

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN HISTORIA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Modelos del cuerpo a través de los medios audio-visuales de comunicación en México (1986-1996)

TRABAJO RECEPTACIONAL

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
HISTORIA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

PRESENTA

MARIO IVÁN GARCÍA CRUZ

Director del trabajo recepcional

Mtro. Ariel Edgardo Arnal Lorenzo

México, D. F. noviembre 2014.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

Si la mirada es una suma de la visión más los intereses, las intensiones y las interpretaciones, creo que estoy en deuda con muchas mujeres. Mujeres que han compartido conmigo, más que formas simbólicas convencionales. No es fácil asimilar todo lo que las constituye, aún así, creo que vivirán en mis recuerdos por siempre.

Por ello es preciso puntualizar que a través de sus cuerpos, me enseñaron a comprender, cuándo la representación suplantó a la presencia, es decir, cuando el ser humano se volvió un extraño en su propio mundo.

Dedicado a:

María Eugenia, Mario y Alejandro.

MODELOS DEL CUERPO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS AUDIO-VISUALES DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO (1986-1996)



Edward Weston 1924, *Tina en la azotea*¹

¹<http://dasawhartonphotography.wordpress.com/2012/09/27/edward-weston-nude-mexico-getty-museum/>

El cuerpo, en una de sus expresiones femeninas, se refleja a través de la lente de Edward Weston. Tina es su modelo y musa. El cuerpo expuesto refleja la naturaleza del mismo. Es un cuerpo donde se plasma el estereotipo engendrado a principios del siglo XX.

A partir de este ejemplo, encontramos una peculiaridad en la imagen de *Tina en la azotea*. Se trata de la peculiaridad de hacer una interpretación. En ella aplico mis intereses y proyecto una intención de aquello que miramos. El cuerpo femenino desbordando sensualidad y belleza. Caderas anchas, piernas gruesas, un busto mediano y el pubis al natural.

La expresión de este cuerpo femenino nos conduce a plantear las transformaciones históricas en las cuales ha incurrido el cuerpo de las mujeres; cuerpo vivido y expresado desde la sociedad mexicana. Comparto entonces esta fotografía para dar a conocer cómo el cuerpo se ha venido transformando a lo largo del siglo XX. Pasa así de ser cuerpo voluptuoso a un cuerpo delgado.

Hallamos aquí la expresión final de cómo las mujeres afrontan su realidad aparente. La imagen plantea una realidad que prevalece en nuestra sociedad. Tina es la imagen perpetuada del cuerpo expuesto al natural, sin retoque, con las marcas naturales de la edad que a simple vista pasan desapercibidas. La pose la hace ver con el vientre plano y acinturado, dando así alusión de un cuerpo perfecto, que encontraremos reproducido una y otra vez a lo largo de la historia contemporánea de la mercadotecnia. Encontramos esta historia en los medios visuales, ya no solo desde la fotografía, sino también en la televisión, en las revistas y el cine.

Es así como muestro la intensidad de esta fotografía que da la pauta a este tema de los modelos del cuerpo a través de los medios audio-visuales de comunicación en México (1986-1996).

MODELOS DEL CUERPO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS AUDIO-VISUALES DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO (1986-1996)

INDICE	3
PROLOGO	5
INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I. LA IMAGEN DE LAS MUJERES:	
EL CUERPO COMO CONSTRUCCION SOCIOCULTURAL	14
1.1 El cuerpo y sus adentros	20
1.2 La identidad	22
1.3 Objetividad y subjetividad	25
1.4 Aún no estoy lista. La subjetividad del cuerpo	29
1.5 Los afectos	33
1.6 El Juego. La educación	35
1.7 Mi muñeca. La concepción de ser mujer desde la estructura de la familia	40
1.8 Barbie	42
1.9 Los cuentos de hadas. Cuerpos de satisfacción para los demás	44
1.10 La familia	47
1.11 ¿Quién dijo que ser princesa es fácil? Las mujeres y su sexualidad	49
1.12 Historia visual y su aplicación	54
1.13 Imagen	57
1.14 El cuerpo desde una visión histórica	61

CAPÍTULO 2. LA PERFECCIÓN EN LOS VAIVENES DE LA HISTORIA	67
2.1 El cuerpo como objeto fetiche	71
2.2 Entre diosas y reinas, los cimientos del estereotipo	82
2.3 El cuerpo femenino como factor de seducción en el siglo XX y sus primeros años	95
CAPÍTULO 3. LA TELEVISIÓN VS LOS CUERPOS FEMENINOS	106
3.1 El cuerpo nuestro de cada día	107
3.2 México en el siglo XX. Bellezas latinas	110
3.3 La proyección de ideales y estilos de vida en la Ciudad de México	122
3.4 El mercado juvenil en los ochenta ante los medios visuales	130
3.5 Por la libre el auge de la televisión en México	136
3.6 La televisión y su cotidianidad en la sociedad mexicana	141
3.7 Las ficheras, el cabaret y la santanera	149
3.8 La imagen del cuerpo de la mujer en la televisión	157
3.9 El comienzo	171
CONCLUSIONES	174
BIBLIOGRAFÍA	179

PROLOGO

Todo comenzó con la idea que tenía de belleza, esa belleza que observaba día a día en las calles, en los anuncios publicitarios, en casa y sobre todo en la televisión.

Fue entonces en mi estancia en la universidad que me dediqué a la tarea de no sólo mirar la televisión, sino de observar aquellos detalles que veía ajenos a la realidad que me conformaban. Si bien en la actualidad se vive con el bombardeo diario de imágenes de todo el mundo, es en esa televisión de los años ochenta cuando era un niño, donde comienza mi interés por ver más allá de la simple imagen. Mi mente entonces empezó a generar todo un proceso de ideas y de formas, que pretendían dirigirse a conformar el por qué de todo aquello que se proyectaba en la televisión y en específico en el ejemplo vivo de aquellas mujeres hermosas, delgadas, rubias, con facciones delicadas. Es decir, muñecas perfectas jugando al melodrama de la vida cotidiana, vistas por todo un público que las deseaba y de igual forma las veía inalcanzables.

Comenzó mi obsesión con el cuerpo femenino y lo que representaba socialmente en México. Al parecer tenía diversas posibilidades para adentrarme al estudio de éste, sin embargo me interesaba también hacer una construcción histórico-visual y necesitaba programas de televisión de aquella época.

Por tal motivo, me propuse a indagar en varios programas para ver cuál sería el más adecuado, y llegué a la conclusión de que el programa que me ayudaría en esta idea de los modelos del cuerpo sería *Anabel Ferreira* protagonizada por ella misma. El discurso visual que proyectaba dicho programa, montaba un dialogo de la mujer bonita y la mujer fea, en los personajes de la protagonista y su coestelar (María Alicia Delgado), si bien el programa era cómico familiar, y me reía mucho cuando era un niño. Cuando tuve la oportunidad de volver a ver unos capítulos en su repetición a través del sistema de cable, comprendí entonces que los estereotipos han sido desde siempre muy marcados y que la fealdad o lo diferente es sinónimo de risa o burla.

A partir de esta premisa comencé a adentrarme en la idea de las “guapas” y las “feas”, ¿Qué es lo bello? ¿Qué es lo feo? ¿Quién decide?

En un principio me fue complicado concretar esa idea que tenía en mente de querer hacer un análisis desarrollando tres conceptos vitales: belleza, medios masivos y enfermedades alimenticias.

Fue de verdad muy complicado, ya que todos estos temas ya habían sido estudiados anteriormente; sin embargo tenía una esperanza. Nadie había hecho una revisión histórica de los modelos del cuerpo en México en la década de los ochenta y principios de los noventa, y mucho menos desde el enfoque de la historia visual.

Al parecer era un pretexto idóneo para esta tesis, ya que hablaría del cuerpo femenino y su proyección desde la televisión. Sin embargo, no me fue fácil concretar este primer proyecto con dicho programa, debido a que Televisa me negó el acceso a sus archivos. Y eso no termina ahí, busqué en internet las temporadas completas y sólo encontré unos cuantos capítulos borrosos y no me eran suficientes para concretar mi idea. De hecho los busqué en puestos de tianguis, en tiendas de videos e incluso recorrí Tepito y no logré este propósito.

Teniendo en consideración todo esto, opté por indagar en revistas de la época. Me di a la tarea de ir a archivos como hemerotecas y bibliotecas que pudieran tener algún acervo de revistas de moda, y de igual forma fracasé en el intento, encontré únicamente cuatro o cinco revistas en la biblioteca Miguel Lerdo de Tejada. Después de esto, me dediqué a buscarlas en los puestos de revistas viejas, y no tenían ejemplares de los años que me interesaban, sólo de 1995 en adelante.

Fue entonces que me decepcioné un poco, de hecho mi director de tesis ya no sabía que hacer conmigo y con este gran problema de las fuentes para desarrollar el estado de la cuestión.

A partir de estos fracasos, optamos por tomar aquello que nos sirviera. De igual forma, nos replantemos todo desde cero, y fue entonces cuando el cine, las telenovelas y las revistas, nos dieron la materia prima de este proyecto. Fue así como llegamos a formular el título de esta tesis: *Modelos del cuerpo a través de los medios audio-visuales de comunicación en México de 1986 a 1996*.

Y así se hizo, después de una búsqueda exhaustiva logramos concretar que me sería más fácil y sustentable el abarcar el tema con estas fuentes. Por ello reitero ante todo, que hago una revisión de la historia visual de los modelos del cuerpo que se proyectan en la televisión mexicana a finales del siglo XX. De esta forma doy entrada a este proyecto que por fin ve la luz. Para mí ha sido un estira y afloja en cuestiones profesionales, ideológicas e incluso personales, que de cierta forma componen todo esto que a continuación leerán. Fueron años de estar leyendo, buscando, reformulando ideas, desechando párrafos completos, en fin, un gran número de hojas se quedaron archivadas y sólo unas cuantas las hago presentes ahora.

Con esta tesis doy por terminado un proceso de domesticación intelectual, que me seguirá a lo largo de mi vida profesional de ahora en adelante, ya que he modificado mi pensamiento y la manera de como enfrentar los procesos socioculturales que nos conforman como seres humanos.

INTRODUCCIÓN

Hablar del cuerpo es hablar de uno mismo, introducirse en nuestros adentros e inmiscuirse en lo que hemos sido a través de la historia y del cosmos mismo.

En este trabajo expongo al cuerpo femenino como campo de estudio en la contemporaneidad con el tema, *Modelos del cuerpo a través de los medios audiovisuales de comunicación en México de 1986 a 1996*.

Si bien todos los seres humanos entendemos más o menos el concepto de cuerpo, muy pocos asimilamos la idea de entablar un dialogo profundo y de identidad con éste.

El cuerpo femenino lo adopto en este caso como la base de mi investigación histórica, desarrollando todo aquello que lo integra y lo hace partícipe de formas y estilos en las sociedades contemporáneas.

Hablar del cuerpo femenino y sobre todo del cuerpo femenino vivido y visto en la sociedad mexicana en la década de los ochenta y principios de los noventa, es hablar de un cuerpo sumergido en transformaciones que se engendran en los procesos socioculturales de un país dependiente y decadente, con una mínima capacidad humana de entender y aceptar la diferencia del otro. Hablo de ese proceso histórico de la sociedad mexicana, que ha negado la parte sustancial de sí misma y con ello, ha traído hasta nuestros días la construcción de un México ajeno a su realidad.

México y sus mujeres, se han ido construyendo a lo largo de sus vidas, por un factor clave que es el mestizaje cultural. Para algunos, un término que solo queda en el pasado del pensamiento latinoamericano. La justificación ideológica de toda Latinoamérica, e incluso puede verse como una aseveración. Es el caso de Bonfil Batalla, que le llama a este proceso inconcluso: un problema de cultura nacional y la denomina como la “no unificación de las dos civilizaciones”². La contra parte es lo dicho y expuesto por Octavio Paz y Heriberto Yépez, donde el

²Guillermo Bonfil, *México Profundo. Una civilización negada*, SEP-CIESAS, México, 1987.

concepto de mestizaje cultural lo hacen presente como una herramienta básica para la construcción sociocultural de la sociedad mexicana.

Madre abnegada, esposa sumisa, amante reprimida, hija obediente, todas estas son el conjunto perfecto en una mujer mexicana tradicional. Mujeres expuestas y viviendo en un país periférico, donde los procesos socioculturales han sido inconclusos en la mayoría de los casos.

Mujeres que se someten al designio de Dios y al del hombre que la hace su mujer. Las mujeres mexicanas en palabras de Teresa Ordorika:

Son todas distintas, sus cuerpos, su ideología, sus creencias, su entorno social. Sería difícil generalizar una definición como tal, sin embargo, son mujeres que les ha tocado un desafío distinto al de otras mujeres, además de seguir los patrones estipulados por la sociedad, son víctimas del machismo y de la pobreza que afecta a más de la mitad de la población.³

Desde esta realidad me lanzo a indagar a través de las imágenes, cómo las mujeres han formado parte de un nuevo dominio de domesticación que es el consumismo. Este consumismo de los ochenta que las enajena en un mundo narcisista. Donde se les ofrece la libertad a la cual creen que son ajenas, que no es más que una libertad condicional, que las sumerge en la esclavitud de la perfección y del capitalismo.

Una perfección creada desde los medios visuales y, que en este caso serán la televisión, las revistas y las películas, quienes darán vida al estereotipo de belleza que se consolidará a finales de los noventa en México.

La belleza femenina la expongo constantemente en las siguientes páginas y por ello, es necesario dejar claro las diferencias entre la belleza objetiva y subjetiva.

³TeresaOrdorika, Comunicación personal, 16 de junio de 2011, C.U. Investigadora en feminismo y Salud mental.

Primero, la belleza objetiva. Que se genera a partir de un conjunto de cualidades que corresponden a cánones ya establecidos, en función del tiempo y de cada cultura.

Segundo, la belleza subjetiva. Que emerge del gusto personal, es decir, la que depende del gusto estético de cada persona.

Desde el planteamiento kantiano existen características que determinan lo bello. Desde el desinterés, la universalidad, la finalidad sin objetivo y la necesidad.

Factores que dirigen a formular una crítica de lo bello desde la filosofía y que repercute en la formulación de lo bello visto desde la crítica de la razón pura.

En el proceso del conocimiento a priori: a) la institución pura de lo múltiple, b) la síntesis de lo múltiple y c) la reducción de esa síntesis a conceptos. La primera etapa es realizada por la institución espacio – temporal; la segunda por la imaginación y la tercera por el entendimiento...el mero efecto de la imaginación, es una función ciega aunque indispensable del alma, sin la cual no tendríamos ningún conocimiento, pero de la que rara vez llegamos a ser conscientes.⁴

Por ello planteo todo lo que pudiera constituir a una mujer socialmente hablando y todo el proceso histórico que la crea y la transforma.

La historia, a través de sus vaivenes, nos ha brindado a los hombres un sinfín de imágenes y todo lo que envuelven estas; vivencias, anécdotas, historias de amor, de guerra, en fin, todo aquello que encierra un contexto histórico determinado. Desde los procesos culturales, políticos, económicos y sociales, las imágenes han tenido cabida en la formación de conceptos y de ideas que nos relacionan con el pasado, por ello, las imágenes forman parte de nuestra realidad y nos dan indicios de lo que pudieron ser y lo que representa ahora en el presente.

⁴Fernando Zamora, *Filosofía de la imagen. Lenguaje, imagen y representación*, ENAP, México, 2007, p. 163.

Pinturas, retratos, esculturas, fotografías, nos han dado a los historiadores fuentes concretas para indagar más detalladamente aquello que nos inquiete como lo es, el pasado.

El cuerpo femenino ha sido plasmado ininidad de veces, y se ha descrito desde la literatura hasta la ciencia. Diferentes figuras, rostros, siluetas, formas, colores, texturas, etc., pero ¿por qué el cuerpo cambia a lo largo de su representación histórica? Una buena pregunta de análisis para empezar esta travesía.

Los cuerpos femeninos, al pasar de los años han generado cambios de valoración y de criterios estéticos de acuerdo a la sociedad y a la cultura que los determina. Por ello creo conveniente esta propuesta de historia visual, desarrollando así, el papel del cuerpo femenino proyectado en la sociedad mexicana desde los medios audio-visuales en México de 1986 a 1996.

Creo pertinente realizar este trabajo marcando esta década, debido a la coyuntura en el proceso de construcción de los modelos del cuerpo femenino, por el cual atravesó México, pasando del estereotipo de cuerpo voluptuoso al estereotipo del cuerpo delgado como signo de moda y de belleza. Dejando a su vez el legado de los cuerpos anoréxicos como los conocemos hoy en día.

Ininidad de posturas y de imágenes se proyectaban en todo México, por ello es pertinente comentar el porque de la diversidad de las imágenes en este trabajo.

Si bien es cierto que los procesos históricos no son aislados, esta no es la excepción. La diversidad de imágenes mostradas posteriormente darán cabida a esta investigación. Coincido con la postura de Fernando Zamora que dice:

La visión pasó a ser considerada como una herramienta primordial de la investigación científica. De manera que nociones como “claridad”, “perspicacia”, “punto de vista”, “observación”, “esquema”, “cuadro”, “representación”, “reflejo” y “distinción”, conformaron un sistema semántico , derivado de nociones básicas como las de “ojo del alma” y “visión –como-

conocimiento". La observación científica se identificó con la vista y se separó del gustar, del oír y del toca: en esa medida se considero como objetiva.⁵

Las imágenes entonces, serán las fuentes primarias, del planteamiento de mi hipótesis. Desde la fotografía, el cine, las revistas hasta la televisión, me brindarán las herramientas necesarias para este trabajo.

A través de las herramientas teóricas postuladas sobre el tema del cuerpo, como lo son Jacques Le Goff, Jean-Claude Schmitt, Peter Brown, Caroline Bynum, Michel Bernard, Henri Wallon y Marcel Mauss, pongo las bases que guiarán el análisis teórico para poder construir en este trabajo el concepto de *cuerpo* como la capacidad de comunicación donde el cuerpo mismo es y será nuestro principal medio para ser, ya que a través de éste, observaremos que podemos pertenecer a un universo complejo, en donde los individuos a través de las sociedades nos determinamos para desarrollar capacidades y pensamientos que interiorizan y exponen en si mismos todo aquello que lo atañe.

Con respecto a los conceptos de objetividad y subjetividad tenemos las posturas de Carlos Marx, Emile Durkheim, Marc Bloch, Carl Ginzburg, K. Popper y Michel Foucault, que dejan en mí, el tuétano de este trabajo, debido a que a través de estos conceptos, el cuerpo se construye socioculturalmente, dándole una complejidad única, que se gesta desde la familia y así sucesivamente en otros ámbitos sociales.

Desde la preocupación histórica de la imagen y el desarrollo de los estudios de ésta, coincido con los argumentos y estudios de Robert Rosenstone, Hayden White, Serge Gruzinski, Bill Nichols y Ariel Arnal, quienes de forma muy peculiar y con sus estilos dispares moldean este trabajo con tres puntos primordiales: historicidad de las imágenes, la multiplicidad y riqueza de las fuentes y por último la diversidad de los planteamientos.

Todos estos estudios en conjunto, entretejen el desarrollo y las bases de esta investigación que contienen el método y el análisis para un análisis científico.

⁵ Ibídem, p. 135.

Asimismo, en la formación del concepto *mujery* su representación en la sociedad, comienzo con el elocuente Jules Michelet, quien dijo que, *la mujer es una religión*. Ya entrados en este tema me intereso en la postura de conceptos actuales y de vanguardia como lo son los de Gilda Gómez Pérez Mitre, Mercedes Arriaga, Marcela Lagarde y Martha Patricia Castañeda, quienes han estudiado desde diversas ramas de las ciencias sociales este tema.

Por último, pretendo decir que con el desarrollo de estos conceptos conforme una estructura teórica que me permitirá mostrar, que a través de los procesos de construcción sociocultural de los modelos del cuerpo, se generan patrones sociales que entretujan el concepto de estereotipo, donde los medios visuales, el consumismo, las modas y la cultura en general, fomentan esta incertidumbre en los cuerpos femeninos, creando paradigmas de sobrevivencia, donde las mujeres que incurren en este proceso de domesticación del cuerpo en México 1986-1996, son mujeres con poder adquisitivo, donde la adopción de la delgadez como belleza será un factor de éxito y logro personal que las lleva por encima de sus convicciones.

LA IMÁGEN DE LAS MUJERES: EL CUERPO COMO CONSTRUCCIÓN SOCIOCULTURAL.



Helmut Newton: *después de Velázquez en mi apartamento*, París, 1981⁶

⁶http://carlosluengo-otrasvocesotrosambitos.blogspot.mx/2012_03_01_archive.html Newton, Helmut, *Después de Velázquez en mi apartamento*, París, 1981.

Esta travesía comienza con una imagen de Helmut Newton. Él autor hace una paráfrasis del cuadro de Diego Velázquez: *La venus del espejo hacia 1647-1651*. Donde a través de la fotografía, observo los componentes esenciales que atañen a esta investigación. Estos son: el cuerpo femenino, la belleza, la televisión, así como el cine y el mundo de la imagen gráfica a través de la historia, todo esto encerrado en el mundo de la imagen.

Las particularidades que se observan en esta fotografía son sin duda reflejo de los acontecimientos culturales por los que atravesaba el mundo en la década de los ochenta. Se puede observar, que el aparato televisivo está dentro del contexto histórico y lo coloca en el centro de la perspectiva visual de dicha imagen. Esto genera en mí la inquietud de ¿cómo se miran y son vistas las mujeres desde la televisión, el cine y las revistas ilustradas femeninas?

El ejemplo de Newton lo tomo como primera referencia, ya que la fotografía fue hecha en París en 1981. No es coincidencia que París fue el lugar indicado para la foto en cuestión, simplemente debo resaltar que dicho lugar es icono de la moda a nivel mundial. Y es en este contexto, donde se crea y se decide todo lo referente a los cánones de belleza que han visto la luz a través de la historia.

En el primer plano se muestra una mujer recostada (con la pose original del cuadro de Velázquez), con el típico estereotipo femenino de principios del siglo XX, (caderas anchas, rostro maduro, blanca, cabello negro y recogido), mirándose a través del televisor, y frente a ella, una mujer más joven simulando el ángel del cuadro original de Velázquez (delgada y con senos pequeños, un estereotipo distinto, al de la primera), recargada en el aparato de vanguardia del siglo, marcando una tendencia (una silueta más delgada).



Diego Velázquez, *La venus del espejo*, 1647-1651⁷

El reflejo de la imagen, nos muestra a la mujer como protagonista de su propio cuerpo, de su propia historia, encaminada desde siempre a ser perfecta, un hecho histórico que la antecede desde siempre.

Los cuerpos desnudos que se observan en la imagen son acompañados de rostros estéticos y amenazantes, arrogantes y delicados, que están envueltos en un narcisismo que aqueja a una época en transición como lo fueron los ochenta. Por tal motivo se toma a la televisión como el medio visual predestinado a llevarlas a todos lugares para ser vistas y admiradas, para poder sentir esa satisfacción de ser mujeres. Recordemos que la televisión fue entonces el aparato de vanguardia y de auge que dictaba moda y cánones de belleza.

Creo pertinente entonces, que para hablar de la construcción sociocultural de las mujeres debo tener en claro esta necesidad que se les ha creado desde la sociedad misma, es decir, el hecho de “gustar” antes que gustarse a sí mismas.

La fotografía en cuestión, me introduce a este cometido, pone sobre la mesa el dialogo que existe entre las mujeres y lo que representan históricamente sus cuerpos, para ellas mismas y para uno como historiador.

El hecho es que, a través de la imagen, observamos que los cuerpos de las mujeres han cambiado en formas y estilos. Es así como planteo que, a través del

⁷ Diego Velázquez, *La venus del espejo*, Galería Nacional de Londres, Reino Unido.

tiempo los seres humanos podemos transformar nuestras formas de vida, nuestras inquietudes, nuestros deseos, e incluso nuestra propia percepción de la realidad.

A través de la historia, estas construcciones socioculturales son el reflejo de cúmulos de vivencias y de conceptos que a su vez, son plasmados en los medios visuales por excelencia. La fotografía de Newton habla acerca del tema, por lo que es conveniente entonces hacer un análisis de ello.

Partiendo de una sociedad como la mexicana, es permisible hablar de una sociedad altamente visual, conquistada a través de imágenes y de representaciones de la realidad, todo esto a partir de la religiosidad misma. Al respecto Gruzinski dice lo siguiente:

En la plenitud de su sola presencia cualesquiera que sean las formas que adopte, la imagen se convierte en un interlocutor y, si no en una persona, al menos en una potencia con la cual se negocia, se regatea, sobre la cual se ejercen todas las presiones y todas las pasiones.⁸

Es preciso señalar que a través de la historia en México, el imaginario que acompañó al culto de las imágenes, fue el motor en la reestructuración cultural entre la herencia indígena y la ideología de los españoles, que produjo el proceso de occidentalización formal y existencial de lo que hoy es la cultura mexicana.

Dentro de este contexto cultural mexicano, es que se produce la imagen de la mujer y su representación sociocultural. Es Octavio Paz quien deja al descubierto, en este caso, la función social de la mujer mexicana. Debo aclarar, que no es una definición propia del autor, sino, una construcción que emana de lo que observa y vive dentro de la sociedad mexicana, casi en su totalidad:

Las mujeres son seres inferiores, porque al entregarse, se abren. Su inferioridad es constitucional y radica en su sexo, en su rajada, herida que jamás cicatriza. Como casi todos los pueblos, los mexicanos consideran a la mujer como un instrumento, ya desde los deseos del hombre, ya desde los

⁸Serge Gruzinski, *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colon a BladeRunner (1942-2019)*, FCE, México, 2006, p. 164.

fines que le asignan la ley, la sociedad o la moral. Fines, hay que decirlo, sobre los que nunca se les ha pedido su consentimiento y en cuya realización participa sólo pasivamente, en tanto que depositaria de ciertos valores. Prostituta, diosa, gran señora, amante, la mujer transmite o conserva, pero no crea, los valores y energías que le confían la naturaleza o la sociedad. En un mundo hecho a la imagen de los hombres, la mujer es sólo reflejo de la voluntad y querer masculinos. Pasiva, se convierte en diosa, amada, ser que encarna los elementos estables y antiguos del universo: la tierra, madre y virgen; activa, es siempre función, medio, carnal. La feminidad nunca es un fin en sí mismo, como lo es la hombría.⁹

Así se nos muestra día a día, la manera en que la sociedad mexicana ve a las mujeres, así como su representación ante un mundo de hombres que las determina y estereotipa a través de la historia.

Entonces, antepongo mi interés particular de cómo se produjo el concepto de belleza femenina a través de la televisión, el cine y las revistas ilustradas femeninas en México de 1986 a 1996. Donde veo una particularidad importante en la construcción sociocultural de la mujer, que es la delgadez que impera en sus cuerpos y su percepción de perfección ante una sociedad contrastante. Por un lado, las deja desarrollarse en ámbitos profesionales y personales. Y por el otro les exige la perfección para desarrollar sus roles sociales como madres y esposas.

La fotografía de Newton encierra esta paradoja: mujeres perfectas, vistas, admiradas, poderosas y a su vez, esclavas del yugo del mercado y el capitalismo, ejemplificado en este caso por la televisión. Por ello, el objeto de estudio serán las mujeres de la clase social¹⁰ media y alta en México, así como su proceso relacionado en sus ámbitos culturales.¹¹

⁹ Octavio Paz, *El laberinto de la soledad. Postdata. Vuelta al laberinto de la soledad*, FCE, México, 2004, p. 33-39.

¹⁰ Camilo Sembler, *Estratificación social y clases sociales. Una revisión analítica de los sectores medios*, Serie Políticas Sociales, No. 125, CEPAL, 2006, p. 12. Es una forma de estratificación social, en el cual un grupo de individuos comparten características similares. En suma, se trataría de que los grupos sociales pueden ser de identificados y definidos a partir de los modos en que se insertan en la estructura productiva, estos se caracterizan, desde las relaciones de propiedad sobre los medios de producción que posibilitan el control del proceso de trabajo y la apropiación de sus productos en común, los vincula socialmente, sea por su función productiva o social, poder

Así comienza este proyecto, y qué mejor que con las palabras de Peter Berger y Thomas Luckman, con los cuales coincido en lo que respecta al concepto de construcción sociocultural:

El mundo de la vida cotidiana no se da solo por lo establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas. Es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por estos.¹²

“No tenemos un cuerpo. Somos un cuerpo que nos sostiene e identifica”.¹³

adquisitivo o económico. La formación de clases depende del hecho de que sus funciones sociales sean independientemente de la existencia de una vinculación orgánica mutuamente independiente a un marco social mayor.

¹¹www.realacademia.com Rasgos de una sociedad que determinan la estructura social desde la producción, la distribución y el consumo, que desde una visión contemporánea influye una individualidad en la concepción de sociedad.

¹²Peter Berger, L., Thomas, Luckman, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 2001, p. 37.

¹³Santiago Martínez-Fornés, *La obsesión por adelgazar*, Espasa Calpe, México, 1995, p.23.

EL CUERPO Y SUS ADENTROS

La historia contemporánea del cuerpo tiene sus inicios en la década de 1980. El desarrollo de estas nuevas formas de conocimiento se dirigió principalmente a la investigación de los cuerpos masculinos y femeninos. Esto comenzó desde un análisis del cuerpo como experiencia, así como símbolo, pasando por los cuerpos desmembrados, los cuerpos anoréxicos, los cuerpos atléticos, los cuerpos disecados, e incluso los cuerpos de santos y pecadores. Burke nos da indicadores de los estudios previos con referencia al cuerpo, y dice lo siguiente:

La revista *Body and Society*, es foro de historiadores así como de sociólogos. Se han dedicado libros a la historia del aseo corporal, del baile, de la instrucción, del tatuaje, de los gestos. La historia del cuerpo se desarrolló a partir de la medicina, pero los historiadores del arte y la literatura, así como los antropólogos y los sociólogos, se han visto involucrados en estas investigaciones...¹⁴

La visión contemporánea viene a destacar una nueva perspectiva de cómo podemos adentrarnos a los estudios del cuerpo. Por ejemplo Jacques Le Goff¹⁵ nos deja ver de que manera el cuerpo es percibido de una forma que enmarca la parte religiosa y la construcción ambivalente entre la naturaleza y dios.

Burke añade que en efecto, el cuerpo es hoy la sede de la metamorfosis de los tiempos nuevos. Estos van desde las nuevas formas de dominio pasando por la moda y los nuevos modos de nutrición, llegando incluso a la glorificación de los cánones corporales.

Por su parte Jean-Claude Schmitt¹⁶ (quien fuera alumno de Le Goff) nos adentra a una nueva visión de las condiciones historiográficas que han alentado y enfrentado lo que es y será el cuerpo desde la imagen. También está Peter Brown¹⁷ y su visión no tan convencional del odio cristiano del cuerpo. Otra postura

¹⁴ Peter Burke, *¿Qué es la historia cultural?*, Paidós, México, 2000, p. 93.

¹⁵ Jacques Le Goff, *Una historia del cuerpo en la edad media*, Paidós, Barcelona, 2000.

¹⁶ Jean-Claude Schmitt, *Le corps, les rites, les rêves, le temps: Essais d'anthropologie médiévale*, Gallimard, Paris, 2001.

¹⁷ Peter Brown, *El cuerpo y la sociedad*, El Aleph, Barcelona, 1993.

interesante es la de Caroline Bynum¹⁸. Esta desarrolla todo un análisis del cuerpo como un medio de comunicación, desde el cuerpo de las mujeres. Y por último muestro la postura contemporánea de Michel Bernard¹⁹ con quien coincido en conceptos y en el análisis del cuerpo. Él explica, que el cuerpo puede constituir un valor cultural, y que en la época contemporánea se ha vuelto un valor *fetiché*, porque penetra todas las esferas de la cultura, y expresa que el cuerpo ha llegado a ser el mediador de la cultura contemporánea en un régimen en alto grado de desarrollo.

Todos estos estudios, tienen su partida desde la idea del cuerpo de Cristo, que se nos presenta como un cuerpo vivido. Así, me adentro a un concepto propositivo que desarrollará el papel del cuerpo desde sí mismo como un todo, para observarlo y estudiarlo, desde sí y para sí, y no como un objeto de carácter aislado y extraño, sino de forma humanista.

Estos autores enfatizan al cuerpo con una visión compleja que determinará no sólo al cuerpo mismo, sino su estar y su participación ante la sociedad en contextos muy específicos históricamente. A su vez, crearán la determinación de este mismo y de esta forma convertirlo en un sujeto de la historia.

En definitiva la civilización occidental contemporánea nos hace asistir a un proceso de agotamiento del cuerpo del cual participamos querámoslo o no, proceso que entraña un mito presuntamente liberador, pero que, en realidad, penetra y transforma nuestra experiencia personal al introducir en el núcleo de nuestro ser subjetivo el peso enajenante de los imperativos sociales.²⁰

Todos estos estudios formulan un pensamiento con ideas y conceptos contemporáneos que me ayudarán a estructurar el análisis y la postura que desarrollaré a continuación. Sin embargo debo tomar en cuenta conceptos básicos para enfatizar la construcción sociocultural de las mujeres y empiezo con los conceptos de: identidad, objetividad y subjetividad, que formularán el núcleo estructural de este proyecto.

¹⁸ Caroline Bynum, *Holy feast and Holy fast: the religious Significance of food to medieval Woman's*, Berkeley California, University California press, 1987.

¹⁹ Michel Bernard, *El cuerpo, un fenómeno ambivalente*, Paidós, España, 1994.

²⁰ *Ibíd.* p. 21.

LA IDENTIDAD

Podemos seguir la moda de una figura humana, pero cada sociedad tiene sus modelos estéticos y modelos morales. México no es la excepción. En efecto, el juicio social en el que se vive, la educación, las exigencias normativas y la arraigada doble moral de la cultura mexicana, son puntos específicos que detonan el condicionamiento que se le da al cuerpo, no solamente en su crecimiento (normas de peso o de estatura), sino en su conservación (prácticas higienistas y culinarias), en su presentación (cuidados estéticos, vestimenta), e incluso en su expresión afectiva.

Todas estas vivencias conforman al cuerpo mismo, y desempeñan las condiciones psicosociales en la formación de la conciencia de éste. Por ello es necesario debatir la complejidad del problema, y que mejor que desde la historia misma.

...podemos ver que la cultura establece la norma (un cuerpo delgado); la biología individual suministra razones para la inadecuación o la limitación (por ejemplo, un cuerpo grueso); la cultura proporciona el procedimiento aceptable para modificarla (comer menos), y el estatus como miembro del grupo cultural (esto es, ser mujer y poseer una autoestima dependiente de los atributos físicos); influye en el vigor con que el individuo persigue los procedimientos de modificación.²¹

Queda entonces al descubierto un problema contemporáneo que habita en los cuerpos de las mujeres, que es la delgadez como sinónimo de belleza. De esta manera creo conveniente plantear, que desde las raíces de la sociedad misma (la familia), se crean estos estereotipos.

En sí, la delgadez de las mujeres se rige a través del símbolo de excelencia social. Esto quiere decir que el cuerpo de las mujeres se concibe como un cuerpo-objeto, un cuerpo sometido a modelos externos, un cuerpo al que se le invita desde la publicidad, los medios de comunicación, la moda, el ámbito laboral, a una excelencia en su presencia, al perfeccionamiento familiar y al estatus económico,

²¹Hilde Bruch, *La jaula dorada, el enigma de la anorexia nerviosa*, Paidós, Barcelona, 2002, p.54.

a un exhibicionismo que sólo encuentra su integración mediante el control aprobado de la sociedad consumista.

Por ello, planteo que a través de la historia, el ser humano crea su propia identidad individual desde categorías centrales como lo son: la familia, la clase social, la cultura, la educación, la religión, el género, los valores y el trabajo entre otros.

De esta forma, creo necesario mostrar el concepto de identidad como primer punto, para establecer las bases que atañen a toda la construcción sociocultural de las mujeres.

La idea de identidad para la historia contemporánea viene desde los clásicos como Karl Marx. En sus definiciones de conciencia de clase expone “clase en sí”, versus, “clase para sí”. También hallamos la teoría de la conciencia colectiva de Emile Durkheim, donde se exhibe igualmente el concepto de identidad. Por último la referencia de Max Weber que maneja el concepto implícito en su teoría de la “Acción dotada de sentido”, donde se observa la idea de identidad.²² No podría dejar a un lado el concepto de Gilberto Jiménez que dice lo siguiente:

La identidad tiene que ver con la idea que tenemos de quienes somos y quienes son los otros con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás. La identidad constituye un elemento vital en la vida social, hasta el punto que sin ella sería inconcebible la interacción social, que supone la percepción de la identidad de los actores y del sentido de su acción.²³

Es decir, que desde nuestro cuerpo socializamos, él nos abre las puertas al mundo que nos rodea, empezando desde la estructura de la familia, ya que ésta, nos educa para modelarlo y formarlo, debido a que nos da las herramientas para darle a nuestro cuerpo, determinada estructura de acuerdo a las exigencias normativas de la sociedad mexicana.

²²Ibidem, p. 55.

²³ Gilberto Jiménez, *Identidades sociales*, CONACULTA, México, 2009, p. 54.

Por ello la identidad es un factor primordial para ver la estructura sociocultural de las mujeres, ya que a través de ésta, se forman los estándares de comportamiento social y cultural en un determinado contexto histórico.

