



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Estudios Superiores Iztacala

“Violencia entre mujeres a partir de los estereotipos de belleza”

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA
P R E S E N T A
Vanessa del Carmen González De La O

Directora: Lic. Juana Olvera Méndez

Dictaminadores: Dr. José de Jesús Vargas Flores

Lic. María del Rosario Guzmán Rodríguez



Los Reyes Iztacala, Edo de México, 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, Carmen y Miguel.

Por su apoyo incondicional, su paciencia y su interés por impulsarme a seguir creciendo.

A mi hermana Yessica.

Por recordarme continuamente la importancia de culminar este proceso de titulación.

A mi hermana Esmeralda.

Por el acompañamiento en las noches de desvelo, el apoyo y las conversaciones sobre mis ideas.

A mi tía Rosario.

Por su apoyo incondicional, siempre has estado para todo en mi vida.

A la profesora Juana Olvera Méndez.

Por aceptar y guiarme en la realización de esta tesis.
Por su tiempo y dedicación.

A la profesora Karla González Mancera.

Por sus consejos, por ayudarme a darle otro enfoque a este proyecto y motivarme a cumplir esta meta.

ÍNDICE

Introducción.....	1
I Constitución de los cuerpos: sexo y género en el Patriarcado	6
1.1 Definición y origen del Patriarcado	8
1.2 Sexo y género.....	12
1.3 Identidad de género	17
1.4 Estereotipos de género.....	22
1.5 Rol de género	23
1.6 Ser hombre y ser mujer en el Patriarcado mexicano	25
II El imperativo de la belleza femenina.....	31
2.1 Estereotipos de belleza femenina en México.....	35
2.1.1 Época anti-edad y anti-peso: normas de belleza actuales	37
2.1.2 Los medios de comunicación, la industria de la belleza y la pornografía.....	41
2.1.3 Las prácticas de belleza	45
2.2 Las violencias en el imperativo de la belleza	48
2.2.1 Mantenimiento de los estereotipos de belleza: violencia entre mujeres.....	51
2.2.2 Educando la feminidad: madres e hijas.....	55
2.2.3 Compitiendo por <i>amor</i>	58
III Hacia una nueva belleza	63
3.1 Autoestima.....	64
3.2 Empoderamiento.....	70
3.3 Affidamento y sororidad	72
Conclusiones.....	75
Bibliografía	81

INTRODUCCIÓN

Zaro (2002), menciona que dentro de la cosmogonía psicológica del sujeto, las variables *sexo* y *género* influyen de manera significativa en el desarrollo de la identidad personal, así como de las conductas y la personalidad, teniendo como referentes los estereotipos y roles de género establecidos bajo el pretexto del dimorfismo biológico y la demanda sociocultural. Desde la psicología el género se ha incorporado como una variable estímulo, es decir que tiene un impacto tanto en el sujeto como en la forma que los demás interactúan con él o ella a partir de la información, prejuicios y comprensión del género de pertenencia (Hyde, 1995).

Por consiguiente, se plantea que la identificación personal con las categorías impuestas por el sistema patriarcal, estructuran la identidad de género de hombres y mujeres (Fonseca, 2008). El sistema patriarcal se denomina como el modelo social que genera y reproduce la jerarquización entre los sexos, y que además promueve y refuerza modelos estándares para los géneros haciendo uso de las instituciones (familia, política, religión, etcétera) (Dorantes, Martínez y Segura, 2013). En el que los hombres (relacionados con el ámbito público) tienen la ventaja económica, política y social, y establecen las pautas de la interacción, mientras las mujeres son el grupo relegado (priorizando su actuar en el ámbito privado) (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Es relevante señalar que se empleó la perspectiva de género para brindar justamente un marco teórico acerca de las desigualdades sociales y simbólicas entre hombres y mujeres creadas mediante construcciones sociales (más allá de la mera diferencia biológica) y sostenidas por medio de relaciones de poder (Dorantes, Martínez y Segura, 2013); a la vez que permite analizar sus consecuencias a nivel social y personal (Lagarde, 2011).

Pues, como señalan Fonseca (2008), y Martínez (2016), algunos de los beneficios de la perspectiva de género son visibilizar las relaciones de poder y desigualdades entre hombres y mujeres en las diferentes esferas donde se desarrollan: el ámbito familiar, el Estado, el trabajo y la sociedad, respecto a la

valoración social y el acceso de recursos, trabajos y servicios dependiendo del género, además de abrir la posibilidad de crear propuestas para modificar las estructuras que mantienen las desigualdades.

De modo que hay que distinguir la dualidad sexo y género, para destacar la importancia que se le ha dado al dimorfismo sexual como fundamento de la naturalización de la relación de dominación y de los mandatos de género; y porque dentro de la *construcción patriarcal de la mujer*, como nombra Pateman (1995), a los parámetros que deben cumplirse para asumir el género femenino, la belleza ha sido una de las exigencias que se le han impuesto a las mujeres.

Si bien, Esteban (2013), resalta la incursión de los hombres en la moda; ya que las industrias de la belleza han puesto su mira hacia ellos, les ha llamado *metrosexuales* y comienzan a seguir ciertas modas y looks (Guijosa, 2006), no debemos olvidar, como menciona Lipovetsky (2012), que la moda y la belleza no tienen el mismo valor ni costo social para hombres como para las mujeres, aún en la actualidad, pues “esta promoción social del aspecto masculino no ha desestabilizado en modo alguno la tradicional supremacía estética de la mujer” (pp. 175).

Sobre esta diferenciación, Steinem (1992), menciona que la belleza es más un asunto de comportamiento social aceptado que de apariencia, es decir de estereotipos de género. Así, mediante la división patriarcal entre el ámbito público y el privado, a los hombres se les dirige corporalmente a la instrumentalización y el desenvolvimiento social y productivo, potenciando ser fuertes, poderosos y apuestos; y a las mujeres se les remarca su aspecto corporal reproductivo y de objeto sexual. En este sentido, la autora ejemplifica la diferencia, puntualizando que aun las modas masculinas más excéntricas permiten a los hombres la movilidad y comodidad; contrario a la moda femenina privilegiada por los medios de entretenimiento y de comunicación, de los tacones de aguja y ropa ajustada que entorpecen los movimientos de las mujeres.

Al respecto, Lipovetsky (2012), señala que la cultura del bello sexo representada mediante la estética femenina, constituye una de las distinciones entre los sexos, conseguida por medio de la disciplina de los cuerpos. En palabras de Jeffreys (2006), al establecer parámetros de belleza femenina se ejerce presión sobre las prácticas que ayudan a mantener un ideal de feminidad, creando roles de género estereotipados que se justifican como tradición y en *beneficio* de los hombres. Pues, como menciona Solís (2012), “se considera que la posesión, práctica y transmisión de la belleza es un mecanismo de poder de las mujeres que debe ser vigilado y controlado con fines masculinos” (pp. 1); esto tiene sentido, en tanto el valor social de las mujeres sigue residiendo en “su condición de objetos sexuales y procreadoras” (Steinem, 1997; pp. 288).

No obstante, Jeffreys (2006), acota que las prácticas de belleza occidentales rara vez se hacen cumplir mediante la violencia física, sin embargo recalca que es recurrente la coerción social para que se lleven a cabo dentro de los estándares permitidos. Así, la manera en que se despliegan estas normas, puede ser desde el continuo bombardeo publicitario que muestra el tipo de cuerpo al que se debe aspirar para encajar en el estándar de belleza (Muñiz, 2014), hasta las críticas y descalificaciones que se emplean para presionar a las disidentes (Fernández, 2002).

Estas críticas, discriminaciones y descalificaciones también son un modo de violencia, pues como recalca Torres (2010), son actos u omisiones intencionales cuya finalidad es reestructurar las posiciones del poder, mediante el sometimiento, control y sanción de las conductas que incumplen o actúan fuera de las normas patriarcales. Es decir, los mandatos de género se manifiestan a nivel personal como obligaciones, prohibiciones y vigilancia, con el propósito de mantener la *normalidad* de los sujetos sexuados (Lagarde, 2011).

Por tanto, la importancia de revisar la violencia entre mujeres reside en visibilizar la coerción, reafirmación y reproducción patriarcal de que las mujeres deben encarnar la belleza femenina (Wolf, 2002), el cuerpo-para-otros (Lagarde, 2000), la procreación y la objetivización sexual (Steinem, 1997). Lo que llega a

ocasionar daños en la autopercepción, identidad y autoestima de las mujeres, y puede conducir a trastornos alimenticios, descalificación del género, y mantenimiento de la autodevaluación; es decir, seguir interiorizando la subvaloración social de lo femenino (Steinem, 1997), y el deseo de encarnar una belleza discordante con su anatomía (Muñiz, 2014).

