido a base de grandes esfuerzos (especialmente en el período posterior a la adolescencia y en la primera juventud) y sienten temor de volver a ese cuerpo que supo ser un problema y que costó modelar y amoldar. Hay un fantasma que recorre el imaginario femenino: la gordura. Una cultura en la cual la belleza (ligada a la juventud pero también, independientemente de la edad, a la delgadez) aparece como mandato sustentado en la idea de que el individuo es responsable de su propia imagen, presupone que el ideal siempre puede alcanzarse a base de esfuerzo o sacrificio personal. Y es así como el fracaso adopta otro sentido, que deviene sentimiento de culpa y hasta de victimización (Vigarello, 2005). El bienestar individual, accesible, y obligatorio termina viviéndose como una presión: "El malestar puede surgir del hecho de que el bienestar se imponga como criterio último" (Vigarello, 2005: 262). Se suma a estas presiones, la mirada de los otros, ya sea la pareja, amigas u otras mujeres que se introyecta como un discurso válido que también opina y juzga sobre los cuerpos. Esto sucede de igual manera en las mujeres más adultas.

En las mujeres mayores de 31 años encontramos sentimientos más relacionados con la seguridad y conformidad con respecto al propio cuerpo. Las mujeres de esta edad consideran que han superado algunos de los prejuicios que tenían anteriormente al

respecto. Si bien resaltan que notan cambios con respecto a su propio cuerpo, algunas se sienten más bellas con el paso del tiempo. Esto tiene relación con un aumento de la seguridad en sí mismas, en muchos casos proporcionada por éxitos laborales, educacionales o sentimentales.

El cuerpo en ellas ocupa un lugar más importante que antes, pero no por una cuestión estética (como sucede en las más jóvenes), sino por una cuestión de salud. Es decir, "no sólo para mostrar al cuerpo, sino para disfrutarlo y cuidarlo". Aquí el cuerpo estaría relacionado al bienestar y al placer, y no sólo a la exhibición.

En ambos grupos etarios encontramos que existe relación entre el estado emocional y la propia imagen que las mujeres tienen de sí mismas: si se está pasando un buen momento a nivel emocional, es probable que la mujer se vea linda, se vea bien. Y por el contrario, si se cuenta con un estado de ánimo negativo, es posible que no haya conformidad con la imagen que devuelve el propio espejo. Sin embargo, en ambos casos, verse bien ayuda a sentirse bien. Nuevamente el "estar bien" no es condición suficiente para "sentirse bien".

Asimismo, en ambos grupos etarios el peso está directamente asociado a la autoestima de la persona; es decir, la propia valoración está influenciada por la aproximación o no al modelo de cuerpo establecido socialmente. A su vez, este modo de sentirse con respecto a su peso impacta en la relación con los otros. Los cambios se aprecian en la manera de moverse y de relacionarse con terceros.

Estrechamente relacionados a la emotividad de las mujeres están los beneficios o desventajas que pueden originarse si se tiene (o no) el cuerpo legítimo. La mayoría de las entrevistadas, sin detenernos en sus edades, reconocen que ser bellas es sinónimo de tener éxito y seguridad en diferentes ámbitos (en el amor, en el trabajo, en la vida cotidiana). Por otra parte, argumentan que la belleza también implica contar con más oportunidades (de tener un trabajo, una pareja), así como también tener más acceso a lo que se busca, y ser mejor tratado.

Volviendo a Gil Calvo, el hecho de contar con el modelo de cuerpo establecido socialmente implica poseer recursos que confieren a sus protagonistas cierto poder para controlar estratégicamente su entorno personal. Estos recursos se encontrarían al servicio del ascenso personal. (Gil Calvo, 2000). Esta especie de "uso reflexivo" de la belleza o de la apariencia como capital parecería otorgar cierto poder a las mujeres, que serían mujeres-sujeto de su propio micropoder interactivo (Gil Calvo, 2000). Sin embargo, no por ello las mujeres dejarían de ser mujeres-objeto interpeladas por

mensajes que derivan en la imposición de un modelo estético opresivo y socialmente instalado.