Pero ¿por qué la identidad nos interesa en esta cuestión de la belleza? Porque la objetividad y la subjetividad se relacionan, para establecer y determinar la interiorización hacia la preocupación de la manera en que han sido interpretadas y vistas las mujeres a través de la historia. Esto conduce directamente al concepto de la estética del cuerpo.

A través de la historia, la relación de modas, belleza y el cuerpo, forman un círculo vicioso. Allí la identidad se ve reflejada desde la conducta hasta la concepción del cuerpo, y no solamente en la apariencia, sino aún más allá.

Se establece así, una reinterpretación constante de sí mismas, donde el sometimiento al cuerpo, es el factor primordial para llegar al éxito.

Entonces, creo pertinente establecer el concepto de identidad como hilo conductor en la formación sociocultural de las mujeres. A raíz de este concepto la identidad de los individuos genera relaciones sociales que se proyectan en la cotidianidad, creando nuevas formas de pensamiento e interpretación, y que se van modificando a través de los procesos históricos, como reflejo de la cultura contemporánea. Ejemplo de ello es el tema de esta tesis, donde la imagen del cuerpo de las mujeres ha venido cambiando desde finales del siglo XX. Esto repercute en una idea compleja, donde se observa el factor más ostentoso, la delgadez en los cuerpos.

Propongo así, intervenir las definiciones de objetividad y subjetividad desde el planteamiento histórico, para poder posteriormente enlazarlos con el concepto de identidad y crear una base sustentable y crítica del problema de los modelos del cuerpo a través de los medios visuales en México de 1986 a 1996.

OBJETIVIDAD Y SUBJETIVIDAD

Como punto de partida es necesario tener una visión general de definiciones que enriquezcan estos dos conceptos que son la objetividad y la subjetividad.

En un sentido más general, en toda investigación histórica, la objetividad va unida a la subjetividad y ésta toma un carácter ético, es decir un carácter humano, vivo ejemplo de la historia subjetivada es la postura de Marc Bloch, que dice lo siguiente:

...la historia no es solamente una ciencia en marcha. Es también una ciencia que se halla en la infancia...o, mejor decir, vieja bajo la forma embrionaria del relato, mucho tiempo envuelta en ficciones, mucho más tiempo todavía unido a los sucesos más inmediatamente captables, es muy joven como empresa razonada de análisis. Se esfuerza por penetrar en fin por debajo de los hechos de la superficie; por rechazar, después de las seducciones de la leyenda o de la retórica, los venenos, hoy más peligrosos, de una rutina erudita y del empirismo disfrazado de sentido común.²⁴

Objetividad se entiende en la contemporaneidad como: “el acuerdo o consenso entre sujetos que han de ser críticos y entendidos en un campo determinado de la ciencia y del conocimiento real, dentro de un proceso dialéctico continuo.”²⁵

Otra definición, es la postura desde la visión de Carlo Ginzburg²⁶, donde dice que la objetividad es capaz de articular la selección entre las afirmaciones admisibles y las que no los son, con la legítima pluralidad de las interpretaciones. Más recientemente, las reflexiones a modelos retóricos y operaciones cognitivas que permitan establecer un saber generalizable. Como la postura de Popper²⁷, que dice:

Que bajo tal concepto lo objetivo no se asocia a una actitud del científico, ya que lo objetivo es una construcción del hombre, pero que tiene vida propia y su dinámica no obedece a la concepción subjetiva de ningún hombre en

²⁴ Marc Bloch, *Introducción a la Historia*, FCE, México, 1997, p.16.

²⁵ J.M. Mardones, *Filosofías de las ciencias humanas y sociales: materiales para una fundamentación científica*, Ediciones Coyoacán, México, 2003, p.249.

²⁶ Carlo Ginzburg, *El queso y los gusanos. El cosmos, según un molinero del siglo XVI*, Muchnik Editores, Barcelona, 1999.

²⁷ K. Popper, *La lógica de la investigación*, Tecnos, Madrid, 1973, p. 27-47.

particular, ni aún de sus creadores. El mundo es autónomo e interactúa con el mundo subjetivo, es decir, estos dos conceptos lo objetivo y subjetivo interactúan permanentemente transformándose de forma continua, no por el hombre, sino por una cultura.²⁸

Esto quiere decir, que la objetividad crea entonces una dinámica de construcción sociocultural paralelamente con la subjetividad. La objetividad es entonces determinada por la cultura en primer lugar, y sólo después por el espacio social autodenominado científico.

Ambos conceptos me ayudarán a observar los procesos históricos que repercuten en las especificaciones simbólicas de las imágenes. Todo esto implementado, en la reproducción de los estereotipos que se ven a través de los medios visuales en la sociedad mexicana.

En esta parte, desarrollo el concepto de objetividad desde un elemento que es la base de toda sociedad (la familia)²⁹, por ser aquella que crea y desarrolla al individuo, ya que, no sólo refleja la interacción entre el cuerpo y el contexto histórico, sino que conforma la función y la estructura del cuerpo como organismo vivo. Siguiendo a Popper aquí entendemos la objetividad como algo concerniente al individuo, mientras que la objetividad refiere a la sociedad y la cultura.

Ahora bien el concepto de subjetividad histórica según Michel Foucault, es:

La historia de las emergencias, de los juegos de verdad, la historia de las veridicciones (entendidas como formas según las cuales se articulan sobre un dominio de discurso susceptible de ser llamados verdadero o falso). El precio de estas emergencias son sus efectos sobre lo real: para ciertos sujetos conformados en un contexto particular, tomaran una experiencia posible como un “a priori histórico”.³⁰

Es decir, la interpretación que se le da a la “realidad”, desde la representación visual del cuerpo, donde el individuo genera la construcción de sus: creencias, su ideología, el carácter, y más. Estos factores son quienes

²⁸ Ídem p. 67.

²⁹ Véase en pagina 15.

³⁰ Francisco Vázquez, García: *Foucault y los historiadores: análisis de una coexistencia intelectual*, Universidad de Cádiz, España, 1988, p. 97.

moldean a las mujeres y a los hombres y los hace únicos. Por ello, los considero como la parte subjetiva del ser humano.

Si bien la objetividad y la subjetividad son conceptos inseparables, en el ejemplo de los modelos del cuerpo de las mujeres a través de la televisión en México, son fundamentales para enfatizar de raíz el proceso de construcción sociocultural que se refleja en la década de los ochenta y principios de los noventa en México.

Establecer la objetividad y la subjetividad histórica, son una tarea compleja para establecerse como un fin específico, en este ejemplo, como lo son los procesos de construcción sociocultural de las mujeres, son fundamentales para entender las formas de, cómo las mujeres han sido vistas e interpretadas, por los demás y por ellas mismas, desde los medios visuales, donde la interacción de estos dos conceptos intrínsecos, se apegan a las nuevas exigencias normativas de las sociedades contemporáneas; donde lo visual, dirige a una nueva percepción e interpretación, de una realidad maleable y elitista.

Creo pertinente decir que, a través de la objetividad y la subjetividad previamente definidas, los modelos del cuerpo se construyen de formas muy diferentes, a los que se veían antes del siglo XX, debido al uso de tecnologías, así como las formas de consumismo que se gestaron a partir de 1930, a través de los Estados Unidos. Esto da cuenta de, cómo el capitalismo modifica no sólo las habilidades del individuo, sino también la conducta de este. Por consiguiente, la voluntad de ser uno mismo es casi imposible determinando la subjetividad individual por la objetividad cultural

En relación a las definiciones de lo objetivo y lo subjetivo, exhibo en el capítulo I, las formas que generan la construcción sociocultural de las mujeres y sus cuerpos, las cuales son el resultado de la interacción, la formación y las ideas particulares de cada individuo. Estas formas se establecen a través de la cultura y se consolidan en la sociedad a raíz del dinamismo histórico-social que antecede, en este caso a la sociedad mexicana.

Popper afirma que estos conceptos interactúan por medio de la cultura. Por ello creo pertinente resaltar, que el cuerpo femenino en la sociedad mexicana, se

ha venido consolidando a partir de una interpretación y construcción desde los usos y costumbres establecidos por los hombres, los cuales interactúan en su devenir a través la familia, la religión, la educación, etc.

Si bien la objetividad y la subjetividad son el motor de la formación sociocultural de las mujeres, es interesante resaltar que por medio de estos conceptos y su interacción en la sociedad contemporánea, exista un problema que a tomado fuerza a partir de los estereotipos y cánones de belleza impuestos por los medios visuales, donde estos últimos generan una historia de las imágenes, que desemboca en todo un paradigma de relación entre belleza y delgadez como sinónimo de éxito.

AÚN NO ESTOY LISTA LA SUBJETIVIDAD DEL CUERPO



Ione Rucquoi, *Heart to heart*, Reino Unido, 2010.³¹

Inmersos de pleno derecho en un mundo narcisista que reclama la seducción como vehículo de comunicación, nos hacemos preguntas sobre nuestra identidad, nuestra integración social y nuestras capacidades. Pero más pronto o más tarde se nos confronta desde el exterior con la representación mental de nuestros cuerpos.³²

Ese devenir de la construcción subjetiva de la seducción como vehículo de comunicación, -desde la representación simbólica que se construye a partir del comer y, lo que implica en los cuerpos anoréxicos y su configuración en el marco social de elite-, constituye el inicio de todo un mundo inmerso de significados,

³¹<http://www.ionerucquoi.com/photography.htm> Ione Rucquoi, *Birds, Fishwives and Bunny girl, Heart to heart*, Reino Unido, 2010.

³²Lourdes Ventura, *Modelos de Mujer. La tiranía de la belleza*, Plaza & Janés, Barcelona, 2000, p.19.

limitaciones, restricciones, rabia, deseo. En pocas palabras, el inicio de una realidad que aqueja a nuestra sociedad y en particular a las mujeres.

Cada persona tiene ideas y percepciones distintas. La subjetividad aparece entonces para fundamentar la construcción que va desde normas, valores, creencias, lenguajes hasta las formas de ver y pensar el mundo consciente o inconsciente, así como las relaciones físicas, intelectuales, afectivas y hasta eróticas.

La subjetividad entonces parte del ser, y la consecuente cosmogonía de como ve el mundo cada persona, en donde se establecen las ideas que son determinadas por creencias religiosas o de otro tipo, por la moral y la ética, por los conocimientos aprendidos empíricamente, ya sean heredados, contruidos con el estudio, así como por las afinidades políticas, sociales y culturales e incluso por la sexualidad misma y la relación con los otros. Las mujeres en éste contexto (1986-1996) se empiezan a constituir teniendo un referente más, el modelo de cuerpo que no sólo responde a las exigencias del momento histórico que se vive, sino aquel que mantiene el orden social que por lo tanto implica el modelo de perfección.

En la historia contemporánea las mujeres se constituyen como diversas, diferentes cuerpos, altas, delgadas, gordas, viejas, jóvenes, etc... todas ellas son un grupo heterogéneo, jamás iguales.

Se nos ha hecho creer que la identidad de una mujer, en la mayoría de los casos, ésta vinculada a la percepción del cuerpo, la sexualidad, la maternidad, la crianza, entre otros deberes sociales. Sin embargo no son las únicas formas que le atañen como identidad.

Ahora bien, todos estos atributos que se les han venido cargando históricamente de un deber ser ante la sociedad, se entiende en la contemporaneidad, a partir del papel protagónico que se le ha dado a la belleza como ideal de éxito y de estatus social. Esto es hoy un objeto profundo de debate, debido a que todos los factores que conforman esta problemática los veo desde la posibilidad de la eterna juventud, el prolongamiento de la vida, la manipulación de los códigos genéticos, los avances quirúrgicos, la preocupación por la salud y el

bienestar en sociedades narcisistas, que sí bien son un factor importante, pueden ser un vínculo intrínseco en las cuestiones de enfermedades como la anorexia y otras enfermedades relacionadas con la percepción corporal.

El resultado de todo esto, es ahora tema de importancia social, tal como se observa en los medios políticos, filosóficos, científicos y psicológicos.

Desde una postura contemporánea, el estándar estético para las mujeres es ausencia de grasa y curvas, así como todo lo relacionado con la delgadez. La búsqueda del atractivo físico no es una novedad actual, sino que es algo que se ha dado siempre, incluso en el reino animal. El atractivo físico favorece la forma de relacionarnos con los demás y garantiza también la supervivencia, aún desde una visión actual.

Parte importante en esta construcción propia de la identidad, es en el fondo una forma de descripción desde la subjetividad misma. Esto es debido a las diferencias respecto a los códigos y símbolos culturales específicos, es decir, cada momento histórico es único e irrepetible, las mujeres y los hombres responden a los medios visuales. Esto a su vez implica, un reconocimiento de la similitud o una diferencia con los modelos establecidos del cuerpo, el como me veo ante los demás. *Tú eres, tú no eres, tú deberías de ser...*

Qué simples pueden parecer estas pequeñas frases, sin embargo tienen una complejidad que atemorizan debido a la subjetividad de trasfondo, tal como lo hemos mencionado con anterioridad. Si bien se han abordado ya como problemas contemporáneos, es verdad también que en México se ha gestado todo un circuito para evadir esta cuestión o encasillarlo en ideas banales. Sin embargo es todo lo contrario, es un problema que afecta a los cuerpos de las mujeres y su pertenencia, como también a todo aquello que las constituye desde su ser y su estar.

Planteo entonces con referencia a lo objetivo de la construcción sociocultural, que las mujeres a partir de ese mundo influenciado por aquellos actores motores que se van internalizando en sus normas culturales, se establece una relación de construcción subjetiva. Esta viene a ser parte fundamental de su

percepción como mujer y su estar ante los demás. Juntas integran un todo en la persona y así se hace presente la identidad.

Toda esta construcción sociocultural surge también a partir de la interacción de los sexos. Estas no sólo son físicas, sino también situaciones enmarcadas por la historia.

Entonces, se puede observar que el cuerpo es un proceso de construcción simbólica, que deja ver por un lado a la sociedad en un esfuerzo por representarse, comprenderse y actuar sobre sí mismo. Por el otro lado, pretende ver al cuerpo mismo en un medio donde el deseo desde una visión capitalista, se convierte en el motor para alcanzar la perfección y el éxito. Porello hago referencia a François Dolto que nos dice:

La imagen del cuerpo es propia de cada uno: esta ligada al sujeto y a su historia, así como a la cultura donde se desarrolla esa historia...es aquello en lo cual se inscriben las experiencias relacionales de la necesidad y del deseo, valorizantes y/o desvalorizantes.³³

³³Francois Dolto, *La imagen inconsciente del cuerpo*, Alianza, Madrid, 1986, p.21.

LOS AFECTOS

Otro factor importante de la construcción de la subjetividad de las mujeres son los afectos, me refiero a la parte de los sentimientos. Aquellas formas que constituyen la idea, sobre lo que el otro necesita de ellas.

Desde la familia, hasta las relaciones de pareja, para las mujeres estos constituyen campos donde ellas creen que deberían tener el control, debido a que son espacios vitales de emociones, e incluso intelectuales y eróticos. Por consiguiente, al ser estos espacios vitales de los afectos del dominio de las mujeres, éstas no solo adquieren la responsabilidad del estado afectivo de los demás, sino que su interacción detona un grado de complejidad tal que llega a ser determinante en el estado de su salud mental. Es decir, necesitan del reconocimiento para poder significar algo en su mundo, esto siempre siguiendo el modelo patriarcal asignado por el hombre.

Estas cuestiones se pueden ver con frecuencia en los estilos de vida de las mujeres con una arraigada religiosidad, así también en mujeres que se desarrollan desde los usos y costumbres en sus comunidades, es decir, con tradiciones culturales más arraigadas.

La paradoja del comportamiento tradicional y moderno en las mujeres, es que a pesar de las diversas percepciones que cada una de ellas tiene del mundo, siendo mujeres de ciudad o de provincia, no abandonan la estigmatización y el deber de aceptarse como madres, objeto sexual o esposas. Esto significa que la objetivación de sus cuerpos se transforma simultáneamente en una subjetividad dedicada a proteger, comprender y sostener a los otros.

A partir de esto, la idea de los modelos del cuerpo se comprende como subjetivaba para así constituir un sentido del ser, en un espacio y tiempo en concreto. Esto delimita y coloca a las mujeres en la obligación de cubrir roles establecidos por un sistema patriarcal, donde emerge la idea del cuerpo femenino como factor detonante de estereotipo. El cuerpo entonces es el motor de vida para las mujeres y es a través de éste que encaminan toda su vida social, cultural, religiosa, etc.

Entonces puedo decir, que el concepto “imagen corporal” es definida como la forma inconsciente en que cada individuo se concibe a sí mismo en relación con su cuerpo físico y según el proceso histórico vivido, que es decir cultural. Los factores que determinan a cada persona se interpretan y se viven a partir de estructuras de dominación y formas de vida adoptadas y reproducidas tal como veremos a continuación.

EL JUEGO. LA EDUCACIÓN

Retomando lo anterior, podemos ver en las exigencias normativas de la sociedad, y en particular las de la sociedad mexicana, que desde el siglo XVI, -con el Concilio de Trento- controlaba la vida moral y civil, y que de alguna forma esa concepción de vida quedó plasmada en nuestra cultura. Ese concilio, le dio a la mujer el lugar de objeto reproductor y servil.

Éstas últimas son educadas para fines específicos, que acompañan conductas y normas establecidas por una sociedad de hombres.

La educación ha servido a través de los años a las prácticas de dominación y hasta ahora la sociedad en general, no ha tomado conciencia de aquellas formas de contradicciones y de opresión en las sociedades actuales.

Nos dice Paulo Freire que: “la educación verdadera es praxis, reflexión, y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo.”³⁴ Sin embargo las agudas transformaciones y dolorosas adaptaciones en toda América latina, son sin lugar a duda un rezago que nos ha diferenciado de las potencias mundiales. La educación ha sido y es, un factor estratégico y específico de dominación que ha servido a las elites dominantes. De 1990 a 1995, México obtiene el 15.7 % de analfabetismo en mujeres de 15 años en adelante y el 9.4 % en hombres en el mismo rango,³⁵

Estos factores que anteceden a la educación nos sirven entonces para poder hacer una crítica del comportamiento de las personas que se ven condicionadas, para ejercer un cierto nivel de censura. Además de esto la educación incide indirectamente en el cuerpo mismo en la medida de crecimiento; por ejemplo con normas de peso o estaturas, hábitos de higiene alimenticios, cuidados estéticos, formas de vestir e incluso expresiones afectivas (signos emocionales).

México tiene una educación arraigada en el machismo y la doble moral, que se relaciona con un proceso de continuidad cultural que viene de siglos. Las formas de interpretación del cuerpo se hacen abstractas, ya que se incide en un

³⁴ Paulo Freire, *La educación como practica de la libertad*, Siglo XXI, México, 1982, p. 7.

³⁵ <http://www.risalc.org/portal/indicadores/ficha/query.php>

determinismo y sometimiento, de cómo se debe ser ante la sociedad. Esto parte de la estigmatización y cuestiones sexuales, donde la mujer ha sido oprimida aún desde su imagen.

La imagen de las mujeres se ha venido transformando poco a poco. Pero no sólo eso, existe una variación y un nuevo conjunto de acciones y/o formaciones que se verán reflejadas hasta 1995, que es el caso de la delgadez como canon de belleza en México.

Me atrevo entonces a ver en el pasado algo que aún prevalece en la contemporaneidad, como lo la educación. Así decía Jules Michelet:

La educación del varón, en la idea moderna, consiste en organizar una fuerza, fuerza eficaz y productiva, en crear un creador, el hombre moderno no es otra cosa...La educación de la niña consiste en crear una armonía, en armonizar una religión. La mujer es una religión, su destino es tal que, cuanto más alta quede como poesía religiosa, más será en la vida común y práctica.

Criar a una niña es criar a la sociedad misma. La sociedad procede de la familia, cuya armonía es la mujer. Criar a una niña es una obra sublime y desinteresada. Porque no la creas, ¡Oh madre!, sino para que pueda abandonarte y hacerte sangrar el corazón. Ella está destinada a otro. Vivirá para los otros, no para ti, ni para ella. Es ese carácter relativo el que la pone por encima del hombre, y hace de ella una religión. Ella es la llama del amor y la llama del hogar. Ella es la cuna del porvenir, y es la escuela, otra cuna. En una sola palabra: ella es el altar.³⁶

Pareciera increíble, que a pesar de que la cita anterior está escrita en el siglo XIX, la podamos palpar como una realidad inmediata, donde los roles sociales de las mujeres han sido siempre los mismos, formándose primordialmente desde la base religiosa y patriarcal del universo masculino.

Mucho antes de Michelet, es importante destacar en este apartado las consecuencias que detonaron las leyes religiosas, como las del Concilio de Trento desde 1563. Se ratifica el matrimonio como sacramento. Desde la concepción religiosa las mujeres fueron parte de una implementación social compleja, donde

³⁶ Jules Michelet, *La mujer*, FCE, México, 1999, p. 85-86.

ellas quedarán al margen de cualquier decisión como personas; serán objeto de arrebatos y decisiones tomadas por hombres sin considerarlas en modo alguno.

Sin embargo haciendo una revisión de la historia contemporánea de las mujeres dentro del marco social, en el caso particular de México; las mujeres internalizan su rol social y modifican toda su concepción. Esa internalización va mas allá de lo que se aprende y se observa en su contexto vivido. Ahora existe el juego del propio cuerpo, donde recaen todas las exigencias no sólo de la familia y de la sociedad, sino de los medios visuales.

Lo más importante es que a través de sus cuerpos, las mujeres están convencidas de mantener el control que tienen sobre éstos y sobre sus vidas. Por tal razón, muchas de ellas creen en ello y luchan porque nadie les quite ese derecho de control según su propia realidad desde el cuerpo mismo.

En el periodo que analizamos, además de las formas concretas de educación, existen otros factores que influyen como son el autocontrol, el poder y la confianza, así también como los cambios en los roles sexuales. La sociedad entonces, entrena a las mujeres para preocuparse por su apariencia externa y para valorarse principalmente por ella, excluyendo otras características más importantes en la definición del valor como personas.

Teniendo en consideración lo mencionado previamente, puedo observar que, en relación a la formación sociocultural de las mujeres, ha existido un proceso de domesticación del cuerpo través de la historia, que comienza con el yugo y sometimiento de sus cuerpos y de su estar, desde la ideología religiosa, moralista y arraigada, que las ha dirigido a la sumisión de sus actos y pensamientos, continuidad que se ve en la historia contemporánea. Ya no es sólo el hogar y la procreación, sino que ahora existe este dominio desde el cuerpo estereotipado y perfecto, que las complejiza aún más.

Por otro lado los medios visuales, procurar hacerles creer que, a demás de ser madres, esposas e hijas, deben complementarse con ser profesionales,

sexys³⁷, perfectas y deseadas. Solo de ese modo pueden obtener el reconocimiento de la sociedad.

Entonces desde las estructuras sociales de dominación como lo son la familia, el trabajo y la cultura en general, la experiencia histórica mexicana ha tenido una combinación letal que va desde la experiencia largamente negada de una sociedad multicultural. Pasando por los usos y costumbres complejos y que son determinados por zonas según las condiciones de vida. Hasta una moral arraigada en la religiosidad y la polarización de las clases sociales, que entretejen un panorama complejo de la concepción de los cuerpos de las mujeres en ésta sociedad mexicana altamente visual.

Creo entonces que la sociedad mexicana es el resultado de la negación sistemática y duradera de sus experiencias previas, y esto se exhibe en la televisión. Coincido con Heriberto Yépez en su definición de *mestizaje cultural* cuando afirma que “es una fantasía de síntesis para descubrir un proceso inconcluso de auto-aceptación de las múltiples polaridades que constituyen a las mexicanidades”.³⁸

Si bien la sociedad mexicana ha atravesado por circunstancias adversas en el marco político, social y cultural a través de la historia, las mujeres en específico, lo han vivido con mucha mayor dificultad el simple hecho de ser mujer.

Viva experiencia desde la educación. La sociedad mexicana ha crecido con ideas machistas donde el papel de la mujer es denigrado desde comentarios cotidianos como: *no seas chillón pareces vieja, vieja el último*, etc.

México ha crecido denigrando a las mujeres dentro del marco social. Desde la educación y con la ayuda de la familia, se ha generado esta marginación del papel femenino, que influirá en los roles y en la percepción de su propio cuerpo.

³⁷Véase en: Bram Stoker, *Drácula*, Editores Mexicanos Unidos, S.A., México, 2010, p.10. La novela también resulta un parteaguas literario porque contiene una carga de sensualidad inusitada para la época. Esto lo podemos apreciar, sobre todo, en la figura de la hembra vampiro representado por Lucy, el único personaje al que vemos transformado en vampiro luego de haber sido atacado por el conde. Esta chica pasa de ser una virginal belleza de 19 años, a una voluptuosa vampiresa que atenta contra los valores morales más preciados de la época, pues ataca a los niños atrayéndolos con su incuestionable hermosura. De ahí que hoy en día a ciertas mujeres se les llame vampiresas. En esta figura podemos encontrar una representación de las prostitutas, que para la época del autor empezaban a ser consideradas como enfermedad social.

³⁸ Heriberto Yépez, *Contra la Tele-visión*, Tumbona ediciones, México 2008, pp. 33-34.

En el caso de los modelos del cuerpo, la educación tiene que ver con esta percepción, ya que los modelos que se generan para tratar de imitarlos son impuestos por factores de dominación que enmarcan todo un bagaje histórico, que se ha venido desarrollando desde tiempo atrás. La educación para las mujeres en México, es un punto importante dentro de la subjetividad del cuerpo, ya que a través de ésta, las mujeres son reguladas dentro de la sociedad y formadas desde una visión masculina, considerándolas como un objeto.

Siguiendo este hilo conductor del capítulo primero, debo hacer referencia a un punto específico que se me hace de suma importancia, me refiero al juego como parte constituyente de la educación en la sociedad mexicana, debido a que el juego es el primer acercamiento de los niños a la sociedad a través de la familia, y es la familia quien juega el papel motor de toda construcción sociocultural, como lo demuestro en las siguientes líneas.

MI MUÑECA. LA CONCEPCIÓN DE SER MUJER DESDE LA ESTRUCTURA DE LA FAMILIA

Desde que el individuo nace es llamado mujer u hombre. A partir de ese momento todo su entorno está condicionado por su ser sexuado, es decir, por su género. Desde este inicio, la sexualidad tanto femenina como masculina, trae consigo toda una construcción sociocultural donde se puede observar la gran brecha que existe entre ambos géneros, ahora bien los hombres han tenido siempre una mayor libertad en la manera de vivir su sexualidad y, todo lo que conlleva.

Las mujeres al contrario, han pasado por un proceso histórico diferente, debido a que se ha reestructurado la importancia en sus roles y sus representaciones ante la sociedad a través de la historia.

Por si fuera poco, este proceso no está aislado, sino que obedece a visiones y referencias históricas, donde toda esta cuestión de género configura la implementación de la ontología y la epistemología, que a su vez traen consigo aspectos interesantes, que dejan ver a través de los procesos históricos la consolidación de estereotipos y marcos referenciales de la sociedades y su comportamiento.

Con ello me refiero, a que las mujeres desde pequeñas tienen presente su rol social, debido a que las sociedades a lo largo de la historia han moldeado estereotipado y controlado sus conductas. En el caso del hombre existe el estereotipo, pero no tan arraigado como con las mujeres, es decir, las niñas se conciben como madres, desde que juegan con sus muñecas a la “mamá”. Ahora bien ¿cuándo se ha visto que un niño juegue al papá con un muñeco?, rara es la ocasión. Todo lo contrario, sus juguetes son utilizados en un rol muy distinto que el de las niñas. Sus roles e los juegos son mucho más activos y promueven el entretenimiento en la toma de decisiones, sobre ellas mismas y sobre los demás.

El mensaje implícito nos dirige hacia una visión en donde las niñas, manejan a muy temprana edad la idea de ser madres, lo que trae aparejado el deber ser esposa y todo lo que conlleva este rol en nuestra sociedad.

En el juego ya existe el acercamiento a una realidad preestablecida por la sociedad, donde esta última, las limita y las antepone a un estereotipo que determina su estancia del ser y estar desde la familia.

Es a través del juego, que los niños comienzan a practicar los roles sociales que van dirigidos a su género (independientemente de su orientación sexual). Si bien la familia es la precursora de estas prácticas, la educación a través de la sociedad es quien genera una transmisión consiente, concertada, organizada o programada por el adulto o por un grupo de adultos. Estos hacen ver al niño, que ellos mismos son el producto del molde social, lo cual repercute en la formación sociocultural de cada individuo, donde el factor causa – efecto hace su aparición en la edad adulta.

De esta forma coincido con Michel Bernard con lo siguiente:

Es lícito plantear esta cuestión de la socialidad de nuestro cuerpo puesto que toda nuestra educación tiende en cierta medida a modelarlo, a formarlo o, más exactamente, a dar a nuestro cuerpo una determinada hechura de conformidad con las exigencias normativas de la sociedad en que vivimos.³⁹

Ahora bien estas conductas están arraigadas desde hace varios siglos. Sin embargo creo, que el problema radica en el comportamiento que se va heredando de generación en generación, consolidando así este círculo vicioso que se observa en las conductas sociales, la perfección del cuerpo y su reconocimiento.

El juego es algo tan cotidiano para todos los seres humanos que lo practicamos alguna vez, sin embargo no existe la conciencia de que a través de esto tan simple, se gestan conductas represivas y estereotipadas, que en el caso de las mujeres es evidente y preocupante.

³⁹Michel Bernard, *El cuerpo, un fenómeno ambivalente*, Paidós, España, 1994, p.173.

BARBIE

El juego de muñecas es el camino que dirige a las féminas hacia el adiestramiento como madres. En el siglo XX se creó la muñeca-mujer, llamada *Barbie*, quien es un icono de la belleza y del papel representativo por excelencia de las mujeres ante la sociedad del siglo XX y lo planteo a continuación. La muñeca *Barbie* sale al mercado el 9 de marzo de 1959, siendo ella quien retrataba a la mujer y a sus roles sociales desde el estereotipo estadounidense.

Mediante el juego con muñecas y juguetes destinados al sexo femenino (juego de té, cocinita, portafolio de belleza, etc.), las niñas entrenan esos roles ya preestablecidos por la sociedad. *Barbie* conjuga todos estos elementos en un solo juguete

Si bien *Barbie* en la forma rompía un estereotipo y creaba el de la mujer moderna, paradójicamente cambió el juego de una simple muñeca a una muñeca-mujer, donde la interacción entre la niña y el juguete, refuerza otros roles y estereotipos tradicionales femeninos desde un concepto del mundo adulto e incluso clasista y racista.

Es decir, la muñeca a través de su historia ha desarrollado el juego de la subjetividad que podría ser adoptada por las niñas en su adolescencia e inclusive en la edad adulta, de cómo se debe ser, partiendo desde el estereotipo que enmarca el propio juguete, la apariencia, la complexión, los rasgos, la forma de vestir, las labores que desempeña, etc.

A partir de esta representación de la realidad como lo es el caso de *Barbie*, las niñas comienzan a descubrir y luego a imitar lo que para ellas se convierte en algo natural y orgánico, que a su vez ha venido generando diversos temas de discusión en las ciencias sociales en la contemporaneidad, como lo planteo a continuación.

La mercadotecnia que ha utilizado *Matte*⁴⁰ va desde el color rosa que atrae visualmente a las mujeres (socialmente identificado con el género), publicidad en

⁴⁰ www.ensayos/historiademattel/html. Mientras la niña jugaba, su madre la observaba atentamente. La pequeña, muy entusiasmada, pasaba horas vistiendo y desvistiendo sus muñecas de cartón recortable. La madre pensó que sería una excelente idea fabricar una muñeca de plástico, de unos 29cm., con una edad indefinida entre los 16 y los 20 años y a la que las niñas pudieran vestir,

objetos como mochilas, maquillajes, revistas y anuncios en televisión, que son factores influyentes en el consumo del producto. Ahora bien, en una visión contemporánea existe un factor que ha llamado mucho la atención en cuestión de percepción de estereotipos y cánones de belleza, que en este caso es la anorexia. Según explica Gilda Gómez Pérez Mitre lo siguiente:

Estas enfermedades (anorexia y bulimia) tienen un origen sociocultural que influye en la población a través de los medios de comunicación, particularmente aquellos que difunden imágenes corporales delgadas y bellas, ya sean naturales o artificiales, que se asocian con el amor, el éxito y con todo lo mejor que hay en la vida. Esas imágenes nos parecen decir, si eres delgada y tienes esta imagen y te pareces a la *Barbie*, vas a tener éxito. Sin embargo, *Mattel* ha desmentido las críticas. A sus más de cincuenta años, *Barbie* es un símbolo de globalización estadounidense y prototipo de la belleza anglosajona como ideal. Si *Barbie* fuera una mujer de carne y hueso mediría 1.70 metros de estatura, pesaría 41 kilos, tendría 99 centímetros de busto, 55 de cintura y 83 de cadera, añade.⁴¹

De esta forma demuestro que a partir del juego existe el primer vínculo con el mundo exterior, es decir, con la sociedad misma, donde ésta por medio la educación y la familia, estructuran toda una concepción del cuerpo como fenómeno social, que se refleja a través de la historia. Esto me dirige a tomar en consideración todas las prácticas que son introyectadas en el individuo como lo son los juegos y las caricaturas, donde su papel, no sólo concierne a una diversión, sino a formar ideales de éxito y de imitación.

peinar y transformar. Corría el año 1959, la niña se llamaba Barbie y la madre era Ruth Handlers, cofundadora, junto a su marido Elliot, de *Mattel*. Así fue creada la primera muñeca maniquí del mundo, con el nombre de la hija del matrimonio Handlers, "Barbie". El nacimiento de la muñeca Barbie, el 9 de marzo de 1959, significó romper con todos los moldes seguidos hasta el momento en el mundo de las muñecas. *Mattel* quería ofrecer a las hijas de una época de transición, una muñeca diferente, adecuada a los cambios sociales que comenzaban a vivir las mujeres y con la que las futuras adolescentes pudieran identificarse.

⁴¹www.lajornada.unam.mx/2004/05/03informacion/69_barbie.htm

LOS CUENTOS DE HADAS

CUERPOS DE SATISFACCIÓN PARA LOS DEMÁS

La construcción de las personas no se da de un día para otro, como lo he planteado con anterioridad, es una cuestión de tiempo, la imagen corporal empieza en la infancia.

Es así, que indiqué, que los niños desde preescolar se van relacionando con conceptos y elementos que les indican el camino para tener éxito, desde los cuentos de Cenicienta, Blanca Nieves, hasta la tradición oral femenina al seno de la familia. A partir de aquí, existe la intromisión del cuerpo físico de las vencedoras por encima de las feas o las malas, que en este caso serían las hermanastras o las brujas.

Por ello me permito decir, que a partir de un acercamiento visual a través de las caricaturas, la imagen corporal que se debe tener va quedando cada vez más clara; de esta forma los niños empiezan a percibir y adoptar imágenes de cómo *no se debe de ser*.

Walt Disney es una factoría del entretenimiento que igual produce un *film*, como un video juego, prendas de vestir, accesorios para el aseo personal entre otros. Sin embargo dentro del marco teórico que utilizo en este ensayo, como Michel Bernard, Naomi Wolf, entre otros. La empresa te maneja los ideales de una forma mediática, debido a la producción de los cuerpos estéticos y deseados por la sociedad.

La idealización de los cuerpos de *Disney*, se extiende por el imaginario de los y las espectadoras. Difícilmente las niñas podrían ser o parecerse a las esbeltas protagonistas. De hecho, *Disney* se apoya por medio del control que ejercen los medios de comunicación, para hacer prevalecer sus criterios, lo cual no es cuestionable a simple vista, debido a que se argumenta con fundamentos que desembocan en situaciones vivenciales de cualquier ser humano. Pongo como ejemplo lo siguiente:

Las historias que se narran. Fundamentalmente muy cercanas al espectador, sea la pérdida de un hijo (“*Buscando a Nemo*”), la recuperación de lo perdido (“*El rey León*”), o bien la felicidad (“*Blanca Nieves y los siete enanitos*”). Son historias universales aderezadas con personajes mundanos y señoriales.⁴²

Esto quiere decir que, *Disney* se apoya en los medios visuales para poder tomar las riendas de los estereotipos y establecer sus criterios de acuerdo a sus necesidades. El hecho es, que a través de esta relación de control de los medios visuales y de dicha compañía, se domina el imaginario desde la mirada.

Si lo vemos de una forma más simple, los cuerpos *Disney* se idealizan para poder gustar, en la mayoría de las veces, a los hombres. De esta forma la apariencia física se cuida minuciosamente.

A partir de esta dominación del imaginario desde la mirada, observo que el gustar a los hombres es algo que se desprende de las películas de *Disney* y se convierte en el objetivo del protagonista. Aunque en ocasiones se pretenda mostrar lo contrario, siempre se juega a que la mujer es heroína y capaz de ir más allá de sus límites ante todo, con tal de estar al lado del hombre que la hará feliz por el resto de sus días. ¡Suena bien! ... sin embargo la realidad es otra.