Destacando como punto central del imperativo de la belleza femenina –como opresión cultural–, el tratamiento de la mujer como objeto sexual y la identificación de las propias mujeres con esta condición cultural (Jeffreys, 2006). Ya que como señala Alborch (2002), la violencia entre mujeres “tiene su origen en la adhesión al papel tradicional que les han otorgado los hombres” (pp. 210).

Asimismo, hay que puntualizar dos cuestiones para hablar sobre la violencia entre mujeres: 1) la creencia estereotipada acerca de las mujeres es que no pueden relacionarse entre sí y se desenlaza una inminente rivalidad (Alborch, 2002); y 2) se debe comprender que las mujeres también pueden llegar a violentar a otros y otras (Badinter, 2003), siguiendo la lógica patriarcal de las jerarquías de poder (Lagarde, 2011). Sin embargo, la normalización social del desencuentro entre mujeres, genera que la problemática se haya vuelto común y por consiguiente, no se plantean explicaciones más allá de la supuesta *naturalidad* del hecho (Alborch, 2002). Por tanto, como resalta Valencia (2010), al ocultar los fenómenos de índole violenta, se genera la naturalización, y las oportunidades de actuar en contra disminuyen.

En consecuencia, se realizó esta revisión documental donde se integran los análisis previos que responden a la relación de mujeres y sus rivalidades, en tanto sujetas activas inmersas en una cultura machista, así como los componentes nacionales que permiten realizar un análisis particular de las relaciones entre mexicanas y la manera en que manifiestan violencia a sus congéneres por el factor belleza.

Para lo cual, se dividirá en tres capítulos: I Constitución de los cuerpos: sexo y género en el Patriarcado, donde se hace una breve descripción de este

sistema social, ya que como lo menciona Cobo (2006): “no puede entenderse la violencia contra las mujeres fuera de la ideología de la inferioridad femenina, es decir, fuera del sistema de dominación patriarcal” (pp. 18). Por lo que se señala la diferencia entre sexo y género que dan pie a la formulación de la identidad, en tanto el Patriarcado construye la diferencia de género que produce relaciones de poder basadas en el sexo.

A su vez, se abordan los estereotipos y roles de género que se asignan como propios de cada uno de los géneros, concretamente en México, y se destaca la socialización diferencial como el principal modo de reproducir las diferencias, de las cuales se extrae la belleza como factor y valor social clave de la feminidad.

Posteriormente, con la intención de explicar la violencia como un método de coerción social para mantener el orden genérico, en el capítulo II “El imperativo de la belleza femenina” se describen los atributos físicos que se consideran femeninos, la manera en que se transmiten por los medios de comunicación y las consecuencias de la trasgresión que orillan a la violencia y discriminación entre las propias mujeres para conseguir la aceptación social.

Se describieron particularmente dos formas de relación entre mujeres donde se observa la violencia: madres e hijas, y mujeres contra otras mujeres *compitiendo* por amor; haciendo alusión a las cualidades que el patriarcado privilegia a la identidad femenina mexicana: la imagen de la madresposa/reproductora y el cuerpo-para-otros/objeto sexual.

Finalmente, el capítulo III “Hacia una nueva belleza”, acorde con los alcances de la perspectiva de género, se resaltan las propuestas que desde el feminismo se han presentado para modificar las estructuras patriarcales y la descalificación de lo femenino. Por lo cual se retomó la autoestima, el empoderamiento, el *affidamento* y la sororidad, como áreas potenciales para el trabajo con y desde las mujeres para tomar conciencia de las sujeciones patriarcales, hacerle frente a los estereotipos de belleza femenina e impulsar una nueva forma de verse a sí mismas y convivir sin violencia con sus congéneres.

I CONSTITUCIÓN DE LOS CUERPOS: SEXO Y GÉNERO EN EL PATRIARCADO

“El opresor no sería tan fuerte si no tuviese
cómplices entre los mismos oprimidos”

Simone de Beauvoir

Al encontrarse hombres y mujeres conviviendo en un mismo mundo, su relación es inminente, así como su evolución, y esto implica que sus interacciones y condiciones como géneros han ido transformándose a lo largo del tiempo (Lagarde, 2011). Dicha relación ha sido estudiada por diversas disciplinas desde el feminismo y se ha usado el término Patriarcado para denotar la forma de organización social jerárquica que se basa en la subyugación de las mujeres a los hombres (Dorantes, Martínez y Segura, 2013), cuyo poder ideológico establece los constructos de masculinidad y feminidad, controlando y manipulando las relaciones intergéneras e intragéneras (Pastor, 1998).

Para los efectos de la presente revisión teórica, que se enfocará en las relaciones intragéneras de mujeres, es necesario analizar la conformación de la identidad femenina que tiene lugar en la sociedad patriarcal actual, cuyo mandato de feminidad exige la belleza (Muñiz, 2014). Imposición que hace que las mujeres recurran a diversas maniobras para cumplir el ideal (Jeffreys, 2009; Muñiz, 2014), razón por la cual llegan a presentarse rivalidades y acciones que violentan psicológicamente o físicamente a las mujeres que no encajan en la categoría de *bellas* (Alborch, 2002).

De entrada se definirá al Patriarcado como el sistema ideológico que designa al hombre como el modelo de la humanidad, relegando a la mujer un papel secundario (Cobo, 2006). De esta manera, se crean y refuerzan a partir de las diferencias biológicas, categorías binarias jerarquizadas en cuanto a las cualidades, los trabajos, los espacios y capacidades de cada uno de los sexos (Bosch, Ferrer y Alzamora, 2006).

En este sentido, uno de los principales supuestos del Patriarcado es la homologación de los hombres con la cultura y por ende, civilizados y racionales, presentándose como individuos destacados tanto profesionalmente como socialmente, en la esfera pública; y en contraparte las mujeres son identificadas con la naturaleza debido a su condición fisiológica de procreadoras y reproductoras, encerradas en la esfera privada, cuyas actividades en el hogar no son remuneradas ni reconocidas socialmente (Pastor, 1998). Basando la división del trabajo en las capacidades “innatas” con las que cada sexo cuenta, sin embargo, ésta separación de labores no se rige únicamente por la biología, sino también es uno de los mandatos creados que impone el Patriarcado (Sanahuja, 2002).

Para explicar lo anterior, Peña (2007), indica que el Patriarcado se funda en el desequilibrio del reparto del poder, donde se beneficia a los hombres en perjuicio de los derechos de las mujeres. Así, el Patriarcado es el sistema que nombra a los hombres como dominadores y creadores de la sociedad, otorgando el lugar de subordinación a las mujeres. Dicha hegemonía les permite designar las características, comportamientos y significaciones propias de cada sexo. Debido a estas características, Bosch, Ferrer y Alzamora (2006), afirman que el Patriarcado ejerce un dominio simbólico y material.

La respuesta tradicional al establecimiento del Patriarcado, y por ende, de la disminución de la mujer, como Lerner (1990), puntualiza, es que la dominación masculina se observa como un fenómeno universal y natural. Por lo cual, para no obviar ni naturalizar la acción del Patriarcado, se presentaran las definiciones y posibles orígenes que se le han dado; así como la distinción planteada entre sexo y género que propone una visión contraria al esencialismo biológico para explicar las relaciones de poder entre hombres y mujeres. Si se desea realizar de un análisis más profundo se recomienda la lectura de: *Historia de la misoginia* de Bosch, Ferrer y Alzamora (2006), *El laberinto patriarcal: Reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres* de Bosch, Ferrer y Gili (1999), *Una*

breve historia de la misoginia de Holland (2006), *La creación del patriarcado* de Lerner (1990) y *Cuerpos sexuados, objetos y prehistoria* de Sanahuja (2002).

1.1 Definición y origen del Patriarcado

Las atribuciones que se realizan al Patriarcado, se presentan a partir de diferentes momentos históricos, sin embargo, todas conservan la misma esencia: el hombre es el principal agente en la sociedad y las mujeres se encuentran en un segundo plano (Sanahuja, 2002). En este sentido, Sau (1990), menciona que el Patriarcado tiene como ejes el control de la sexualidad de las mujeres, la maternidad y el provecho sacado del trabajo doméstico no remunerado.