Otro de los beneficios de la belleza mencionados por las entrevistadas es el hecho de que les permite relacionarse con una mayor cantidad de personas y posibilita una mayor integración en diferentes grupos. La correspondencia con el modelo de belleza hegemónico también otorga determinadas "habilidades" y sobre todo seguridades a la hora de relacionarse con otros. Un cuerpo bello es un cuerpo cómodo, que sabe cómo manejarse con soltura, que está acostumbrado a ser aceptado y por eso se mueve con naturalidad. En la presentación ante los otros, la distancia entre el cuerpo ideal y el cuerpo real (el que cada una posee) adquiere un lugar central ya que la posibilidad de experimentar el cuerpo bajo los signos de la incomodidad, la rigidez o la timidez es mayor cuanto mayor es la desproporción entre esos dos cuerpos. (Bourdieu, 1986). En el mismo sentido, la soltura al moverse y al hablar se vincula también a la seguridad que otorga portar un cuerpo acorde al socialmente legitimado. Mientras los primeros pueden sentirse muchas veces traicionados por su cuerpo, los segundos encuentran beneficios y ventajas. (Bourdieu, 1986).

El cuerpo que no gusta puede convertirse en una barrera para comunicarse y relacionarse con los otros. "Verse bien" las hace sentir cómodas, libres para expresarse, para mostrarse ante las miradas ajenas. Un cuerpo que se siente cómodo es un cuerpo que está preparado para ser mirado. Por lo tanto, es posible entender que no portar un cuerpo que se adecue al modelo socialmente legitimado genera un rechazo para consigo mismas que pueden reforzarse con sentimientos relacionados con la exclusión, que a su vez resultan en angustia, baja autoestima, y problemas a la hora de relacionarse con otros.

Existen estereotipos que relacionan el ser bello con el éxito y el ser feo con el fracaso. La presión social es tan grande que no ser bello o estar excedido de peso pueden resultar un obstáculo para la soltura en el desenvolvimiento de estas mujeres, imposibilitando que desarrollen incluso en el ámbito del trabajo, otro tipo de potencialidades que nada tienen que ver con el aspecto exterior.

4. Cuerpo y generaciones

Según Mario Margulis (1996), las generaciones pueden pensarse como instancias socializadoras que contienen y configuran al interior de un espacio-tiempo una diversidad de vivencias incorporadas a la subjetividad, experimentadas

individualmente y compartidas socialmente. El juego de palabras al interior del pronombre “nosotros” puede ser entendido como una referencia a la diferenciación entre un sentido de pertenencia -“nos”- con quienes se comparte el mismo tiempo histórico, y aquellos con quienes no, los “otros”.

La conversión del cuerpo en tanto “memoria andante” o “memoria vital” (Kogan, 2011: 22) supone que el cuerpo es en sí mismo un registro personalizado y actualizado de la pertenencia a una generación históricamente situada, en calidad de “emisor” del paso del tiempo. De este modo, la forma en la que los cuerpos son presentados deriva y circula a partir de un contenido generacionalmente configurado sobre “luchas por la imposición de las normas de percepción y de apreciación del cuerpo” (Bourdieu 1986; 189).

Decimos entonces que el modelo de cuerpo legítimo demuestra -y muestra- una identidad relativa al cuerpo adquirida generacionalmente, sobre la base de una “memoria social incorporada” (Margulis, 1996: 9). Es por ello que también nos resulta “familiar” establecer periodizaciones que estiman la correspondencia entre las generaciones y los modelos de belleza.

Desde esta perspectiva podemos interpretar cómo varían las calificaciones y caracterizaciones en relación a los cuerpos de otras generaciones: las mujeres entrevistadas de 21 a 30 años, realizaron una comparación entre la belleza actual y aquella presente en la generación de sus madres y resaltaron que se trataba de una belleza “más natural y más cuidada” en relación a los atributos de belleza impuestos en la década actual asociados generalmente a un cuerpo intervenido quirúrgicamente, artificial y más exhibido.