La factoría *Disney* disfraza la realidad de acuerdo a sus intereses y la propuesta que mantenemos es atender a sus productos en su justa medida (en el formato que sea, también con el incentivo de los cuerpos *Disney*), con una orientación adecuada, ya que los roles asignados a las mujeres y a las personas de color, junto con las ideas referentes a una visión rígida de los valores familiares, la historia y la identidad nacional deben cuestionarse y transformarse.⁴³

Si bien desde niños tenemos nuestros primeros encuentros con el exterior a través de las caricaturas, los juguetes y el juego, es necesario atender estos canales de control y de estereotipos que se venden sin ningún cuestionamiento previo. El cuerpo desde entonces entra en el juego de estira y afloja, en la construcción sociocultural que emana desde la propia familia, es decir, desde el núcleo de acciones favorables o represivas que anteponen a cualquier persona.

⁴² Mercedes Arriaga, *Sin carne: representaciones y simulacros del cuerpo femenino. Tecnología comunicación y poder*, Arcibel Editores, Sevilla, 2006, p.70.

⁴³ *Ibíd.*, p.72.

La familia es quien nos dice como debemos arreglarnos, comportarnos, qué es bello y qué no, a quién nos parecemos, y si este personaje de la familia es considerado como modelo estético de éxito.

Toda construcción sociocultural emana de la familia y ésta produce las condiciones para determinarte como mujer u hombre, interiorizando desde muy pequeños una realidad compleja que verá el resultado en la edad adulta. Así las mujeres entran en el auto-cuestionamiento de ¿cómo te ves? y ¿cómo crees que te ven los demás?

Si hacemos una revisión de cómo el cuerpo adquiere un significado en la sociedad, debemos partir no sólo de los anuncios o explicaciones que puedan hallarse en la televisión o en las revistas de cómo se debe ser, vestir o actuar, sino desde los clásicos argumentos: *“No saldrás de la casa con esos pelos ¿verdad? La suerte de la fea la bonita la desea; Mira tú prima ya se caso ¡si no te apuras se te va a ir el tren!, Hermana saltada, hermana quedada”*.

LA FAMILIA

La familia es el ámbito social y cultural privado, es decir, el espacio primario de pertenencia, definición y adscripción del sujeto, como una institución del Estado en la sociedad. “La familia está conformada por un conjunto de relaciones, instituciones, personajes, territorios y puede ser, según el grado de parentesco, extensa o nuclear”.⁴⁴

La familia juega un papel fundamental en esta cuestión del cuerpo femenino, ya que ésta nos muestra la importancia sociocultural del atractivo como primer referente ante la construcción como individuos, que en una visión contemporánea para las mujeres equivale a una delgadez y de alguna forma, presenta casi siempre el vínculo de la aparición de los trastornos alimenticios.

Mujeres y hombres somos cuerpo, algo tangible, pero no sólo somos un cuerpo físico-biológico, sino también somos un cuerpo construido en existencia frente al otro.

La antropóloga Martha Patricia Castañeda dice lo siguiente: “el cuerpo es fuente creadora de símbolos y centro articulado de los mismos.”⁴⁵

Somos cuerpo y esa es nuestra realidad, la familia nos determina y nos limita a patrones predeterminados por la sociedad. Históricamente hablando, ya no sólo es ver hacia atrás, a ese pasado lejano donde los usos y costumbres que anteceden a la sociedad mexicana siguen vigentes y latentes, sino es algo más complejo, no se trata del hecho de hacer una denuncia o quejarse de lo mal hecho por nuestros antecesores, sino ver de forma crítica, de que manera hemos permitido como sociedad, suplantar nuestra realidad por una “realidad relativa”, encaminada por los medios visuales, en este caso por la televisión. Todo esto sin lugar a duda se gesta por medio de la familia, la educación, etc.

⁴⁴ Marcela Lagarde y de los Ríos, *Claves feministas para la autoestima de las mujeres*, Horas y horas, España, 2000, p.371.

⁴⁵ Martha Patricia Castañeda, *Mujeres, cuerpo y maternidad en Nauzontla, Puebla*, México, Universidad Autónoma de Puebla, Tesis, 1987.

Esta parte objetiva que conforma todo un conjunto de matices que de manera intrínseca nos moldea se llama familia, y es en ella donde se gestan la mayoría de las formas físicas y psicológicas.

La familia por ende es el aparato constructor inmediato de los seres humanos, nos moldeamos por ella. En este caso, las causas históricas determinan que - en el proceso de construcción como individuos y las experiencias interpersonales con la familia – estas resultan esenciales para observar dicha construcción como se constata en la sexualidad misma.

Desde niñas, las mujeres juegan a ser parte de la sociedad e indirectamente están siendo introducidas a la realidad que las determinará en su edad adulta. Por ello es importante resaltar el papel de las muñecas, los juegos y la familia. Son los inicios de la construcción sociocultural de las mujeres.

¿QUIÉN DIJO QUE SER PRINCESA ES FÁCIL? LAS MUJERES Y SU SEXUALIDAD



Helmut Newton, *Autorretrato con June y dos modelos*, Paris, 1981.⁴⁶

Me imagino un encuentro con el espejo, y qué mejor, que tomarlo desde la lente de Newton.

Anteriormente hablaba de la familia y lo que significa dentro del marco social y comentaba, que es a través de esta institución que los seres humanos nos desarrollamos como actores sociales.

Por ello, el hecho de ser mujer implica ser vista u observada con tal detenimiento, que cuando caminan por las calles, es como si lo hiciesen en una pasarela inmensa y frente a ellas, un espejo doblemente inmenso que es ñasociedad misma, que las escanea de pies a cabeza con tanta frecuencia, que

⁴⁶http://carlosluengo-otrasvocestrosambitos.blogspot.mx/2012_03_01_archive.html Newton, Helmut, *Autorretrato con June y dos modelos*, Paris, 1981.

opta por gustar antes que gustarse a sí misma, ¿quien dijo que ser princesa es fácil?

Parto desde la sexualidad misma, debido a que las mujeres y los hombres se dirigen por esta cuestión particularmente para toda la vida. Coincido con Marcela Lagarde en su definición de sexualidad donde dice que:

Es el conjunto de experiencias humanas atribuidas al sexo y definidas por éste, constituye a los particulares y obliga su adscripción a grupos socioculturales genéricos y a condiciones de vida predeterminadas.⁴⁷

Esto de la sexualidad es instituido en el inconsciente del ser humano, desde que nacemos, ya que estamos designados a interpretar estereotipos ya establecidos, que al pasar de los años moldeamos y transformamos, pero con determinados límites. Como afirma Michel Foucault:

La sexualidad, no debe describirse como un impulso reacio, extraño por naturaleza e indócil por necesidad a un poder que, por su lado se encarniza en someterla y, a menudo fracasa en su intento de dominarla... en las relaciones de poder la sexualidad no es el elemento más sordo, sino más bien uno de los que están dotados de la mayor instrumentalidad: utilizable para el mayor número de maniobras y capaz de servir de apoyo, de bisagra, a las más variada estrategias.⁴⁸

Es decir, la sexualidad es algo innato que se puede ejercer ya que es maleable por necesidad, aunque uno quiera doblegarla es casi imposible porque existe dentro de nosotros. En las relaciones de poder, la sexualidad puede ser el instrumento más fuerte para conseguir u obtener los resultados que uno esta buscando; un ejemplo ordinario es aquel que escuchamos en la frase coloquial “Detrás de un hombre siempre hay una gran mujer”.

La sexualidad es más que ser hombres y mujeres, es una necesidad de poder interactuar en la sociedad, donde todo es un juego de azar, que te determina y te hace existente.

Tal es el caso patológico inverso de las fobias que estudiamos hasta ahora; es el caso de los exhibicionistas que experimentan placer. Es mostrar su cuerpo y

⁴⁷ Marcela Lagarde y de los Ríos, *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*, UNAM, México, 1997, p. 45.

⁴⁸ Michel Foucault, *Historia de la sexualidad I*, Siglo XXI, México, 1999, p.34.

más precisamente, las partes sexuales a otra persona. Se trata en realidad, como lo comprendió Freud, de una fijación regresiva en un estado precoz de la sexualidad infantil, en el cual el niño, ignorando todo pudor, muestra un inequívoco placer en descubrir su cuerpo y en atraer la atención a sus partes genitales: por más que también, en este caso el sujeto sea indirectamente víctima de las normas culturales de virilidad y feminidad; por ejemplo, el hombre no debe ruborizarse, no debe ser pasivo sino que ha de tener iniciativa, etc., en tanto a la mujer es pasiva, sumisa, emotiva, etc., normas que felizmente han sido cuestionadas en serio por numerosas obras sobre la condición femenina publicadas en los últimos años.⁴⁹

La única diferencia que encuentro entre los hombres y las mujeres son los genitales. El cuerpo como tal, trae consigo dimensiones sociológicas en donde intervienen factores distintos que conocemos como fisiológicos y psicoanalíticos.

Al mismo tiempo trae también normas culturales y estructuras sociopolíticas, cuyo impacto ideológico en la imagen del cuerpo produce un carácter específico. De este modo la interpretación de uno mismo se hace de forma más abstracta cuando ya existe una conciencia del cuerpo. Pero no todos se perciben de la misma forma, esto es lo que hace interesante al ser humano, ya que cada individuo se forma por sus condiciones de vida y de pensamiento, creencias, conocimientos propios de la época y de la sociedad a la que pertenecen y en definitiva al lenguaje que enmarca todo este contexto. Como dice Henri Wallon

La noción del propio cuerpo no se constituye como un comportamiento estanco. En cada una de las etapas, la noción del propio cuerpo deriva de los procesos generales con las relaciones del mundo exterior que determinan el progreso de la conciencia.⁵⁰

⁴⁹ Michel Bernard, *El cuerpo, un fenómeno ambivalente*, Paidós, España, 1994, p.168.

⁵⁰ Henry Wallon, "Kinesthésie et imagevisuelle du corps propre", en *Enlace*, 3-4, mayo-octubre de 1959, p. 258, Apend. Bernard, Michel, *El cuerpo: un fenómeno ambivalente*, Paidós, México, 1994, Apend. en *Kinesthésie et imagevisuelle du corps propre*, en *Enlace*, 3-4, mayo-octubre de 1959, p. 235.

Si observamos con detenimiento el rol de la sexualidad en este caso específico de los modelos del cuerpo que se ven a través de la televisión en México, podemos identificar que ésta (la sexualidad partiendo de la concepción de cuerpo), se puede moldear y ser de gran utilidad para desarrollar un sin fin de estrategias de mercado. La televisión no es meramente un aparato, ni un estilo de vida o una tecnología transnacional solamente, sino que es una manera de transformar la manera de mirar ¿A qué me refiero con esto último?, a que la televisión no sólo es una tecnología, sino un mundo en donde el *ser*, es un juego que combina lo psicosocial a través de una imagen estereotipada, una imagen ya determinada y comercial. Allí donde la sexualidad y el medio de poder que significa la televisión, se compaginan de manera perfecta, creando así una complejidad en la identidad que se verá reflejada en los estereotipos de belleza que causaran furor en las nuevas generaciones después de 1995 en México.

Si bien he mencionado todo aquello que atañe a la construcción sociocultural de las mujeres, que va desde la familia, la educación, la sexualidad y la identidad.

Es hora de ver lo que corresponde al mundo de lo visual, aquello que conduce a la práctica de la historia en las imágenes y su cometido en la contemporaneidad.

En este caso particular en: *Los modelos del cuerpo a través de los medios visuales en México de 1986 a 1996*. Como introducción dejo lo siguiente:

Vemos imágenes del mundo y lo que éstas ponen ante nosotros son cuestiones sociales y valores culturales, problemas actuales y sus posibles soluciones, situaciones y modos específicos de representarlas.⁵¹

Frente a esta idea contemporánea de los medios visuales como medio crítico y no meramente de entretenimiento, me parece interesante plantear, de qué manera las cuestiones historiográficas se van introduciendo en la idea que constituye el objetivo de estudiar la representación de la realidad. Si bien ya existen trabajos con este objetivo, planteo desde esta tesis que en México la

⁵¹Bill Nichols, *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre documental*, Paidós, Barcelona, 1997, p.13.

historia de los cuerpos femeninos a través de la televisión ha sido un campo poco estudiado y que desarrollaré en las páginas siguientes. Para ello es preciso construir referentes que permitan utilizar las imágenes como fuente.

HISTORIA VISUAL Y SU APLICACIÓN

Hoy en día una de las principales fuentes de conocimiento histórico para la mayoría de la población es el medio audiovisual. Las renovaciones metodológicas en el campo de la historia; han permitido desde entonces mirar el pasado desde otra perspectiva. Han aportado nuevos conocimientos, desde la aparición y difusión de la escuela de los *Annales*, hasta la nueva historia social, la historia cuantitativa, la psichistoria, entre otras. La ciencia histórica es pues una disciplina en pleno desarrollo. Coincido con Rosenstone cuando afirma:

La ciencia histórica, tal y como la practicamos, es un producto cultural e ideológico del mundo occidental en un momento de su devenir; dicha ciencia no es más que una serie de convenciones para pensar el pasado; las declaraciones de universalidad de la historia no son más que las grandilocuentes pretensiones de cualquier sistema de conocimiento; el lenguaje escrito sólo es un camino para reconstruir historia, un camino, que privilegia ciertos factores: los hechos, el análisis y la linealidad.⁵²

Es decir, no sólo el lenguaje escrito nos ayuda a fundamentar y hacer más crítica nuestra investigación, sino que tenemos una gran variedad de material para reformular y hacer más enriquecedor y complejo nuestro campo de estudio. La razón de esto es, atrevernos a buscar y reformular la historia con las imágenes y darle un nuevo sentido de interpretación.

Desde la historia del cine de ficción, el cine documental, la historia de las imágenes, y todas aquellas historiografías que hacen alusión a las imágenes podre concretar el análisis de esta tesis. Los documentos en los cuales he indagado, he encontrado una serie de acontecimientos que confirman mi hipótesis sobre la transformación de los modelos del cuerpo de las mujeres a través de los medios visuales en México.

⁵² Robert Rosenstone, *El pasado en imágenes: el desafío del cine a nuestra idea de la historia*, Editorial Ariel, S.A., Barcelona, 1997, p. 20.

Más de un siglo después del nacimiento del séptimo arte, las películas plantean a los historiadores un desafío que aún no ha sido afrontado, que es, la manera de utilizar todas las capacidades del medio para informar, donde las palabras y las imágenes conlleven a estructuras analíticas visuales. Así, unas y otras determinan un trabajo en conjunto que proyecta un mejor cometido.

El cine ofrece nuevas posibilidades de representar la historia, posibilidades que podrían ayudar a la narración histórica a retomar el poder que tuvo en la época en que estaba más unida a la imagen literaria.⁵³

La multiplicidad de planteamientos con los que podemos acceder a la historia es infinita, puntos de referencia centrales de tipo cronológico, nacional, de personajes y más, pero para el cine un punto fundamental es hacer un análisis de las relaciones entre éste medio expresivo y la historia social que lo rodea.

La preocupación histórica de la imagen se desarrolla con tres puntos primordiales: historicidad de las imágenes, la multiplicidad y riqueza de las fuentes y por último la diversidad de los planteamientos. Todas estas entretienen un desarrollo científico plural como la historia misma, que contienen el método y el análisis para interpretar.

Es así que en esta investigación serán las imágenes las fuentes que darán el marco teórico para poder hacer historia, ya que lo visual es diferente, como lo pude palpar en el proceso de esta investigación lo visual me dio formas totalmente distintas de discurso y diferentes formas de pensar. Para mí significa un campo alternativo de considerar y representar el pasado. Antepongo una parte del discurso de Hayden White, donde plantea el uso de las imágenes como práctica historiográfica y que me sirve de apoyo para darle una justificación a este cometido:

Los historiadores, en nuestras prácticas historiográficas, tendemos a usar las imágenes visuales como un complemento de nuestro discurso escrito, en lugar de usarlas como componentes de un discurso propiamente tal, a través del cual podríamos decir algo diferente de lo que podemos decir de forma verbal.

⁵³Ibidem, p. 40.

Tenemos la tendencia a usar los “cuadros” como ilustraciones de las afirmaciones hechas en nuestro discurso verbalmente escrito. En general, no hemos explotado las posibilidades de usar las imágenes como medio principal de la representación discursiva, usando el comentario verbal sólo en forma diacrítica, es decir, para dirigir la atención hacia, especificar y dar análisis a un significado transmisible sólo a través de los medios visuales.⁵⁴

Lo dicho por White encaja bien con la idea que tengo de las representaciones visuales contemporáneas que se tienen en México. Estas generan en la imagen características que modifican y trascienden al paso del tiempo en la sociedad mexicana. La mezcla de razas, el choque de culturas, etc., constituyen engranajes que establecen la formación de la estructura sociocultural de México en la contemporaneidad. Desde la época de la conquista se ha venido generando un sinfín de bombardeos visuales, por ello coincido con Gruzinski en lo siguiente.

La América hispana se volvió, así, la tierra de todos los sincretismos, el continente de lo híbrido y de lo improvisado. Indios, blancos, esclavos, negros, mulatos y mestizos coexistían en un clima de enfrentamientos y de intercambios en que, sin dificultad, podrían reconocernos. América conflicto de dobles...⁵⁵

Mirar hacia la sociedad mexicana y contextualizarla desde lo visual, es sin lugar a duda algo complejo. Por ello los medios visuales que la conforman, nos dan el referente de la transición de su historia contemporánea, aunque no en su totalidad y su determinación en la época contemporánea. Las imágenes forman parte esencial de la implementación y formación de las estructuras sociales que hoy en día tenemos como referentes, por ello es necesario conocer y comprender el concepto básico de imagen.

⁵⁴Hayden White, “Historiography and Historiophoty,” *American Historical Review*, 93, no. 5, Diciembre 1988, p.1194, http://revistahistoria.uniwersia.cl/pdfs_revista/articulo_87_1250114515635.pdf

⁵⁵Serge Gruzinski, *La guerra de las imágenes de Cristóbal Colón a “BladeRunner”*, FCE, México, 2006, p.15.

IMAGEN

La palabra imagen viene del latín *imago-inis*, que significa figura, representación, semejanza y apariencia de algo⁵⁶. Si contextualizamos esta definición con el fin de esta investigación, las imágenes en la época contemporánea han llegado a ser pieza fundamental para desarrollar la historia de las sociedades. Para unos las imágenes son poco científicas e inmanejables, ya que requieren subordinación y control. Para otros en un medio alternativo de construcción científica y de análisis. Sin embargo, existen nuevas posibilidades para abordar y utilizar las imágenes, como fuente primaria para el estudio científico y ¿cómo se puede lograr esto?

Uniendo la imagen con palabras e incluso con otras imágenes en sistemas de signos, y como consecuencia, de significados, pueden enmarcarse y organizarse en un texto. La semiología aborda este amplio dominio de la significación, y uno de los objetos preferidos del escrutinio semiótico de los años setenta fue el cine, en especial ese cine dominante pero marginal del filme narrativo que proscribió el resto del cine con el socorrido término “no narrativo”. La semiótica y, después de ésta, el psicoanálisis, dirigen su atención hacia las películas de ficción donde analizan la función del inconsciente y sus afinidades con la ideología.⁵⁷

Por medio de estos procesos de construcción histórica uno puede desarrollar, a partir de las imágenes, métodos de investigación tan fidedignos como lo hecho en la historia escrita.

Es por ello que la imagen en una sociedad tan visual como la mexicana, es fundamental el concepto de imagen. En este caso constituye el factor primordial para poder abordar el tema de los modelos del cuerpo. Sólo después podemos conformar de alguna manera una estrategia que determinará los medios por los cuales atraviesan los procesos de construcción de estereotipos (que más adelante se abordarán). Así lo hace Arnal, menciona que podemos dividir la producción de la fotografía en dos momentos para obtener dos diferentes lecturas simbólicas de la imagen:

⁵⁶ www.realacademiaespañola.com

⁵⁷ Bill Nichols, *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre documental*, Paidós, Barcelona, 1997, p.38.

En primer lugar encontramos que durante el disparo fotográfico se plasmarán en el negativo dos símbolos distintos; el primero será la opinión del fotógrafo, mientras que el segundo consistirá en la imagen simbólica que el sujeto fotografiado haya alcanzado a hacer de sí mismo. Siempre en la medida de las circunstancias. Ambas construcciones de símbolos se producen en el momento del disparo y se llevan a cabo de forma paralela: el fotógrafo pretenderá construir la imagen del sujeto fotografiado según las reglas de “a que debe parecerse” (es decir, parecerse al otro, al que le corresponde según su lugar social, económico y/o político); al mismo tiempo que el propio sujeto pretenderá dar su opinión de cual considera el que debe ser el canon a seguir para parecerse a este modelo social. En ambas lecturas la finalidad conceptual es “parecerse al otro”, al modelo social que el “tipo fotográfico” marca.⁵⁸

Ahora bien, lo visto anteriormente me permite decir que los modelos sociales desde la idea de “a que debe parecerse”, son definidos por los medios. Los medios visuales que encontramos en la contemporaneidad, nos hacen pensar que la gente atractiva produce mayor atención y refuerzo social, es decir, que la belleza provoca una diferencia conductual. Debido a esto las mujeres se determinan por particularidades desde su misma construcción sociocultural. Me refiero al hecho que existen las condiciones propicias para establecer un arquetipo⁵⁹ estereotipo⁶⁰, un canon⁶¹ o un modelo⁶² a seguir, ahora desde la televisión, quien en este caso, dicta el canon que tiene la finalidad conceptual del “parecerse al otro”.

En sí, las mujeres son más que estereotipos, aún cuando las representaciones sociales sean causa y efecto en la conformación de las y los

⁵⁸ Ariel Arnal, *Atila de tinta y plata: fotografía del zapatismo en la prensa de la ciudad de México entre 1910 y 1915*, INAH, México, 2010, p. 43.

⁵⁹ Modelo original y primario en un arte u otra cosa. Representación que se considera modelo de cualquier manifestación de la realidad. www.realacademiaespañola.com

⁶⁰ Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable. Véase en: www.realacademiaespañola.com

⁶¹ Ídem, Regla de las proporciones de la figura humana, conforme al tipo ideal aceptado por los escultores egipcios y griegos. Modelo de características perfectas.

⁶² Ídem, Arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo.

individuos reales. Por tal motivo, debemos ver la diversidad de acuerdo con el espacio social desde el cual fueron construidas y determinadas.

En un país como México, las mujeres de clase alta y media crean vínculos con las modas extranjeras por su capacidad económica. El ideal, para entonces, no es sólo comprar lo que está a la moda, sino sentirse parte de ella desde el cuerpo mismo. Sería arriesgado quedarme con esta postura, sin embargo es sólo el inicio del por qué de las transformaciones tan radicales que comienzan a adoptarse a partir de 1985, con relación a la belleza femenina y su vínculo con la delgadez extrema. Retomo así el significado de *ideal* según la postura de Emile Durkheim:

Para que la sociedad pueda tomar conciencia de sí y mantener, en el grado de intensidad necesaria, el sentimiento que tiene de sí misma, es necesario que se reúna y se concentre. Esta concentración determina una exaltación de la vida moral que se traduce por un conjunto de concepciones ideales donde se pinta la nueva vida que así se ha despertado; ellas corresponden a esta afluencia de fuerzas psíquicas que se sobreañaden, entonces a aquellas de que disponíamos para las tareas cotidianas de la existencia. Una sociedad no puede ni crearse ni recrearse sin, al mismo tiempo, crear el ideal.⁶³

La palabra ideal significa lo siguiente: que se acopla perfectamente a una forma o arquetipo. Modelo perfecto que sirve de norma en cualquier dominio.⁶⁴

Entonces, podemos definir a las mujeres y a los hombres dentro de un campo objetivo y subjetivo en relación a concepciones religiosas, filosóficas, históricas, literarias y mediáticas, sin dejar de lado el componente ético humano. Cada uno de nosotros creamos nuestra representación sobre nosotros mismos y sobre la de los otros.

Este ideal trasciende ahora a través de la televisión, gracias al auge de las tecnologías y a los medios masivos de comunicación, produciendo en las mujeres

⁶³ Emile Durkheim, *Las formas elementales de la vida religiosa. El sistema totémico en Australia*, Akal ediciones, España, 1992, p.434.

⁶⁴ www.realacademiaespañola.com

una necesidad de querer ser parte de anhelos, deseos, es decir, de ese imaginario colectivo tomando en consideración la delgadez, y en casos extremos la anorexia.

Si bien este último punto en su definición corresponde estrictamente a la televisión, si hace referencia a la percepción de, cómo se constituye la belleza a través de su lente, donde el factor delgadez es el protagonista.

No podemos pasar por alto el discurso visual que adoptan y del que son partidarios los medios visuales. Hablo en específico de un estereotipo idealizado y complejo que domina toda una concepción que va más allá de lo real. Es decir, a partir de la cultura de consumo en la que se vive y que se desarrollan ciertas características para poder recrear y consumir todo lo que se está transmitiendo.

Creo conveniente decir que los procesos de subjetivación han ocupado un papel importante en la historia contemporánea, ya que las diferencias son marcadas en su gran mayoría por los dispositivos de comunicación y sobre todo la influencia de la televisión en el contexto histórico de análisis que expongo.

Tanto los procesos de dominación como las estrategias publicitarias, tienen un rol relevante dentro del marco histórico. Estos van desde la reproducción social, que encierra los matices de la identidad, hasta el *ideal* y su papel en la representación simbólica ante la sociedad.

En la historia contemporánea, las tecnologías de la comunicación y de la información han fracturado a los sujetos sociales. Esto es, que desde la corporeidad misma existe un debilitamiento que determina un estar en un tiempo histórico, donde la historia de las imágenes hace su aparición en la reconstrucción de los hechos expuestos por la sociedad.

En este caso serán los cuerpos femeninos, quienes estarán expuestos a través de la televisión mexicana, y será ellos, quienes me den las herramientas necesarias para sostener mi hipótesis de, cómo se construye un ideal de belleza estereotipado, que lleva consigo juventud y delgadez como sinónimos de perfección.

Con todas estas características y conceptos que forman la estructura de este proyecto, comienzo este proceso histórico, donde expondré al cuerpo desde una visión histórica.

EL CUERPO DESDE UNA VISIÓN HISTÓRICA



AnastasiiMikhailov, *Marie y el espejo*, Moscú.⁶⁵

A través de la historia, la relación que encontré en las formas de construcción sociocultural de las mujeres tiende a tres elementos que formulan un cometido intrínseco: la moda⁶⁶, la belleza y el cuerpo.

Desde esta perspectiva, puedo ver que la interiorización de las preocupaciones por las formas de percepción de las mujeres, se va matizando con relación a los cánones que controlan la estructura de los modelos del cuerpo, que

⁶⁵http://www.photosight.ru/photos/3234443/?from_memberAnastasiiMikhailov, *Marie y el espejo*, Moscú.

⁶⁶Moda.- es la elección o el mecanismo regulador de elecciones realizadas en función de críticos de gusto. Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo, *Compropolitán: El hombre transnacional y su modelo femenino*, Nueva Imagen, México, 1988.p.34

en este caso se dirigen a las prácticas de la delgadez y lo estipulado por los medios visuales, como la televisión.

A decir verdad, el cuerpo femenino es una representación simbólica que sin lugar a duda ha enmarcado a lo largo de la historia un proceso de formación, estructuración y valoración que se desenvuelve desde los parámetros de la objetividad y la subjetividad histórica, tal como lo he mencionado a lo largo del capítulo en cuestión.

Por ello, es conveniente reiterar que no sólo se trata de hablar de modas y estereotipos y estilos de vida, sino de adentrarse al complejo mundo de la construcción sociocultural de las mujeres desde la historia misma.

Desde el ejemplo de la fotografía que expongo de Anastasii Mikhailov puedo decir, que los cuerpos delgados, estilizados, y blancos son el camino al éxito, debido a su proceso de construcción social y cultural.

La fotografía, expone factores que se relacionan con las conductas sociales que una mujer debe tener. El espejo, artilugio inseparable de la vanidad femenina. Los tacones, que forman parte de la feminidad y la estética. Y por último, la transparencia de su vestimenta, que refleja su cuerpo estilizado, matizando puntos claves como son: la cintura y los glúteos.

La imagen no sólo muestra una bella cara, y unos zapatos de marca, sino el éxito rotundo del estereotipo trasnacional que no se ha deslindado de su cometido, que es, la idea infundida del deseo de gustar antes que gustarse a uno mismo. Por tal motivo recurro a lo expuesto por Bernard que dice lo siguiente:

Según comprobamos, la valoración social del cuerpo se manifiesta en su morfología modelada por la indumentaria. Pero esa valoración también se manifiesta y hasta más marcadamente en la manera en que la cultura se adueña de la expresión corporal para convertirla en su propio lenguaje... la expresión esta modificada por el valor que le dan la mirada y el juicio de los demás, a fortiori esa expresión está ritualizada por las normas convencionales de una sociedad que le da una determinada significación.⁶⁷

⁶⁷Michel Bernard, *El cuerpo, un fenómeno ambivalente*, Paidós, España, 1994, p. 171.

Es decir, el cuerpo femenino a través de la historia se acompaña de transformaciones que experimenta por medio de la cultura. Esta última, se apropia de la expresión corporal y le da un significado, el cual se determina por el valor y el juicio que se le otorgue.

A partir de esta significación que se le da al cuerpo femenino, se crean normas sociales que determinarán el proceso de construcción sociocultural de las mujeres.

En el caso concreto de la sociedad mexicana, a finales de los años ochenta y principio de los noventa, observo la coyuntura que existió en los ideales de los modelos del cuerpo, donde existe un cambio del cuerpo voluptuoso, al cuerpo delgado como canon de belleza.

El consumismo desmesurado, las nuevas tecnologías y los productos lanzados por el mercado en esta época, son parte vital en la construcción de estereotipos manifestados desde los medios visuales. Estos darán de que hablar, debido a las prácticas utilizadas por las mujeres, con tal de parecerse al personaje que les vende el medio visual, ya sea el cine, las revistas o la televisión. Lo dice Naomi Wolf:

La sociedad posmoderna ofrecía a las mujeres la posibilidad de doblegar a la naturaleza y abolir el paso del tiempo. El cuerpo se ha convertido en un objeto de culto. La preocupación por la salud, por los regímenes adelgazantes, los cuidados cosméticos, los deportes, las transformaciones mediante las cirugías y otras manipulaciones corporales respondían a un hedonismo generalizado por muchas mujeres al dominio de sí, de éxito.⁶⁸

Hablar del cuerpo y de su historia, no es sólo hablar simplemente de su pasado, de su presente o de su futuro. Va más allá de eso, es poder construir la capacidad de comunicación, donde el cuerpo mismo es y será el principal medio para constituirse como individuo, ya que a través de éste, observo que se puede pertenecer a un universo complejo. Allí las mujeres a través de las sociedades se determinaran para desarrollar capacidades y pensamientos que interioricen y

⁶⁸ Naomi Wolf, *El mito de la belleza*, Emece, Barcelona, 1991, p. 34.

expongan en sí mismas, todo aquello que las atañe desde su eje motor que es, el cuerpo mismo.

En el periodo que se está analizando, existe ya la defensa del cuerpo en la cultura contemporánea. Al respecto uno de los puntos de vista con el cual coincido es el de Michel Bernard⁶⁹, que plantea, no sólo la rehabilitación de nuestra sexualidad y una renovación de los estudios sobre el cuerpo, sino principalmente una transformación radical de nuestra actitud frente a él.

También Marcel Mauss⁷⁰, me ayuda a establecer de manera crítica, la manera en cómo los hombres en cada sociedad, se saben servir de sus cuerpos de un modo tradicional, generado siempre, por las conductas sociales. De este modo comenta lo siguiente: el cuerpo sólo emerge y se abstrae con la ayuda de la palabra o del lenguaje que lo significa, y todas esas actitudes y actos corporales son utilitarios e instrumentales y de que el cuerpo es el instrumento primero y natural de esa eficacia".⁷¹

A partir de lo anterior ratifico mi postura con estos autores, determinando así, que el cuerpo por ende es la presencia misma del ser. Es eso que permite diferenciar entre "tú" y "otro". Pero no sólo es el cuerpo físico lo que determina al individuo, sino los hábitos adquiridos que se absorben desde niños, que se plasman en gestos particulares y personales.

Es decir, es la sociedad la que es partícipe de toda la construcción objetiva y subjetiva del individuo, y por tanto tiene el poder para transformar sus costumbres, sus normas, su educación, sus modelos culturales, e inclusive sus valores propios.

Esto me lleva a establecer que, los cuerpos femeninos se han venido significando a través de la cultura por medio de normas sociales que los dirige a un mundo narcisista. Allí el papel representativo del cuerpo en la sociedad mexicana que se ve a través de la televisión y en los medios visuales, es una construcción de la obsesión de la mirada de los otros (la sociedad) dirigida al

⁶⁹ Michel Bernard, *El cuerpo: un fenómeno ambivalente*, Paidós, México, 1994.

⁷⁰ Marcel Mauss, *Sociología y Antropología*, Tecnos, Madrid, 1979.

⁷¹ *Ibíd.*, p.179.

cuerpo. Lo que da como resultado una nueva dimensión de éste, que es el cuerpo como objeto de juicio social.

En definitiva las mujeres son diversas, diferentes desde los cuerpos, ideologías, creencias, viejas, jóvenes, etc. En este caso si hablamos de las mujeres mexicanas que entran en el campo de investigación que a mi compete, son aquellas mujeres de clase media y alta de la sociedad mexicana. Este sector de la sociedad de bienestar y consumo donde lo caro y lo elegante, es ser delgado, lo contrario a la clase pobre (que en México es más del 50 % en este periodo), donde la obesidad predomina y además no todos tienen el hábito del ejercicio.

Desde la familia, la educación, la sexualidad, así como la forma de pensar, sentir, el carácter, la ideología, etc., son factores que determinan la estancia de las mujeres y los hombres en las sociedades.

La construcción sociocultural parece ser una estructura donde las formas intrínsecas de formación de lo objetivo y lo subjetivo establecen la esencia de uno mismo, y esto se ve a través del proceso de crecimiento como individuo.

Comparto entonces en este ensayo, que el cuerpo es una variación del mundo, una expresión del sistema simplemente. El mundo es, en primera instancia, algo que vivimos y sentimos desde nuestro cuerpo, rodeados de infinidad de discursos políticos, económicos, sociales, culturales, religiosos, etc., que se van adentrando en nuestra formación individual, para así formar parte de estructuras sociales dentro de un contexto específico.

Por consiguiente concluyo que el cuerpo es esa interpretación bilateral que coexiste en la construcción de los individuos con características y estructuras definidas, dando cabida a todo un marco conceptual donde su historia y sus complejas formas de producirlo y vivirlo, lo encaminan a un mundo narcisista y elitista de manera tal, que ha sido objeto de estudio por intelectuales como en los ejemplos anteriores a esta línea Bernard, Mauss, etc.

Establezco entonces que para hablar sobre el cuerpo, deberíamos de crear una visión más allá de un órgano de goce, de arquetipo de belleza, e incluso del reflejo de las relaciones sociales. El cuerpo y su representación en la historia

muestran esa coyuntura entre la percepción y lo vivido. Donde el pasado arroga sólo aquellos ejemplos rescatables de lo que fue. Hablar del cuerpo, es hablar de una dualidad que radica en cómo uno lo piensa y lo siente. En este caso coincido con Bernard en lo siguiente: “Cabe señalar que sí necesito justificar una reflexión sobre el cuerpo de sus formas concretas y singulares como es el sentir, el deseo, el crear y el expresar, etc., debo hacerlo en función de uno mismo y asumir la condición del cuerpo como el acceso al mundo, que nos abre a la presencia corporal de los demás”.⁷²

El cuerpo se produce de mil maneras, lo podemos ver y sentir en mil lenguajes simultáneos, expresa una sinfonía de mensajes en cada actitud y a su vez construye una historia que no es simplemente de su especie, pero la engloba, que no es simplemente la historia de su tiempo, pero la incluye, que no es simplemente la historia de su precursor individual de vida, pero también la retracta.

⁷² Michel Bernard, *El cuerpo: un fenómeno ambivalente*, Paidós, México, 1994, p.15.

CAPÍTULO 2.LA PERFECCIÓN EN LOS VAIVENES DE LA HISTORIA.

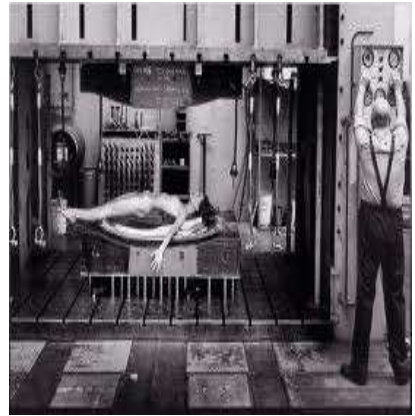
1



2



3



4



5



6



7



8



9



73

⁷³<http://carlosluengo-otrasvocestrosambitos.blogspot.mx/20120301archive.html>, Helmut Newton. Véase también en: Helmut Newton, Photo Poche, Lunwerg, Barcelona, 2007.

Cómo pasar desapercibido *el taller de la creación de estereotipos*, como he llamado a este juego de imágenes que antepongo al capítulo II.

Mírenlas a todas ellas, sumergidas en un mundo de demandas y de condiciones para entablar relación con la sociedad que las desea, pero jamás gordas.

Desde el estereotipo de la *Vamp* (abreviatura de vampiresa 1). Aquella que se aferra a su pecho para poder cautivar miradas desde esa clásica pose de mujer retadora. Le siguen *Los sastres* (2), moldeando a la mujer perfecta que quizá no ha visto la luz aún. Desde la interpretación masculina, el detalle se hace evidente, de pies a cabeza. Ella sólo posa ante sus creadores y no le queda de otra, más que dejarlos satisfechos.