Asimismo, Lagarde (2011), menciona otras características principales que definen al Patriarcado. Primeramente, puntualiza la oposición entre hombres y mujeres, que designa a los hombres como los dominadores del sistema, teniendo la facultad de determinar las relaciones, las concepciones del mundo, las normas y los lenguajes.

Como segunda característica señala la separación del género femenino, plasmado en la competencia por los hombres y la lucha por ocupar espacios. Con esto, se comienza a dilucidar el motivo por el que las mujeres rivalizan entre ellas, en diferentes ámbitos para alcanzar el prestigio que los hombres obtienen de su trabajo en el mundo público.

Y por último, resalta el machismo, que enaltece la virilidad, respetando y procurando que se cumpla el mandato de ser masculino, desdeñando de esta manera el dominio de lo que se considera como femenino, prohibiendo que los hombres puedan realizar y actuar de ciertas maneras que se clasifican como propias de las mujeres, ya que son actividades catalogadas como inferiores, que disminuyen el prestigio de haber nacido hombres. Es la forma más exaltada de la masculinidad, evidenciando la discriminación hacia las mujeres.

Por otro lado, la autora también destaca el análisis que realiza Eisenstein del Patriarcado desde las estructuras de poder presentes en la sociedad

occidental: el clasismo capitalista, la jerarquía de los sexos, y la división racial del trabajo. De esta manera el Patriarcado capitalista ejerce el poder en las esferas racial, sexual y de clase, dependiendo de las combinaciones surgidas en un contexto social específico. “Así, el poder patriarcal es sexista, pero es también clasista, etnicista, racista, imperialista, etcétera” (Lagarde, 2011; pp. 92).

Considerando lo anterior, Cobo (2006), señala que el Patriarcado es una estructura social y una ideología en sí misma, organización que crea y mantiene el poder y privilegios por medio de la legitimación y las creencias que justifican las características y diferencias de las mujeres. De modo que se puede naturalizar este sistema en tanto todos actúen y piensen en el mismo sentido establecido. Sin embargo, el Patriarcado no es natural, y ha sido configurado a través de diversos constructos y acontecimientos históricos, como enlista Sanahuja (2002; pp. 157):

- La entrada en un orden familiar nuevo, bajo el dominio masculino, a partir de la institucionalización del tabú del incesto, regulador de la rivalidad entre padre e hijo por el amor de la madre.
- Un cambio de religión.
- Una reorganización del trabajo, con la división del mismo entre los dos sexos.
- El desarrollo de la propiedad privada.
- El padre no tiene nunca la certeza de cuál es su hijo y pone fin a esta situación mediante la prohibición.
- El padre es creado cultural y socialmente, debido a la exclusión del macho del hecho central de la existencia, la gestación.

Acorde con los planteamientos anteriores, Pateman (1995), realiza la distinción de las tres formas en que se ha manifestado: el Patriarcado tradicional, el Patriarcado clásico y el Patriarcado moderno.

El Patriarcado tradicional designa el poder en la figura del padre de familia, y a partir de este mito se determina que la sociedad política se crea a partir de la familia patriarcal. Las comunidades antiguas utilizaban este modelo pater familia como forma principal de organización, de manera que los hombres estuvieran

seguros de cuidar a sus propios hijos. Cerciorándose la reproducción de las mujeres con un solo hombre, estableciendo la monogamia (Pateman, 1995). Poder paterno que aún conserva el Patriarcado clásico, con algunas modificaciones.

El Patriarcado clásico, denomina al poder patriarcal y al poder político como uno mismo. Establece que los hijos nacen sujetos a la ley paterna y por lo tanto, a la ley política. Se establece como natural el derecho político, y se designa el poder político como paternal y se origina en el poder del padre (Pateman, 1995). Así, los padres pueden ejercer el poder sobre su esposa e hijos, y está respaldado por las leyes estatales.

Mediante el establecimiento e institucionalización del Patriarcado clásico, Lerner (1990), señala que se forjaron cambios en la organización del parentesco, en los sistemas económicos, en la instauración de la religión y los estados, a partir de la ascensión de los dioses masculinos y postula que el proceso de formación del Patriarcado se desarrolló en las diversas sociedades de Oriente a ritmos y épocas distintos, en el trascurso de casi 2,500 años, desde aproximadamente el 3100 al 600 a.C. Transformándose hasta la aparición del contrato social.

Finalmente, Pateman (1995), señala que el Patriarcado moderno transforma la teoría clásica del Patriarcado mediante las aportaciones del contrato social de Rousseau a partir del cual, el orden patriarcal moderno se define como un poder fraternal contractual que estructura la sociedad civil capitalista. De esta forma, la sociedad civil moderna ya no se estructura mediante líneas de parentesco ni por el poder de los padres de familia; sino que las mujeres están subordinadas a los hombres, en tanto que son hombres, y estos se encuentran unidos en fraternidad. Así, el poder se distribuye a todos los hombres adultos, que como una unidad pueden ejercer el poder sobre los grupos subordinados: las mujeres, los niños, los discapacitados, las clases sociales inferiores, las minorías religiosas y étnicas.

Igualmente, Amorós (1985), plantea que a partir del Patriarcado moderno, se distingue un pacto masculino entre pares, unidos con la finalidad de ejercer

dominio sobre las mujeres. Es decir, el poder absoluto que ostentaba anteriormente el padre de familia, se delega entonces al Estado, institución que no representa al conjunto social en este discurso, sino que expresa el poder de los hombres.

Pateman (1995), establece como origen del Patriarcado moderno la derrota política del padre por el Estado y crea el Patriarcado fraternal moderno. Mismo que establece la división de las prácticas en ámbito privado (familiar) y ámbito público (política, economía) que caracteriza la ontología femenina con la reproducción, la pasividad, el amor y el cuidado; en tanto la ontología masculina se refiere a la actividad, el autodomínio, el control emocional y el poder (Pastor, 1998).

Como se observa, este sistema se ha transformado y sin embargo, se mantiene hasta la fecha gracias a la legitimación y congruencia de las acciones realizadas por hombres y por mujeres, mientras la conciencia crítica y subversiones (feministas) sean negadas y se naturalice la dominación masculina (Cobo, 2006). Lo que lleva al establecimiento de una estructura social desigual.

De modo que Patriarcado, se denomina como un término que enfatiza el carácter asimétrico de las jerarquías sociales basadas en el sexo, mientras que dominación masculina alude al hecho de que la pertenencia al género masculino implica ventajas (Meler, 2012). De esta manera, Pastor (1998), refiere que: “las relaciones de dominación social entre los sexos conforman el orden de las relaciones de dominación genérica, afectando tanto a la asimetría social como a las relaciones interpersonales” (pp. 234).

Como se ha dicho, esta jerarquización entre sexos erige la forma de ser mujer y de ser hombre en la sociedad, así que las construcciones de ambos sexos se van a ver transformados a partir de una serie de reglas e imposiciones que determinan la manera de actuar, ser y pensar de los individuos, es decir, su identidad será estructurada en cierta medida por los modelos genéricos de

feminidad o masculinidad. De esta manera, se encuentra el mandato de la feminidad y la masculinidad, separados por los conceptos de sexo y género.

1.2 Sexo y género

El género expresado con la dicotomía masculino/femenino, es una cualidad que se distingue más allá del dimorfismo sexual, es decir, de las diferencias fisonómicas existentes entre hombres y mujeres. De esta manera, la asignación de la masculinidad o feminidad es construida socialmente, ya que se significa el sentido simbólico de cada género, es decir, los atributos otorgados por el hecho de ser portadores de ciertos caracteres sexuales, dentro de un contexto socio-cultural específico (Peña, 2007).

La aceptación de parte de hombres y mujeres, de los mandatos genéricos que el patriarcado construye, conduce a la naturalización social de estos. Ya que, como señala Bourdieu (2000): “el simbolismo que se les atribuye a los sexos es a la vez convencional y *motivado*, percibido por tanto como casi natural” (pp. 22). De esta manera, se depositan los principios y valorizaciones de cada sexo, acorde con la jerarquía que se les ha dado, manteniéndose y reproduciéndose a través de las generaciones, considerándose como natural y *normal*.

En consecuencia, también se designa la distribución de los roles y las cualidades que conciernen a cada individuo de acuerdo con su sexo (Badinter, 2003), argumentando la construcción social de la división de la actividad sexual y de la división sexual del trabajo basado en la diferencia sexual (Sanahuja, 2002). Teniendo como resultado personas que se comportan y desempeñan ciertas actividades acorde a su género, previendo no traspasar los límites de los mandatos femenino o masculino.