En las décadas del ’60 y ´70 señalan que los cuerpos eran más redondos, “pulposos” y no tan delgados como lo son ahora. Desde los parámetros actuales de belleza la percepción de ese cuerpo supondría un cuerpo excedido de peso. Asimismo destacan que en las décadas pasadas las mujeres no estaban tan preocupadas por la imagen debido a que el rol de madre y esposa las confinaba al ámbito doméstico siendo menor la exposición en el espacio público. Durante las últimas décadas las mujeres han logrado conquistar posiciones importantes en la sociedad, sobre todo a nivel profesional, de modo que la apariencia comenzó a ocupar un lugar más relevante, lo que trajo aparejado un mayor consumo de cosméticos, maquillajes, ropa, accesorios, etc. También argumentaron que las mujeres adultas se preocupan por el paso del tiempo, algo que todavía no parece interpelar a las más jóvenes, a pesar de los esfuerzos del

mercado cosmético por instalar productos antiarrugas para la franja de los 20 años bajo el rótulo de "primeros signos".

Por otra parte, las mujeres pertenecientes al grupo etario de 31 a 40 años señalan que en relación a décadas anteriores "*la delgadez es lo que prima*", *"el estereotipo de belleza universal ahora es la delgadez"*. También aludieron que en las generaciones más jóvenes la obsesión por alcanzar un cuerpo delgado, la profusión de dietas y productos para adelgazar, puede llegar a resultar peligrosa debido a los trastornos alimenticios como bulimia y anorexia que este tipo de conductas pueden traer aparejadas. Asimismo señalaron que las mujeres más jóvenes *"están muy pendientes de la estética"*.

Los modelos de belleza que se expresan en los cuerpos de las mujeres han sido reconocidos y problematizados en las entrevistas realizadas: las mujeres coinciden en que la carrera por alcanzar dicho paradigma estético se convierte en una preocupación en las generaciones más jóvenes en relación a las generaciones pasadas debido a que hay una necesidad constante de *"querer pertenecer, querer ser aprobado y querer atraer"* no por la vía de otros recursos, sino a partir de lo meramente estético. También señalaron que en los últimos años los medios de comunicación, sobre todo el bombardeo de imágenes en la televisión, los blogs y las redes sociales en Internet, han desempeñado un rol fundamental en la transmisión e imposición de modelos de belleza asociados a la delgadez y a la juventud.

Tanto las mujeres jóvenes como adultas entrevistadas le atribuyen una singular significación a las generaciones encarnadas por los jóvenes "de ahora", en la medida que los modelos de belleza responden a una exigencia cada vez más marcada, pudiendo ser identificada y visibilizada en los cuerpos de las nuevas generaciones. Es entonces a partir de las estrategias destinadas a hacer el cuerpo presentable y representable (Bourdieu, 1986: 183), -lo cual implica poseer ciertos recursos sociales y económicos para costear las intervenciones que demanda- que encuentran la forma de lograr una distancia negociadora ante la "amenaza" latente de convertirse en cuerpos marginados del mercado de la imagen.

4.1 Mandatos corporales: el orden familiar y social

El sistema familiar en tanto "marco institucional" de las generaciones, (Margulis, 1996: 11) regula una multiplicidad de implicancias comprendidas entre la sociedad y sus actores sociales. En este sentido, tanto madres como padres parecieran

tener cierto derecho a opinar sobre el cuerpo de sus hijos. Las mujeres entrevistadas, en especial las más jóvenes (entre 21 y 30 años) mencionan que tanto sus madres como sus padres les hacen comentarios del estilo *"estas más gordita"* o *"estas más flaquita"*, mientras que no reciben ese tipo de declaraciones de parte de sus amigos y amigas. La aprobación de los padres respecto al cuerpo *"qué lindo que sos", "¡estás tan flaquita!"* resultan ser valoradas y tomadas como parámetro. Las madres aparecen como reguladoras (cuando no censoras) de lo que se debe y lo que no se debe comer, cuya modalidad de control se basa en preguntas del tipo*"¿Qué comiste?"*, generando habitualmente en sus hijas, una vez más, sentimientos culpógenos. En ambos grupos erarios estudiados resalta la figura de la madre como una figura que controla lo que se hace y lo que no se hace: las madres parecen indicar aquellas "legalidades" e "ilegalidades" a través de una suerte de "linaje" corporal heredado, aprendido y transmitido.