Le sigue *Frankenstein* (3), que desde una visión contemporánea los medios visuales siguen redefiniendo el cuerpo y su percepción. Ya no basta crear mujeres que lleven roles clásicos como el ser madre y esposa, sino que ahora se debe acompañar lo anterior con el éxito profesional, la sensualidad y la delgadez para poder cubrir los estándares de calidad del mercado.

Y seguimos con *Anhelos* (4), un buen carro, una bella mujer y una casa. Los instrumentos perfectos, para una vida perfecta, según las estrategias de consumo provenientes de los Estados Unidos producidas desde 1930. Y que en 1950 llega al éxtasis con el concepto del *jet set*, anhelado por todo el mundo.

Y con ello viene *El buen uso de la tecnología* (5). Ella en las actividades diarias del hogar, una responsabilidad de por vida, pero a la vez, insinuante y seductora. Además de ser madre, esposa e hija, quiere ser una buena amante, ser deseada y admirada.

Sigo con *La dieta*, (6), una mujer saludable no debe ser presa de la comida chatarra. Una mujer gorda es sinónimo de fealdad y soledad en nuestra sociedad.

Le toca el turno a *La envidia* (7). Las rivalidades entre los géneros es inconfundible, y para prueba vasta un botón. Así como los hombres compiten para

ser el mejor amante, tener el mejor carro, la mejor mujer y el mejor trabajo, las mujeres no dejan de lado esta iniciativa de competencia, lo cierto es que en la construcción sociocultural de las mujeres a partir de 1980, la anorexia se apoderará de unas cuantas y establecerá un nuevo punto de análisis, debido a que la delgadez será sinónimo de belleza.

La imagen que sigue es quizá es una de mis preferidas, las *Top model* (8). Exhibidas para todos aquellos y aquellas que anhelan los cuerpos perfectos. Desnudas, estilizadas, con los estereotipos maleables que surgen afinales del siglo XX. La rubia, en primer plano dando referente al estereotipo sajón, la castaña le sigue y por último, la morena y la pelirroja. Quizá a primera vista uno no se da cuenta de esto, sin embargo, tiene que ver en demasía el hecho de que la mujer rubia con cabello largo y con el mejor cuerpo es la que encabeza este sentir de la belleza femenina, este estereotipo que ha sobrevivido a la historia.

Sin embargo será el cuerpo quien se transforme de generación en generación, hasta obtener lo que hoy se vive, la delgadez como sinónimo de éxito.

Y por último *El espejo* (9), este objeto que a todas las mujeres las vuelve locas. En él depositan su ser, su cuerpo, se observan, se reprimen, se gustan, se odian. Es a la vez todo y nada, a través de él surge el ¿cómo ve veo? y que quiero que vean de mí, debido a que se vive en un mundo narcisista, donde la belleza es sinónimo de éxito y todas quieren palparlo, cueste lo que cueste.

A través de estas imágenes introduzco mi segundo capítulo, para dar a conocer todo el proceso histórico que antecede al cuerpo de las mujeres como hasta ahora lo conocemos. Para mí es importante entender desde las imágenes la presión social que determina el comportamiento, la formación, la estructuración y la modificación que encaminan a los cuerpos femeninos al mundo donde la belleza es sinónimo de juventud y delgadez.

El imponer, el limitar y el someter a las mujeres en los roles sociales a través de la historia, ha sido el pan nuestro de cada día, sin embargo lo que a mí compete es el papel del cuerpo, la imagen de éste y su proceso de construcción,

que da el cometido a este trabajo, poniendo al cuerpo mismo como instrumento histórico y de reflexión ante los ojos de una sociedad que se transforma día a día, por ello comienzo este capítulo con el tema el cuerpo como objeto *fetiché*.

EL CUERPO COMO OBJETO *FETICHE*

Los mitos nos dicen que el hombre está hecho a imagen y semejanza de los dioses. Sin embargo, podemos ver que estos mitos someten al cuerpo a un largo y duro proceso de domesticación y civilización desde hace ya varios siglos.

El cuerpo es y será un referente permanente en todos los hombres y mujeres. De hecho el cuerpo esta presente como imagen desde el judeocristianismo. Esto lo podemos observar en los estudios de la *Historia del cuerpo* como lo hace Jacques Gélis, que dice lo siguiente:

En los textos y las representaciones que hablan del hombre creado por Dios, de sus esperanzas y sus penas, el cuerpo está presente, siempre y en todas partes: pese a la evacuación progresiva del cuerpo, en las dos figuras ideales de un cuerpo resucitado y del cuerpo de cristo, el cuerpo aparece constantemente, se insinúa, se exhibe. Tomar conciencia de ello conduce muy pronto a dejar de leer los textos, a mirar siempre las imágenes a través del prisma del cuerpo.⁷⁴

Desde la idea judeocristiana observo que el cuerpo es una parte importante de como el ser humano ha sido representado ante la sociedad a través del tiempo. El cuerpo de Cristo es la perfección misma, y es un referente que se ha adoptado en la cultura occidental.

Las imágenes son signos y por tal razón, representaciones que se refieren a algo. Desde la idea de Platón, la imagen visual o icono se relaciona con la imitación. Con Aristóteles la idea de imagen se dirige más a imágenes internas, es decir a la fantasía. Ambas posturas se compaginan a la perfección para darle un sentido más entero al cuerpo de Cristo en su expresión y representación.

De acuerdo con uno de los prejuicios mas arraigados, la percepción visual opera como una especie de copia figurativa que reproduce “mentalmente” los

⁷⁴Corbin Alain, *Historia del cuerpo*, ed. Taurus, Madrid, 2005, p. 27.

datos captados por el sentido de la vista. Es como una *mimesis mental* que se realiza de manera automática cuando vemos las cosas del mundo.⁷⁵

Sin lugar a duda el cuerpo y sus representaciones sociales en el contexto mexicano, han resguardado el reflejo que determina por un lado, la doble moral de una sociedad altamente visual. Y por el otro, la reacción natural, que a su vez recae en la dualidad del deseo y la represión (el pudor, el morbo). Este mecanismo, ha dirigido al cuerpo femenino a un nivel de sometimiento. Donde las mujeres han sido concebidas desde una visión masculina, dando pauta a los estereotipos preestablecidos que las determina a muy temprana edad, como lo vimos en el primer capítulo.

Así sus cuerpos serán los instrumentos clave para crear vínculos con la sociedad. Y será a través de sus cuerpos que éstas tengan una representación social atribuida. Para ser más específico, en el contexto donde desarrollo esta investigación, -el periodo de 1986-1996-, es necesario rescatar históricamente estas posturas para entender mejor las bases que constituyen la formación sociocultural de las mujeres mexicanas, debido a que en la historia contemporánea, podemos ver que el cuerpo trasciende y se hace cada vez más sublime y extenso a la hora de estudiarlo y sobre todo, en la manera que se vive.

Las mujeres y sus cuerpos han formado en la contemporaneidad un parteaguas como consecuencia de la extensa y variada formación de sus modelos a seguir, ya que cargan con un plus en donde la moda, los iconos de belleza y los intereses de poder, anteponen las formas de cómo se debe ser para gustar a los demás antes que gustarse a si mismas.

Pero esto es sólo el principio, a mediados de los ochenta, observo una nueva variación del *estatus quo*, que es la delgadez (y en casos muy específicos recaen en los desordenes alimenticios).

⁷⁵ Fernando Zamora, *Filosofía de la imagen. Lenguaje, imagen y representación*, ENAP, 2007, p.237.

A lo largo de la historia, el cuerpo de las mujeres se ha venido construyendo ante el reconocimiento de los demás. Muchas reflexiones contemporáneas existen sobre la corporalidad femenina, vivo ejemplo de esto, es lo que nos dice John Berger:

Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se contemplan así mismas siendo miradas. Este hecho determina no sólo la relación entre los hombres y las mujeres, sino también la relación de la mujer con ella misma.⁷⁶

Desde las sociedades de primer mundo, pasando por la proyección en los países como México, existe el factor de pertenencia “le gusto a” que influye en la concepción de las mujeres. Esto se ve influenciado con la idea de ser una *súper mujer*. En la contemporaneidad este rol social, trae consigo una serie de puntos específicos que deben seguirse al pie de la letra. Ser: atractiva, seductora, así como de formar parte de un círculo social grato es fundamental, o mejor dicho, eso es lo que se les hace creer desde los medios de comunicación de masas.

Por lo tanto los medios han venido vendiendo esta idea de *súper mujer* a todos niveles, sin embargo no todas pueden acceder a este estilo de vida, donde el poder adquisitivo para ser sexy, bella, exitosa, esposa y madre, requiere una inversión costosa y mucha dedicación.

El cometido de la imagen que se proyectará a partir de 1985, será una mujer con capacidades de superar cualquier expectativa e incluso de sí misma.

⁷⁶ John Berger, *El sentido de la vista*, Alianza editores, Madrid, 1997, p. 56.



Digital Arts Network, *Campaña Palacio de hierro*, México, 2010.⁷⁷

Otro punto de interés es el de la discriminación estética, es un hecho que afecta tanto a hombres como a mujeres. Christopher Lasch en *La cultura del narcisismo* plantea que:

En la época contemporánea en el ascenso profesional se ha empezado a depender bastante menos de las capacidades y mucho más en el ímpetu, el carisma personal y el manejo de la imagen. Para Lasch la respuesta narcisista se traduce en una preocupación ansiosa por la impresión causada en los otros, una tendencia a tratar a los demás como espejos del Yo.⁷⁸

La imagen de la mujer perfecta que se mira a través de los medios visuales de comunicación provoca en las espectadoras esta respuesta narcisista, tal y como la plantea Lasch. El propósito que se tiene es depositar todas sus habilidades en su apariencia y con ello demostrarle a la sociedad que son capaces de cubrir las expectativas impuestas por aquellos genios de la

⁷⁷<http://www.pinterest.com/majocoppi/palacio-de-hierro/> - <http://www.tequiladigital.com.mx/>

⁷⁸ Christopher Lasch, *La cultura del narcisismo*, Andrés Bello, Barcelona, 1999, p. 67.

mercadotecnia. El consumo va desde productos de belleza, ropa, zapatos, artículos para bajar de peso, entre otros. Todos estos forman parte de esa expresión que se debe de anhelar para tener éxito. El problema se complejiza aún más, si las mujeres que adquieren este estilo de vida, caen en cuestiones como la anorexia. Este proceso subjetivo que comienza a trascender, no sólo en la percepción inmediata de la persona, sino en la modificación y en la deformación de su entorno social que acentúa el problema desde su cuerpo y crea paradigmas distorsionados de su propia realidad a través de su idea equivocada de perfección.

El hecho es que. Cuando la delgadez se adopta como factor belleza, los trastornos alimenticios (anorexia y bulimia), salen a la luz poco a poco en las historias de mujeres que han sido ligadas al mundo de la moda, el cine, el teatro, la televisión y más.

La imagen perfecta del cuerpo femenino se hace cada vez más inalcanzable. El cuerpo y su significado le son fieles a su inventor. Entonces la mirada tiene la capacidad de hacer interpretaciones cuando aplicamos nuestros intereses y proyectamos nuestras intenciones, sobre aquello que miramos y le damos un significado. Es así que el cuerpo se convierte en un objeto *fetiché*. Aquel cuerpo que debemos adorar y rendirle culto. Ese ente perfecto y sobrenatural que ya no sólo está en los cuadros antiguos. Sino en los medios visuales de masas que nos bombardean día a día.

Es en la contemporaneidad donde los medios visuales funcionan como mediadores entre la sociedad y el consumo. Este problema social se puede observar en la época de los ochenta donde el aumento al consumo por las clases económicas acomodadas se dispara de una forma nunca antes vista.

Las marcas de ropa, de cosméticos, fragancias y más, están forjadas y listas para reproducir un ideal. Colores, texturas, rostros, cuerpos, todos ellos, desarrollando un fin común, poder ser parte de la vanguardia y del estilo deseado por todos.

Es necesario entender desde aquí el cometido del mercado y de sus estrategias para generar plusvalía. Sin embargo, en este caso particular de la belleza femenina en los ochenta, me atrevo a resaltar, una imagen iconográfica que representó a la cultura pop en todo el mundo. Me refiero a Madonna y su canción Vogue. Símbolos iconográficos de la representación del estereotipo femenino sajón, que encarna la moda, la bella y el estilo deseado por las mujeres de aquella época.

VOGUE
MODA

Hagan una pose
Hagan una pose
Moda, moda, moda
Moda, moda, moda

Hecha un vistazo donde sea es una pena
Donde quiera que vayas (hecha un vistazo)
Intentas lo que puedes para escapar
El dolor de la vida que conoces (vida que conoces)

Cuando todo falla y esperaste mucho para ser
Algo mejor de lo que eres hoy
Conozco un lugar donde puedes huir
Se llama pista de baile, y aquí es, entonces

Vamos, moda
Deja que tu cuerpo se mueva con la música
(mueva con la música)
Hey, hey, hey
Deja que tu cuerpo vaya con el sabor
(vaya con el sabor)
Sabes que puedes hacerlo

Todo lo que necesitas usar es tu imaginación
Entonces úsala que esperas (que esperas)
Ve adentro, busca tu fina inspiración
Ábrele la puerta a tus sueños (ábrele la puerta)

Esto no es diferente si eres blanco o negro
O si eres chico o chica
Si la música te gusta tendrás una nueva vida
Eres una súper estrella,
si, eso es lo que eres, lo sabes

(coro)

La belleza está donde la encuentres
No sólo donde se fabrica
El alma está en la música
Es donde me siento muy hermosa
Mágica, como una esfera
Entonces vamos a la pista de baile

(coro)

Moda, {Moda}
La belleza está donde la encuentres
{muévete con la música}
Moda, {Moda}
La belleza está donde la encuentres
{vamos con sabor}

Greta Garbo, y Monroe
Deitrich y DiMaggio
Marlon Brando, Jimmy Dean
En la portada de una revista

Grace Kelly; Harlow, Jean
Fotografía de una reina bella
Gene Kelly, Fred Astaire
Ginger Rogers, bailan en el aire

Ellos tienen estilo, ellos tienen gracia
Rita Hayworth tenía buen rostro
Lauren, Katherine, Lana too
Bette Davis, los amo

Chicas con actitud
Los chicos que estén de humor
No se queden allí, vamos
Hagan una pose, no es difícil

Moda, moda

Ooh, ya lo tienes
Deja que tu cuerpo se mueva con la música
Ooh, lo tienes sólo
Deja que tu cuerpo vaya con sabor
Ooh, lo tienes
Moda⁷⁹

⁷⁹ www.musica.com/letras.asp.letra=931215, Madonna, *Vogue*, I'm Breathless, Warner Bros Records, 1990, 4:49min.

Vogue, un icono de la música pop interpretada por *Madonna* quien se convertiría tiempo después en la reina de este género musical. Pero ¿Por qué la canción *Vogue*?

Porque es un icono, una canción que de inmediato identificas por tres características simples: moda, pose y estilo. La canción nos da un referente al concepto de moda de aquella época, y con ello, el mensaje subliminal de necesidad (parecerse a), queda plasmado en dicha canción. Desde un estilo individual, esto surge gracias a la gran demanda visual de la época y a sus intereses de vender un estereotipo femenino que es acompañado de juventud y delgadez.

En la época de los ochenta, existe ya una gran diversidad de propuestas referentes al concepto de belleza femenina. La paradoja es que aunado a esta “supuesta diversidad de gustos”, las empresas que se dedican a la moda determinan el patrón a seguir.

El punto es, la canción nos da referentes de estereotipos e iconos de la moda (marcas de ropa, personalidades famosas, revistas de moda, etc.), que se venían consolidando ya desde los setenta e incluso antes.

Madonna es el instrumento de dicha canción, pero no podemos dejar a un lado lo que constituyen en este trabajo, el hecho de la proyección y el significado que se le da a todos estos *sujetos de la moda* por medio de la música, es decir, el poder que se empieza a depositar en aquellos personajes que se ven en la pantalla y que de alguna manera son modelos a seguir.

La televisión junto con la fusión de la música de masas puede proyectar en este caso, patrones de conducta y de estereotipos, donde la idea básica es: que todo el mundo tiene oportunidad a la moda, sin embargo no todos tienen acceso a ella.

Por si fuera poco, de manera conjunta se resalta el tipo de belleza femenina norteamericana que hasta la fecha existe. Si lo vemos de una manera

articulada, la canción (1990) es un himno a la belleza y a la moda de la cultura pop. Lo que a su vez generó estereotipos que se consolidaron en la década siguiente. Recordemos también, que la canción se sitúa en un contexto donde aparentemente se han solucionado viejos problemas como el racismo, el puritanismo, los derechos de las mujeres, la pobreza, el machismo, etc.

Ya situados en el contexto de mi interés, la historia arroja indicios de que los individuos disponen de muchas más posibilidades de expresión gracias a una selección más extensa de ideas y conceptos, pero a la vez, todos estos factores pueden traer consigo criterios unilaterales y discriminatorios con respecto a la talla, la forma y la cultura, debido a que el concepto de belleza homogéneo que se antepone a nivel mundial, plantea a través de los modelos del cuerpo, las necesidades del sistema capitalista, que recrean un estereotipo desde una visión particular y la venden como única e inquebrantable.

Por ello creo conveniente utilizar la canción, porque su significado fue más allá de la representación del estereotipo femenino americano. Paso de ser una simple canción, a un icono inquebrantable. De eso se trata, de producir una idea donde sientas la necesidad de pertenecer o ser participe de un rol ante la sociedad.

La apariencia bajo distintas encarnaciones e imágenes extremas, ha reflejado los diferentes procesos de transformación: anti belleza, *look heroína*, influencias multiculturales y globales, andrógina, etc., a través de los cuales hemos evolucionado en este clima posmoderno antes de encontrar un equilibrio: un ideal de belleza que podría ser el de cualquiera de estas fases o algo completamente diferente.⁸⁰

Desde una perspectiva histórica contemporánea, la moda, el cine, las revistas, la música y la televisión han tenido un impacto considerable en la gente. Sin embargo, el concepto de belleza se ha ido transformando conforme a

⁸⁰Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p. 10.

necesidades que determinan todos los preceptos de la sociedad según su época y contexto social.

En el caso particular de México, la belleza femenina se dirige a gente con características específicas, teniendo en consideración aquellos patrones implementados por la primera potencia.

Las acciones tomadas, en este caso de Televisa, conduce a la implementación y al culto del cuerpo en su expresión sajona, muy distante de la vivida en el país.

Esto es, la fijación que se crea desde los medios de poder, para difundir entonces, a través de sus programas o comerciales, el estereotipo de belleza femenina con un estilo de vida, al que no muchos mexicanos tienen acceso.

Mujeres rubias, delgadas con facciones delicadas y con una sutil vanidad, inundan la televisión en México, en un país donde el mestizaje cultura, es una realidad en la sociedad, desde hace ya varios siglos.

Cabe mencionar, que en la concepción de la historia contemporánea, hablando específicamente de las mujeres desde un ámbito visual, la belleza ha respondido a las relaciones entre la imagen y la ideología del poder, esto ya estudiado anteriormente. Lo que hace diferente el análisis de esta investigación, son los factores que repercuten, en ver al cuerpo como un ente imperfecto, comparado con lo que se vende y se muestra a través de los medios visuales.

Lo que dirige a tres factores claves que se encuentran inmiscuidos en el desarrollo de capitalizar al cuerpo femenino mexicano. Pasando de una mujer voluptuosa, a mujer delgada con cara de niña, el ser deseable y en casos extremos la recurrencia a las enfermedades de trastornos alimenticios.

Puedo decir entonces, que en cada época, la belleza ha impuesto moda y viceversa y ésta, puede repercutir en la subjetividad de las mujeres a través de factores específicos que determinaran, cómo poder ser y estar dentro de los patrones estipulados por la misma sociedad.

Por tal motivo, a través del tiempo ha existido una transformación de los modelos el cuerpo de las mujeres, donde la reacción nos guía al proceso de un

cambio en la manera de sentirse, entenderse, vivir y convivir, paradójicamente estos procesos de transformación, las sumerge en un mundo narcisista que reclama la perfección como vehículo de comunicación, donde las preguntas emanan en el diálogo, que surge a través de los medios visuales por excelencia:

¿Cómo ven su propia identidad? su integración social, sus capacidades y sobre todo, cómo confrontan desde el exterior la representación de sus cuerpos.

Es así como me adentro a la historia de la belleza que nos antecede, mujeres perfectas, iconos artísticos, literarios y más, que son representaciones de estereotipos de belleza, de lo que en su momento fue la perfección al trascender por los siglos.

ENTRE DIOSAS Y REINAS, LOS CIMIENTOS DEL ESTEREOTIPO

La relevancia del cuerpo femenino a lo largo de la historia, ha dejado huella en todas las culturas. Partiendo de esta premisa, observo que la belleza física de las mujeres recibe mayor consideración que la de los hombres.

En este punto planteo, que existe la construcción del cuerpo femenino desde la idea masculina, así también como la valoración subjetiva y social que encamina a las mujeres a vivir desde el cuerpo mismo, considerándolas con funciones primordiales tales como el engendrar, amamantar y parir.

El concepto de belleza femenina, se gesta entonces desde el cuerpo y su representación sociocultural. Sin embargo, no todas las culturas coinciden con el mismo concepto de belleza, pero si todas, coinciden con el papel que desarrolla el cuerpo y su manera de vivirlo, como medio de interacción social, naturalmente.

Por ello, hablar de la belleza, es hablar de un gusto en particular, de algo agradable a la vista de uno, y es aquí donde se desarrolla toda una discusión de lo bello.

En esta revisión que hago, del ideal de belleza a través de los siglos, expongo, varias interpretaciones. Y a su vez, denoto que existe el reconocimiento de las cosas que resultan agradables a la vista de unos, independientemente de lo que significa para los demás, claro, desde una lectura fuera del contexto expuesto.

Como primer ejemplo. En la antigua Grecia, la belleza es sobre todo armonía en las proporciones del cuerpo, ahí tenemos a Afrodita, llamada la Venus de Arles quien sería un canon absoluto de la belleza antigua, y que decir del perfil griego, que fue idealizado por los escultores de la Grecia Clásica.

Aunque los mitos y la epopeya homérica nos hablan de las prácticas de higiene de los griegos de los siglos XII al VIII a. de C. (baños y aceites perfumados), también nos muestran a la belleza en aquellas interpretaciones de las bellas artes, conjugando la naturaleza y la perfección del cuerpo, rubias, con el vientre abultado, con senos grandes y una piel lucida y blanca. Todo esto se retrata en las normas cosméticas de aquellos tiempos y decían lo siguiente: El arte del ornamento en la medida en que se ponen en armonioso orden diversos elementos, se presta en primer lugar un cuidado particular de la higiene, interna y externa, siguiendo los consejos de Hipócrates, que recomienda el ayuno regular, el ejercicio físico y los baños frecuentes. Se cepillan los dientes, se lava el cabello y, tras el baño, se frota el cuerpo con una raedera especial, la estrígila, para retirar el sobrante de aceite de oliva, almendra o sésamo que sirvió para lavarlo, así como para activar la circulación. Toda clase de ungüentos aromáticos protegen la piel. Hasta el siglo III a. de C. no se maquillan o apenas lo hacen, excepto las cejas, que, para ser bonitas, deben retocarse y dibujar un arco único, como las de la amante de Anacreonte (es un poeta griego nacido en la ciudad de Jónica de Teos), a la que éste dedicó un poema.⁸¹

El concepto que se tenía entonces de belleza se gestaba a través de la divinidad, por tal motivo los seres humanos debían seguir esa idea de la perfección. Los dioses eran el estereotipo perfecto a seguir, y es a través del arte que se puede plasmar ese ideal. En esta época existió la interacción del ser humano con la naturaleza de forma intrínseca. El concepto de belleza es muy distinto al que hoy conocemos, debido a la conexión que existe, entre el cuerpo, el alma y la naturaleza desde una idea filosófica. En este caso la imagen de Safo es un claro ejemplo de esta idea de belleza.

⁸¹Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p.32.



Jacques-Louis David, *Safo y Faón*, c.1809.⁸²

Sigo con el ejemplo de la edad media. Más allá de la definición estrictamente teológica, la percepción de belleza se puede observar en la dualidad entre lo carnal y lo espiritual. El retrato individual es escaso por lo general, y sólo se pueden observar: el rostro femenino en las vírgenes, las santas o fieles que traducen los preceptos de la fe cristiana.

Lejos de encontrar la forma pura de la reproducción de la belleza de sí misma, se refleja la resignación, la fe, la beatitud. Existe esa dualidad de la belleza por un lado, un ejemplo es el significado del color rojo: sólo un color puede dar la gracia a las mujeres: es el rojo del pudor, el rojo del decoro que tiñe la frente de las vírgenes y casadas (San Gregorio Nacianceno)... sirve como confesión: revela el rastro indeleble del pecado consanguíneo a la condición femenina, del que la mujer honesta que, por fuerza, va a arrastrar al hombre, no puede sino sentir venganza.⁸³

Dirigidos desde ideas religiosas, la sociedad de la edad media, no muestra el cuerpo femenino en su expresión natural, sino que hace referencia a éste, en el arte religioso.

⁸²<http://www.taringa.net/comunidades/tkaffee/1590750/Safo-de-Lesbos.html>. Museo del Hermitage, San Petersburgo.

⁸³Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006 p. 39.

Como se lee en la anterior cita, existe esa la dualidad del color rojo, en representación de lo “bueno” y lo “malo”, donde el rol social, espiritual y cultural emana del cuerpo femenino, y es el mismo cuerpo, el que produce estos dos lados opuestos, que conjugan formas de dirigirse de la sociedad, desde la moral, es decir, desde el pecado.

Es en la literatura donde se ve una homogeneidad en el ideal de belleza que va desde el siglo XI hasta el XV, donde las mujeres eran descritas y concebidas como bellas con el siguiente estereotipo. La heroína de las novelas era un reflejo de lo deseable y de lo que se quería como modelo a seguir desde Alain de Lille, Adam de Halle y Chrétien de Troyes reflejaban a la mujer como “blanca como la flor de li, la leche o el espino blanco; aún adolescente o, en cualquier caso, muy joven, como certifica la redondez de sus senos, está dotada de un cuerpo virginal y delicado, esbelto y grácil, con hombros ligeramente caídos, busto estilizado, extremidades largas, caderas estrechas, riñones arqueados y vientre redondo y prominente bajo un talle delgado...”⁸⁴

Otro medio que refleja el ideal de belleza es la literatura. Conforme a lo citado previamente, puedo observar que las reglas enfatizadas a los cánones de belleza, conforman ya, un estricto patrón a seguir. Un dinamismo entre el cuerpo, la cultura y el deseo de reprimir desde la religiosidad misma.

Aquí, los patrones estipulados por la sociedad, y sobre todo, los preceptos de la iglesia, conforman el escaparate y el dominio de esta institución, para estructurar así, el concepto de belleza en toda la extensión de la palabra.

⁸⁴ Ibídem, p. 45.

En el Renacimiento, el humanismo es la palabra clave. Desde la ciencia, la filosofía y la pintura, se busca la perfección de las formas mediante la armonía de las proporciones.

El arte se hace filosofía. Es así como Agnolo Firenzuola crea el tratado de la belleza de las damas en 1540, y conceptualiza la belleza como una concordia bien ordenada. En este libro se clasifican los diversos cuerpos.

En 1539 Augusto Nifo en su libro dedicado a Juana de Aragón *La belleza y el amor*, se definen los criterios de la legitimidad de la belleza:

La longitud de la nariz debe ser igual a la de los labios; la suma de las dos orejas debe ocupar la misma superficie que la boca abierta, y la altura del cuerpo ha de contener ocho veces la de la cabeza. No debe marcarse ningún hueso en el alto pecho, cuyos senos han de tener la forma de una pera invertida; la mujer ideal será alta sin la ayuda de los tacones, ancha de hombros, estrecha de cintura, con caderas anchas y redondeadas, manos carnosas aunque con dedos alargados, piernas rotundas y pies menudos.⁸⁵

Desde el cuerpo hasta el rostro debían ser perfectos, todos opinaban de ello, hasta Maquiavelo que aseguraba que la mano de una mujer es hermosa si se trataba de una mano alargada. Es ahora donde las alegorías, la mitología y la religión, adoptan como modelos a mujeres reales, ya que las sociedades que se desarrollaron en el Renacimiento se apasionan tanto por la forma como la fisonomía y la psicología.

Finalmente, debo hacer hincapié en la imagen de María como representación simbólica de las mujeres desde la ideología cristiana en este contexto.

María no es mujer, sólo es una madre-virgen, la portadora del dios encarnado, y se ve reflejada en quienes son y quienes no lo son, ya sean casadas, viudas o prostitutas.

⁸⁵ *Ibídem*, p. 52.

Así la sexualidad será eje definitorio de la consideración femenina. Las mujeres a pesar de los avances de la ciencia y las artes, no dejaron de ser lo que desde épocas anteriores había sido, es decir, imágenes difusas, contradictorias y fragmentadas, clasificadas, normadas y fiscalizadas, desde el universo masculino. En este caso pongo como ejemplo la imagen de *La Venus de Milo*, la imagen perfecta que simboliza este periodo.



Alejandro de Antioquía, *La venus de Milo*, 130 a. C.-100 a.C.⁸⁶

⁸⁶<http://www.ciudadeseuropa.com/paris/lo-esencial-de-paris/el-museo-del-louvre/la-venus-de-milos/>. Museo de Louvre, Paris.

En épocas posteriores, el concepto de belleza, seguía reflejando la superioridad y la gran brecha de las clases sociales.

La exuberancia del Renacimiento es combatida por la Reforma y la Contrarreforma. Una lucha de poderes entre protestantes, católicos, jesuitas, jansenistas, entre otros. Estigmatizan todo lo que tiene que ver con el cuerpo.

La belleza de la mujer debe ser majestuosa, digna y solemne. La cabellera de las mujeres es recogida, la coquetería y la indecencia son condenadas, los escotes son prohibidos.

De hecho todo el cuerpo es cubierto por capaz de tela para no provocar bajas pasiones. Es el *Tratado de Trento*⁸⁷ (1545-1563), quien dicta las bases de la contrarreforma católica. Esto se plasma de una manera tajante. La idea de matrimonio con sus doctrinas, rituales y consideraciones religiosas legales, siguen el modelo de la creación de Eva a partir del cuerpo de Adán.

El hombre es el señor y dador de vida de la mujer, por lo tanto la implementación del matrimonio conlleva limitaciones y formas de pensar que dirigen a las mujeres a ser hijas, esposas y madres, sin ningún beneficio, simplemente servir.

Es el reino del pudor, apoyado en la hipocresía, como denuncia Moliere en el *Tartufo*. Se oculta ese seno que no podrían ver, y la iglesia condena los escotes, que se convierten en un grave pecado que sólo puede absolver el obispo.⁸⁸

Las mujeres siguen siendo vistas y tratadas de la misma forma socialmente y lo ejemplifico con la siguiente frase de Thomas Fuller: "El hijo, es hijo hasta que tiene esposa. La hija, es hija todos los días de su vida."⁸⁹

⁸⁷<http://multimedios.org/docs/d000436/>

⁸⁸Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006Ibídem, p.255.

⁸⁹ Thomas Fuller, Clérigo y escritor británico, 1610-1661.

La imagen que a continuación propongo es la de la reina Elizabeth I, quien muestra los preceptos de la época. Desde el vestido, el cabello, la piel, hasta la clase social a la que pertenecía. Le dan a ella ese distintivo del estereotipo de belleza, que la envuelve también en el doble discurso de la perfección inalcanzable. Su contrastante imagen iconográfica se genera debido al poder que representaba como cabeza de la monarquía y por ser una mujer no tan convencional en la época que vivió.



Isaac Oliver, *Rainbow Portrait*, c.1600.⁹⁰

Es el turno de ver el estereotipo de belleza en el siglo XVIII. Esta belleza, deja a un lado a las cortes imperiales, a las mujeres que desde siempre habían tenido acceso a los métodos y técnicas de belleza.

⁹⁰http://www.biografiasyvidas.com/biografia/i/isabel_i.htm. Isaac Oliver, *Rainbow Portrait*, c.1600.

En esta época, para ser bella, no se necesitan tener los rasgos finos como las burguesas, sino tener un cuerpo y espíritu que emanen alegría. Una belleza más natural, más cotidiana.

Es en el siglo de las luces con la influencia de Rousseau, Diderot, Beaumarchais, Marivaux y Milton, donde se ve de nuevo un respiro de la belleza.

La representación de los cuerpos femeninos se vuelve a humanizar y con ello, vuelve la sensibilidad, la espiritualidad y la intimidad, en el cuerpo mismo.

Los procesos por los cuales atraviesan las formas de pensamiento, la sociedad y la política entre otras, se mezclan para crear una belleza diferente; algo nunca antes visto. Es aquí, donde da a luz el famoso corsé, una prenda femenina que enmarca un icono de moda femenina. Este último fundamentado en la idea básica de dibujar perfectamente el cuerpo femenino.

Las mujeres consideradas bellas en esta época, son identificadas con características similares a contextos anteriores, con un rostro dulce, con la nariz pequeña y una tez de porcelana.

Menciono también que en éste momento, en Francia se crea una corriente higienista, que permite a la burguesía afirmar una pulcritud, que se toma después como superioridad ante la clase obrera.

Castaña más que rubia, lleva el cabello recogido hacia arriba, desde donde se derrama de nuevo en rizos cortos, y sigue teniendo la piel muy blanca muy fresca gracias a una nueva generación de cosméticos y aguas de colonia. No obstante más que un rostro, es una silueta la que la define. Porte de cabeza muy erguido: el hombro y el brazo desnudos, muy torneados; el pecho, alto y pequeño, y las piernas, largas y visibles bajo los finos velos de los vestidos toga, inspirados en la estatuaria griega. Madame Récamier simboliza evidentemente la belleza de esta época.⁹¹

⁹¹Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p. 64.



Jacques Louis David, *Madame Récamier*, 1800.⁹²

El romanticismo recupera en las mujeres, la dualidad del ángel y el demonio. Lo refleja desde Goethe a Musset y de Keats a Baudelaire.

Ellas van desde ingenuas, pero fatales, atractivas y peligrosas, quizá, esto surge del imaginario de los mismos artistas y de una visión que se implementó poco a poco, en lo que significaba y representaba la belleza femenina. Sin embargo, la liberación de las sensibilidades crea un dinamismo con la belleza, en un contexto como lo fue el Romanticismo

Se retrataban las burguesas, así como las mujeres de escalas sociales inferiores.

Se abre de par en par, la idea a los talles con cuerpos voluptuosos, con pechos abundantes, las manos fuertes, con una piel blanca y pálida, es en este periodo donde la fotografía complementa esta democratización de la imagen de la belleza femenina, que se verá reflejada de ahora en adelante.

Si Francia sueña con oriente y Odaliscas, Inglaterra se refugia en un pasado ideal, tejido sobre la leyenda del rey Arturo, la búsqueda del santo Grial, la mesa redonda y

⁹²<http://daystarvisions.com/Pix/Masters/pg6.html>. Museo de Louvre, Paris.

la perfección estética del Renacimiento. Mientras que la era victoriana y puritana predicaban una belleza modesta estricta y sin maquillaje, las bellas pintadas por los prerrafaelistas dejan frotar su espesa cabellera ondulada pelirroja o castaña a imagen de Jane Morris la musa de Dante Gabriel Rossetti, con labios carnosos y rojos, nariz marcada y profunda mirada trágica. Delgadas pero altas y esculturales, lánguidas y abandonadas o ariscas y altaneras pueblan un universo más alegórico que real. Mitad ángeles, mitad diosas, mitad mujeres en flor, mitad flores del mal, mas que formar parte del prosaico entorno cotidiano, surgen del imaginario de artistas transportados por el éxtasis de paraísos a menudo artificiales.⁹³



Pierre-Louis Pierson, *El juego de la locura*, 1863-1866.⁹⁴

Como consecuencia del ascenso de la burguesía en el siglo XIX requiere de cambios trascendentales en el marco político, económico y social que detona un proceso de pensar y vivir la vida desde otra perspectiva, grandes acontecimientos,

⁹³NathalieChahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p. 72.

⁹⁴<http://maquinariadelanube.wordpress.com/2011/10/24/pierson-y-la-castiglione-el-juego-de-la-locura/>

rupturas nunca antes vistas, derrumbes de primeras potencias y la llegada de otras. Sin lugar a duda, quizá la belleza de la mujer quedó opacada. Sin embargo para los historiadores dio un sin fin de material para analizar y estudiar el contexto y lo visto en aquel tiempo, esto gracias a la fotografía.

Con los ejemplos previos se abre el diálogo para explicar cómo las imágenes que he tomado se convierten en iconos. Las imágenes han tomado forma y significado en su proceso de construcción y nos dirigen a dos puntos primordiales que son: la expresión y la significación.

Expresar es propiamente llevar desde “adentro” hacia “afuera” -por presión y de manera directa- emociones, sensaciones o estados anímicos. En la significación, en cambio, se supone que hay un corte entre las emociones o sensaciones y su representación sensible (el signo). Esto nos remite a lo dicho en el párrafo 26 sobre la superación de la tricotomía materia-forma-contenido: la materia y la forma no están separadas ontológicamente de su contenido; a su vez, la materia no es un peso muerto al cual la forma da organización.⁹⁵

Es decir, la imagen rompe esas barreras de la objetividad, convirtiéndose en un objeto no sólo visible, sino tangible, medible, puede llegar a ser exhibida, adorada, copiada e incluso reproducida, construyéndose así misma desde con carácter físico que no se limita a tener un contenido espiritual o conceptual, sino va más allá de eso. La imagen se vuelve significado, se vuelve espíritu se vuelve un concepto.