El propósito de acotar las diferencias entre sexo y género, es desnaturalizar los mandatos culturales que designan a la biología como identidad. Así como entender que los mandatos de la masculinidad y la feminidad llevan a la violencia en tanto se obliga su cumplimiento. Ya que, como mencionan Bosch, Ferrer y Gili, (1999), los hombres definieron sus estándares de “normalidad”, dejando al grupo

de las mujeres como desiguales a ellos, estableciéndose una relación de dominación y subordinación a favor del género masculino.

Así, por una parte, el sexo biológico se expresa en función de una serie de procesos físicos que tienen lugar en un ser humano desde la fecundación del óvulo por el espermatozoide. En esta primera etapa, para el par cromosómico 23 el óvulo tiene un cromosoma X y el espermatozoide que fecunda aporta un cromosoma X o Y; dando paso a la combinación XX para mujeres y XY para hombres, sin mencionar las anomalías cromosómicas. En la segunda etapa cromosómica, de la primera a la sexta semana el embrión es idéntico y hasta la sexta u séptima semana se hace la diferenciación de las gónadas (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Durante el segundo mes de gestación, la gónada diferenciada (Y) se convierte en testículos que producen una segregación de testosterona en los hombres y genera la formación de genitales internos y externos, y contribuye al morfismo cerebral. Por otro lado, la gónada indiferenciada (X) produce la segregación de estrógenos en las mujeres formara los genitales internos y externos, que además favorece un morfismo cerebral (Fernández, 1998).

Por tanto, estas hormonas diferenciadoras del sexo biológico también se encargan de la diferenciación del desarrollo cerebral, particularmente del hipotálamo que es el centro regulador de las hormonas, mantiene la temperatura corporal, se encarga de regular las funciones viscerales autónomas y endocrinas y organiza conductas como la alimentación, ingesta de líquidos, la agresión, las funciones sexuales y reproductivas (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Posterior al nacimiento, es hasta la adolescencia cuando vuelve a presentarse un cambio significativo en el desarrollo del sexo biológico, que produce cambios físicos y hormonales que dan pie a las diferencias físicas entre hombres y mujeres (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Respecto a esta diferenciación de los caracteres sexuales, Bosch, Ferrer y Gili (1999), destacan la serie de mecanismos sociales que suscitan la

diferenciación de conductas y preferencias entre hombres y mujeres, lo que se denomina como género. Por lo que a partir de la interacción entre biología y cultura se propicia el aprendizaje de papeles que se deben representar y estos a su vez influyen en quienes nos convertimos.

Ahora bien, la palabra *género* data de 1955, cuando el médico John Money, propuso el término *papel de género* para describir el conjunto de conductas atribuidas a los hombres y a las mujeres. Posteriormente, Robert Stoller en 1968 a partir de sus estudios con niños y niñas con problemas anatómicos que fueron educados con un sexo que fisiológicamente no era el suyo, estableció las diferencias entre sexo y género (Millán, 2004). A partir de entonces, se hace la distinción de sexo como el conjunto de caracteres biológicos que producen una diferenciación sexual y el género como el conjunto de significados que cada cultura le designa a cada sexo.

De acuerdo con lo anterior, al hablar de género, entonces se supera el reduccionismo biológico que posa el destino en la anatomía y, en especial, en las funciones reproductivas. La categoría género expone las construcciones sociales que refieren los significados culturales, sociales y psicológicos de las identidades sexuales biológicas. Por esto, Millán (2004), enfatiza que los comportamientos de ambos géneros son una construcción social que denota particularidades culturales y psicológicas de hombres y de mujeres, respectivamente. Así, Bustos (1998; en: Millán, 2004), define el *género* como “la red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, sentimientos, valores, conductas y actividades de hombres o de mujeres dentro del proceso histórico de construcción social” (pp. 60).

Como Beauvoir (2014), expresó: “no se nace mujer: se llega a serlo” (pp. 207), y en contraparte también se llega a ser hombre, ya que no somos esencias o realidades inmutables, sino como menciona la autora, la existencia es un continuo devenir abierto a la posibilidad. De esta manera, cada género se construye y reconstruye constantemente en un proceso que inicia desde el nacimiento y termina con la muerte (González 2004), supeditado a condiciones históricas particulares y a la variabilidad intercultural (Rocha, 2009).

Por tanto, como Pateman (1995), señala: “*La Mujer Eterna* es una invención de la imaginación patriarcal” (pp.30), que describe el arquetipo de mujer, la esencia inmutable a la que se refería Beauvoir (2014). Asimismo, Lagarde (2011), destaca: “las mujeres son históricas, contrario a la esencia femenina inmutable en la que se les desea encasillar. La condición de la mujer es una creación histórica cuyo contenido es el conjunto de circunstancias, cualidades y características esenciales que definen a la mujer como ser social y cultural genérico” (pp. 77).

Así, Scott (1988), destaca al género como un elemento constitutivo de las relaciones sociales, basado en las diferencias percibidas entre los sexos y un modo primario de relaciones significativas de poder a partir del cual se estructura toda la vida social. En otras palabras, a partir de los cuerpos sexuados se designan asociaciones simbólicas con distinto valor que construyen el género, designando así una distinción jerárquica (Serret, 1999).

Además, en la construcción de lo femenino o masculino, influyen diversos elementos tales como la edad, clase, raza, etnicidad y preferencia sexual, considerando que los individuos no comparten una misma historia de vida, ni una vivencia presente y planeación de su futuro similar, lo único que los conjuga es la sociedad donde se encuentran insertos (Lagarde, 2011).

Por consiguiente, el sistema sexo/género se establece a partir de los acuerdos sociales que se realizan para designar lo propio de los hombres y lo propio de las mujeres, variando entre culturas. Así, Tubert (2003), destaca las diferencias de género como un elemento constitutivo de las relaciones sociales y como una forma primaria de relaciones significantes de poder, por medio del cual se articula el control diferencial sobre los recursos materiales y simbólicos, o acceso a los mismos. Ya que, como expresa Bourdieu (2000), las diferencias biológicas se perfilan como la base de las diferencias sociales.

De esta manera, los mandatos de género han significado en mayor medida desigualdades, más que diferencias, entre hombres y mujeres, designando la exclusividad del ámbito social a los hombres, donde se destaca su jerarquía y

liderazgo sobre el trabajo, política, recursos y/o productos; mientras a las mujeres se les designa una apreciación más sentimental dentro del ámbito privado: la familia (Millán, 2004). De esta manera se separan los poderes afectivos de los económicos y racionales.

La diferenciación sexual del trabajo se produjo después de la Revolución Industrial, cuando los ejes de producción se dividieron en dos sentidos: ámbito doméstico y ámbito extradoméstico (Bosch, Ferrer y Gili, 1999). Con la finalidad de garantizar el cuidado de los infantes y de los hombres que regresaban a casa luego de las jornadas de trabajo, se colocó a las mujeres en el ámbito doméstico, debido a la sujeción que se les ha hecho en cuanto a la maternidad y cuidados; mientras a los hombres se les designo el poder económico y racional (Bosch, Ferrer y Gili, 1999; Millán, 2004)

Por otro lado, en la actualidad, acorde con el sistema capitalista y globalizante que se vive hoy día, los significados en la cultura y la división sexual del trabajo se gestan principalmente sobre los ejes de producción –encargado a los hombres– y reproducción –encargado a las mujeres–, donde el rol de género se utiliza como una forma de control social, en la que la jerarquización y diferencia conducen a las relaciones asimétricas (Sanahuja, 2002). Lo que ocasiona una valorización diferente en cuanto a los comportamientos, actitudes, derechos y deberes entre hombres y mujeres acorde con los espacios y las actividades asignadas (Pastor, 1998).

Así pues, Valenzuela (2004), describe al género como sexo simbólico, no correspondiente a sus características inherentes al sexo biológico, que se manifiesta por identificaciones o por imitación que expresa una historia personal y cultural que reciben significados a partir de una serie de prácticas imitativas referidas a otras imitaciones, proceso en el cual se genera la ilusión de la identidad de género en la interacción social.

1.3 Identidad de género

Rocha (2009), señala que la identidad involucra la concepción y percepción que se tiene sobre sí mismo, reconociéndose como individuo con su singularidad y unicidad, y a su vez, como perteneciente a un grupo. Esto quiere decir que la persona se sabrá única pero con atributos similares a otros, encajando en ciertas categorías que la sociedad establece (identidad étnica, identidad de género, identidad nacional, etcétera).