En la *"Dominación masculina",* Bourdieu afirma que "(re)producir los agentes es (re)producir las categorías (en el doble sentido de esquemas de percepción y de apreciación y de grupos sociales) que organizan el mundo social, categorías de parentesco evidentemente, pero también mítico-rituales" (Bourdieu, 2000: 62). Es a través de estas categorías ordenadoras del mundo social donde se actualizan las legalidades e ilegalidades que las madres transmiten a sus hijas -y que por lo tanto, las hijas heredan de sus madres-, contenidas al interior de una dinámica ritual que sella lo proscripto con la misma fuerza "naturalizante" que se le atribuye a la biología, *revalidando* lo adquirido.

Aquí se revela una discreta pero profunda relación entre las categorías de "ritos" y "generaciones". Los ritos son instancias legitimadoras de las posiciones sociales basadas en "operaciones de diferenciación que tienden a acentuar en cada agente, hombre o mujer, los signos exteriores más inmediatamente conformes con la definición social" (Bourdieu, 2000: 39). Al ser la visión androcéntrica la que ejecuta la definición social de los agentes, el proceso de aprenhensión de los signos exteriores de los cuerpos de las mujeres se articula a través del sistema familiar -fundamentalmente vía materna- y social, paradójicamente identificado con el ascenso social y la conservación del status femenino (Gil Calvo, 2000: 274).

El mismo movimiento se desenvuelve generacionalmente al (re)producir la descripción que caracteriza el modelo de cuerpo socialmente legitimado. En este sentido la jerarquización de los "rasgos" socialmente bellos, si bien resulta arbitraria en

términos generacionales, mantiene un denominador en común que sostiene la "tradición" transferida de *unas a otras*: el imperativo de belleza.

5. Reflexiones finales

En el desarrollo de la ponencia hemos visto cómo el modelo de belleza socialmente legitimado aparece una y otra vez en el discurso de las entrevistadas como un modelo ligado (no exclusivamente pero sí prioritariamente) con la delgadez. Estar flaca es lo que permite discernir, a *grosso modo*, entre lo bello y lo feo. En general alcanzar este ideal de belleza es una preocupación para las mujeres de ambos grupos etarios aunque entre las mujeres de más edad otro tipo de proyectos parece desplazar la carga libidinal antes puesta en el aspecto físico. No obstante, el paso del tiempo es en esta franja un elemento importante, y en general consideran la posibilidad de someterse a tratamientos estéticos en un futuro (o se lamentan por no estar llevándolos a cabo). Los kilos de más, los signos del paso del tiempo o las marcas que van apareciendo son cuestiones que se quieren combatir o por lo menos producen cierta incomodidad. La propia mirada es implacable: el cuerpo aparece como una suma de particularidades que deben congraciarse con un ideal estético sumamente restrictivo, que tiene como aliadas a las propias mujeres. Cuenta para su reproducción con su mirada complaciente que introyecta como propias categorías arbitrarias que valorizan ciertas corporalidades en desmedro de otras. En cualquier caso, en el plano emocional, la culpa es el sentimiento más recurrente, así como la fantasía de que un cuerpo más próximo al ideal difundido será la solución para los más diversos asuntos, desde un ascenso laboral hasta un triunfo en el plano amoroso. Hay una alta expectativa depositada en el aspecto físico: la aceptación sin ambages como premio y recompensa.

6. Referencias bibliográficas

-Bourdieu, P. (1986) "Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo", en W. Mills *et al., Materiales de sociología crítica*, Madrid: La Piqueta.
-Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina.* Madrid: Anagrama
-Gil Calvo, E. (1992). *La mujer cuarteada. Útero, Deseo y Safo.* Barcelona: Anagrama
-Gil Calvo, E. (2000). *Medias Miradas. Un análisis cultural de la imagen femenina.* Barcelona: Anagrama
-Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.
-Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*, Buenos Aires: Katz Editores.
-Kogan, L. (2011). "Jóvenes y viejos: ¿El cuerpo como locus de una identidad?" En: *Revista Latinoamericana* de *Estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad - Relaces*.

Nº 5. Año 3. Abril-Julio 2011. Córdoba, pp. 15-24. Disponible en http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/120/72
-Le Breton, D. (2002). *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
-Margulis, M. (1996). *La juventud es más que una palabra.* Buenos Aires: Biblios
-Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
-Turner, B. (1989). *El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
-Vigarello, G. (2005). *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días.* Buenos Aires: Nueva Visión.