Al igual que las palabras, a las imágenes se les ha atribuido desde cualidades mágicas y religiosas hasta la capacidad de fungir como instrumentos del conocimiento. En pleno movimiento iconoclasta (siglo VIII), Teodoro Estudita era consciente de la naturaleza física de los íconos cuando afirmaba que:

Si al ver una de estas imágenes no se tomaba en cuenta su semejanza con el arquetipo (“Cristo”, “Dios”), entonces estas deberían ser llamadas “madera”, “colores”, “oro”, o cualquier otro nombre según los materiales empleados. Sólo

⁹⁵Fernando Zamora, *Filosofía de la imagen. Lenguaje, imagen y representación*, ENAP, 2007, p.126.

cuando se atendía a su relación con el arquetipo, dejaban de ser madera, colores, etc., y se convertirían en Dios o Cristo. Teodoro Estudita percibía que la materialidad de la imagen es inmediata, no su valor representativo y menos aún su carácter inmaterial o imaginario.⁹⁶

⁹⁶Mahmoud Zibawi, *Icono: sentidos e historia*, LIBSA, Madrid, 1993, p.67.

EL CUERPO FEMENINO COMO FACTOR DE SEDUCCIÓN EN EL SIGLO XX Y SUS PRIMEROS AÑOS

Es el comienzo de algo que revolucionará todo lo hecho y visto anteriormente. Las revoluciones económicas, políticas y sociales que anteceden a esta construcción de la belleza a partir de 1900, creará paradigmas maleables que determinarán cada vez más, lapsos de moda y reinvención de los parámetros estéticos de las mujeres en periodos cortos.

Es a partir de 1900, que la moda de los estereotipos femeninos cambiará por décadas y no por siglos.

Todo el proceso de formas y costumbres que determinarán el camino a seguir del significado que se le dará al cuerpo femenino de ahora en adelante, se verá reflejado en el discurso entre los medios visuales masivos y las mujeres que tendrán acceso a él.

En 1900 las revistas (*La Modepourtous, Le PetitÉcho de la mode o Les mode*) resaltaban lo bueno que eran todos los productos de belleza y los métodos que se utilizaban para alcanzarla. Desde lo más simple como el uso de unos pepinos hasta vendar el cuerpo, así como el empleo de mezclas que en su momento pudieron causar riesgos y efectos secundarios todos estos formaron parte de los consejos dirigidos a las mujeres de aquellas épocas. Si nos adentramos en las cosméticos, los polvos son el cosmético por excelencia utilizado por las mujeres para dar una textura mate y pálida en la piel. Ya para entonces existe *Vogue* y *L'Oreal*, se crean los primeros salones de belleza en 1908 y 1909 por Elizabeth Arden y Helena Rubinstein.⁹⁷

El baño para entonces es aún un lujo y son instalados para la clase alta. Las mujeres a las que se les consideraba bellas tienen un cuerpo esculpido, con caderas pronunciadas, pechos grandes y una piel blanca y cuidada. Existe por primera vez la mujer con el cabello corto, y sobre todo la higiene corporal se juzga para determinar la salud de la clase alta. Se hace mucho énfasis en este punto,

⁹⁷Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p. 67.

debido a que la belleza iba acompañada de la higiene y por supuesto de la clase social.

En la década de **1910** la belleza de la mujer atrae un nuevo sentido a la vida cotidiana, los cánones que se utilizaron en épocas pasadas se reestructuran de una forma paulatina. Para entonces existe más diversidad y conceptos de lo que puede parecer deseable.

Europa se abre y mira al exterior. *Vogue* destaca la belleza de culturas lejanas. Un ejemplo de ello, es la aparición de mujeres turcas, en las paginas de la revista, donde describe: cómo se pintan los ojos las mujeres de esa región, con ese polvo negro que sólo determina el final de los ojos, con el fin de hacerlos más grande.⁹⁸

El cine explota el cuerpo de la mujer, en Estados Unidos aparece Theda Bara en *A fooltherewas* (Frank Powell, 1915), en aquellas poses lascivas y con ese toque de *vamp* (diminutivo de vampiresa) seductora, narcisista y despiadada. Dándole paso a una proyección nueva, que deja atrás las dictaduras corporales del pasado, entonces el cuerpo por fin se esta liberando.

Otro ejemplo es el cine italiano que lanza a sus divas y crea divinidades. Ellas aportan al cine artificios distintos de los del teatro y señalan la transición de un siglo afectado por la guerra.

Los melodramas mundanos y pos-simbolistas se llenan de mujeres fatales con vestidos extravagantes, en posturas lánguidas o con ondulaciones convulsivas, siempre perseguidas por una desgracia que deben expiar.⁹⁹

No sólo las mujeres de la alta sociedad figuran como estereotipos de belleza. Ahora existen las estrellas de la pantalla, quienes definen el modelo estético de las mujeres. Hay un cambio que refleja un mundo más real.

⁹⁸ *Ibíd*em, p. 90.

⁹⁹ *Ibíd*em, p. 96.

En 1914 la guerra acaba con la *Belle Epoque*. Entonces las mujeres son obligadas a llevar las riendas de la vida cotidiana, familiar y económica. Desde este momento se gesta el consumismo por parte de los Estados Unidos y su belleza trasnacional.

Nuevamente las mujeres se ponen a trabajar fuera de casa. Ahora forman parte de la clase obrera que maneja las maquinas de la guerra, conducen tranvías o cosechan los campos.

Todas estas transformaciones compenetran una nueva idea de ser mujer, de igual forma se reestructura toda la visión de lo que sería entonces el modelo de cuerpo que se impondrá para el siglo XX.



Estudios Fox, *ThedaBara en: Cleopatra*, Los Ángeles, 1917.¹⁰⁰

¹⁰⁰<http://theyhadfaces-silentfilmblog.blogspot.mx/2010/06/femme-fatals-and-their-fabulous.html>

La ropa se empieza a ser más funcional, las mujeres se hacen más prácticas, los peinados de entonces, muestran el pelo hacia atrás con un flequillo recto y la palidez sufre un pequeño roce.

En Estados Unidos, se empieza a tomar en consideración el bronceado y la piel dorada. Entre 1920 y 1930 en Francia se abren más de veinticinco mil salones, se empieza a gestar una industria magna para poder potencializar el uso de productos para las mujeres de ese entonces. Ya existe entonces *Coco Chanel* y *Wella*.

La industria de la belleza produce cada vez más y las mujeres toman de ella, las mejores tendencias. Lo visual se torna cada vez más cotidiano.

El ejemplo que pongo es a Coco Chanel, una mujer no tan convencional, decidida a formar parte del nuevo proceso económico que tomaba en cuenta a las mujeres. Crea para todas las féminas de la época formas y estilos, aromas y tendencias de lo que se debe de usar para poder tener prestigio, y a la vez buscar esa necesidad de anhelar un estatus.

La imagen es la de una mujer decidida, con una mirada que provoca reto. La pose en perfil fomenta un poderío y una arrogancia de sobremanera. En ella podemos ver también un peinado estilizado y corto, que marca una tendencia de diferencia y de protesta en contra de los cánones de belleza femenina de épocas pasadas. Vemos también perlas en su cuello, un símbolo de glamour y de poder económico. Sus pendientes hacen el juego perfecto de estilo e ímpetu para desarrollar una imagen completa que encierra estilo, belleza y fuerza. Por último, existe el detalle del cigarrillo, un toque masculino, que si bien juega con la subjetividad de la imagen, provocó en la época el descontento de la sociedad más radical.

Se trata de una mujer independiente, exitosa en los negocios, que dejó un legado multimillonario en la rama de la moda y en la alta costura del mundo. Pero el trasfondo es el hecho de la gestación del consumismo, y la construcción de modelos a seguir que quedarán marcadas para épocas posteriores



Lipnitzki/Roger Viollet, *Coco Chanel*, Paris, 1926.¹⁰¹

Los años veinte, son herederos de la *Belle Époque*. Existe un nuevo tipo de sociedad, desde una estructura más dinámica, más urbana y cosmopolita. El dinamismo de las personas en general trasciende para poder olvidar los rigores y la catástrofe que había puesto la guerra.

La moda de los años veinte, no fue una aparente superficialidad, sino fue más que eso, la expresión de un símbolo de rebeldía, pues la actitud femenina frente a la sociedad reflejaba estragos inminentes de los cuerpos y las ideas de las mujeres. El siglo XX se caracterizó entonces por lo dinámico de las rupturas y los años veinte fueron el inicio del cambio.

El mundo se transforma, se viven conflictos a gran escala, Europa vive el fascismo, Estados Unidos atraviesa una crisis económica que afecta a todo el mundo.

¹⁰¹<http://visionaryartistrymag.com/2011/01/chanel/>

Sin embargo, un hecho que revoluciona todo lo conocido y visto anteriormente, se transforma gracias a la llegada del cine.

En 1931, emerge el cine sonoro, se admira a Greta Garbo en *Anna Cristie*. Es aquí donde pongo mucho énfasis en la cuestión visual y su repercusión en el cuerpo femenino. El cine es quizá el parte aguas que establecerá, un nuevo ritmo y estilo, en la vida cotidiana, así como en la moda, el arte y la belleza aparente de las mujeres.



Metro-Golwyn-Mayer, *Jean Harlowen: Dinner at Eight*, 1933.¹⁰²

Las estrellas del cine marcan la moda y los estereotipos a seguir. El cabello se lleva a los hombros y el fleco desaparece poco a poco. Comienza el despunte de los tintes para el cabello, el color rubio platinado se populariza por todo el mundo. Una de sus precursoras es la famosa actriz Jean Harlow, quien hace la publicidad para *L'Oréal* en 1932 con el eslogan: prefieren las rubias y se casan con ellas... ¿Por qué será? ¹⁰³ Las tendencias se dictan desde Francia y Nueva York, cabe mencionar que a pesar de lo acontecido en ese tiempo, París sigue siendo un símbolo de refinamiento, prestigio y vanguardia.

¹⁰²<http://thestarsofhollywood.tumblr.com/post/18905085822/jean-harlow>

¹⁰³Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p 136.

Mientras que Nueva York, va adquiriendo poco a poco una imagen moderna gracias a las estrellas de cine que inundan sus pantallas. La gran depresión que sumiría a Estados Unidos y a Europa, genera un malestar en todas las naciones, que desemboca en la segunda guerra.

Como consecuencia de la guerra, a partir de **1940** Europa sufre pérdidas humanas y económicas, así como una desestabilización. Esto significó, que la mayoría de las actrices huyeran del nazismo y se refugiaron en Nueva York y al sur de Francia, lo que alimentó la creatividad de estos. Respecto a Londres y París, la moda se comienza a reciclar, las mujeres son más prácticas, debido a la transformación que trajo consigo la guerra.

Las mujeres son cada vez más delgadas, deben cuidarse para no adelgazar demasiado, ya que en ocasiones se les podía confundir con enfermas de tuberculosis.

Por ello surge la campaña de doctrina nacional de educación física, con la idea de formar mujeres robustas y limpias. Las mujeres han transformado poco a poco sus roles sociales. Y tras ese cambio, existe el miedo, a que éstas, puedan o quieran, deslindarse de sus roles sociales como ser madres o esposas.

Es el caso de la revista *Votre Beauté* y que en su estilo particular introduce a las mujeres a la doctrina de la belleza y la salud:

La belleza sinónimo de salud, se erige en deber nacional. Las preocupaciones, las restricciones y la angustia amenazan más que nunca vuestra belleza. Ahora más que nunca vuestro deber es manteneros en forma, sanas, robustas y pulcras, para poder procrear, escribe en septiembre de 1942 el redactor jefe de revista.¹⁰⁴

El exilio, las decadentes estructuras políticas y Estados Unidos, en su papel dominante ante la guerra, conforman esa ruptura radical que transformó a los cuerpos femeninos y los trasfiere a un panorama distinto de sobrevivencia.

En los Estados Unidos, el glamour de Hollywood crea expectativas, nunca antes vistas por el sector adquisitivo. El uso de cosméticos es cada vez más utilizado por el sector adquisitivo en todos los niveles.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p 138.

En 1941, según informa el *New York Times*, se venden en los Estados Unidos, barras de labios por valor de veinte millones de dólares, una cifra en constante aumento en periodo de la guerra.¹⁰⁵

Hollywood inicia su época dorada, se fomenta la actividad cinematográfica. Las estrellas femeninas juegan un papel importante en este momento histórico. Sus personajes giran alrededor de historias de guerra, del valor y la dedicación. Rita Hayworth (Vidor, Charles, *Gilda*, Virginia Van Upp, Estados Unidos, 1946, 110min) es un icono de la belleza en aquella época.

Comienza la era del glamour, se tiene ya un modelo femenino que seguir y las mujeres no dejan de imitarla. El papel de vampiresa reproducido por el cine refleja a una nueva mujer que es: seductora, atrevida y totalmente provocadora, con una belleza espectacular.

Después de la guerra, viene consigo el auge del cine europeo y con ello la encarnación de la belleza en mujeres morenas y exuberantes tales como: Arletty, Michele Morgan, Mará Casares, Micheline Presle, Simone Signoret, Anna Magnani o Silvana Mangano, que mostraban al mundo la diversidad de los estereotipos.

Las mujeres comienzan a ver un panorama distinto, existen transformaciones radicales que llevarán a un futuro no muy lejano a constituirse como modelos a seguir a todas esas mujeres que inundaban las pantallas de todas las sociedades.

¹⁰⁵ *Ibidem*, p.140.



Columbia Pictures, Rita Hayworth: Down to Earth, 1947. ¹⁰⁶

Una época inigualable, es el momento del *jet set* (1950), el extremo lujo, el placer y la elegancia. Este nuevo estilo de vida, se empieza a fomentar después de la aparición de la televisión en el sector de consumo de clase media y alta.

De ahora en adelante, se empezarán a transmitir acontecimientos de lo que sucede a través del mundo. En 1947 el matrimonio de la princesa Isabel y el duque de Edimburgo abren la cadena de bodas dignas de los cuentos de hadas, las mujeres de clase alta son atraídas por estos acontecimientos, comienza la práctica de anhelar lo distante.

Esto se ve, en el alza en ventas de cosméticos y todo lo referente al aseo personal de las mujeres. La palidez del rostro enmarca de nuevo a la época, donde el ingrediente novedoso, es el reflejo de la imagen de una diosa del hogar, creando así a la mujer objeto estilizada. El *Time Magazine* publica en 1958 en sus páginas lo siguiente:

Son las 6:45 de la mañana y su marido duerme aún, pero la bonita señora de James Locke se sienta delante de su tocador en su vivienda de tres habitaciones de San Francisco, con la cabellera rubia cubierta con una

¹⁰⁶<http://www.cineforever.com/2008/10/16/rita-hayworth-su-filmografia/>

redecilla de nailon. En medio de una multitud de frascos aromáticos, lápices y tubos, trabaja como una alquimista, se retira la crema de noche, se humedece la piel con agua helada y, durante un breve instante, muestra su verdadero rostro. Luego comienza la metamorfosis: se aplica una capa de maquillaje, creando una marcara pálida e inexpresiva; después, una nube de polvos de color carne y, a continuación, sombra turquesa en los párpados y unas gotas de perfume detrás de las orejas, en las sienes, en las muñecas y en los codos. Con un lápiz oscuro vuelve a dibujarse las cejas en un marcado arco, y se aplica rímel en las pestañas. Veinte minutos más tarde llega el toque final: la barra de labios anaranjada, a juego con el esmalte que cubre sus largas uñas. Lista para enfrentarse al mundo, se va a la oficina. Las señoras Locke, sobre todo las que trabajan, se gastaron en 1957 cuatro mil millones de dólares en su ritual de belleza.¹⁰⁷

El objetivo del consumismo y el de crear un imaginario colectivo en la gente había funcionado a la perfección.

Estados Unidos, estaba llegando a todo el mundo con su belleza trasnacional. Las elites de cada país, estaban en constante interacción con los modelos a seguir por medio de la televisión y otros medios de comunicación de masas. Evidentemente son aquellas elites quienes adoptan estos modelos a seguir por su capacidad económica.

Parto de este hecho para determinar entonces, que a partir de 1950 se gesta la relación intrínseca del estereotipo y los procesos de seducción, que sirven como factor primordial de la percepción selectiva, es decir, a la parte clasista que determinó el consumo de un producto que condujo a sentar las bases para crear comparativos de belleza, relacionando belleza con consumo.

El cuerpo femenino para entonces responde a factores de sometimiento en condiciones complejas. Si partimos de los ejemplos previos donde observamos imágenes íconos ya consagradas, referentes de belleza perpetuados en los

¹⁰⁷Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p.89.

medios visuales que serán la cuna de una nueva generación de dominio de poder como lo es el cine, los medios impresos (revistas femeninas) y la televisión, los modelos del cuerpo femenino están mas lejos de la perfección que nunca.

Si recordamos la primera parte de este capítulo donde expongo las fotografías de Newton. Hago énfasis que el cuerpo femenino y su representación a través de las imágenes, han sido reproducidas de mil maneras y no se ha encontrado aún esa perfección. Menor es la probabilidad de que salga a la luz en nuestros tiempos. Desde la idea del icono y sus valores sobrenaturales, pasando por los procesos de seducción que dirigen al cuerpo femenino a un mercado de consumo implementado por los medios visuales. Los modelos del cuerpo y su representación a través de la historia han generado una catarsis en la contemporaneidad, donde sobresale el afán de someter al cuerpo a un duro proceso de domesticación por medio de la seducción y el resultado de este, recae en el ímpetu de la belleza donde el valor inquebrantable que debe de tener una mujer para poder ser exitosa en una sociedad pensada para los hombres es a través de su cuerpo y la perfección de éste.

Más allá del significado o la representación de las imágenes, debemos tener en cuenta que el cuerpo femenino ha sido abatido desde la visión de nosotros los hombres. Las mujeres y su condición de vida han hecho de sí mismas su mayor contrincante, debido a su construcción sociocultural y más aún a la biológica, es decir, los cuerpos de las mujeres tienen un ciclo de vida, más marcado que el de los hombres.

La otredad es un proyecto de la unidad: la sombra con la que peleamos en nuestra pesadilla; y la inversa, la unidad es un momento de la otredad: ese momento en que nos sabemos un cuerpo sin sombra o una sombra sin cuerpo. Ni adentro ni afuera, ni antes ni después: el pasado reaparece porque es un presente oculto.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Octavio Paz, *El laberinto de la soledad Posdata. Vuelta al laberinto de la soledad*, FCE, México, 2011, p. 289.

CAPÍTULO 3

LA TELEVISIÓN VS LOS CUERPOS FEMENINOS



Helmut Newton, *Beautiful lie*, Berlín, 1986.¹⁰⁹

¹⁰⁹<http://prepjerks.com/blog/photographer-helmut-newton/Newton, Helmut, Berlin, 1986.>

EL CUERPO NUESTRO DE CADA DÍA

Cómo ya había hablado en los anteriores capítulos de la relación que existe entre los cuerpos femeninos, los medios visuales y las modas, establezco ahora nuevamente con la ayuda de Newton, y a modo de introducción a este capítulo titulado *El cuerpo nuestro de cada día*, la forma en que se constituye poco a poco la interacción entre los medios visuales y los estereotipos de belleza. En este apartado haré hincapié en la televisión, que sin lugar a duda ha generado en la contemporaneidad paradigmas que trascienden más allá de la lente.

El nacimiento de las nuevas tecnologías, los medios de producción y la gran demanda de las sociedades capitalistas, liberan aquello que vemos montado en la fotografía de Newton. Es el reflejo del hombre occidental, que postrado en sí mismo, recrea a través de su lente un ideal de belleza. Sin embargo, el discurso que se desarrolla fuera de la imagen, muestra la interacción global, donde todos podemos ser partícipes de lo visto, generando así, en el subconsciente de la sociedad, la idea de interacción y de pertenencia a ese hecho en específico. Esto es así porque la televisión genera una dinámica particular entre el mercado y la sociedad, dando pauta a la producción y proliferación de estereotipos del cuerpo.

La mujer que posa desnuda, no es una mujer común; es una mujer estilizada, con facciones delicadas, con un cuerpo sumamente delgado, que nos hace creer que está seduciendo al hombre a través de la cámara. Y es todo lo contrario, ella está seduciendo a la cámara misma, se desvive por ella, porque a través de los medios visuales conforma su propio cuerpo. Su cuerpo y su forma de vida dependen de su capacidad de seducir, que a su vez, las somete y las mantiene atrapadas en la construcción del cuerpo y sus modificaciones radicales.

A partir de lo que he expresado anteriormente, se sobreentiende que los medios de comunicación tienen un doble discurso, referente a los modelos del cuerpo y su estrecha relación con los desórdenes alimenticios asociados a ello.

Así, los procesos socioculturales se tornan complejos gracias a la televisión. Si bien la televisión nos ha servido en mucho, en las últimas décadas del siglo XX

ha convertido la condición de las mujeres en el apego al cuerpo y el culto al mismo. Lo ejemplifico en la siguiente canción, muy difundida en su tiempo a través precisamente de la televisión.

Mira esa cansada humanidad hundida,
Quiere cambiar de vida en el sofá y olvida,
Penas que se alejan imaginando seres de fortuna y gran corazón
Héroes adorados tan ciegamente, condenados a vivir.
Amor y lujo cuerpos de gloria, grandes historias, queremos más
Queremos más, esas estrellas lucen tan bellas,
Aman la música y son como tu, asómbrate, son como tú.
No, no, no soy perfecta, ya lo sé, no hay duda,
Pero soy la perfecta para ti, La tuya.
Somos esos ídolos que inventamos, locos.
Ellos son como tú y yo.
Héroes adorados tan ciegamente condenados a vivir.
Amor y lujo cuerpos y gloria
Grandes historias, queremos mas, queremos más
Esas estrellas lucen tan bellas, aman la música y son como tú
Son como tú, asómbrate, son como tú
Soy la desesperada
La sombra del amor fugaz
La que tuvo y lo perdió todo
La que no se arrepiente de nada...¹¹⁰

“Asómbrate, son como tú”, es una frase que demuestra la subjetividad que encamina las formas tan radicales que se han adoptado en la contemporaneidad con relación al cuerpo perfecto hasta convertirlo en un icono. Se crea entonces un ideal paradigmático, que se va desarrollando paulatinamente. Así tal como lo plantean Naomi Wolf, Michel Bernard y Gilda Gómez Pérez Mitre, los estereotipos femeninos se generan desde las condiciones que emergen alrededor de esta cuestión, que no es simplemente un hecho concreto históricamente hablando, sino

¹¹⁰ Mónica Naranjo, “Amor y Lujo”, Tarántula, Sony, España, 2009.

que tiene cabida en un análisis de perspectivas sociológicas, psicológicas y antropológicas. Son al fin y al cabo puntos de vista, que en cierta medida polarizan y hacen aún más complejo el tema. Sin embargo, el análisis que hagonos encamina hacia ver cómo a través de la televisión se ha ido modificando el cuerpo femenino y su aparente belleza.

Es así como desde la fotografía de Newton desarrollo un preámbulo de lo que a continuación mencionaré en este último capítulo, sentando las bases de mi hipótesis sobre los modelos del cuerpo. Es así que vemos que la cámara y la mujer son la pareja ideal de la mercadotécnica, y con la ayuda de la aspiración generada por el estatus de pertenencia social, se crea el balance perfecto que dará como resultado el culto al cuerpo. Pero no se trata de cualquier cuerpo, será entonces un cuerpo estilizado, lleno de juventud y delgadez extrema, tal como marcan los dictámenes de moda de la nueva época.

MÉXICO EN EL SIGLO XX. BELLEZAS LATINAS

Desde un particular gusto iconográfico, se retrata a una sociedad que pretende transformarse, dentro de un ambiente incierto en lo político, lo cultural y lo económico.

México vivía entonces una lucha constante por una apariencia diversificada. Los usos y costumbres, alejados de la homogeneidad, dejaban mucho que desear con respecto a las mujeres y la concepción de sus cuerpos, en un país incierto y temeroso de las estructuras de poder en que se desarrollaba.

Una guerra mediática entre el pasado inmediato y las nuevas formas transformó estilos de vida. Mujeres y hombres en general estaban sumergidos en la inestabilidad económica y social que aquejaba al país en la década de los ochenta, y los medios de comunicación visuales procuraban distraer con nuevas propuestas de maneras de vivir. Nuevos paradigmas estéticos al fin y al cabo.

Es así como la moda y los ideales femeninos, seguían poco a poco su curso para instaurarse en las entrañas de la sociedad, a través de las estrategias de mercado que vendrían a facilitar su desarrollo a escalas antes no vistas. El cambio de modelo estético en el cuerpo femenino en los ochenta rompía con un estereotipo mexicano bien consolidado a lo largo de todo el siglo XX.

Un ejemplo de ello, a principios del siglo XX, es el de la modelo Nahui Ollin (Carmen Mondragón), quien fuera amante confesa de Gerardo Murillo (Dr. Atl), poeta, pintora, amante de la cultura y el arte. Lo interesante en este ejemplo, es que la modelo era de una familia acomodada, hija del general Manuel Mondragón, quien fuera militar de reconocido prestigio en el Porfiriato y más tarde pieza fundamental dentro de la decena trágica.

A su regreso de Europa, se inserta en el círculo intelectual mexicano de la época, relacionándose con personalidades como José Vasconcelos, Antonieta Rivas Mercado y Salvador Novo. Nahui Ollin fue amiga de las mujeres más hermosas del momento, reconocidas por su desarrollo profesional y sus

costumbres fuera de lo común como son Dolores del Río, Guadalupe Marín, María Teresa Montoya, Tina Modotti, entre otras. Fueron polémicas las fotografías de Antonio Garduño donde posa desnuda, polémica fruto tanto por su posición social, como por la carga abierta y explícitamente sensual de sus poses. Su cuerpo desnudo, hoy considerado con claro sobrepeso, es en aquella época el paradigma de sensualidad y casi explícita sexualidad activa.¹¹¹

Las imágenes que muestro a continuación son específicas e interesantes por su concepto de belleza y sus formas, mismas que determinan un patrón de estereotipo del cuerpo de la mujer en la época de los años veinte. Así, las caderas, el vientre, los muslos y hasta las mejillas, son por entonces se apegan al ideal de belleza en boga en México y en el mundo occidental.

En *El rostro de la locura*, de 1927, vemos de frente el cuerpo femenino, con una pose de modelo incomoda, pero que resalta la pelvis, disimulando cubrir el pubis con el cordón blanco que quizás es solo un artilugio erótico del fotógrafo. Los muslos se hacen notar de manera explícita, con el fruncir de sus piernas alargadas. La mirada fija y desenfadada recalca y afirma su sensualidad.

Demasiado maquillaje en el rostro, los labios profundamente matizados y resaltados, al igual que los ojos. El cabello a la vanguardia europea, en los veinte se empieza a llevar el cabello corto a lo *garçon*, tendencia que impone Coco Chanel.¹¹²

A partir de la imagen, puedo enfatizar que los cánones de belleza de los años veinte eran muy distintos a los de la época que analizo con profundidad en este trabajo. Al parecer, el cuerpo determina un estado físico saludable, y cercano a la realidad de las mujeres de la época en México. Cabe señalar que entonces, en la sociedad mexicana las mujeres con estos cuerpos frondosos eran consideradas bellas.

¹¹¹Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p.106.

¹¹²Ibidem, p. 107.

En la imagen 96, vemos el cuerpo de la misma mujer, pero ahora de perfil. Podemos ver los glúteos y las caderas pronunciadas. El fotógrafo hace hincapié en mostrar con más luz estas partes del cuerpo. Es interesante constatar la proyección masculina a través del lente y que determina la predeterminación por el varón de la belleza del cuerpo femenino. La lente se convierte así en el hombre que ordena y define lo que la mujer debe ser estéticamente.

Por ello es interesante señalar a través de estas dos imágenes que los estereotipos son un mecanismo socializador que implica un peligro de exclusión para quien no consigue cumplirlos o para quien no los comparte.



Antonio Garduño, *El rostro de la locura*, 1927 ¹¹³

¹¹³<http://so-cal-arch-history.com/archives/2358>

Las imágenes muestran un estereotipo de belleza para la sociedad mexicana que se definirá la estética femenina en las décadas siguientes, agotándose recién hasta los años ochenta.

Las caderas, los glúteos y una cintura muy poco pronunciada constituirán el canon a seguir. Sin embargo, fuera de México, especialmente en los Estados Unidos, los modelos del cuerpo así como el concepto de belleza femenina, atraviesan por un lento y paulatino proceso de transición.

Después de la primera guerra mundial, Francia pasa a segundo término en lo que a patrones de moda se refiere. De esta forma es Nueva York quien gana terreno en esta cuestión y se consagra de manera definitiva hacia 1930.



Antonio Garduño, *El triunfo de la belleza*, 1927.¹¹⁴

¹¹⁴<http://so-cal-arch-history.com/archives/2358>

Para entonces se empezaba a gestar una nueva forma de comercio, el consumismo masivo proveniente de los Estados Unidos. Para que esta nueva etapa del capitalismo funcionara, era preciso fabricar nuevos consumidores.¹¹⁵

Son los nuevos mecanismos políticos y económicos que le dan a Estados Unidos el poder de manejar el mercado mundial después de la primera guerra mundial, y es a través de ellos, que las principales empresas trasnacionales de la moda generan estrategias para llegar a todos y cada uno de los posibles consumidores, y México no era ajeno a ello.

En México, los usos y costumbres seguían arraigados en todas las familias y en todos los sectores sociales. La mojigatería hace acto de presencia, las mujeres están solo hechas para el esposo, para el padre y para Dios. Claro ejemplo de esto es lo que dice Monsiváis:

La rendición por el espíritu. La mujer tal y como la entrega el Porfiriato, previa irrupción armada, a la década de los veinte, es distante, hierática, vaporosa, admirable, serena. Este mínimo y máximo espejismo se divide en etapas. Capital Inicial: la pasividad. Meta universal: el matrimonio. Expulsión del paraíso: el adulterio. Exterminio moral y físico: la promiscuidad, de modo ritual. Esta Eva degradada, representa dos extremos de una teología a la medida del patriarcado: es la caída o es la gracia. Sí es la caída, tenderá a confundirse con la gran ciudad, una asechanza sospechosamente similar a los accidentes de trabajo. Si es la Gracia, devolverá con su sola presencia la pureza a quien la contempla (su hijo, su esposo, su asesino)...¹¹⁶

Las mujeres mexicanas crecen con la idea de ser parte de la sociedad a través de roles limitados y sometidos a lo establecido por el patriarcado que prevalecía entonces.

Ante una corrosiva sociedad de doble moral, que entretejía por un lado una vida recta y de principios y por el otro, un desenfreno de promiscuidad y de bajas

¹¹⁵Christopher Lasch, *La cultura del narcisismo*, ed. Andrés Bello, Barcelona, 1999 p. 65.

¹¹⁶Carlos Monsiváis, *Escenas de pudor y liviandad*, Debolsillo, México, 2004, p. 39.

pasiones, la sociedad mexicana crece con ideas explícita y orgullosamente machistas y ofensivas hacia la femineidad. Las mujeres no son tomadas en cuenta, al menos el grueso de la población, gracias a su condición simbólica de menores de edad.

Sin embargo, algunas mujeres de clase alta se desarrollan en el campo del arte y la cultura, un factor de consumo de elite, que de forma precisa llega a ser una de las vertientes que surgen del modelo trasnacional de belleza femenina. Se trata de un modelo concreto de vivencia, de aspiraciones y de acción para las mujeres. Es un modelo relacionado directamente con las mujeres de la ciudad con los medios necesarios de consumo a su alcance.



Diego Rivera, *Retrato de Lupe Marín*, 1927.¹¹⁷

Es así que a continuación muestro la imagen de otra mujer poco convencional como lo fue Lupe Marín, también conocida como la Gata Marín, quien fuera esposa de Diego Rivera. Reconocida escritora, es autora de *La única*, entre otras novelas. Se desenvuelve en círculos políticos e intelectuales,

¹¹⁷ <http://www.cayomecenas.com/mecenas1808.htm>

proyectando una imagen de mujer independiente, realizada y sobre todo extrovertida.

Bella para los cánones de entonces, es poseedora de una fuerza apasionada que no muchas mujeres podían presumir. En la época en la que vivía, resultaba muy difícil que las mujeres opinaran en sociedad. Sin embargo por ser de la élite, pudo gozar de ese privilegio.

La imagen de ejemplo denota una mirada penetrante, unas manos largas dirigidas a su cuerpo, con la boca un poco abierta, que pareciera decir algo. Inquieta, sutil, con azules y verdes que contrastan con sus ojos, expresiva, jamás titubeante. Una imagen muy distinta a las de Nahui Ollin, de la misma clase social, del mismo círculo intelectual, con convicciones distintas y gustos diversos, mujeres con una visión distinta en el arte y la cultura. Sin embargo, es preciso recordar que ambas son presas de modelos de sus cuerpos predefinidos por el gusto masculino, producto de su formación sociocultural que las limitaba ya desde entonces, más allá de excepcionales ambientes intelectuales y económicos.

Otro ejemplo que muestro es el de Tina Modotti, quien llegó a México en 1922. Fotógrafa italiana reconocida mundialmente, expulsada de México en 1930 por razones políticas, al igual que Nahui Ollin y Lupe Marín, se desarrolla en el mismo círculo de amistades, así como profesionalmente en el arte y la cultura. La imagen que se muestra a continuación, obra de su pareja Edward Weston, es una vez más el cuerpo femenino estereotipado de la época.

Ella posa acostada sobre un rebose, el cuerpo es más estilizado que el de Nahui Ollin, sin embargo la pose en la que es tomada resalta la pelvis y por supuesto el bello púbico, la imagen denota los atributos de Tina como son sus senos, sus caderas anchas, sus piernas alargadas y el cabello al hombro. De una forma u otra el cuerpo es expresado artísticamente. Lo interesante de esto, es que las mujeres que posaron y que tomo como ejemplo, son mujeres que de manera singular tienen un concepto de la feminidad estereotipada en la sociedad mexicana, y muestran sus cuerpos tal cuales. La actitud ante sus cuerpos les

permite posar desnudas en una sociedad conservadora. Sin embargo es el cuerpo mismo quien cumple sin duda con los cánones estéticos de lo que debe ser la estética corporal de una mujer en la primera mitad del siglo XX.



Edward Weston, *Tina en la azotea*, 1924.¹¹⁸

¹¹⁸<http://edward-weston-nude-mexico-getty-museum>

Aún así, el concepto arcaico de la mujer tradicional, va quedando paulatinamente a un lado en la clase media y alta, gracias al auge del consumismo y a los estilos de vida que denotan nuevas necesidades prefabricadas. A pesar de ser diferentes en cuestión de educación y preparación intelectual, los sectores femeninos de la clase media urbana son de interés estratégico para la estructura transnacional de la estructura del poder económico. Su poder adquisitivo los convierte en una verdadera terminal de todo el proceso productivo transnacional, tanto en el campo ideológico como en su proyección de consumo. Es por ello que debe ser considerado como un vehículo fundamental de la expansión transnacional.¹¹⁹

Sin embargo las mujeres que antepongo como ejemplos, son mujeres vanguardistas en su comportamiento social. Sin embargo, en el ámbito estético eran paradójicamente lo que la sociedad esperaba de ellas, un estereotipo transnacional que emerge desde la propia elite mexicana.

El prestigio social es el motor que permite construir este nuevo mecanismo de las elites a principios del siglo XX. Por ello, es fundamental señalar que desde las clases sociales con poder adquisitivo se comenzaría a gestar esta idea de patrones transnacionales de belleza que encaminan a un consumo desmesurado.

Por tal motivo, el cine en México se convierte en un medio de comunicación y de proyección de los modelos del cuerpo, donde se comienza a generar el interés y la necesidad de imitar a aquellas mujeres que inundaban las pantallas. De esta forma, entre 1940 y 1950, México vive la época de oro del cine, un auge que es transmisor de diversos valores en boga por entonces:

El cine clásico mexicano se desarrolla aproximadamente entre 1931 y 1954 cuenta historias de entretenimiento siguiendo el esquema de prólogo, desarrollo, clímax y desenlace, se apoya en el sistema de estrella y está organizado en géneros, todos ellos signos de influencia estadounidense. Pero se trata de una industria precaria, en la que los filmes se producen con rapidez, se privilegia el aspecto comercial y la técnica es simple, rústica a

¹¹⁹ Adriana Santa Cruz, *Compropolitán, el orden transnacional y su modelo femenino*, Nueva imagen, México, 1980, p 22.

diferencia de los brillos de la mayor parte de las películas que llegan del norte.¹²⁰

Las imágenes producidas en México empiezan a ser vistas por las masas, cada vez más numerosas, desplazando en taquilla a las películas estadounidenses. Siguiendo el modelo de Hollywood, van creando formas de llegar a la gente y hacer visible un estereotipo determinado que cumpla con las características de belleza transnacional... a pesar de su manufactura mexicana.

Es más, el cine expresa el imaginario complejo y contradictorio con que una sociedad se imagina a sí misma. Las imágenes son la materia prima de este imaginario. Por añadidura, las imágenes fílmicas están dotadas de un efecto de realidad particular, gracias al lenguaje cinematográfico.