Por su parte Zaro (2002), menciona que el término “género e identidad de género se introdujeron [en la psicología] hasta 1985, asociándolo a otros términos tales como «personalidad», «desarrollo psicosexual», «autoconcepto», «roles sexuales» y «transexualismo»” (pp. 52). Definiendo la identidad de género como la manera en que una persona se percibe como hombre o como mujer.

Siguiendo con la diferenciación entre sexo y género, entonces se puede definir la identidad de sexo como la aceptación de un individuo respecto a su figura corporal y sus características biológicas, es decir el sexo; mientras la identidad de género surge en el momento en que la persona se autclasifica y se comporta como hombre o como mujer de acuerdo con lo que se considera apropiado, acorde con el conjunto de las diferencias construidas simbólicamente en función del sexo, o sea el género (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Lo anterior, tomando en cuenta que generalmente se desarrolla la identidad de género de acuerdo con el sexo de referencia (Martínez, 2016), con excepción de los transexuales que su identidad no se construye interrelacionada con su sexo biológico (Barberá, 1998). Sin embargo, aún las personas transexuales que desean cambiar su cuerpo para sentirse perteneciente al sexo contrario (Coll-Planas, 2011), realizan una serie de prácticas (cirugía, cosméticos, conductas, roles, formas de pensar) para adaptarse a los estereotipos binarios de masculinidad o feminidad (Lamas, 2012).

Desde la psicología se han planteado diversas teorías para explicar la configuración de la identidad personal, a partir de la idea de socialización e

interacción con el medio, que cuestionan el determinismo biológico y el dimorfismo sexual como la base de la identidad de género; con la finalidad de identificar los factores que dan sentido a la construcción de la identidad de género, entre otras, las estructuras y dinámicas sociales, así como las motivaciones y las cogniciones (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

En particular, la teoría de la identidad social de Tajfel (1981; en Rocha, 2009), define la identidad social como “la conciencia que tienen las personas de pertenecer a un grupo o categoría social, además del valor que se le da a dicha pertenencia” (pp.251), es decir, que la identidad engloba aquellos aspectos de la propia imagen del individuo que se derivan de las categorías sociales a las que percibe pertenecer (Etchezahar, 2014).

De esta manera, se realiza la definición de la identidad en relación a los diferentes grupos de pertenencia: género, nacionalidad, raza, etcétera. Una persona define su identidad social a partir de sus sentidos, su posición y los términos de pertenencia o no pertenencia respecto a diferentes grupos (Bosch, Ferrer y Gili, 1999). Buscar la propia identidad da pauta a una serie de etiquetas que describen a los grupos de pertenencia, y descarta toda etiqueta contraria característica de los otros grupos.

En consecuencia, al diferenciar los grupos, se realiza una distinción entre el grupo con el compartimos ciertas características denominado endogrupo, y el grupo que se percibe como diferente, nombrado exogrupo. Todos los grupos tienen connotaciones positivas o negativas, dependiendo de las connotaciones sociales y del lugar desde el que se identifica cada persona, ya que al realizar comparaciones del endogrupo contra el exogrupo se tiende a realizar una serie de sesgos, favoreciendo o resaltando los aspectos positivos del propio grupo; dicha tendencia de favorecer al endogrupo se denomina como *establecimiento de la distintividad positiva*, que se presenta debido a que la mayoría de las personas tendemos a buscar, mantener o aumentar, una alta autoestima (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Sin embargo, si a pesar de haberse establecido la distintividad positiva, el individuo encuentra una insatisfacción del lugar en que se encuentra con el grupo de pertenencia, entonces se formulan una serie de posibilidades para establecer un autoconcepto positivo.

Tajfel distingue cuatro (Bosch, Ferrer y Gili, 1999):

- A) Limitación de las comparaciones del endogrupo con grupos de status similar o inferior.
- B) Se cambian las dimensiones de la comparación, creando nuevas dimensiones u otorgándole más valor a las características propias del endogrupo.
- C) Se abandona el grupo y se pasa a otro más valorado.
- D) Se confronta directamente con el otro grupo que se considera dominante.

El sentirse pertenecientes de un grupo dominante o dominado repercute en la percepción de su valor, expectativas, emociones y formas de interactuar con el propio grupo o hacia el ajeno, lo que podría verse reflejado en la relación de dominación entre hombres y mujeres (Pastor, 1998). Esto quiere decir que la percepción de un grupo o un sujeto particular, depende de la asignación del lugar en que son colocados por el orden simbólico, en el caso del género, por el orden patriarcal (Serret, 1999).

Por tanto, las mujeres que no consiguen establecer una identidad social positiva al saberse minusvaloradas, respecto al grupo masculino, utilizan las estrategias de cambio o la movilidad social para obtener el reconocimiento para mejorar su autoconcepto (Williams y Giles, 1978; en: Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Lo anterior brinda dos alternativas de acción, la sumisión y la oposición. En la primera, la mujer acepta su identidad como parte de un grupo subordinado y recurre a la distintividad positiva de manera individual utilizando sus propios medios para mejorar su status personal. En cambio, las mujeres que no aceptan

su lugar en el grupo subordinado, actúan en oposición al sistema patriarcal, por ejemplo las feministas (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Rocha (2009), destaca dos variables fundamentales en el modelo de Tajfel que se involucran en el desarrollo de la identidad: la comparación con los otros y la competencia social, ya que los grupos de pertenencia se diferencian de los otros. Además, otra de las variables importantes dentro de esta teoría es la valoración de los grupos y la manera en que esto influye en la autoestima de las personas.

Tomando en cuenta las variables biológicas, socioculturales e interaccionales, que se encuentran inmersas en la constitución de los cuerpos, se puede concluir que la construcción de la identidad de género es un proceso dinámico, complejo y multifactorial, que inicia en la infancia y cuya socialización se presenta a lo largo de la vida de manera evolutiva y relacional (Barberá, 1998); durante la cual se aprenden valores, actitudes, expectativas y comportamientos sociales particulares a su contexto (Giddens, 2001; en: Bosch, Ferrer y Alzamora, 2006).

La socialización es el proceso por el que las personas aprenden y hacen suyas las pautas de comportamiento social de su medio socio cultural, y en el momento en que no se siguen las pautas de comportamiento social establecido se habla de desviación social. Se delimitan los marcos de referencia fundamentados en diferentes aspectos del tiempo social y también en su valor simbólico (Bosch, Ferrer y Alzamora, 2006).

Los agentes socializadores (educación, familia, medios de comunicación, uso del lenguaje, la religión) tienden a asociar tradicionalmente la masculinidad a aspectos de la vida social pública y la feminidad a la vida privada. Estos agentes socializadores son los encargados de vigilar el desarrollo “normal” de la identidad de género en respuesta a la presión que la sociedad ejerce para mantener dos grupos de seres humanos en ámbitos diferentes, separando lo *propio* de hombres de lo *propio* de mujeres (Zaro, 2002).

Dentro del patriarcado el mensaje principal que se establece es “el hombre como personaje protagonista y la mujer con un papel secundario” (Bosch, Ferrer y Gilli, pp. 121). Estos mensajes diferenciados se interiorizan y se hacen propios, hasta llegar a actuar coherente con este sentido y posteriormente se transmiten a las nuevas generaciones (Bosch, Ferrer y Alzamora, 2006).

Desde el momento en que los padres y familiares conocen el sexo del bebé comienzan a otorgarle atributos creados socialmente de acuerdo a las expectativas de género (INMUJERES, 2004). Como lo menciona Pastor (1998), la esfera doméstica es el lugar donde comienzan a construirse los hábitos y actitudes respecto a la jerarquía, las funciones, papeles, autonomía y diferenciación; donde se renuevan o trascienden los significados genéricos.

Así al ir creciendo las niñas se les permite y enseña a “jugar a la comidita”, a “las muñecas” o a cuidar al muñeco en forma de bebé; es decir, comienza su involucración en las actividades domésticas. En cambio, a los niños se les educa para que sean fuertes y no expresen sus sentimientos, porque “llorar es cosa de niñas”, además de prohibirles ser débiles (INMUJERES, 2004).

De modo que “recibimos un adiestramiento de género a partir de las interrelaciones, los juegos, mandatos sociales, modelos, normas, valores, creencias, actitudes, que imponen, reproducen, perpetúan y legitiman lo femenino y lo masculino” (Peña, 2007; pp.10). Como indica Bourdieu (2000):

Solo a cambio y al término de un formidable trabajo colectivo de socialización difusa y continua, las identidades distintivas que instituye el arbitrario cultural se encarnan en unos hábitos claramente diferentes de acuerdo con el principio de división dominante y capaces de percibir el mundo de acuerdo con ese principio (pp. 38).

Así pues, se estimulan prácticas orientadas a alientar y reforzar la virilidad o la feminidad; impidiendo o dificultando las conductas contrarias al género, por considerarse contrario al género de adscripción. De esta forma, se generan

agrupaciones o categorizaciones de conjuntos con características comunes: los estereotipos (Etchezahar, 2014).

1.4 Estereotipos de género

Bosch, Ferrer y Alzamora (2006), definen estereotipo como el conjunto de creencias sobre las características o atributos que, se considera, comparte un grupo particular. Es lo típico y esperable que realice cada género (Barberá, 1998).

Por otro lado, Zaro (2002), define los estereotipos como aquellas creencias consensuadas sobre las diferentes características de hombres y mujeres que son consideradas normales en la sociedad. En este sentido, Tajfel (2010), distingue los estereotipos como un caso especial de categorización, donde ciertas variables compartidas resultan en la asignación de un grupo.

Asimismo, Tajfel señala como funciones de los estereotipos sociales (Jayme y Sau, 2004; pp. 93):

- El intento de comprender acontecimientos sociales a gran escala, complejos y normalmente dolorosos.
- La justificación de acciones cometidas o planeadas contra exogrupos.
- Una diferenciación positiva del endogrupo respecto hacia exogrupos seleccionados, en un momento en que se percibe esa diferenciación se hace insegura o se erosiona; o cuando la diferencia no es positiva y se percibe que existen condiciones sociales que proporcionan una posibilidad de cambio de situación.

Entonces, los estereotipos son las creencias o pensamientos sobre cuáles son y deberían ser los atributos personales, en el caso de este trabajo, los estereotipos de género. El Patriarcado, al realizar la división de espacio público y espacio privado estereotipó a los hombres en el sentido instrumental-práctico y las mujeres en la dimensión expresiva-pasiva (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

De esta manera, Bosch, Ferrer y Gili (1999) puntualizan que:

Mientras el rol o papel social es algo objetivo que dirige las acciones de las personas, el estereotipo es algo subjetivo que descansa en ideas preconcebidas y determina fundamentalmente las opiniones de las personas (pp. 141).

Se insiste, pues, en que todas las culturas crean, fijan y recrean el hecho de que la especie humana es sexuada y presentan variabilidad, que ha sido generada desde la visión masculina, creadora de los estereotipos de género. El objetivo de dichos estereotipos es que aparezca como natural que los hombres estén dotados para determinados roles. A su vez, los estereotipos funcionan a modo de oposiciones que se excluyen, convirtiéndose en elemento delimitador con efecto normativo (Del Valle, 1987; en: Sanahuja, 2002).

En conjunto, los estereotipos tienen tres ideas principales: son una categorización de una persona a un grupo determinado a partir de características compartidas, son un conjunto de creencias sobre dichas características y comportamientos, y estos adjetivos pueden ser tanto positivos como negativos (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

A partir de los estereotipos de género, se realiza la trasmisión de mensajes distintos para hombres y para mujeres desde su nacimiento (Bosch, Ferrer y Gili, 1999), de manera que estos adopten comportamientos y actividades diferentes, es decir, cumplan con los roles de género (Bosch, Ferrer y Alzamora, 2006).

1.5 Rol de género

A partir de los estereotipos de género dentro de una sociedad se conforman los roles de género (INMUJERES, 2004). Estos últimos se definen como la serie de comportamientos coherentes con lo que se supone apropiado hacer de acuerdo con su género dentro de una cultura. Son las expectativas, prescripciones y estándares de la conducta en función del sexo (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Así, los roles estructuran la relación entre hombres y mujeres, determinando diferentes posiciones (Etchezahar, 2014), mediante los mandatos de comportamientos que tiene cada género dentro de una sociedad. Ya que, como menciona Rocha (2009): “la relación entre la identidad y el rol de género es muy estrecha debido a que la identidad de género se convierte en última instancia en la experiencia personal del rol de género y éste último constituye la expresión pública de la identidad” (pp.252). En otras palabras, un individuo al asumirse como hombre o como mujer, comienza a adoptar y a actuar ciertos tipos de conductas o prácticas consideradas propias de su género.

Bonilla (1998), señala que la organización social determina las tareas, funciones y actividades que separan los papeles de hombres y mujeres. De esta manera, las sociedades determinan las actividades personales basadas en los estereotipos, estableciendo así una división sexual del trabajo (INMUJERES, 2004). Pues, como menciona Fernández (2008), los roles responden a las necesidades sociales más que al dimorfismo cultural, a pesar de que la vinculación de los roles se realiza a partir de la diferencia física.

Bosch, Ferrer y Gili (1999), plantean tres opciones de encarar el establecimiento de estos roles: a) aceptar y ejecutar los roles, b) incumplir o rehusar los roles, o c) trasgredir los roles e invadir otros. Dicha toma de acciones tiene sentido en tanto la división de los papeles sociales tiene efecto sobre la identidad, tomando en cuenta que las reglas y expectativas dentro de una sociedad llevan a las personas a asumir lugares y papeles que tienen diferentes valoraciones, posiciones y creencias sociales; asimismo, es importante señalar que la estabilidad de los roles depende del reforzamiento que se les dé (Bonilla, 1998).

También hay que hacer notar que los roles varían transculturalmente (Sanahuja, 2002). Pues, como señala Bonilla (1998), los roles son definiciones sociales o creencias de como los hombres y mujeres se diferencian en una sociedad particular. Por lo que el establecimiento de estos roles se da principalmente como consecuencia de la aceptación y persistencia de los

estereotipos de género de una cultura específica, que conducen a la implementación de la división sexual del trabajo que distribuye las tareas en función de las capacidades y habilidades impulsadas diferencialmente mediante la socialización (INMUJERES, 2004).

Por consiguiente, es importante describir la particularidad del lugar de interés, en este caso, México. Tomando en cuenta que en las sociedades patriarcales, el papel más estable de las mujeres ha sido el ser madres (Bonilla, 1998), encerrándolas en la esfera doméstica; y a los hombres se les integra con mayor facilidad a la esfera pública, como trabajadores (Pastor, 1998). Sin embargo, como menciona Lipovetsky (2012), los roles antiguos se han mantenido y mezclado con los nuevos; así, las mujeres han ingresado cada vez más al sector laboral combinando su trabajo con las tareas domésticas, en mayor medida que los hombres.

1.6 Ser hombre y ser mujer en el Patriarcado mexicano

Si se dice que los estereotipos y roles de género varían dependiendo del contexto cultural, es necesario acotar las formas en que ser hombre y ser mujer son construidos en México, para no intentar dar argumentos universales ni excediendo los límites que el presente trabajo puede abarcar. Igualmente, es importante destacar que dentro del propio país se encuentran diversas manifestaciones de la feminidad y masculinidad, dependiendo de la situación socio-económica, racial y educativa de las personas (Lagarde, 2011). Observando un mayor predominio, inflexibilidad y reproducción de los estereotipos en las clases bajas (Navarro, 2004). Por lo que sin olvidar los matices y las nuevas formas de expresión de los géneros, se expondrán los estereotipos tradicionales que se han impuesto y mantenido a lo largo del país.

Primeramente hay que tomar en cuenta las ideologías que Lagarde (2011), considera dominantes en México: el capital subordinado, patriarcal, grupo edad adulto, opresión nacional, urbanos y capitalinos centralizantes, religiosos, burocráticos, occidentales. Específicamente, el Patriarcado mexicano representa

la masculinidad mediante el machismo, que Monsiváis (2013), define como “el culto a la hipervirilidad y la práctica mexicana de la violencia” (pp. 41) y Alborch (2002) refiere como la “exaltación ideológica, afectiva, intelectual, erótica, jurídica, de los hombres y lo masculino” (pp. 67).

De acuerdo con Valencia (2010), el término *macho* como signo de identidad nacional tiene su origen en México luego de la Revolución. Posteriormente, el machismo tiene un segundo auge entre 1950 y 1960 con las películas del cine de oro mexicano que mostraban a Jorge Negrete y Pedro Infante como hombres jugadores, conquistadores, cantantes, alegres, valientes y locuaces; lo que pronto se convirtió en un estereotipo a seguir (Navarro, 2004).