Para entonces ha hecho su aparición el melodrama en México, el recurso perfecto para crear ideales imaginarios en la sociedad mexicana. Desde la visión de Gramsci me permito decir que:

El carácter retórico de los géneros populares como el melodrama, está relacionado con el hecho de que el gusto popular no se formó con la lectura ni con la meditación íntima de la poesía y el arte, sino con las manifestaciones colectivas, oratorias y teatrales¹²¹

Podemos extrapolar lo dicho por Gramsci al cine (teatro filmado al fin y al cabo) con el ejemplo de la película *María Candelaria*,¹²² que trata de una historia de una indígena, hija de una prostituta, que quiere casarse, pero ante las adversidades, esto le resulta complicado. A través del discurso que marca la historia narrada en dicha película, el cometido de la belleza transnacional se muestra a través de la narración de una historia que tiene como objetivo enaltecer las raíces de los mexicanos. Al mismo tiempo, intenta otorgarles cierta dignidad a

¹²⁰ Alejandro De la Torre, Hernández, *De la mofa a la educación sentimental Caricaturas, Fotografía y Cine*, INAH, México, 2010, p.94.

¹²¹ Antonio Gramsci, *Literatura y vida nacional*, Juan Pablos, México, 1986, p.87.

¹²² Emilio Fernández, *María Candelaria*, México, 1944.

los indígenas. Así se crea un doble discurso, donde claramente hallamos una imagen que cumple con el modelo de belleza transnacional (la propia actriz), no así con el de belleza indígena. Esta es la respuesta obediente a las exigencias de dominación con relación a los estereotipos de belleza de la época.

La actriz protagonista cubre con los requerimientos necesarios para vender. En este caso es Dolores del Río, una mujer completamente distinta en cuestión de rasgos y fisonomía a una indígena habitante de Xochimilco.

Por ello, es conveniente hacer notorio este ejemplo, porque nos lleva a observar que a través de los medios de comunicación y en particular el cine, comienza a gestarse una estrategia de mercado para alcanzar ideales estéticos, que a su vez transformarán la subjetividad de las mujeres y la percepción de su propia realidad.



Televisa, *María Candelaria*, México, 1944.¹²³

¹²³www.televisa.com

Todo este argumento lo complemento con lo que dice Serge Gruzinski:

Las imágenes del cine mexicano, en su época de oro en particular, prepararon a las masas campesinas y urbanas para el traumatismo de la industrialización de los años cuarenta, expresaron un imaginario que acabó con la radio, socavó o actualizó sucesivamente sus figuras míticas: Pedro Armendáriz, Dolores del Río, María Félix y tantos otros. Desde finales de los treinta, la marea de las imágenes cinematográficas entretejía un nuevo consenso, centrado en adelante en los valores nuevos de la ciudad y de la tecnología, las ilusiones del consumo, e incluso la asimilación de los estereotipos, a menudo los más denigrantes.¹²⁴

Las intenciones de poner en práctica el modelo transnacional de belleza en México tiene factores particulares que detonan discursos complejos en la percepción de la belleza como tal, es decir, el enlace que en este caso es la comunicación a través de la imagen, crea paradigmas de anhelos reduciéndolo a modelos muy particulares de belleza femenina, creando así niveles de construcciones socioculturales que enfatizan un estereotipo que encierra no sólo el físico, sino también la manera en cómo se debe actuar ante la sociedad.

¹²⁴Serge Gruzinski, *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colon a BladeRunner (1942-2019)*, ed. FCE, México, 2006, p. 211.

LA PROYECCIÓN DE IDEALES Y ESTILOS DE VIDA EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

Es a partir de 1950 que la televisión se introduce en la vida cotidiana de las familias mexicanas, y es ella ahora quien llevará la batuta en la proyección de ideales y estilos de vida diferentes a los vividos en la ciudad.

En México se vive el comienzo de la era televisiva, las personas se reúnen en familias para ver la televisión, es un acto donde toda la familia participa alrededor de un aparato electrónico que pronto se convertirá en un miembro más de la familia. El contexto histórico de esta época nos deja ver mujeres emprendedoras, trabajadoras, amas de casa e indígenas, con formas y costumbres diferentes. Todas ellas demandaban su participación civil, traducido en su derecho a votar.

Para 1958 sale al aire la primera telenovela llamada *Senda prohibida*, protagonizada por Silvia Derbez, que fue un éxito y el comienzo de un productivo negocio. Derbez es una mujer que entra de igual forma en el estereotipo de belleza transnacional, dejando ver en su personaje protagónico el papel de sumisión de la típica mujer abnegada, que ante toda circunstancia adversa, perderá todo menos su dignidad y sus principios, dignidad y principios siempre según el modelo impuesto desde lo más tradicional de la sociedad.



Televisa, *Silvia Derbez en: Senda Prohibida*, México, 1958.¹²⁵

A través de la televisión, los modelos del cuerpo transforman la vida de las mujeres y viceversa. Para 1960 el consumismo que se había gestado a partir de 1930 ya estaba definido, y ahora eran los jóvenes quienes constituían el blanco de su mensaje.

La diversidad de conceptos y formas de adentrarse a la belleza femenina empezaba a desarrollar distintos estereotipos, pero todos ellos producidos desde el ideal transnacional.

Los años sesenta, constituyen sobre todo una toma de conciencia de la juventud y son ahora vistos y tomados en cuenta por las grandes marcas de cosméticos y cuidados de la piel, así como por las revistas de moda a nivel internacional.

En el mundo están de moda los *Beatles*, los *Rolling Stones*, *Elvis Presley* y la famosa modelo *Twiggy*. *Twiggy* es por entonces una excepción en el estándar de belleza. Posee una peculiaridad en su físico, su extrema delgadez, que años

¹²⁵www.televisa.com/historiadenovelas

más tarde proclamaría la moda en mujeres de ciudades cosmopolitas como, Nueva York, Milán, Paris y Londres, y hasta finales de los ochenta en México.



Vogue, Twiggy, Paris, 1969¹²⁶

En esta época en cuestiones de moda la revista *Glamour* revoluciona los comportamientos; dirigida a los adolescentes, enseña a los jóvenes provincianos a adaptarse al *look sixties*, el peluquero Kenneth innova con el *swinginghair* (ahuecado) y Giorgio San't Angelo crea una moda nueva e

¹²⁶<http://www.bycheapandchic.com>

iconoclasta. Ali Mac Graw hace llorar al mundo entero con *Love Story* y pasa a ser la actriz *fetiché* de los años setenta.¹²⁷

Una de las revistas más importantes en los años sesenta en México fue *Cine Mundial*, la cual daba al espectador los pormenores de las películas del momento. Mujeres jóvenes y famosas posaban para la revista.

El cometido de esta sección en la revista era mostrar la belleza de las mujeres que estaban de moda en las producciones en aquel momento, su trayectoria artística (si es que había), etc. Sin embargo existe un trasfondo social en todo esto.

Un factor clave en la composición editorial de las revistas es son sin duda los mecanismos para atraer la atención de las féminas, teniendo en cuenta de que se trata de su mercado natural. Uno de estos mecanismos es atacar directamente a la inseguridad en si mismas. Este factor detona toda una serie de condiciones de mercado, mismos que encaminan a mostrar en primera instancia a una mujer joven y guapa con los estereotipos de la época. Por ejemplo, encontramos un bello atardecer en Acapulco, un destino turístico de moda en aquella época, un cuerpo torneado y voluptuoso. Pero por otro lado, encontramos de manera complementaria tópicos relacionados con salud, con el amor, con el éxito. Hallamos allí todo aquello que debe considerar una mujer para ser bella y exitosa. Si bien la revista en cuestión hablaba en general del cine nacional e internacional, las mujeres exhibidas en ella figuraban más por sus atributos físicos que por su trabajo artístico. Eran retratadas de cuerpo completo y con poses sensuales, dejando ver el estereotipo transnacional de belleza. Ejemplo de ello son IranEroy, Rosa Carmina, Lorena Velázquez y Julie Foster, quienes en una edición especial, son fotografiadas en el puerto de Acapulco, sinónimo en ese entonces de glamour y vanguardia.

¹²⁷Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p. 169.



Iran Eroy 1963¹²⁸



Rosa Carmina 1963¹²⁹



Lorea Velázquez 1963¹³⁰



Julie Foster 1963¹³¹

¹²⁸ José Luis Mujica, (1963), Entregaron los trofeos "Piedra del sol", del certamen hispanoamericano, *Cine mundial*, (5,886), p.8-11.

¹²⁹ José Luis Mujica, (1963), Rosa Carmina inicio los reportajes vivos por televisión en nuestro noticiero, *Cine mundial*, (3,887), p. 8-13.

¹³⁰ José Luis Mujica, (1963), El próximo viernes será la clausura de la Reseña, *Cine mundial*, (3,892), p. 4-5.

¹³¹ Jesús Barragán, (1963), Julie Foster puede ser reina de los fotógrafos reseñistas, *Cine mundial*, (3.889) p. 8-10.

A finales de los sesenta México le apuesta al cine de las ficheras¹³², Sasha Montenegro, Lyn May, Maura Monti, Isela Vega, entre otras encabezan los cuerpos del deseo en estas películas.

Las mujeres como objeto sexual y al descubierto sin ningún pudor ante la lente, protagonizaban películas con títulos como *Las cariñosas*¹³³, *Muñecas de media noche*¹³⁴, *Las sicodélicas*¹³⁵, *Bellas de noche*, *Las ficheras*¹³⁶, etc. Lo importante de este estudio no es el rol que desarrollan socialmente los personajes femeninos de estas películas, sino la percepción de la imagen del cuerpo de estas en el proceso visual de la época, ya que es la antesala a la imagen que se generará en la década siguiente completamente distinta.

Se trata de un periodo de transición donde conviven dos modelos distintos de cuerpo femenino. La paradoja es que, en el mundo entero estaban en boga los cuerpos y los rostros de jóvenes, como el caso de la famosa modelo Twiggy, quien sería el modelo estético del nuevo concepto de belleza femenina. Para entonces México seguía una continuidad en la estética corporal donde los cuerpos seguían siendo frondosos y las mujeres aparentemente cargaban su rostro de maquillaje para parecer adultas. No sería sino recién hasta 1980, cuando se consolidara esta moda en la juventud, trayendo entonces repercusiones complejas y extremas.

Cabe señalar que en esta década, el contraste de la televisión y el cine nacional crean un consumo de la imagen dispar, gracias al doble discurso que se mantenía para atraer a todo el espectador. En la televisión se veían telenovelas que argumentaban a una sociedad con moral y principios, como el caso de la telenovela *Muchacha Italiana viene a casarse*¹³⁷, y por el lado del cine, los desnudos y el desenfrene social de la juventud se plasmaba en casi todas las películas producidas en el país. Es así como ejemplifico con las siguientes imágenes.

¹³²El nombre lo recibe debido a la película emblemática llamada *Bellas de noche, las ficheras* de 1977 dirigida por Miguel, M. Delgado.

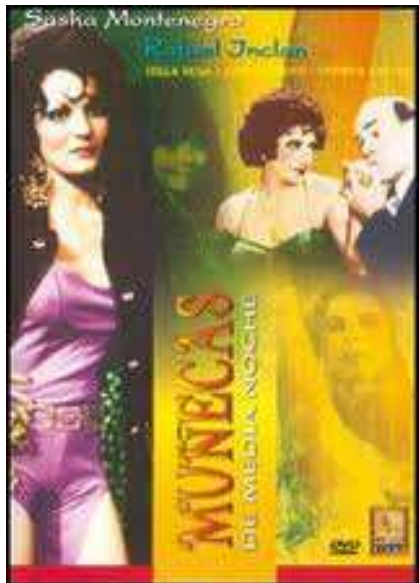
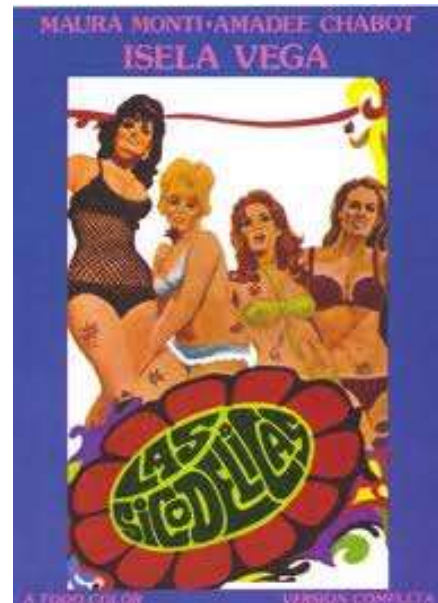
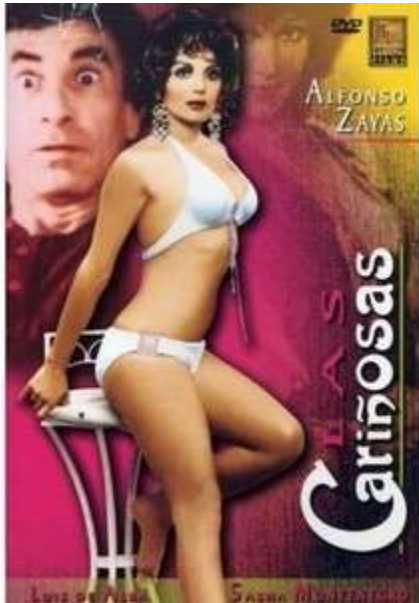
¹³³ Jorge Cardeña, Alvares, *Las cariñosas*, México 1979, Laguna Film, 132 min.

¹³⁴ Guillermo Calderón, Stell, *Muñecas de media noche*, 1978, Laguna Film, 133 min.

¹³⁵ Luis Quintanilla, *Las sicodélicas*, Perú, 1974, Filmadora Peruana, 82 min.

¹³⁶ Guillermo Calderón, Stell, *Bellas de noche, las ficheras*, 1977, Laguna Film, 100 min.

¹³⁷ Ernesto Alonso, *Muchacha Italiana viene a casarse*, Televisa, México, 1971.



Los cuerpos de las mujeres siguen hasta entonces un parámetro de belleza similar, la mayoría de las protagonistas son extranjeras o bien de familias acomodadas migrantes en nuestro país. Si bien gran parte de las mujeres que protagonizaban el cine de las ficheras hacían creer que eran mexicanas, esto es sólo un producto del cine.

Es el caso de Sasha Montenegro, quien fue considerada como una de las mujeres más bellas y sensuales de su época. Una belleza “mexicana”, en un

cuerpo extranjero. Aquí observamos el rol de los estereotipos ya estipulados por los medios visuales. Ciertas características cubiertas, que van desde la complejión, talla, facciones, etc., que argumentaban un ideal impuesto y producido para satisfacer la vista de la sociedad y más aún, de aquellos que la están reproduciendo.



Televisa, Sasha Montenegro, México, 1977.¹³⁸

¹³⁸ <http://cinemaincdearonsoto.blogspot.mx/2011/07/sasha.html>

EL MERCADO JUVENIL ANTE LOS MEDIOS VISUALES

Para la década de los ochenta, las estructuras de la moda y el retumbar de la belleza femenina compaginan en un mercado más basto y de renovación constante para alcanzar el ideal de belleza establecido. Son los últimos días de la música disco y de la juventud dorada.

Es el año de 1986, una crónica social expuesta por Carlos Monsiváis nos dice que por entonces el sur de la Ciudad de México es la zona de oro según los publicistas. La calle San Jerónimo es una de las principales avenidas transitadas y comenta así:

A las diez de la noche, la avenida San Jerónimo está superpoblada, autos en doble fila, Mercedes Benz y Ford Cougars y Le Barons y Limousines como fortalezas del siglo XX. Allí están la guardia, el puente levadizo y el foso de nuestra admiración. Hay cola para entrar, y los *happymany* que reservaron a tiempo se sonríen unos a otros con el éxtasis de Narciso asomado al estanque de sus posibilidades adquisitivas. Corónese tu frente con los hermosos rayos de Occidente, y ofrende tu felicidad aquí, en el nuevo templo a la fe de la burguesía en su permanencia, que se añade al club de los símbolos de la durabilidad-de-clase, en donde figuran Perisur, el Hotel Camino Real, el Palacio legislativo, los fraccionamientos exclusivos. ¹³⁹

La era del exceso ha empezado; el lema que se lleva en los ochenta es “maquillarse o morir”.¹⁴⁰ La belleza a pasado a ser una competencia, esta época se considera como culto a la imagen y al cuidado de la apariencia. El cuerpo simplemente debe de ser perfecto. Ejemplo de esto es el lema que llevaba el video de ejercicios aeróbicos de Jane Fonda con el lema “Hay que sufrir para ser bella, y sobre todo hay que ser bella de pies a cabeza”¹⁴¹, el cual se tomaría como referencia en México para la clase alta.

¹³⁹ Carlos Monsiváis, *Escenas de pudor y liviandad*, Debolsillo, México, 2004, p. 362.

¹⁴⁰ Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p. 192.

¹⁴¹ *Ibidem*, p. 197.

Pero el trasfondo de esta nueva idea de belleza gira alrededor del consumismo que se desarrolla principalmente de los Estados Unidos. Esto surge por la necesidad de buscar mercados de consumo para colocar todos los productos que de ahora en adelante se pondrían a la venta. Este proceso empezó entre 1920-1929, como ya he mencionado anteriormente, pero señalo entonces que una fuente básica para el desarrollo de esta nueva implementación es ahora el auge sin precedentes de la parte consumidora. En este caso se trata de la clase media y alta, debido a que son ellas las que tienen el poder adquisitivo para el cometido. Adriana Santa Cruz nos dice que:

Las grandes empresas incorporaron como parte fundamental de sus estructuras a psicólogos, sociólogos y empresarios modernos, a la vez que grandes artistas, quienes tenían la misión de forjar una verdadera filosofía capaz de movilizar a la población por la engañosa pendiente de consumo. Su cometido era desarrollar el arte de la persuasión colectiva con la misma eficiencia con que habían revolucionado el aparato reproductor, camuflando, detrás de la magnífica ilusión del sueño americano, una férrea tenacidad de creer, de acumular, de producir más para ganar más.¹⁴²

Ejemplo de ello es el comercial que difunde el Palacio de Hierro en los ochenta, con el eslogan escrito que dice: "solo hay algo mejor que comprar, que otro compre y te lo regale..."

Sobre el cuerpo retomemos lo referente a los cánones de perfección que nos llegan a través de los medios de comunicación. Estos están viciados desde su origen, puesto que la mayoría de las modelos y bellezas "oficiales" han alterado previamente sus características físicas.

El resultado que tenemos en este momento es que a partir de la década de los ochenta, las mujeres comienzan a adoptar una nueva forma de vivir su realidad y sus cuerpos, por ello es necesario detenernos en ésta década y la década que le

¹⁴²Adriana Santa Cruz, *Compropolitan: el orden transnacional y su modelo femenino*, Nueva imagen, México, 1980, p. 45.

sigue para ver un punto específico, que ira tomando forma en la construcción de las mujeres de finales del siglo XX, la anorexia.

Madonna canta *Like a Virgin* y comienza su legado. Las mujeres se abocan a ser cada vez más perfectas. La mojigatería, las costumbres y las contrariedades que conllevan todas estas formas de proyectarse ante la sociedad, van quedando atrás poco a poco, en las ciudades.

Las mujeres de clase alta son las pioneras con relación a la moda, a los ejercicios para bajar de peso, dietas, etc. Sin embargo, no podemos pasar por alto a las mujeres que se desarrollan en la televisión, actrices, bailarinas etc., que postulan el legado de la mujer perfecta para poder implantar una imagen anhelada por todos.



David McGough, *Madonna en los MTV Awards, 1984.*¹⁴³

Desde la idea de control, existe ya una nueva tensión en la lucha constante para alcanzar los cánones de belleza que va desde un espiral de esfuerzos que no cierra nunca, hasta el agotamiento diario de sometimiento del cuerpo a situaciones extremas y peligrosas.

¹⁴³www.madonna.com

Durante las últimas décadas, las mujeres han tomado las riendas de cómo conducirse en la sociedad, desde lo laboral hasta las estructuras políticas, pasando paralelamente por el consumo de productos de belleza se incrementa.

Lo que quiero rescatar de esta relación, es que para la década de los ochenta, el mercado es un mar de ideas, conceptos, formas y estilos, lo que hace que las mujeres se conviertan en un consumidor exponencial incondicional, para así seguir reproduciendo factores que pretenden lograr la belleza, y a su vez la perfección misma, empezando por los cosméticos.

En 1986 *Lancome* revoluciona el sector lanzando *Nosome*, la primera crema de día compuesta de liposomas, moléculas que transportan los principios activos. Los investigadores progresan en el conocimiento de los mecanismos de envejecimiento de la piel, y la industria de la belleza, desde las casas de modas hasta las marcas de mayor difusión, pule sus armas. El mercado de la cosmética crece extraordinariamente. En los Estados Unidos, a mediados de la década, se considera que el sector de la cosmética representa un volumen de negocios anual de dos millones de dólares.¹⁴⁴



Televisa, *Thalía*, México, 1986.¹⁴⁵

¹⁴⁴Nathalie Chahine, *La belleza del siglo: Los cánones femeninos en el siglo XX*, ed. Gustavo Gili, Barcelona, 2006, p. 197.

¹⁴⁵www.televisa.com

México por su parte, es un consumidor asiduo de los cosméticos y de todo aquello que se relacione con los cuidados de la belleza femenina. Las mujeres de esta época traen consigo los signos de supervivencia e inestabilidad de un país que ha adoptado el neoliberalismo para subsistir, ante un nuevo proceso de crisis, que de forma tajante implementa Estados Unidos con su política exterior. La belleza es ahora una marca, una moda, una tendencia. Mejor dicho, la posibilidad de alcanzar la perfección en la imagen, se rige por la facilidad de adquisición de los productos, que ahora te otorgan prestigio y valor.

En este momento histórico la belleza tiene una transición radical. Ya que está más expuesta a un mercado sobresaturado de tendencias y de marcas que bombardean la percepción de la imagen de ésta.

Como mencioné en el primer capítulo de este trabajo, las circunstancias que envuelven toda la construcción sociocultural de las mujeres, enfatizan las particularidades de adopción de estereotipos, tanto desde la objetividad como desde la subjetividad.

Es en este momento histórico que Televisa proyecta, ya consagrada, la imagen de la mujer que pretende alcanzar un estatus de superioridad, y a su vez prevalece en él, con el fin de imponer lo que para dicha empresa le es bello. El mercado en México se abre de puerta a puerta, las imágenes invaden cada vez más el territorio y por lo tanto, el subconsciente se vuelve una mina de inquietudes para poder desarrollar en forma un ideal de belleza.

Ya para entonces el ideal de belleza en la década de los ochenta es un ritual basto e incluso exagerado. Las mujeres pretenden transformar su rol ante la sociedad (madre, esposa, hija), que desde hace siglos les atañe y las encuadra en estereotipos impuestos por los hombres. La paradoja es que su lucha constante de ser aceptadas de igual forma que los hombres y transformar todos esos mitos que las envuelve desde el mismo concepto “mujer”, llega al auto sometimiento del cuerpo y la radical idea de “pretender ser” a través del cuerpo mismo.

Ejemplo de esto es lo que proyectaba la televisión en México a partir de la década de los ochenta, como lo fue una de las telenovelas de Televisa llamada *Simplemente María*¹⁴⁶, protagonizada por Victoria Ruffo.

Cabe señalar que el ejemplo que ahora pongo trae consigo la estructura mencionada en el capítulo primero, donde se observó que la objetividad y subjetividad del cuerpo enmarcan patrones de conducta de como debe ser una mujer en la sociedad mexicana por un lado y, por el otro, la aspiración fehaciente de que la televisión a través de su discurso expone para crear un imaginario colectivo.

En este imaginario la aspiración es el mecanismo de dominación para implementar las estructuras del cuerpo en la contemporaneidad. Es importante detenerse en este punto, debido a que la entrada de la telenovela tiene aspectos interesantes para su análisis, empezando con el rostro de la protagonista, una mujer blanca, de cabello negro, delgada. Este último punto es importante debido a la transformación que se viene gestando para llegar a los ideales del cuerpo delgado como bello.

Vemos a una mujer de pueblo que emigra a la ciudad para un mejor desarrollo personal y económico, tanto para ella como para su familia, el cliché melodramático de la Cenicienta que le sirve a Televisa como hilo conductor para la atracción de masas en sus programas. Hallamos igualmente el factor del ferrocarril que detona progreso, viejo recurso del cine de la época de oro de los años treinta, acentúa el cometido de dicha novela, la historia de la mujer pobre que se enamora del hombre rico y son felices para siempre.

El punto es que, a través de los modelos proyectados por la televisión se siguen generando patrones de conducta para las mujeres ante la sociedad. La telenovela fue muy famosa por su contenido. La típica mujer virginal, inocente, que gracias a su belleza puede alcanzar un estatus social muy distinto al de ella.

¹⁴⁶ Valentín Pimstein, *Simplemente María*, México, 1989.

POR LA LIBRE... EL AUGE DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

El cine mexicano no tiene impacto internacional en la época de los ochenta, como anteriormente lo había hecho. El concepto que se utiliza para entonces, es el de un cine poco crítico denominado cine de *ficheras*.

El concepto vulgar que se manejaba y la clasificación para adultos, deja mucho terreno libre, lo que hace que la televisión adquiriera una mayor fuerza, debido a que ésta proyectaba historias que integraban a la sociedad en su conjunto.

El despunte de Televisa es apoyado por las familias mexicanas, que ahora son fieles a su lente. Con ello, se genera un control del lenguaje y programación por parte de dicha empresa. Esto me remontará a los orígenes de la televisión, para observar el proceso que ha tenido el consorcio a más de 50 años de vida, la historia de un paulatino monopolio que queramos o no, ha marcado nuestras vidas en distinta medida.

Después de los años cincuenta, la multiplicación de los órganos de los medios audiovisuales, la diversificación de los productos, la prolongación de sus programas cotidianos y la rápida extensión de audiencia en todas las regiones de la tierra, provocaron sin ruptura aparente, una verdadera mutación cuantitativa y cualitativa de esos medios. La amplitud de esta transformación no ha sido discutida, por el contrario sus efectos han sido apreciados de distintas maneras.

De ahí que la radio y la televisión son los agentes de una revolución cultural que sustituye la civilización del discurso y del espectáculo por la de lo escrito, es decir, los instrumentos de una revolución política que restablece, en agravio a los cuerpos intermediarios, el contacto directo entre los gobernantes y los gobernados, recreando a escala de las naciones, una especie de foro electrónico; y a escala mundial una sociedad de ubicuidad.¹⁴⁷

¹⁴⁷ Albert Pierre, *Historia de la Radio y la Televisión*, FCE, México, 1982, p.107.

Para entonces la televisión despegó en el contexto contemporáneo y formó parte de un vaivén de paradojas que proyectan a favor o en contra su idea de existir y trascender. Por ello es necesario rescatar todo aquello que me sirva para entender ¿cómo es que dicho artefacto, pudo mostrar estereotipos sociales y estéticos? y Cómo pudo desarrollar mecanismos de consumo de un modelo de belleza trasnacional, que modificó los cuerpos de las mujeres a partir de 1980.

Cabe mencionar que las mujeres mexicanas que se involucraron en este proceso histórico con relación a la iniciación de los cuerpos delgados, fueron mujeres de clase alta y media en la ciudad de México fundamentalmente.

Esto se debe a factores económicos en específico, como se puede ver en el capítulo anterior, con ejemplos muy claros de mujeres de familias adineradas, artistas plásticas, del medio del espectáculo, etc.

Esto quiere decir, que el impacto fue generado en aquellas mujeres que tenían las facilidades de acceder a nuevas formas de concebir la belleza; nuevas tecnologías y nuevas perspectivas de ver y vivir la vida, mujeres que entraban en las posibilidades de consumir y ser seguidas por las masas.

Como lo dijo Octavio Paz, el dilema entre los dos Méxicos, el desarrollado y el subdesarrollado:

La porción desarrollada de México impone su modelo a la otra mitad, sin advertir, que ese modelo no corresponde a nuestra verdadera realidad histórica, psíquica y cultural sino que es una mera copia (y copia degradada) del arquetipo norteamericano. De nuevo no hemos sido capaces de crear modelos de desarrollo viables y que correspondan a lo que somos.¹⁴⁸

Infinidad de formas y de ideas surgen a través de la historia, de cómo fue y cómo se vivió la televisión en sus inicios. Por ello es preciso hacer referencia a la televisión, que en las palabras de Omar Rincón sería “lo más importante de lo

¹⁴⁸ Octavio Paz, *El laberinto de la soledad. Posdata. Vuelta al laberinto de la soledad*, CFE, México 2011, p. 288.

menos importante”.¹⁴⁹ La televisión o la caja de sueños, como la conocemos en México, ha creado de manera articulada, estudios con perspectivas tan radicales de análisis, que por ende sigue siendo objeto de estudio, esta última se hace presente en la vida social y su proyección es diluida según la presencia de la familia, la escuela, la religión, la tradición cultural, los partidos políticos, las formas de gobierno y las costumbres de ética cotidiana de la sociedad.

Cabe destacar que una sociedad no es un efecto televisivo solamente, va más allá de una simple interpretación y realización de evocar lo dicho o visto por la misma televisión, como lo mencioné en el capítulo primero; la formación sociocultural emana desde la propia familia, y se van creando vínculos con las demás instituciones como la iglesia, la educación, y el factor clave en la sociedad contemporánea, como lo son los medios de comunicación. Por ello es necesario tomar en cuenta la parte objetiva y subjetiva que nos determinará al final, porque los cuerpos de las mujeres cambian.

En cada país se vive diferente la proyección televisiva, ya sea pública o privada. A partir de esta cuestión surgen las particularidades emanadas por toda una serie de factores. Por tal motivo la televisión en la sociedad contemporánea formaba parte de las instituciones, que de forma concreta articulaban y generaban una variedad de sentidos, en la formación como individuo.

Entonces el hacer de la televisión algo productivo y propositivo para la sociedad resulta casi imposible:

La función primordial de la televisión mexicana es burlarse populachosamente de la política; destruir la credibilidad de la alternancia radical. Convertir la historia en un churro “donde todo protagonista es un vil transa y toda acción, una fichera culera” Todo el lenguaje “crítico” mexicano se ha reducido a la sátira...La televisión mexicana se encarga de que todo sea carnavalizado; imposibilitando así, una crítica constructiva o profunda... Esta es la catarsis carnavalesca de la telecomedia, pareja perfecta de la catarsis melodramática

¹⁴⁹ Omar Rincón, *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, La Crujía ediciones, Buenos Aires, 2005, p.11.

de las telenovelas. Esto es lo que Maira Luna ha llamado el “control cómico” de “Plaza Placebo”.¹⁵⁰

Retomando lo anterior, creo entonces que un factor clave que modificó las intenciones primarias, o utópicas de la televisión, se gestan a través de la tecnología, ya que ésta ha desempeñado un papel de gran importancia en el desarrollo de los medios de comunicación. Pero su uso ha sido subordinado al contexto social, como se ha visto a través de la historia, donde se pone en evidencia el surgimiento y las maniobras de quienes poseen los recursos económicos para industrializar todas aquellas invenciones técnicas y utilizarlas a conveniencia.

Por consiguiente, es más que obvio la capitalización de los recursos (en este caso los recursos humanos), que debido al uso de las tecnologías de punta, crean un poderío de opinión ante cualquier factor sociocultural. A partir de este cometido, el cuerpo que se expone o se proyecta, es una mera interpretación, sin embargo los procesos de domesticación y sometimiento del cuerpo van más allá de esa simple proyección.

Se genera entonces una decisión de aceptación o rechazo donde el factor social (mujeres), comienza a procesar mentalmente ese bombardeo de imágenes en su dinámica social, donde su representación es el producto de ideas, o imágenes mentales difundidas desde los estándares internacionales de moda, que genera una modificación en la interpretación de lo que es o será la belleza femenina.

Esto no es una visión fatalista o negativa, simplemente que en nuestro país, el monopolio televisivo fue desde entonces de la familia Azcárraga con el consorcio Televisa.

Es por ello, que en este capítulo pondré énfasis en el desarrollo de este artefacto, que sin lugar a duda es parte fundamental en la sociedad contemporánea mexicana y el factor fundamental de este estudio, ya que a través

¹⁵⁰ Heriberto Yépez, *Contra la tele-visión*, Tumbona ediciones, México, 2008, p.47.

de la televisión, los modelos del cuerpo de las mujeres son reproducidos y se complejizan de manera recurrente según el contexto histórico vivido.

LA TELEVISIÓN Y SU COTIDIANIDAD EN LA SOCIEDAD MEXICANA.

El parteaguas de 1982, con las reformas neoliberales y las transformaciones radicales en ideologías y concepciones de una nueva etapa del capitalismo, redefine un nuevo grupo de poder político, así como alianzas y nuevas estrategias de manipulación de la información y de la cultura.

Por tal motivo, a través del discurso de los medios de comunicación, se crean los mecanismos de control para la sociedad. Pero no hay que dejar pasar, que en este periodo se eleva la apatía social como consecuencia directa de la crisis económica. Ello significó para la televisora en México un beneficio ventajoso, creando así una táctica para mantener los ojos del televidente y así dramatizar sus carencias y proyectarlas como su propia realidad.

El colapso financiero que vivía la economía mexicana fue la plataforma desde la cual el gobierno de Miguel de la Madrid, activó un modelo de desarrollo según el modelo neoliberal. En 1982 la economía mexicana resentía los efectos, de la recesión. La inflación y el desequilibrio externo habían alcanzado niveles sin precedentes.

En la lógica del proyecto neoliberal, la política de largo plazo debía orientarse a introducir modificaciones de carácter estructural, que permitieran, destinar una parte creciente de la producción, en especial de la manufactura, a las exportaciones, esta estrategia recibió el nombre de “cambio estructural”.¹⁵¹

La política económica, expresaba como nunca en la historia reciente del país, el privilegio que recibía la inversión privada. Así, la misma política había conducido al desastre económico más severo que afectó a toda la sociedad mexicana.

De esta forma, después de que finalizara el sexenio de José López Portillo y con la continuidad del sexenio de Miguel de la Madrid, el proyecto neoliberal se

¹⁵¹Henio Millán, V., *Neoliberalismo y transición en México*, Colegio Mexiquense A.C., México, 1989, p. 89.

potencializa y derrota al Estado de la Revolución, dando así paso a un nuevo orden político-económico que desestabilizará a una sociedad que no tiene la posibilidad de resurgir de una forma paulatina, sino que está condenada a transformar radicalmente su entorno y su vida. Lo podemos observar con los siguientes incisos:

- a) El fracaso político económico.
- b) Un Estado y un sistema político debilitado y corrupto.
- c) Un sector empresarial que logró constituirse en hegemónico a través de una alianza con los estratos medios, que se habían convertido en el núcleo dinamizador de un contexto en donde ésta era pieza clave en la conformación del consenso.
- d) La crisis de organismos y mecanismos de representación corporativa.
- e) Una crisis económica y financiera cuyas causas, fueron atribuidas a la naturaleza y no a la forma de intervención estatal.
- f) Presiones originadas por la deuda externa, para adoptar políticas de ajuste, encaminadas a estimular la exportación.¹⁵²

Como he planteado, los procesos históricos arrojan una serie de factores primordiales que anteponen un juego en la estructura de todo un país entero, dando así beneficios y concesiones al sector privado.

Claro está que nuestro país nunca ha podido echar a andar un proyecto sustentable, quizá por el dinamismo de reformas políticas o estrategias de mercado impuestas desde el extranjero. Sin embargo, en este periodo es donde coexistió un desenfreno de prácticas monopólicas en la cuestión de los medios de comunicación y el auge de una televisora con inversión privada, que a la larga se consagraría mundialmente.

La mezcla de las referencias, las prácticas comerciales, los registros étnicos y culturales, la multiplicación de los soportes de la imagen y demás artilugios relacionados, desembocan en el imaginario que van desde experiencias

¹⁵²Ibídem, pp. 86-87.

individuales hasta colectivas, arrojando los imaginarios colectivos que nos advierten que esa aparente libertad, no sea más que un desorden de la realidad inmediata.

Desde la fotografía, fiel heredera de la litografía del siglo XVIII y XIX, se comienza a indagar el discurso de las imágenes y su cometido en la sociedad. En los primeros años del siglo XX, se crean las primeras maniobras y experimentos de la televisión, desde 1927 la *Bell Telephone Company* realiza las primeras experimentaciones públicas de la televisión, eso en Estados Unidos. En Francia desde 1926 Eugene Belin y Howeck logran un acercamiento a la recepción de la imagen catódica en la pantalla. Fue hasta 1931 que por primera vez hubo una transmisión de una imagen en Francia. En el caso de Alemania sus inicios fueron desde 1928, sin embargo fue hasta 1936 que se pudo transmitir en vivo desde los Juegos Olímpicos. Las primeras experiencias de países como Italia fueron hasta 1940 y la Unión Soviética desde 1931. En América Latina, Brasil y México tuvieron sus inicios en transmitir desde 1950. En Argentina fue a partir de 1951 y Venezuela en 1952.

La televisión no sólo es una de las invenciones del ser humano por excelencia, como lo vivimos en esta sociedad contemporánea, es un aparato fundamental en nuestras vidas, desde las formas de construir símbolos hasta en las formas de cómo vemos y creamos comunidades de sentido.¹⁵³ Además, se ha convertido en un elemento de compañía que redefine las relaciones sociales y nuestros pequeños actos cotidianos. Es decir, la televisión se convierte en una acción cotidiana que prevalece y nos compete a todos

¹⁵³Véase en Marcus Olson, *La lógica de la acción colectiva: Bienes Públicos y la teoría de grupos*, Limusa, México, 1992, p. 89. Es la expresión de nuevos asociacionismos en ámbitos parciales de la vida cotidiana, se constituyen en instancias de agrupaciones que le permiten a los individuos “sentirse parte de”, construir un sentido con otros, igualmente obtener bienes y servicios a los cuales son accederían mediante acciones individuales. No se trata sólo de actuar en comunidad, sino de construir lo colectivo mediante la acción con otros, y esta construcción social deviene de potencialidad en perspectiva de superación de lo fragmentado individual hacia lo integrado colectivo. Se asume entonces que las comunidades de sentido configuran escenarios de las interacciones sociales, génesis y a su vez, producto de la acción colectiva.

En un principio, la televisión era quizá un aparato grande en blanco y negro que llegó a los hogares para convertirse en el centro de reunión para cualquier familia que la tuviera. A través del tiempo esta cotidianidad se fue modificando y tomó formas, colores y estilos diversos, que poco a poco se fueron adentrando en lugares más íntimos (las recámaras). El simple aparato como se conoció en un principio, empezaba a dar de que hablar, a tal grado de convertirse en la institución social y cultural más importante en las sociedades del siglo XX.

En México en el año de 1934 inicia su etapa experimental, realizada por Guillermo González Camarena. Pero fue hasta 1946 que se realizó la primera transmisión en blanco y negro, después de registrar la patente y hacer varios experimentos previos. Sin embargo, en 1950 se iniciaron oficialmente las transmisiones. Para ese entonces, técnicos mexicanos ya experimentaban la transmisión a distancia, ya fuera con inversión privada o del gobierno.

Más tarde, empresarios como Emilio Azcárraga Vidaurreta apoya estos proyectos, debido a que este nuevo medio de comunicación podía convertirse en un gran negocio. Cabe mencionar que en el mes de septiembre de 1947, Guillermo González Camarena, instala algunos circuitos de televisión cerrada, en importantes sitios de la Ciudad de México, uno de estos lugares fueron los cines de la cadena de Oro, en ese momento propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta.¹⁵⁴

Aunado a esto, el entonces presidente de la República, Miguel Alemán Valdés, determina una comisión encargada en evaluar los sistemas de transmisión predominantes, tomando en cuenta el modelo europeo (monopolio estatal), así como el norteamericano (comercial privado).

El fin era buscar el más conveniente para México. Los encargados de esto fueron el escritor Salvador Novo y el ingeniero Guillermo González Camarena, miembros de la comisión del INBA (Instituto Nacional de Bellas Artes). Los resultados de esta investigación, favorecieron al sistema norteamericano debido a

¹⁵⁴ Laura De Ballin, Castellón, *Historia de la televisión en México:narrada por sus protagonistas*, Alpe, México, 1993, p. 45.

la índole técnica y económica, ya que, para su arranque el proyecto de la televisión en México, necesitaba importar una gran cantidad de aparatos y resultaba más fácil traerlos de Estados Unidos que de Europa, esto en 1948.

En agosto de ese año, la Secretaría de Economía expide el permiso oficial, para que los laboratorios GON-CAM, propiedad de Guillermo González Camarena, operen comercialmente. En las instalaciones de esta empresa se fabricaban equipos transmisores de televisión, generadores de sincronía, consolas de operación, amplificadores de distribución, mezcladoras de audio y video, y antenas de transmisión. Entrevistado por la revista Transmisiones, González Camarena declara que “el dinero invertido en los experimentos (de televisión), es incalculable y el apoyo económico para costearlos se debe a don Emilio Azcárraga.¹⁵⁵

De esta forma se da la primera concesión (1949) para operar comercialmente en un canal de televisión, que fue entonces el canal 4 propiedad de Rómulo O’Farril, dueño en esa época del diario *Novedades* de la ciudad de México.

Sin lugar a duda las facilidades otorgadas por el Estado a González Camarena repercuten en otorgarle de nuevo otra concesión en ese mismo año, pero ahora para explotar el canal 5 XHGC, (cuyas dos últimas letras corresponden a las iniciales de sus apellidos)¹⁵⁶, el equipo técnico es operado por el laboratorio de dicho ingeniero, y los estudios de grabación se instalan en el teatro Alameda, todo esto con la ayuda de Azcárraga, donde también se ubicaban las instalaciones de la radiodifusora XEQ, en la calle de *San Juan de Letrán* (en la ciudad de México).

El inicio formal de las transmisiones se da el primero de septiembre de 1950 por el canal 4, con la difusión del IV informe de Gobierno del entonces presidente Miguel Alemán Valdés, sin lugar a duda un hecho memorable para aquellos que lo vivieron.

¹⁵⁵ Laura De Ballin, Castellón, *Historia de la televisión en México, narrada por sus protagonistas*, Alpe, México, 1993, pp. 155.

¹⁵⁶ *Ibidem*, p.160.

Es hasta 1951 que la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, inicia transmisiones por canal 2 (XEW TV), el programa inaugural es un encuentro de beisbol transmitido desde parque Delta. El impacto masivo que tuvo dicho evento fue decisivo para entonces convertir a Televimex al formato Televisión que albergaría a la XEQ, XEW, y más tarde en un proceso de negociaciones seguirían las fusiones con otros canales.¹⁵⁷

A todo esto, el negocio televisivo conformó una nueva dirección en las cuestiones políticas y económicas del país, desde el reglamento de la ley federal de la radio y la televisión, pasando por concesiones y privilegios a todos aquellos involucrados como accionistas del grupo televisivo.

Ya para 1973 se consolida el grupo Televisa, el cual posee 4 cadenas de televisión, con 61 estaciones de retransmisión, que cubren casi todo el territorio nacional. De un total de 55 millones de televidentes, esta red absorbía 41 millones en 1979, o sea, 7 millones de hogares. Las 47 empresas que integra Televisa de S.A. cubren todos los sectores de las industrias culturales. Y para 1980 el poder de Televisa son 5 estaciones de radio; 5 casas editoriales de libros y de revistas (femeninas y TV); 9 empresas de espectáculos que van desde el teatro hasta el equipo de futbol América; 3 empresas de producción cinematográfica; 4 empresas de producción de discos; y una empresa de turismo.”¹⁵⁸



¹⁵⁷Ibídem, p. 163.

¹⁵⁸Armand Mattelart, Xavier Delcourt, Michele Mattelart, *¿La cultura contra la democracia? Lo audiovisual en la época transnacional*, Mitre, España, 1984, p. 89.

Televisa entonces forma parte de un todo, su monopolio es cada vez más grande y su aceptación en la sociedad mexicana es de suponerse satisfactoria.

México pasaba por situaciones diversas, desde el aumento a la productividad en el campo, así como la acentuación de la migración de la población rural a las ciudades, que traía consigo el fenómeno de la presión sobre los servicios públicos y la formación de colonias proletarias y cinturones de miseria. Paralelamente a esto, se acentuaba la tendencia hacia un concepto materialista de la vida, consumismo, exigencias y expectativas de un mayor bienestar generalizado, producido por el bombardeo de miles de imágenes.

La internacionalización de la economía producía un impacto que lesionaría la identidad cultural y moral de entonces, ya que el incremento en la pérdida de los valores familiares tradicionales iba viento en popa.

A finales de los ochenta “Televisa logró un avance prodigioso con cerca de 30 000 horas de programas exportados anualmente a los Estados Unidos, La América Latina y el resto del mundo. Tan sólo en Estados Unidos 18 millones de espectadores de origen hispánico veían sus programas. En cerca de 40 años, la supremacía adquirida en la manipulación de la información y de la cultura, así como miles de horas difundidas cada año, habían dado a Televisa una influencia tentacular, con frecuencia alentada por la debilidad o más bien la complicidad del Estado mexicano.¹⁵⁹

Este es el panorama que se vivía, la historia nos arroja la prueba fehaciente, de que los monopolios seguían su curso y la sociedad mexicana era testigo del retroceso en las conquistas populares (ahora impuesta por la televisión), dentro de un círculo vicioso junto con el Estado.

El éxito continental de Televisa se apoya en un poder comercial, en una hegemonía cultural y política que alcanza proporciones casi míticas; a propósito de ella ha llegado a emplearse el concepto “quinto poder”. Sin abusar de estos calificativos, es forzoso reconocer que el crucial terreno de la imagen contemporánea, México ha adquirido un dominio que iguala y hasta sobrepasa al de la gran época barroca. El dispositivo

¹⁵⁹Serge Gruzinski, *La guerra de las imágenes de Cristóbal Colón a “BladeRunner”*, FCE, México, 2006, p. 13.

instrumentado de Televisa rompe con la dependencia europea e irradia sobre un espacio que supera con mucho el antiguo territorio de la nueva España.¹⁶⁰

Partiendo de lo mencionado previamente, el desarrollo y la implementación de nuevas estrategias políticas, económicas y sociales, coexiste a la par, la penetración creciente del modelo transnacional femenino que se verá a partir de 1980 con sus determinantes monopólicas, consumistas y elitistas.

Allí la delgadez y los desordenes alimenticios, comenzarán a ser vistos con más frecuencia, considerando entonces al cuerpo como el factor clave en la historia televisiva en nuestro país, que dejará huella en las imágenes y programas de televisión del siglo XX.

¹⁶⁰ *Ibidem*, p.212.

LAS FICHERAS, EL CABARET Y LA SANTANERA

Debido al declive del cine nacional y en consecuencia, al surgimiento de la televisión, el lapso de coyuntura de readaptación estructural a lo que debería ser proyectado y lo que no, desemboca en proyectos e historias con poca creatividad, desde el libreto, los guiones hasta las actuaciones. Creo conveniente resaltar este factor, debido a que el cine de las *ficheras*, que comienza en los años setenta hasta aproximadamente principios de los noventa, con figuras como Sasha Montenegro, Lynn May, Rossy Mendoza entre otras, muestran el antes y el después de los cuerpos femeninos y el cambio radical que le seguirá.

Por tal razón, es necesario hacer un comentario breve de este cine tan señalado, ya que es una evidencia del contexto histórico de aquella época, que antecede al periodo estudiado, donde las mujeres voluptuosas, el cabaret y el estilo dancístico del son cubano, forman el trio perfecto del cine de ficheras.

Sin lugar a duda el cine producido a finales de los setenta, es un cine complejo, si lo vemos desde el punto de vista del marco narrativo o expositivo, ya que puede pertenecer a lo que Nichols llama "*un grave error de funcionamiento*", donde la narrativa y la exposición son formas de miniaturización que intentan resumir un mundo que tiene algún significado para nosotros¹⁶¹.

Para ser más concreto, me refiero a la cuestión de la magnitud de los patrones en sí mismos (hablando específicamente del cuerpo), que son generados en la búsqueda de estructuras con estilos y proporciones ajenos al contexto real de la sociedad en México, donde su representación se consigna a los logros cuya satisfacción es fundamentalmente estética. El énfasis recae entonces en el cuerpo y en la cuestión recurrente de cómo utilizar a la gente, es decir, cómo representar a otra persona, cuando cualquier representación constituye una distorsión o fabricación de una realidad.

¹⁶¹Bill Nichols, *La representación de la realidad*, Paidós, Barcelona, 1997, p. 290.

Ejemplo de ello son las películas que circulaban como *Ángeles y querubines*¹⁶² en 1971. Le siguen producciones como *Trio y cuarteto* (antes *Dúo, trio y cuarteto*¹⁶³), *Azul eclipse de amor*¹⁶⁴, entre otras. Cintas poco populares, pero interesantes en la cuestión del cuerpo, porque en estas tres películas las mujeres protagónicas conforman una nueva ola de canon de belleza en el país, jóvenes y atrevidas, una más que otras, tal vez guiadas por el impacto de los movimientos sociales, donde la sexualidad era un factor importante que señalar y proyectar.

Lo cierto es que a pesar de que las mujeres como es el caso de Elena Rojo en *Ángeles y Querubines*, es una mujer muy joven (aproximadamente de 20 años), su cuerpo es muy parecido a los estereotipos anteriores. La diferencia es que es más menuda y parece una adolescente. Las estructuras y los patrones a seguir con relación al cuerpo, se evidencian cada vez más y le apuestan a mujeres jóvenes y no tan conocidas, para fortalecer así la idea de vender juventud belleza y sensualidad.

Su aspecto corporal arrojaba estas intenciones mencionadas anteriormente, la combinación perfecta para ser una chica *vamp*¹⁶⁵, los cánones se vuelven a readaptar por cuestiones de moda y este es el vivo ejemplo de ello. En la imagen que vemos a continuación, podemos observar sus caderas anchas, con senos no tan pronunciados, con la típica cabellera rizada a los hombros, todo esto encerrado en los estándares de moda de aquel cine de los setenta.

¹⁶² Rafael Corkidi, *Ángeles y Querubines*, Estudios Churubusco, México, 89 min, México, 1971.

¹⁶³ Sergio Vejar, *Trio y Cuarteto (antes dúo, trio y cuarteto)*, Filman International, 101 min, México, 1971.

¹⁶⁴ José Gálvez, *Azul Eclipse de amor*, Estudios Churubusco, 110min, México, 1971.

¹⁶⁵ Ídem, p. 28.



Elena Rojo, *Ángeles y Querubines*, México 1971.¹⁶⁶

El hecho es que a través de la exhibición del cuerpo desnudo como factor “pretexto”, se encierran las historias y se conjuga la parte comercial de los estereotipos que se empezarán a implementar en el cine y la televisión. Si bien pudiera referirme a estos desnudos como una forma de expresión artística, también se puede ver en ello una manipulación del cuerpo femenino ante la sociedad, donde los factores socioculturales determinan su utilización meramente sexual. Por tal motivo cito lo siguiente:

Desde 1940 no ocurría algo semejante en el cine mexicano: de los 95 largometrajes producidos en 1970 (por 80 en 1969); 18 fueron obra total o parcial de nuevos directores. Desde Alfredo Salazar, Gonzalo Martínez, entre otros... en 1970 se filmaron 49 con el STPC, 31 con el STIC, ocho producciones en el extranjero, una en el país y seis independientes con personalidades como Gustavo Alatríste, Arturo Ripstein y Alberto Bojórquez. Si en 1970 fueron 95 cortometrajes mexicanos producidos y quince realizados debutantes. La proporción entre una cosa y la otra no sería en 1971 muy distinta, se hicieron 88 películas y los nueve directores fueron Rafael Corkidi, José Luis Ibáñez, Sergio Olhovich, Rodolfo de Anda, Juan Manuel Torres, entre otros. La gestión de Rodolfo Echeverría al frente del Banco Nacional Cinematográfico dio como resultado en 1972 la producción de 16 películas, hecho histórico (en 1971 habían sido dos) aun con la razón social *Estudios Churubusco*. El Estado produjo por sí solo cuarenta y seis de esas películas, cuatro con producciones

¹⁶⁶<http://www.jornada.unam.mx/2001/07/31/08an1esp.html>. Rafael Corkidi, *Ángeles y Querubines*, Estudios Churubusco, México, 89 min, 1971.

nacionales, dos con producciones extranjeras y cuatro con cooperativas de trabajo. Los datos oficiales solían omitir la producción irregular o atípica del cine mexicano y diferir con otras fuentes en fechas de realización privada con financiamiento del BNC que fueron 34, las privadas con otros financiamientos son ocho y las oficiales son veinte.¹⁶⁷

Evidentemente México atraviesa por condiciones insuficientes para mantener una industria. Hacer cine de calidad pasa a segundo término. Esto es debido a que la cultura mexicana popular mediática, vanagloria el pensamiento mayoritario de aquellos proyectos visuales y se conforma con la idea de que exploten su instinto sexual. Sólo es cuestión de mirar y de no preguntar el por qué de la acción. Sin embargo el cuerpo femenino es utilizado reiteradamente para atraer al público masculino. Surge así en ellos el deseo, la chispa que mueve el inconsciente imaginario para llevar a cabo una estrategia de mercado, poder definir ya en la sociedad lo que es bello y lo que no.

En 1972 se producen, *El rincón de las vírgenes*,¹⁶⁸ *Santo contra la magia negra*¹⁶⁹, y otras historias parecidas, todas ellas con un patrón a seguir, los desnudos femeninos, el cuerpo expuesto, exhibido, de forma contundente, envuelto en historias ficticias o de la realidad vivida de aquella época.

Desde los nombres de las películas hasta la creación de los personajes populares, daban al cine de las *ficheras* un enfoque vulgar y marginal, hoy conocido con el término de lo *Kitsch*¹⁷⁰.

Todo esto se debió a esa reiteración de significantes, que se convierten en símbolos aceptados por la sociedad. Se desprende desde aquí, desde lo visual, la sensación de representación del supuesto significado y no se conforma con ello,

¹⁶⁷ Emilio García Riera, *Historia documental del cine Mexicano 1970-1971*, Universidad de Guadalajara, México, 1994, pp. 34-45.

¹⁶⁸ Alberto Isaac, *El rincón de las vírgenes*, Estudios Churubusco Azteca, México, 98 min, 1972.

¹⁶⁹ Alfredo Crevenna, *Santo contra la magia negra*, Películas latinoamericanas, México, 95 min, 1972.

¹⁷⁰ Lo *Kitsch* se produce cuando un Significado (verdad) es naturalizado (mitologizado) por saturación de sus Significantes. En lo kitsch, el significado es percibido a la vez como universal, y como artificial, Natural y Exagerado, Sublime y Cursi. Heriberto Yépez, *Contra la Tele-visión*, Tumbona ediciones, México, 2008, p.37.

sino que históricamente hace un legado y una perpetuación de formas estereotipadas.

El cuerpo entonces se convierte en una herramienta de poder que va más allá de un simple desnudo, va más allá de un órgano de goce, de arquetipo de belleza e incluso de las relaciones sociales.¹⁷¹

Ahora el cuerpo es representado desde los medios de comunicación desde su realidad “aparente”, y se conforma de todo un contexto sociocultural.

Esta cuestión de cómo vemos al cuerpo, ha sido revisado desde el primer capítulo a partir de las tesis de Le Goff, donde presenta al cuerpo como una construcción ambivalente entre lo natural y lo religioso. Haciendo una analogía con este trabajo, podría ser que ahora el cuerpo exhibido se representa por el consumismo y la moda, inducida por el mercado capitalista, algo muy cercano a los dogmas y valores religiosos sociológicamente hablando.

Pero la cuestión aquí es que gracias a estos archivos, hoy puedo hacer una revisión de cómo se iban transformando los cuerpos de acuerdo a la época y el contexto histórico vivido.

Si bien ya desde siglos anteriores los cuerpos femeninos desnudos causaban revuelo en la sociedad, es en México con el cine de las *ficheras* que los cuerpos forman parte de la historia como producto de consumo y de estereotipos, para así proyectar un ideal estético.

Personalidades como Elena Rojo, Ana Luisa Pelufo, Rosalba Brambila, Blanca Guerra, Leticia Perdigón, etc., inundan las pantallas cinematográficas con sus cuerpos desnudos, y conforman de este modo una nueva generación de cuerpos y de estilos de moda, que a la larga marcaran históricamente patrones a seguir entre las mujeres de la época.

¹⁷¹Peter Berger, *Introducción a la sociología: una perspectiva humanista*, Limusa, México, 2010.



Leticia Perdigón, *La otra virginidad*, México, 1975¹⁷²

Para entonces las mujeres a través de sus cuerpos, conforman un legado inminente de lo que posteriormente vendrá siendo el culto al cuerpo, sin darse cuenta que construyen así un camino trazado por el mercado. Debido a esto, a partir de entonces las actrices tendrían que tener un peso bajo, para así marcar tendencia. En el modelo que construían detrás de ello, existía una coyuntura en un particular proceso de adaptación y de aceptación de sí mismas.

Si bien el cine de ficheras encierra el albur típico mexicano y el tono sexual de su elenco, en él no podía faltar la música y los tugurios de mala muerte. Sobre el cabaret con su toque especial de tragicomedia donde todos, ricos y pobres se disgregaban para satisfacer sus bajas pasiones, acompañados de un buen danzón, dice Monsiváis:

¹⁷²<http://cineymexico.blogspot.mx/2011/08/1974-la-otra-virginidad-juan-manuel.html>. Juan Manuel Torres, *La otra virginidad*, CONACINE, 110 min, México, 1975.

Por sus contoneos lascivos y rítmicos, una mezcla excitante de danza de vientre oriental y de habanera anticuada, el danzón es la música por excelencia de los prostíbulos, acoplamiento vertical, vuelo erótico fijado al piso. La música legitima las predisposiciones cachondas y los que habitan la pista lo agradecen, en plena feria de dualidades: el acto de bailar y el sitio donde se ejerce, la exhibición de habilidades y las licencias eróticas, la celebración de la pareja y el placer por las multitudes, la vocación de encierro en escenografías indescriptibles y el anhelo del aire libre, la melancolía y el relax, el deseo de ser contemplado y al urgencia de intimidar.¹⁷³

De nuevo se ve la doble moral de la sociedad y con ello el cuerpo de las mujeres vuelve a ser presa fácil del comercio y su proliferación transnacional.

En la película *Bellas de noche* (citada en el capítulo dos), podemos ver el claro ejemplo de todo un conjunto de factores que encierran el exponente de una realidad vivida en la sociedad mexicana, pero es el cuerpo femenino quien juega el papel protagónico de esta manifestación visual. Entonces creo conveniente partir de este preámbulo para adentrarme a lo que será la década de los ochenta y principios de los noventa, y ver así la transformación radical que se ejerce desde los cuerpos de las mujeres para crear un estereotipo de belleza.

La música, el sexo y el alcohol enmarcan este cine poco prodigioso en cuestión crítica. Sin embargo, en lo referente al cuerpo encierra factores interesantes que utilizo para establecer el origen de la transición tan repentina en nuestro país. Recordar que en el extranjero Estados Unidos, Madrid, Londres, París e Italia entre otros, ya existía el factor delgadez como símbolo de belleza.

Este cine consolida en cierta medida un estatus prodigioso de las mujeres *gordi-buenas*, (como diríamos ahora en nuestro país), como símbolo sexual. Pero paradójicamente, en el caso específico de las mujeres de la clase acomodada, se comenzaba a introducir un estilo de moda distinto, la delgadez como sinónimo de éxito y belleza.

Para terminar con este apartado, me resta decir que a través de los procesos culturales, se gesta un inconsciente imaginario donde los cuerpos voluptuosos y de gran talle a finales de los setenta, comenzaban a declinar por

¹⁷³ Carlos Monsiváis, *Escenas de pudor y liviandad*, Debolsillo, México, 2004, p.51-52.

una nueva idea de belleza en nuestro país. Si bien los cuerpos de las mujeres proyectados en el cine o en los inicios de la televisión son estereotipos muy similares a los de décadas anteriores, la delgadez y el factor juventud en conjunto serán ahora pioneros y, dejarán a un lado caderas y vientres pronunciados para darle entrada a una nueva idea de mercado, “entre más delgadas más guapas”.

LA IMAGEN DEL CUERPO DE LA MUJER EN LA TELEVISIÓN

Los nuevos estilos de vida que el consumismo propagaba en la ciudad de México, traía consigo un doble discurso en el carácter estructural del cuerpo de las mujeres, por un lado se comenzaba a ver un deslindamiento del concepto arcaico de mujer tradicional, y por el otro la idea de perfección de sí misma ante la sociedad que demandaba ya no sólo ser madre-esposa, sino ser exitosa y bella.

Entonces habría que fabricar una mujer que consumiera y que a su vez fuera consumible, que siguiera las reglas haciéndole creer, que sería ella quien por si sola tendría esa iniciativa y emancipación. Y qué mejor como lazo conductor para este cometido que la televisión, por sus relaciones políticas y culturales y sobre todo por sus estrategias de mercado.

La televisión privada mexicana lanza entonces un nuevo concepto de belleza femenina a partir de 1980 aproximadamente, las mujeres voluptuosas con caderas anchas, senos grandes y rostros maduros van quedando a un lado. Sin embargo el cambio es paulatino y se consolidará en la década siguiente.

En 1971 se proyectaba la telenovela *Muchacha Italiana viene a casarse*¹⁷⁴, protagonizada por Angélica María, que narra una historia de amor y desamor, que gira alrededor de una familia rica de la ciudad, un melodrama convencional y con el sello característico de Televisa, en este caso la protagonista, pertenece a los rostros jóvenes que se apoderan de la televisión, ya que su carrera de inicio fue en el cine mexicano. Lo interesante en este caso particular, es que a raíz de estas historias, la belleza juega un papel primordial en la sociedad y es a base de la belleza que el personaje logra su cometido.

El fondo de esto, no es sólo contar una historia donde una extranjera viene a buscar un marido millonario a México, sino ver, que a través de los cuerpos y los estereotipos proyectados por la televisora, se va generando poco a poco el concepto de belleza femenina y su transformación, esto no quiere decir, que

¹⁷⁴ Ernesto Alonso, *Muchacha Italiana viene a casarse*, Televisa, México, 1971.

actrices como Sasha Montenegro o Lina Santos, por mencionar algunas, dejan de ser bellas, todo lo contrario, para todos hay gustos. Sin embargo este no es un caso aislado. Por ello planteo que los cuerpos voluptuosos, ya para finales de los setenta, eran quizá el reflejo de un estereotipo de la clase media o baja de nuestro país. En este mismo periodo de la historia televisiva, los cuerpos delgados y rostros angelicales con facciones sajonas, estaban pensados para aquellas mujeres con poder adquisitivo, que de forma conjunta podrían identificarse con la actriz y su representación social partiendo desde el cuerpo mismo.

Si bien es necesario ejemplificar este proceso de transición del cuerpo y su representación histórica visual, las imágenes mostradas arriba determinan el reflejo de cuerpos admirados que desde inicios del siglo XX venían a ser el factor moda en las mujeres, esto dicho también por Umberto Eco:

En este análisis de las ideas de belleza que se han ido sucediendo a lo largo de los siglos intentaremos, por tanto identificar ante todo aquellos casos en que una determinada cultura o una determinada época histórica han reconocido que hay cosas que resultan agradables a la vista, independientemente del deseo experimentado ante ellas¹⁷⁵.

Es decir, el concepto del estereotipo está ligado a los procesos de seducción, y esto a su vez juega con la percepción selectiva, que de forma conjunta intencionalmente es aislada de la realidad, haciendo que el receptor polarice la idea de perfección y se dispare de forma positiva o negativa desde la proyección misma del cuerpo, dando así el resultado de que esa realidad estereotipada parece tan natural que no se cuestiona, simplemente se adopta. Por ello coincido con Ferrés:

El mecanismo del estereotipo se basa en el triunfo sobre el inconsciente sobre lo consciente, de lo emocional sobre lo racional, se acepta en un principio porque responde a necesidades primarias, tanto cognitivas como emotivas; pero a su vez

¹⁷⁵Umberto Eco, *Historia de la Belleza*, Editorial Lumen, Italia, 2004, p. 10.

asumido, contribuye a crear o reforzar ideas y valores, ya que incide sobre los mapas mentales con lo que luego se interpretará la realidad.¹⁷⁶

El discurso visual entonces, encierra paradigmas que modifican el proceso de percepción de la propia realidad, y es así que el estereotipo se explica por la necesidad ontológica de la perfección. Esto es así desde la fascinación que ejerce la belleza, pasando por las emociones que toman el control de la mente. Ello hace que los valores de esta perfección seas arbitrarios, y que de forma recurrente las mujeres deseen alcanzar estos valores, negando su propia realidad, desde el cuerpo mismo.

La televisión entonces, funge como la instancia magna de la belleza en México, su proyección y su disgregación en la sociedad cumple su cometido, llegar al inconsciente imaginario y provocar en él, la necesidad aparente de ser espejo de lo que se proyecta.

Si bien se atravesaba por una transición de los modelos del cuerpo como factor belleza, también comenzaban a dar señales los desordenes alimenticios en la ciudad de México, lo que complejizaba aún más el problema. Pero la televisora debía manejar todos los sectores sociales y no ser excluyente, por tal motivo el cuento de la *Cenicienta* fue su mejor aliado, la jovencita pobre que se enamora de un hombre rico y vive feliz para siempre.

Y es aquí donde vemos la historia de *Los ricos también lloran*¹⁷⁷ de 1979, protagonizada por Verónica Castro, el éxito brutal de Televisa que traspaso las fronteras del país y el idioma español. El cuerpo emerge entonces, las características en tendencia y los patrones a seguir como belleza trasnacional quedan de nuevo plasmados en las imágenes televisivas, el concepto del cuerpo cambia en sentido abstracto, debido a los estándares de belleza que venían del extranjero.

¹⁷⁶ Joan Ferrés, *Televisión Subliminal, socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Paidós, España, 1996, p. 28.

¹⁷⁷ Valentín Pimstein, *Los ricos también lloran*, Televisa, México, 1979-1980.

Así, México junto con su televisora se deja ver ante el mundo como escaparate de vanguardia ante el estereotipo de delgadez que imperaba meramente en las mujeres de clase acomodada de aquella época.

Esta telenovela narra la historia de amor entre Mariana Villareal y Luis Alberto Salvatierra, donde las intrigas y los engaños entretejen su vida amorosa y su felicidad, ante las adversidades de su destino. Esta historia puede ser muy trillada para el público mexicano, debido al melodrama que estamos acostumbrados a ver por televisión. Sin embargo, destaco en este punto, que de nuevo el manejo de la estética y el factor belleza transnacional impera en esta trama. Verónica Castro en ese entonces es una joven actriz que se desarrolla en el medio artístico mexicano y su rostro inunda el país por su belleza inigualable. De ojos claros, con una piel blanca, rostro con facciones delicadas y una gran cabellera rizada que le daba ese toque de feminidad prodigiosa de la época.



Televisa, *Verónica Castro en: Los ricos también lloran*, México, 1979.¹⁷⁸

En la imagen que se muestra podemos ver un rostro jovial y bello según los estereotipos marcados de la época, donde el concepto del cabello cumple con un papel predominante en lo que a moda se refieren. Es aquí en este punto, donde dejo ver que para ser una mujer sensual y atractiva indiscutiblemente se debe tener un cabello largo y exuberante, y así complementar un todo que verifique una imagen perfecta que se pueda vender.

¹⁷⁸Valentín Pimstein, *Los ricos también lloran*, Televisa, México, 1979.

Entonces la belleza se hace acompañar de factores, que de forma concreta la legitiman, partiendo del deseo y la necesidad constata de la perfección y el éxito. Y es a partir de este rol que la televisión manipula el manejo del cuerpo femenino como factor recurrente para acceder, ya sea a una mejor situación económica, un mejor empleo o bien el reconocimiento del otro ante su función social. Los cuerpos femeninos emergen ahora, no sólo como un ideal de moda. Esto va mas allá, es decir, los cuerpos envuelven toda una cosmovisión que aparentemente se visualiza frívola. Sin embargo llevan en su construcción sentidos, emociones, formaciones culturales, emancipaciones y un rehacio andar de quitar etiquetas y patrones predispuestos, por una sociedad que los hace menos importantes, sabiendo que desde los cuerpos mismos, nos construimos pese a todo.

A medida que el papel social de la mujer se definía más en términos de consumo, los procesos de domesticación y sometimiento del cuerpo generaban nuevas formas de concebirlo y de vivirlo, porque la imagen ya estaba incrustada en nuestro subconsciente y formaba parte de nuestra vida cotidiana.

Con el mismo derecho que la palabra y la escritura, la imagen puede ser el vehículo de todos los poderes y de todas las vivencias. Aunque lo sea a su propia manera. El pensamiento que desarrolla ofrece una materia específica, tan densa como la escritura aunque a menudo es irreductible a ella; lo que no facilita en nada la tarea del historiador obligado a escribir sobre lo indecible. Y sin embargo, no son las vías del pensamiento figurativo ni, más clásicamente, la historia del arte y de los estilos, y ni siquiera el contenido de las imágenes lo que nos retendrá aquí, sino más bien el examen de los programas y de las políticas de la imagen, el desenvolvimiento de las intervenciones múltiples que entraña o que anticipa, los papeles que adopta una sociedad pluriétnica.¹⁷⁹

Desde lo dicho por Gruzinski me instalo en este cometido que hace referencia a la adopción de las políticas de la imagen, donde plantea que desde la conquista se ha utilizado a la imagen como factor clave de estrategias políticas y

¹⁷⁹Serge Gruzinski, *La guerra de las imágenes de Cristóbal Colón a "BladeRunner"*, ed. FCE, México, 2006, p. 13-14.

económicas que entretejen interpretaciones en el encuentro de las fascinaciones de la imagen misma. Crean así el privilegio de lo imaginario en su globalidad y su movilidad, con el claro ejemplo de la virgen de Guadalupe, ya que ésta ha sido imán nacional y su culto hasta la fecha ha sido un fenómeno de masas.

Evidentemente la analogía que hago, es exponer al cuerpo femenino a través de la historia, y así, ver que su transformación y su cometido en la sociedad es producto de alteraciones y necesidades del mercado, donde las mujeres por un lado se emancipan de yugos morales y sociales, y por el otro caen en el juego del consumismo, donde su cuerpo conforma el fundamento básico de su estar. Es su cuerpo quien les da un sentido estructural y de pertenencia, no midiendo las consecuencias que podrían llegar a tener, a raíz de estos complejos procesos sociales y psicológicos que se dan comúnmente en la contemporaneidad.

Históricamente, en los cuerpos recae toda esa movilización de lo objetivo y lo subjetivo que determina un proceso cultural, donde las formas y las percepciones que se dan como reflejo de lo verdadero a través de la televisión, se justifican y se toman como una realidad.

Sin embargo, la percepción y el hecho de instalar esa “realidad aparente” que se vende en las mujeres, crea transformaciones ambivalentes que se van identificando desde la época, pasando por la cultura y por grupos sociales más susceptibles. El hecho está, que las imágenes contemporáneas instauran una presencia que satura lo cotidiano y se imponen como realidad única. El papel que juega en este caso la televisión, es crear los nexos a través de la sensibilidad de la imagen y los consumos excesivos, donde los imaginarios son la pieza clave para cerrar el círculo vicioso que entreteje este mecanismo de consumo.

A partir de esta realidad histórica enfoco mi interés en las modalidades expresivas e incluso en el juego de las representaciones descriptivas “objetivas”, para tener en consideración el aspecto ideológico en el que todo este proceso mencionado previamente ya bien articulado y montado, pueda alcanzar su mayor grado de objetividad. Por ello creo conveniente resaltar lo dicho por Nichols:

En este sentido dialéctico, la cultura aporta la base para estas actividades de producción económica a través de las cosas- objetos físicos como el cuerpo humano, adquiere la significancia de signos dentro del intercambio y la comunicación humanos. La producción cultural pide que demos nuestro consentimiento a un lugar asignado dentro de los signos y significados del espacio social. Convierte la lógica objetiva y uniforme del mundo en un complejo ámbito de significado y valores intersubjetivos.¹⁸⁰

El cuerpo entonces queda expuesto visceralmente atractivo, y de esta forma crea vínculos con el deseo y las necesidades del contexto social que enmarca todo el proceso sociocultural. La visión del cuerpo entonces trae consigo una tensión entre lo que vemos y lo que representa y paradójicamente se incurre en los excesos de todo límite, como son los desordenes alimenticios en casos muy específicos, ya que este ultimo punto no necesariamente es el fin.

Nichols nos habla de tres ejes específicos de cómo podemos ver y representar el cuerpo visualmente:

- 1.- desde un ámbito narrativo del tiempo motivado por el cuerpo como agente causal o personaje.
- 2.- un ámbito indicativo del tiempo histórico y el cuerpo como actor social o persona.
- 3.- un ámbito mítico de la atemporalidad ahistórica y el cuerpo como ejemplar, icono, fetiche o tipo cultural.¹⁸¹

A partir de estos ejes de cómo podemos percibir el cuerpo desde lo visual, Creo conveniente utilizar en este caso el ámbito mítico, ya que el cuerpo femenino viene a ejemplificar históricamente esta parte del espectáculo, es decir, la cualidad de la imagen como algo para ser mirado. Aunque el ámbito narrativo y el indicativo conforman un todo en conjunto. El último ámbito contiene la esencia pura de este ensayo.

El afán de una imagen corporal perfecta no se da de un día para otro, es una cuestión de tiempo, como he mencionado en el primer capítulo. La imagen

¹⁸⁰ Bill Nichols, *La representación de la realidad*, Paidós, Barcelona, 1997, p.292.

¹⁸¹ *Ibidem*, p.305.

corporal comienza en la infancia y desde la familia, ya que desde pequeños nos han hecho saber que es lo feo y que es lo bello. En la cultura donde uno se desarrolla, existen causas históricas importantes en el concepto de percepción de belleza, que van desde la propia construcción del concepto mismo, su percepción y adaptación a la sociedad, pasando por relaciones culturales, estilos de vida y algo muy importante, la formación que hay desde la percepción masculina y la femenina, que da como resultado una idea abstracta que se va articulando conforme al tiempo y el contexto, es decir, que el concepto de *belleza*, casi siempre ha cambiando a lo largo de la historia.