De esta manera, se establece el estereotipo masculino como machos abusivos y conquistadores, caracterizándose por la valentía, el menosprecio de las cualidades femeninas, la autoafirmación de autoridad en cualquier nivel, la prepotencia sexual, el narcisismo, la agresividad, la frialdad y el absoluto dominio (Navarro, 2004; Valencia, 2010).

Navarro (2004), enlista los estereotipos propios del macho:

Puede ser cariñoso (a veces) con su mujer e hijos, pero con nadie más; no le toca el cuidado de los niños, ni cocinar, ni la limpieza del hogar; le corresponde del todo la economía del hogar; sus relaciones con las mujeres buscan la conquista y se limitan al intercambio sexual; tiene plena libertad sexual, pero no puede encariñarse; utiliza conductas agresivas, críticas y prepotentes; y si le cae bien un amigo, puede darle golpes y empujones (pp. 19).

Dado que la construcción de la masculinidad está forzada a la negación de todo lo que se considera como femenino (emociones, sentimientos, roles y ciertos valores), se enaltecen las características opuestas: agresividad, competencia, fortaleza, violencia, etcétera (Sangerman y Ramírez, 2008). Por tanto, en México, la masculinidad se empareja con la brutalidad y violencia exacerbada, que de continuarse, podría convertirse en un símbolo nuevo del macho nacional, como

menciona Valencia (2010). Pues, como señala Sanahuja (2002), el Patriarcado no es algo natural, por lo que resulta necesario legitimarlo y mantenerlo por medio de todo tipo de coerciones. Así, se ha intentado justificar a partir del supuesto de que las mujeres son inferiores en tanto biología, intelecto y moral.

Asimismo Navarro (2004), destaca que el macho mexicano debe ser competitivo sin aceptar derrotas ni “rajarse”, si no sería equiparado con las mujeres (al señalar que ellas se abren al entregarse en el acto sexual). En este sentido, decirle “vieja” a un hombre les parece el peor insulto debido a que las mujeres se les otorga un valor inferior, por lo que es legítimo utilizar la violencia para demostrar lo contrario y probar su hombría. En consecuencia, el uso y abuso de la violencia tiene lugar como forma para conseguir el enriquecimiento personal masculino; de esta manera se reafirma el papel de machos proveedores y su virilidad se exalta al hacer uso de la violencia, al mismo tiempo que se posiciona como hombre pudiente y consumidor (Valencia, 2010).

Del mismo modo, debe tomarse en cuenta, tal como señala Valencia (2010), que en la actualidad “las construcciones de género en el contexto mexicano están íntimamente relacionadas con la construcción del Estado” (pp. 39). Estado sumamente influenciado por el crimen organizado, donde el PIB nacional se encuentra entrelazado con las ganancias ilícitas, y donde el narcotráfico florece a pesar de la guerra declarada contra los carteles que han sumado un alto número de muertos desde el sexenio de Felipe Calderón (Valencia, 2010).

Por lo que se ha visto que la reafirmación de la virilidad se realiza través de acciones violentas, en tanto la oportunidad de conseguir dinero fácilmente mediante el crimen se encuentra a la orden del día en un país con pocas oportunidades laborales, salarios insuficientes y alto número de bienes de consumo (Valencia, 2010). Además, se continua impulsando en mayor medida a los jóvenes de clase media para el desarrollo de sus capacidades para ocupar puestos de poder, consiguiendo mayores ingresos económicos que las mujeres (Navarro, 2004).

Ahora bien, para pensar el imaginario de lo femenino en México, se ha considerado el sincretismo cultural por el que México atravesó tras la Conquista, mezclándose lo español con lo indígena (Serret, 1999). Uno de los aspectos ideológicos que continúan latentes, es la reproducción del mito de Eva-María, representado en la dualidad Malitzin-virgen de Guadalupe; la Chingadalupe que Bartra (1987) describe como la imagen ideal de la mujer según el macho mexicano.

A partir de esta dualidad, se establece el arquetipo de la mujer mexicana como una madre purísima o una hembra violada, se le ve como “una entidad tierna y violada, protectora y lúbrica, dulce y traidora, virgen maternal y hembra babilónica” (Bartra, 1987; pp. 219). Se desea ardiente y entregada en la intimidad, a la vez que virginal y consoladora ante la sociedad.

Así, se remarcan la virginidad, la abnegación, la servidumbre y la ternura que deben cumplir las mujeres a manera de expiación del pecado cometido por la Malitzin, es decir, la traición a la patria mexicana, que se le mal adjudico por ayudar a Hernán Cortés a partir del nacionalismo del siglo XX (Bartra, 1987). En consecuencia, se espera socialmente que las mujeres sean sumisas, aguantadoras, calladas, estoicas; nacidas para ser madres, y con una dedicación exagerada a su pareja e hijos (Navarro, 2004).

Se apela al término esencialista del instinto maternal como motivo por el cual las mujeres se inclinan a quedarse en casa realizando las labores domésticas y de cuidados (Badinter, 2003). Puesto que estas cualidades se consideran *naturales* y correlacionadas biológicamente a los caracteres sexuales (Serret, 1999). Así, la completud de la mujer mexicana tiene como requisitos la realización personal a partir de la conyugalidad y la maternidad (Lagarde, 2000).

Así, Navarro (2004), describe de este modo el estereotipo de la mujer mexicana:

Fracasa si no se casa ni tiene hijos; no es decente que muestre sus iniciativas o deseos sexuales; su principal meta es atrapar un hombre;

después, le toca ser buena pareja y buena madre; puede trabajar, si no interfiere con sus labores domésticas; le toca mostrar sus intenciones de manera dulce e indirecta; utiliza conductas sumisas, pasivas y resignadas; y no debe mostrar interés por ningún otro hombre (pp. 19).

No obstante, la identidad femenina mexicana ha ido transformándose tomando elementos a partir de la cultura judeocristiana hasta mezclarse en la actualidad con la sociedad capitalista, consecuencia de la conquista colonial y el posterior dominio imperialista americano (Lagarde, 2011). Así “la identidad de las mujeres jóvenes en México es plural: se puede ser mujer, blanca, morena, nahua, mestiza, de clase social media, alta, católica, lesbiana, heterosexual, madre, hermana, hija” (Martínez, 2016; pp. 335), todas estas referencias se reconocen, se rechazan o se deconstruyen a lo largo de la vida. Sin embargo, en el imaginario social, las cualidades femeninas nunca superan a las masculinas (Serret, 1999).

De este modo Lagarde (2000), puntualiza que las mujeres contemporáneas viven una mezcla entre los estereotipos tradicionales con formas modernas de vivir. Por lo que conjugan la jornada doméstica con el trabajo en esferas públicas (espacio considerado exclusivo de hombres anteriormente), fomentando una doble jornada o doble vida que lleva a un sobre esfuerzo de las mujeres, a las que la autora llama madresposas-ciudadanas.

Además a partir del capitalismo, Valencia (2010), distingue que:

El sistema de Mercado-Nación impone como parámetros de identidad personal, cultural, social e internacional, el uso y consumo de marcas registradas (™), logos (®), nombres (©), firmas, iconos y/o teorías populares, etcétera, exigiendo un poder adquisitivo para otorgar status quo que fungirá de canon de identidad (pp. 34).

De esta manera, se explicita el éxito y posicionamiento social a través de lo que se puede consumir. Una de las particularidades del consumismo en la actualidad, es la posibilidad de adquirir la belleza a base de cirugías, maquillaje o ejercicio (Muñiz, 2014), con lo cual las mujeres pueden seguir cumpliendo parte

del constructo patriarcal de la feminidad en que el principal papel de las mujeres es la procreación, que no puede ser cumplido sin atraer antes a los hombres, por lo que deben ser atractivas físicamente; ya que, como señala Navarro (2004), “según el machismo, el valor de una mujer no está dentro de ella, sino en la aprobación externa de los hombres que la rodean” (pp. 20).

Como resultado al machismo nacional, la identidad femenina sigue girando en torno al ser-para-otros en cuanto a su sexualidad, trabajo y subjetividad; y concretamente cuerpo-para-otros relativo al placer que debe brindar a su pareja y a la belleza que *deben* lucir por el solo hecho de ser mujeres y agradar así a otros (Lagarde, 2000). Por tanto, resulta importante analizar las consecuencias de la imposición de los estereotipos de belleza como parte de la identidad femenina.