La proyección de la interioridad, es cada vez en menor medida algo que procede del actor y cada vez en mayor medida una propiedad que emerge de una decisión de dirección o montaje. Mientras que el cine incrementa la centralidad del actor en el proceso de significación, la capacidad formativa del medio puede confirmar igualmente al actor a ser, cada vez en mayor medida, un portador de efectos que no origina o no puede originar.¹⁸²

Es necesario abordar este punto, ya que desde la perspectiva de proyectar al cuerpo como un estereotipo, los actores sociales (en este caso las actrices), quedan dentro de la misma estrategia de interpretación, en pro de una exploración de la interioridad, es decir, desde el lado humano que desarrolla el inconsciente imaginario y lo hace partícipe del proceso de construcción a través de los medios.

Quién mejor que las mujeres de clase acomodada para seguir al pie de la letra los requerimientos necesarios de este consumismo exagerado.

La belleza ahora será una categoría que determinará la labor femenina, forjando o reforzando sentimientos de vanidad, superficialidad e inseguridad.

El instinto profundamente enraizado que impulsa a la mujer a usar perfumes es una ley fundamental de la biología. El primer deber de una mujer es atraer... no importa cuán inteligente o independiente puedas ser, si fracasas en impactar a los hombres

¹⁸²Ibídem, p. 310.

que conoces, consiente o inconscientemente, no estas cumpliendo con tu deber fundamental de mujer.¹⁸³

De este modo podemos observar que el proceso de construcción sociocultural de las mujeres y su doble discurso chocan a partir de las necesidades impuestas y lo que verdaderamente ellas quieren o pretenden ser.

A partir de ese gusto, es que se empieza a generar el mecanismo de sometimiento y proyección de la imagen de la mujer desde la óptica de la televisión.

De esta forma puedo decir que la televisión es quien proporciona a la sociedad en general como fuente de primera mano, un espacio de diversión, información y formación. Paralelamente ofrece imágenes corporales que fomentan conductas que pueden llegar a caer en enfermedades como la anorexia.

Desde entonces la televisión juega un papel importante en la manera de ver las cosas y la propia realidad, Sartori habla de este punto en específico y dice que:

En la medida en que el acto de ver lo suplantó el acto de discurrir, cuando prevalece la comunicación lingüística, los procesos de información se mezclan, con la televisión, la autoridad es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen. Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y, por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree, es lo que se ve.¹⁸⁴

Entonces la imagen en la sociedad contemporánea, es el fundamento exacto de la esencia misma del acto de ver y por ello; si hablamos de la belleza femenina desde la televisión, las mujeres deberían tener ojos claros, cabello rubio y un cuerpo escultural, para poder considerarlas bellas.

Ya para 1987 la televisión en México lanza *Quinceañera*¹⁸⁵, una telenovela con corte juvenil, y con una forma diferente de proyectar la belleza femenina.

¹⁸³ Adriana Santa Cruz, *Compropolitán, el orden transnacional y su modelo femenino*, Nueva imagen, México, 1980, p.32.

¹⁸⁴ Giovanni Sartori, *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Punto de lectura, México, 2006, p.85.

¹⁸⁵ Carla Estrada, *Quinceañera*, Televisa, 1987.

Ahora será el mercado juvenil su mejor postor, para así desarrollar mecanismos de consumo.

Las protagonistas son Adela Noriega y Thalía. La trama narra la historia de un par de jovencitas que tienen la ilusión de cumplir sus quince años, hecho cultural notable en la sociedad mexicana donde las mujeres pasan de ser niñas a ser adultas. Ambas mujeres pertenecen a estratos sociales diferentes, Maricruz una joven humilde (Adela Noriega); y Beatriz una joven rica (Thalía). La historia entreteje formas diferentes de ver y vivir la vida en la ciudad, desde la óptica de la opulencia y las limitaciones, respectivamente a cada personaje. En esta historia se ejemplifican los polos opuestos de la contrastante ciudad de México en lo ochenta, desde un hecho cultural que antecede a toda mujer mexicana.

También se observa cómo la belleza es un factor que ayuda en gran medida al personaje de Adela para ser parte de un círculo social diferente al de ella. Es una mujer deseada por los hombres y envidiada por las mujeres del colegio e incluso por su mejor amiga, que en este caso es el personaje de Thalía.

Planteo entonces en este ejemplo, la reincidencia que existe por parte de la televisora mexicana, de utilizar el cuerpo y la belleza femenina como factor clave de éxito en cualquier ámbito social; ya que es de suma importancia y de considerarse por todas y cada una de las mujeres que quisieran alcanzar dicho éxito. No sólo eso, sino que va más allá, es una forma de estereotipar culturalmente a las mujeres y reiterar la envidia entre el mismo género, como algo esencial que las identifica.

Si bien como seres humanos vamos haciendo historia a través del tiempo, desde las reglas del individualismo capitalista, es en esta época de consumismo que se adhiere el hecho fehaciente de “si eres bonita tienes la vida resuelta casi en su totalidad”. Estos son los parámetros que la televisión vende y su forma de proyectar una forma concreta del cuerpo femenino.

Las acciones y motivaciones de la gente cuya subjetividad esta dividida y estratificada y es múltiple, sólo pueden ubicarse dentro de los modelos del icono o personaje a un

precio que debe calcularse en cada caso. Las técnicas de iluminación, composición, vestuario, decorados, puestas en escena y estilo interpretativo ofrecen una modalidad alternativa de entrar y presentar una serie diferente, en ocasiones contradictoria, de criterios de autenticidad para el espectador.¹⁸⁶

De este modo la sociedad contemporánea generaba en las mujeres la posibilidad aparente de doblegar la naturaleza y abolir el paso del tiempo, tal como lo mencioné en el capítulo segundo. La sociedad ponía así a su alcance el uso de productos cosméticos, el acceso generalizado a las modas y a las prácticas estéticas, con el fin de alcanzar un estándar de belleza perfecto. Con la ayuda de la televisión y sus estereotipos, se pone la cereza del pastel para conformar un mecanismo de consumo y de enajenación, donde el culto al cuerpo será el pan nuestro de cada día.

Si bien la telenovela es un melodrama trillado y sin una buena historia detrás de ésta, es importante resaltar que a pesar de esto, su readaptación a la época actual se ha dejado ver ya en dos ocasiones más. La primera es, *Primer amor a mil por hora*¹⁸⁷, protagonizada por Anahí y Ana Layevska; y la más actual *MissXV*¹⁸⁸, protagonizadas por Paulina Goto y NatashaDupeyrón.

Es así que planteo que, dentro de estas readaptaciones, los modelos históricos corporales se van interiorizando en la sociedad, donde el trabajo del mercado crece al bajar la edad de quienes deben cumplir el modelo de belleza televisivo y por tanto de consumo. Esto como primer punto. Segundo, también observo la poca creatividad que existe por parte de los productores y escritores de Televisa. En dichas readaptaciones el hecho de fondo es poder vender una imagen corporal inquebrantable.

Ya para entonces, los cánones de perfección que habían llegado a través de los medios de comunicación desde sus orígenes estaban viciados, puesto que la mayoría de las actrices o modelos que exponía Televisa oficialmente, eran

¹⁸⁶ Bill, Nichols, *La representación de la realidad*, Paidós, Barcelona, 1997, p. 313.

¹⁸⁷ Pedro Damián, *Primer Amor a mil por hora*, Televisa, 2001.

¹⁸⁸ Pedro Damián, *MissXV*, Televisa, 2012.

mujeres que en su mayoría habían alterado previamente sus características físicas. Desde los pechos que no son productos de la naturaleza, ni el grosor de los labios, ni los pómulos e incluso la nariz, por mencionar algunos.

Así, la belleza que se proyectaba a través de la televisión se produce desde la idea del paradigma, es decir:

Brooke Shields, es un paradigma de belleza femenina estadounidense, Salma Hayek de la belleza latina (a los ojos de los estadounidenses) y la ciudad de Atenea el paradigma de la democracia. No decimos que Brooke Shields sea la más bella. Es más bien, la representante más perfecta de un tipo. Toda mujer que se le aproxime será bella con los criterios estadounidenses.¹⁸⁹

Entonces en el criterio de los mexicanos, las mujeres que se acerquen al tipo de belleza como el de Lucia Méndez, Verónica Castro, Adela Noriega, Thalía, entre otras, podrán considerarse bellas.

Observo así que durante las últimas décadas del siglo XX, la aceptación de la presencia de la mujer en ámbitos sociales fue en acenso, debido a los procesos de construcción intelectual por las mismas. Sin embargo, al mismo tiempo fueron presa de las estructuras de poder del mercado. Para la década de los ochenta, el negocio de la apariencia se fue contagiando poco a poco a todos los sectores sociales del país. Pero el poder adquisitivo se concentraba en la elite mexicana y en la clase media, por tanto, eran esas mujeres quienes podían incurrir con más frecuencia en estos estereotipos promulgados por la televisión.

Si bien todas las mujeres eran atraídas por el melodrama de la televisora, las mujeres con los recursos económicos suficientes eran las más tentadas, debido a que no sólo se entretenían con ellas, sino que eran ellas quienes tenían los medios y el tiempo necesario para instalarse en este paradigma de la delgadez y las practicas de belleza.

Entonces, los imperativos estéticos que la sociedad mexicana adquiere a través de la televisión, son en cierta forma desmesurados y traen consigo

¹⁸⁹ María Alicia Pazos, *Paradigma*, UACM, México, 2008, p. 22.

anormalidad. Es decir, en un sentido crítico, la belleza que se persigue es un espejismo, un ideal que sólo existe en la imaginación. El problema es que ese ideal, es un producto que se desarrolla en un inconsciente imaginario que afecta no a dos o tres mujeres, sino a un grupo de ellas que comienzan a desarrollar formas radicales de como vivir y someter a su cuerpo, casi siempre a partir de los iconos televisivos. Qué mejor que las palabras de Nichols para consolidar esta cuestión:

Los iconos míticos o figuras ejemplares dan representación concreta a ideales culturales y deseos psíquicos. Son proyecciones imaginarias, o fetiches que responden a las necesidades que surgen dentro del estado o el inconsciente.¹⁹⁰

Es decir, que desde el deseo comienza todo el proceso de radicalización, ya que a través de éste se intenta atrapar la esencia pura del estereotipo a costa de todo, y de esa manera perpetuarlo.

A partir de este fin, la identificación mítica se desarrolla con los cimientos necesarios asentados desde el consumismo. Traza de este modo el camino del desarrollo narrativo, o mejor dicho, desde la referencialidad histórica que entreteje todo el contexto histórico vivido de la época. Hallamos aquí también la motivación ficticia en el espectáculo visual, como es el caso de la mujer perfecta que esta constituida de belleza, juventud, lealtad, virginidad y sometimiento a cualquier adversidad.

Aunque la fascinación de los iconos míticos requiere representaciones concretas, este proceso puede encontrar en la fragilidad del cuerpo humano una fuente de intensa perturbación. Los cuerpos envejecen. Sufren cambios de temperamento, perspicacia y capacidad física que los convierte en sombras de lo que fueron, en personas cuyo mejor momento llegó y pasó.¹⁹¹

En este caso vuelvo a referirme a la canción *Amor y lujo* que cito en este capítulo, donde hago referencia a esta cuestión de los cuerpos iconos y de gran glamour, *héroes adorados tan ciegamente, condenados a vivir*.

¹⁹⁰Bill Nichols, *La representación de la realidad*, Paidós, Barcelona, 1997, p. 317.

¹⁹¹Bill Nichols, *La representación de la realidad*, Paidós, Barcelona, 1997, p. 317.

El cuerpo humano es la fragilidad misma como lo dice Nichols, y es en este punto donde la anorexia surge como una forma extrema de someter al cuerpo para no envejecer y pretender ser joven por más tiempo. El problema entonces se focaliza en aquellas mujeres que han sido tomadas como referente de belleza y que se les exige socialmente la perfección en todos los ámbitos. Una vez convertido en icono, símbolo o estereotipo, el individuo desaparece, ya que el cuerpo es representado a sí mismo y el individuo está condenado a no ser él mismo, sino que a partir de entonces deberá forzosamente hacer referencia al estereotipo según la proyección de la televisión.

EL COMIENZO

Ya para la década de 1990 la consolidación de un nuevo cuerpo femenino se consagra y se plantea como modelo a seguir. Es entonces que se abre un mercado vasto en la fábrica de sueños con referencia al culto al cuerpo.

La televisión mexicana no demerita este acierto paulatino que desde 1970 venía procesando para el mercado. Así, es en los ochenta, que se consolida la delgadez como sinónimo de belleza femenina en México a través de la televisión.

Ejemplo de ello es la novela *Simplemente María*,¹⁹² protagonizada por Victoria Ruffo, quien al parecer cumple con los estándares de belleza que se pedían en ese momento en Televisa.



Televisa, Victoria Ruffo en: *Simplemente María*, México, 1989¹⁹³

La imagen que mostramos, ejemplifica el hecho que conforma todo el proceso de inserción del sometimiento al cuerpo como canal de éxito y de superación, que va siendo diluido por el discurso y el argumento de la trama de la telenovela. Si bien se exponen temas como la migración a la ciudad, la marginación de las indígenas en la urbe, y la difícil adaptación de las mujeres provincianas en la capital, es cierto también que a través del cuerpo y la representación de éste

¹⁹²Valentín Pimstein, *Simplemente María*, Televisa, 1989-1990.

¹⁹³www.televisa.com. Ibídem.

conlleva a prácticas sociales e ideales culturales que se resumen en tres dominios conceptuales:

El dominio de lo mítico: la práctica del control social y el ideal sacrificio trascendental.

El dominio de la narrativa: la práctica del conocimiento y el ideal de la sabiduría.

El dominio de la historia: las prácticas del trabajo y el sistema sexo-género (producción y reproducción) y los ideales de la creatividad y el amor.¹⁹⁴

Estos dominios como los plantea Nichols se reflejan en las estructuras de proyección a través de la televisión y se demuestra entonces que desde el dominio de lo mítico, el cuerpo es un factor de sometimiento social y de representación de éxito. Dicho objetivo de perfección está vinculado con sacrificios trascendentales del ideal impuesto por la televisión, que en este caso en específico, es el motor que genera todo un concepto de construcción de la belleza a partir del deseo.

El dominio de la narrativa se refleja en la concepción que se tiene de la realidad y en consecuencia de la “supuesta realidad” emergente desde la televisión. Las mujeres que se adentran en esta cuestión de los modelos del cuerpo impuestos por dicho medio, conciben entonces una realidad distorsionada que a la larga, crean un conocimiento complejo que las determinará en sus prácticas sociales y sus ideales a seguir. Por tal razón, su ideal será el sometimiento del cuerpo y en la gran mayoría del cuerpo delgado.

Y por último, el sometimiento de la historia, que es aquel que a través de la subjetividad (la parte emocional y creativa), es planteada desde el ámbito de la telenovela, donde emerge el cuerpo como factor clave de proyección y de estereotipo. Enmarca así una percepción general que da cabida a una serie de modificaciones y de percepciones de la propia realidad, donde el juego del deseo y de la creación de un ideal es consecuencia de un círculo vicioso del mercado.

Entonces puedo decir, que a través de estos programas, comerciales e imágenes que he citado con anterioridad, el cuerpo femenino y su percepción a través de la televisión, juega un papel primordial en la cuestión del culto al cuerpo y del estereotipo de belleza en nuestro país. Como lo dije desde el principio, los

¹⁹⁴Bill Nichols, *La representación de la realidad*, Paidós, Barcelona, 1997, p. 319.

ejemplos aquí mencionados no son casos aislados, sino más bien, un conjunto de mecanismos y de procesos históricos que entretengan formas complejas de observar la realidad. Son al fin y al cabo y para los fines de este trabajo, la materia prima de la investigación.

Por tal motivo el efecto dominó que hace su aparición en la implementación de estos estereotipos en la sociedad, transforma el poder sobre el sujeto público, la ideología que va desde la cultura, hasta las experiencias vividas de las mujeres, siempre desde una intención disciplinaria y de sacrificio.

De este modo, la unión del imaginario con la realidad, se enlaza en el momento estético, donde se hace presente la manipulación del sujeto público, que queda sometido a través de la imagen.

Para entonces, la imagen mantiene esa forma inquebrantable, a partir de aquellas transformaciones expresas e incitadas por la sociedad y el mercado, vistas siempre a través de la televisión. Ello da como resultado un cuerpo femenino domesticado desde las entrañas de una sociedad que ha sido siempre muy visual.

Para entonces, el cuerpo femenino y su representación histórica en la sociedad mexicana en las últimas décadas del siglo XX, son ya expresiones minuciosamente elaboradas, que llevan consigo un proceso de transformación paulatino, donde los motores se dirigen hacia formas capitalistas de estilos de vida, como son el éxito y el poder. La delgadez entonces es parte de un estatus social que muchas mujeres desearían.

El papel que representan los medios audiovisuales en este proceso de domesticación del cuerpo femenino, es el de represor, con discursos yuxtapuestos a través de la interacción social. En este contexto, las mujeres son proyectadas en primera instancia como un ser libre e independiente, que a su vez trae consigo un proceso sociocultural de emancipación y de lucha constante ante un mundo creado por hombres y para hombres. Por otro lado, existe el discurso subjetivo que sigue reprimiéndolas y condenándolas a patrones sociales que se inscriben en un mismo código cultural de legitimación. Allí se disfraza el motivo real de sometimiento a través del consumismo. Este consumismo genera a su vez una esclavitud que se adhiere a sus cuerpos, cuerpos vividos en una realidad, construida desde el imaginario masculino.

Las mujeres han sido siempre una amenaza constante para el hombre machista que les ha asignado sus roles sociales a través de la historia. En este caso en particular, los medios visuales se han encargado de reprimir su emancipación total con estilos de vida prefabricados, mismos que las encadena a una esclavitud simbólica a través de sus cuerpos.

Los medios audiovisuales han forjado paulatinamente un aparato de coerción social, donde las mujeres han participado generosa e inconscientemente en el proceso de creación, construcción y consolidación de dicho aparato coercitivo.

Los medios visuales y en concreto la televisión, ha formado parte importante en la sociedad mexicana y su historia. Han figurado como pieza clave en la construcción de los modelos del cuerpo femenino. Sin embargo, no le adjudico una responsabilidad absoluta, pero sí puedo señalar a este medio audiovisual como un depredador, que se conforma de una desculturación, de una estigmatización y de un cliché legitimado de belleza, obstinado en anteponerse ante una realidad muy distante a la que pregona.

La sociedad mexicana figura en la antesala de las conquistas visuales. Reconozco entonces que las imágenes, más allá de ser vistas simplemente, han ayudado a generar mecanismos de transformación y de la no aceptación del cuerpo vivido y expresado bajo una aparente naturalidad. De éste último concepto

(naturalidad), se comienza a construir la necesidad generada por el poder (grandes empresas), legitimada por la razón (la moral), y asumida por la sociedad (mujeres)

Entonces el cuerpo femenino que se proyecta como perfecto en la sociedad mexicana, calza en el discurso occidental donde una aparente banalidad (belleza física), se convierte en el eje del discurso engendrado a partir del estereotipo como un sistema complejo de medidas aptas para definir, condenar, discriminar y excluir a quienes se encuentren fuera de la norma.

A partir de la coyuntura histórica vivida y expresada por los medios audiovisuales en el siglo XX, el cuerpo femenino se va cargando de atributos físicos y figura como una imagen compleja y paradójica. En él las mujeres encarnan todas las fantasías de trasgresión sexual, de dominio del cuerpo, de satisfacción para los demás y no para sí mismas.

Sus cuerpos son de ahora en adelante, vividos y expresados a través de un discurso fundado en el bienestar común, donde el poder adquisitivo es la razón de ser del éxito y la belleza.

Nuestro presente lleva a cuestas una herencia lejana, casi demasiado lejana, que aún ejerce una influencia subterránea y escondida aunque siempre activa, imposible de detener; compuesta tanto de prejuicios, miedos y mitos profundamente enraizados en nuestro imaginario, como de utopías y esperanzas.¹

¹ Esther Cohen, *Con el diablo en el cuerpo, filósofos y brujas en el renacimiento*, Taurus, México, 2013, p. 10.

CONCLUSIONES

Según Naomi Wolf, las mujeres están envueltas de fantasía, ideales, pasiones y una carga extrema de convicciones que las hace vivir desde sus cuerpos. A lo largo de la historia el cuerpo femenino se ha ido transformando de manera recurrente y ha formado parte de un legado de vanidad que hasta la fecha existe.

Esa vanidad las envuelve en un mundo donde el consumismo las ha absorbido de forma tal, que si bien por un lado se ha ejercido todo un movimiento feminista que ha traído consigo ideas de equidad de género, emancipación, libertad, integración al campo laboral, etc., por otro lado ha generado un conducto mercantil y de consumo para hacerlas dependientes de esa supuesta feminidad que deben de tener todas las mujeres. Esto ha creado un vínculo inquebrantable entre el poder de adquisición y el éxito. Esto es debido a que la doble intensión del discurso visual que proyecta la televisión, nos arroja la idea que toda mujer puede ser vista con los cánones de perfección y al mismo tiempo realizar cualquier labor profesional o domestica, dejando a un lado y obviando aquellos sometimientos previos que se le hacen al cuerpo para cumplir con los estereotipos de moda.

A raíz de toda esta construcción sociocultural que las mujeres ejercen y que es proyectada a través de sus cuerpos, observé la encarnación de una sociedad que las ha sometido a lo largo de la historia y que las ha hecho partícipes de una formación netamente machista. Es cierto que esto que aquí afirmo, ha sido repetido hasta la actualidad por infinidad de autores, tal como lo hemos visto. Sin embargo, he logrado constatar que las fuentes visuales, para el México de la década estudiada, responden sin titubear a estas premisas. La aplicación a la metodología de la historia visual a este tema tan trabajado desde otras disciplinas, es aquí un aporte para la década estudiada.

Si bien comenté en el primer capítulo que toda esta construcción sociocultural surge a través del juego, es la familia quien le da los cimientos básicos a todo individuo para ser parte de la sociedad. Las mujeres en su mayoría han seguido el patrón exacto del juego de ser madres y esposas.

Entonces comienza la domesticación del cuerpo, crear en el imaginario colectivo la necesidad de gustar antes de gustarse a sí misma. En este caso particular, observé, que las mujeres mexicanas en su mayoría se vuelven vulnerables y han incidido a través de la historia en este juego. Anteponen en cualquier circunstancia el bienestar del otro antes que el de ellas. Es en este punto donde encontramos que se reincide en los estereotipos sociales, la mujer abnegada.

Con respecto al cuerpo, éste es exhibido y sometido a cambios que lo complejizan de tal forma que se conjugan el concepto de mujer tradicional y un nuevo paradigma que será la mujer contemporánea, trabajadora, independiente y suspicaz. Ello se refleja en las historias que narran en la televisión mexicana, donde existe el factor belleza que domina cualquier interacción social. Será el cuerpo perfecto el medio que encaminará a las mujeres a un ascenso en la clase social, en el trabajo de cualquier índole.

Por ello planteo que los medios visuales generan en la contemporaneidad un factor clave de acceso a la información, donde inconscientemente se ha generado el culto al cuerpo y todo lo que conlleva. La televisión privada mexicana desde su aparición, pasando por su consolidación y su despunte, ha tenido los recursos necesarios para poder recurrir a los cuerpos como fin en los medios de poder y del éxito.

Entonces planteo que a través de la historia el hombre ha generado formas concretas interiorizadas inconscientemente en la sociedad. En este proceso el cuerpo ha fungido como escaparate de ideas y conceptos que forman parte de adjetivos calificativos, donde el gusto de unos cuantos gobierna sobre el gusto de la población en general. Para hablar del cuerpo deberíamos crear una visión más allá de un órgano de goce, de arquetipo de belleza e incluso del reflejo de las relaciones sociales.

En esta guerra mediática en la que vivimos, como lo mencionó HildeBroch, en su libro *La jaula dorada*, el sometimiento al cuerpo ha generado el hecho de la

relación intrínseca del éxito, la delgadez y la juventud como el factor clave de la belleza. Asimismo, como ejemplifiqué anteriormente las sociedades en general han atravesado por situaciones de un consumismo exagerado, donde el objetivo era generar la demanda suficiente de insatisfacción por parte de las mujeres a sus cuerpos y crear la necesidad de ser como aquella que se muestra exitosa, bella y poderosa a través de la televisión.

Los modelos del cuerpo que se proyectan en la televisión a finales del siglo XX en México, son el resultado de un proceso histórico social que se envuelve en los tropiezos de una nación que no ha podido levantarse de su gran adversario que es el capitalismo. Lo dijo Octavio Paz: “la historia tiene la realidad atroz de una pesadilla; la grandeza del hombre consiste en hacer obras hermosas y durables con la sustancia real de una pesadilla. O dicho de otro modo: transfigurar la pesadilla en visión, liberarnos, así por un instante, de la realidad disforme por medio de la creación”.¹⁹⁶

Una creación donde la belleza es un artilugio que sólo se transforma en ideas comerciales, y que a lo largo de la historia ha servido en su gran mayoría para delimitar y estructurar a la sociedad desde la idea del capitalismo.

La idea de belleza en la historia contemporánea puede enmarcar un sinnúmero de campos y conceptos, pero en este punto en específico, el de los modelos del cuerpo que se proyectan a través de la televisión en México, es el resultado de los procesos de construcción sociocultural de una sociedad que viene con un rezago de identidad y de auto-aceptación, donde el reconocimiento del otro como parte representativa de la misma sociedad, es nulo.

Lo dicho con anterioridad se ve en la construcción del cuerpo ideal que proyecta la televisión, ya que genera esa insatisfacción de no ser como lo dictamina el medio visual. El cuerpo femenino ha sido utilizado en su mayoría como objeto fetiche, y se nos ha hecho creer que ha habido transformaciones estructurales de éste en la actualidad.

¹⁹⁶Paz, Octavio, *El laberinto de la soledad. Posdata. Vuelta al laberinto de la soledad*. FCE, México, 2011, p. 114.

Entonces se hace presente el consumismo y el individualismo en todo aquello que pueda ser visto a través de una lente. La mujer es aparentemente única a través de la imagen, pero lo cierto es que esa falsa univocidad es en realidad el modelo paradigmático homogeneizador del conjunto del género femenino.

Las imágenes y su representación en la historia se gestan con ideas completamente subjetivas, y es a raíz de esa subjetividad, que los patrones de moda se siguen implementando día a día como supuesto producto de objetividad.

En sí, las imágenes de los cuerpos femeninos que se presentan a través de la televisión a finales del siglo XX, son representaciones de la transformación social, de un mundo que vive para el mercado y, que sin lugar a duda ha depositado en las mujeres su confianza, ya que éstas siguen en una búsqueda constante de interiorizar su identidad desde el cuerpo mismo.

Por último, sólo, me resta decir que el capitalismo ha unificado al mundo casi en su totalidad, y ha convertido todo lo que está a su alcance en mercancía. Hecho que el mundo ha instalado en la legitimidad alrededor de tres ejes maleables e inestables como son: el poder político, el poder económico y el poder espiritual.

La idea que tenemos de lo visual hoy en día, lo conforma un todo, nuestras raíces culturales, nuestro lugar de origen, nuestra familia, si somos pobres o ricos, entre otras.

Somos todo aquello que nos conduce a la perfección, ese intento fallido que la historia misma nos hecha en cara. Donde nuestro cuerpo ofende a esa perfección provocada desde los medios visuales.

Las mujeres han focalizado en sus cuerpos esa visión tormentosa, que las lleva a un proceso de construcción sociocultural enmarcado de ideales impuestos por la sociedad capitalista que nos rige. El concepto de perfección está muy lejano

de serlo. Es y ha sido sólo una utopía, lo que provoca esa insatisfacción permanente que de forma alguna ha tomado más fuerza en estos últimos años.

Estamos hechos de imágenes, de ideales que hemos visto desde pequeños. Nuestra sociedad en específico, es muy visual, y eso no es un hecho tardío sino que viene desde hace siglos.

Adentrarme a descubrir un poco, de como vive una mujer desde su cuerpo, me pareció tan fortuito, porque aprendí, a mirar más allá de lo visto. Me deje guiar por esos instantes donde la visión juega un papel primordial, que trasciende a través de tu construcción sociocultural.

Hoy en día, Televisa es el constructor de esos instantes que han cambiado los cuerpos femeninos en la historia contemporánea, que han sido participes de esa continua negación que prevalece en la historia. Esa negación que emana del mestizaje que nos antecede y que se hace más fuerte.

BIBLIOGRAFIA

Arriaga, Mercedes, *Sin carne: representaciones y simulacros del cuerpo femenino. Tecnología comunicación y poder*, Arcibel editores, Sevilla, 2006.

Berger, John, *El sentido de la vista*, Alianza editores, Madrid, 1997.

Berger, I., Peter, *Introducción a la sociología: una perspectiva humanista*, Limusa, México, 2010.

Berger, I., Peter, Luckman, Thomas, *La construcción social de la realidad*, Amorrortueditores, Buenos Aires, 2001.

Bernard, Michel, *El cuerpo: un fenómeno ambivalente*, Paidós técnicas y lenguajes corporales, México, 1994.

Bloch, Marc, *Introducción a la historia*, FCE, México 1997.

Bradú, Fabienne, *Antonieta (1900-1931)*, FCE, México, 2010.

Bruch, Hilde, *La jaula dorada, el enigma de la anorexia nerviosa*, Paidós, México, 2002.

Burke, Peter, *¿Qué es la historia cultural?*, Paidós, México, 2000.

Castañeda, Martha, Patricia, *Mujeres, cuerpo y maternidad en Nauzontla, Puebla*, México, Universidad Autónoma de Puebla, tesis, 1987.

Corbin, Alain, *Historia del cuerpo*, Taurus, Madrid, 2005.

Cohen, Esther, *Con el diablo en el cuerpo, filósofos y brujas en el renacimiento*, Taurus, México, 2013.

Chahine, Nathalie, *La belleza del siglo: los cánones femeninos en el siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 2006.

Chartier, Roger, *La historia o la lectura del tiempo*, Gedisa, Barcelona, 2007.

Chesnais, François, " *La irracionalidad del capitalismo está en el núcleo de la crisis de civilización planetaria*", 30/03/2007.

De Ballin, Castellón, Laura, *Historia de la televisión en México: narrada por sus protagonistas*, Alpe, México, 1993.

De la torre, Hernández, Alejandro, *De la mofa a la educación sentimental, caricaturas, fotografía y cine*, INAH, México, 2010

Dolto, François, *La imagen inconsciente del cuerpo*, Alianza, Madrid, 1986.

Durkheim, Emile, *Las normas elementales de la vida religiosa. El sistema totémico en Australia*, Akal ediciones, España, 1992.

DuPont, Luc, *1001 trucos publicitarios*, Lectorum, México, 2004.

Eco, Umberto, *Historia de la belleza*, Lumen, Italia, 2004.

Emiliozzi, Sergio, *Del poder del discurso, al discurso del poder*, Eudeba, Argentina, 2001.

Ferrés, Joan, *Televisión subliminal, socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Paidós, España, 1996.

Ferrer, Eulalio, *Publicidad y comunicación*, FCE, México, 2002.

Foucault, Michel, *Historia de la sexualidad I*, Siglo XXI, México, 1999.

Freire, Paulo, *La educación como practica de la libertad*, siglo XXI, México, 1982.

Fromm, Erich, *Psicoanálisis de la sociedad contemporánea*, FCE, México, 1970.

García Riera, Emilio, *Historia documental del cine mexicano 1970-1971*, Universidad de Guadalajara, México, 1994.

Gramsci, Antonio, *Literatura y vida nacional*, Juan Pablos, México, 1986.

Gruzinski, Serge, *La guerra de las imágenes de Cristóbal colon a "Bladerunner"*, FCE, México, 2006.

Ginzburg, Carlo, *El queso y los gusanos*, Muchnik editores, Barcelona, 1999.

- Jiménez, Gilberto, *Identidades sociales*, CONACULTA, México, 2009.
- Lagarde y de los ríos, Marcela, *Claves feministas para la autoestima de las mujeres*, Horas y horas, España, 2000.
- Lasch, Cristopher, *La cultura del narcisismo*, Andrés Bello, Barcelona, 1999.
- Mardones, J.M., *Filosofías de las ciencias humanas y sociales: materiales para una fundamentación científica*, Ediciones Coyoacán, México, 2003.
- Martínez Fornés, Santiago, *La obsesión por adelgazar. Bulimia y anorexia*, Espasa Calpe, México 1995.
- Mattelart, Armand, Xavier Delcourt, Michele Mattelart, *¿La cultura contra la democracia? lo audiovisual en la época transnacional*, Mitre, España, 1984.
- Millán, V., Henio, *Neoliberalismo y transición en México*, Colegio Mexiquense, México, 1989.
- Michelet, Jules, *La mujer*, FCE, México 1999.
- Monsiváis, Carlos, *Escenas de pudor y liviandad*, Debolsillo, México, 2004.
- Nichols, Bill, *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre documental*, Paidós, Barcelona, 1997.
- Olson, Marcus, *La lógica de la acción colectiva: bienes públicos y la teoría de grupos*, Limusa, México, 1992.
- Paz, Octavio, *El laberinto de la soledad. Postdata. Vuelta al laberinto de la soledad*, FCE, México, 2004.
- Pierre, Albert, *Historia de la radio y la televisión*, FCE, México, 1982.
- Procacci, Giuliano, *Historia general del siglo XX*, Crítica, México, 2005.

Raich, Rosa María, *Imagen corporal: conocer y valorar el propio cuerpo*, Ediciones Iramide, Madrid, 2000.

Rincón, Omar (comp.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, La cuija, Buenos Aires, 2005.

Santa Cruz, Adriana, *Compropolitan: el orden trasnacional y su modelo femenino*, Nueva imagen, México, 1980.

Sartori, Giovanni, *Homo videns: la sociedad teledirigida*, México, Punto de lectura, 2006.

Silva, Fendrik, *El país de nunca comer, historia ilustrada de la anorexia*, Zorzal, Argentina, 2004.

Stroker, Bram, *Drácula*, Editores mexicanos unidos, S.A., México, 2010.

Valdés, Salvador, *La televisión pública desde adentro*, Fragua, Madrid, 2008.

Vázquez, García, Francisco, *Foucault y los historiadores: análisis de una coexistencia intelectual*, Universidad de Cádiz, España, 1988.

Ventura, Lourdes, *La tiranía de la belleza: modelos de mujer*, Plaza & János editores, Barcelona, 2000.

Yépez, Heriberto, *Contra la tele-visión*, México, Tumbona ediciones, 2008.

Wolf, Naomi, *El mito de la belleza*, Emece, Barcelona, 1991.

Zamora, Fernando, *Filosofía de la imagen. Lenguaje, imagen y representación*, ENAP, México, 2007.

PRODUCCIÓN TELEVISIVA

Alonso Ernesto, *Muchacha italiana viene a casarse*, Televisa, México, 1971.

Damián, Pedro, *Primer amor a mil por hora*, Televisa, 2001.

Damián, pedro, *MissXV*, Televisa, 2012.

Estrada, Carla, *Quinceañera*, Televisa, 1987.

Pimstein, Valentín, *Los ricos también lloran*, Televisa, México, 1979-1980.

Pimstein, Valentín, *Simplemente maría*, Televisa, México, 1989.

FILMOGRAFÍA

Cardeña, Alvares, Jorge, *Las cariñosas*, Cinematografía Calderón, México, 1:48 min, 1979.

Calderón, Stell, Guillermo, *Muñecas de medianoche*, Cinematografía Calderón, México, 1:52 min, 1978.

Crevenna, Alfredo, *Santo contra la magia negra*, Películas latinoamericanas, México, 95 min, 1972.

Quintanilla, Luis, *Las sicodélicas*, Filmadora Peruana, Perú, 1:22min, 1974.

Calderón, Stell, Guillermo, *Bellas de noche, las ficheras*, Cinematografía Calderón, México, 1:43, 1977.

Corkidi, Rafael, *Ángeles y querubines*, México, Estudios Churubusco, 89 min, 1971.

Gálvez, José, *Azul eclipse de amor*, México, Estudios Churubusco, 110 min, 1971.

Isaac, Alberto, *El rincón de las vírgenes*, Estudios Churubusco, México, 98 min, 1972.

Torres, Juan Manuel, *La otra virginidad*, CONACINE, México, 98 min, 1975.

Vejar, Sergio, *Trio y cuarteto (antes Dúo, trio y cuarteto)*, Filman internacional, México, 101 min, 1971.

DISCOGRAFÍA

Madonna, *I'm Breathless*, Warner Bros Records, E.U.A., 1990.

Naranjo, Mónica, *Amor y lujo*, Sony, España, 2009.

FUENTES ELECTRONICAS

www.cirt.com.mx

www.teleguia.com

www.comunicacionymedios.com

www.cajatonta.tv

http://carlosluengootrasvocesotrosambitos.blogspot.mx/2012_03_01_archive.html

http://carlosluengo-otrasvocesotrosambitos.blogspot.mx/2012_03_01_archive.html

<http://www.taringa.net>

<http://www.realacademiaespañola.com>

<http://www.art.com>

www.ciudadeseuropa.com

<http://multimedios.org>

<http://www.biografiasyvidas.com>

<http://daystarvisions.com/pix/masters/pg6.html>

www.musica.com

<http://maquinariadelanube.wordpress.com>

<http://theyhadfaces-silentfilmblog.blogspot.mx>

<http://visionaryartistrymag.com>

<http://thestarsofhollywood.tumblr.com>

<http://www.cineforever.com>

<http://so-cal-arch-history.com>

<http://dasawhartonphotography.wordpress.com>