II EL IMPERATIVO DE LA BELLEZA FEMENINA

“No está mal ser bella, lo que está mal es la obligación de serlo”

Susan Sontag

Amorós (2005), describe dos espacios genéricos, en el que los hombres son tratados como los iguales o pares y las mujeres las define como las idénticas. Mediante el establecimiento de la diferencia entre igualdad e identidad, se vislumbra la cualidad que cada categoría tiene en referencia a las relaciones que existe entre hombres como individuos, y entre mujeres masa que se consideran como una misma. Lo anterior refiere a la mirada masculina respecto de las mujeres, que desde la teoría de la identidad social de Tajfel (1969; en: Etchezahar, 2014) refiere que a los miembros del exogrupo se les ve y trata como lo mismo, por lo que las diferencias particulares son ignoradas.

Por tanto, siguiendo la lógica de Amorós (2005), todo individuo femenino es reducible a la condición de “la mujer”, que engloba todos los preceptos y estereotipos que la sociedad patriarcal ha planteado sobre el ser mujer. Al no aceptar la individualidad de las mujeres, se les piensa como un todo, en la medida en que se conceptualizan como pasivas y encerradas en el mundo privado, donde no producen ni generan cambios políticos o sociales. Ya que, como menciona Pateman (1995), al dejar a las mujeres fuera del contrato social, no pueden ostentar el poder; dado que el contrato sexual se ha encargado de mantenerlas en el mundo doméstico a cambio de protección. Con lo cual, no han firmado un tratado entre ellas, como lo hicieron los hombres al establecer la fraternidad con el contrato social.

La generalización de las mujeres se realiza a partir de la ideología hegemónica presente, que le concede su valor de verdad, al repetir y dirigir los estereotipos y sus prejuicios a los grupos menos favorecidos y no a los grupos dominantes (quienes crean dichos estereotipos). Si por el contrario, se intenta etiquetar con estereotipos a los dominadores, éstos rehúsan las generalizaciones

y se defienden señalando a los sujetos concretos que cumplen con dichas características, defendiendo su individualidad dentro del grupo (Amorós, 2005).

En sus propias palabras Amorós (2005), señala:

En el caso de los genéricos masculino y femenino, podría decirse que los varones encuentran su verdad –que aquí traduciremos como <<la clave de su poder>>– en los otros varones, en tanto que, a través de los pactos interclasistas e incluso interraciales que traman, se constituyen recíprocamente en pares juramentados en respecto al conjunto de las mujeres; mientras que, para estas últimas, su verdad –es decir, la clave de su impotencia– está en lo desarticulado de una relación en que la absorción que la vuelve indiscernible en un bloque de características adjudicadas por el discurso de los otros (pp.91).

Así, al no considerar a las mujeres como individuos, se permite la apropiación del término “la mujer” donde engloba a todas como una sola identidad (Lagarde, 2011). Las mujeres serían aún con más razón, muñecas producidas en serie, proceso en que la moda y las cirugías son las encargadas de la mimetización social para el estereotipo de belleza.

En este sentido Peña (2007), señala que el rol femenino continúa relacionándose con la dependencia a un hombre y se piensa que la autoestima femenina depende de agradarles a otros. Asimismo, destaca que entre los mandatos de la feminidad, se encuentran la discreción, la bondad y la belleza como las principales cualidades que representan a una mujer. Esta última cualidad, involucra la juventud, guapura, delgadez y atractivo, que le procura a la mujer ser vista y reconocida en sociedad (Lipovetsky, 2012).

De modo que la belleza se funda entonces como especialidad de la “normalidad femenina que se impone a los cuerpos de las mujeres a través de prácticas identificatorias gobernadas por esquemas reguladores” (Muñiz, 2014; pp. 422). Al simbolizar la identidad femenina como naturaleza cautiva ante un conjunto

de mandatos sociales, el cuerpo de las mujeres es objetivizado y representado en función de los otros (Basaglia, 1983; en: Lagarde, 2011).

Este fenómeno Beauvoir (2014), lo plantea como un conflicto que se presenta en la mujer entre su existencia autónoma y su ser-otro, ya que para poder agradar a otros, debe renunciar a ser sujeto y plantearse como objeto, declinando a su autonomía:

Se la trata como una muñeca viviente y se le rehúsa la libertad, así se forma un círculo vicioso; porque, cuanto menos ejerza su libertad para comprender, captar y descubrir el mundo que la rodea, menos recursos hallará en sí misma, menos se atreverá a afirmarse como sujeto: si la animasen a ello, podría manifestar la misma exuberancia viva, la misma curiosidad, el mismo espíritu de iniciativa, la misma audacia que un muchacho (pp. 220).

Asimismo Lagarde (2000), menciona que cada mujer “aprende a usar su cuerpo para cumplir mandatos, para ser amada y deseada, para ocupar espacios y posiciones y ser reconocida y, sobre todo, para ser valorada” (pp. 172-173), conduciendo a la autocosificación.

Recíprocamente Jeffreys (2006), destaca el análisis de Dworkin acerca de la idea de belleza como un aspecto en que las mujeres son manipuladas por el Patriarcado, señalando como piedra angular de esta dominación cultural es el tratamiento de la mujer como objeto sexual y la identificación de las propias mujeres con esta condición cultural. Al respecto, Wolf (2002), expresa que a partir de la segunda ola del feminismo –en los setentas–, al mismo tiempo que las mujeres comenzaron a poner en tela de juicio la mística femenina de la domesticidad, el mito de la belleza se reinstauró como estereotipo que caracteriza la feminidad, y fungiendo como “relevo en esa función de control social” (pp. 215).

Bartky define la objetivización de una persona cuando sus partes o funciones sexuales son separadas del resto de su personalidad y la reducen a un estatus de simple instrumento como si fuera capaz de representarla (Jeffreys,

2006). De esta manera, las mujeres se transforman para verse como los hombres la ven: un objeto sexual, ocasionando que las mujeres se alienen de su propio cuerpo, impulsadas por el sistema político capitalista que aplica sus paradigmas materiales y morales a los usos sociales del cuerpo (Le Breton, 2002).

Por consiguiente, Meler (2012), destaca que mientras las mujeres sufren la pérdida de la belleza y juventud, debido a que su valoración social reposa mayormente en su capacidad para suscitar el deseo de los hombres; ellos, por otra parte se angustian ante cualquier claudicación referente a su potencia sexual, puesto que su definición social reposa en su carácter de sujetos deseantes. De igual forma Bruchon (1992), menciona que:

La belleza femenina puede ser considerada como un valor social, con el mismo título que el éxito masculino, porque sin duda estos triunfos son percibidos como unos signos de adecuación a los roles femeninos y masculinos asociados por nuestra sociedad (pp. 119).

Lo anterior indica que en el cuerpo femenino destaca la belleza, pues se ve como adorno, eficaz para la seducción y utilizada en beneficio para la interacción social, comprendiéndose por tanto como una expresión de la feminidad; mientras, el cuerpo masculino se ve como una herramienta para el trabajo, destacando su funcionalidad y utilidad (Esteban, 2013).

Para conseguir estos ideales de belleza, todas las partes del cuerpo de la mujer pueden ser modificadas, alteradas para conseguir la aprobación y excitación de los hombres. Así, las prácticas de belleza crean, y representan, la diferencia entre sexos; entre el sexo dominante y el subordinado (Pastor, 2004). De este modo, se consolida la idea de la belleza como algo que las mujeres deben poseer para la excitación sexual de los hombres, ya sea de forma natural o por artificio, pensamiento que se encuentra profundamente arraigado en la cultura occidental (Jeffreys, 2006).

En consecuencia, se genera la necesidad de ser bellas para ser femeninas y, continuando con la lógica de las idénticas de Amorós (2005), se establece un

parámetro de belleza similar para todas en occidente; lo que genera discriminación y exclusión en cuanto a raza, discapacidades y rasgos físicos. Pues, como menciona Muñiz (2014): “las variadas formas en las que las mujeres deben adornar o alterar sus cuerpos trabajan para borrar las diferencias entre ellas produciendo una homogenización” (pp. 429). Al seguir modas, todas se ven iguales, se uniforman, aceptan la lógica de las idénticas (Guijosa, 2006).

Así pues, el imperativo de la belleza femenina produce altos costos en la autopercepción y la identidad de las mujeres, en tanto estas se sienten obligadas a encajar en un modelo de belleza discordante con su anatomía; y aún más, se les condiciona a reeducar a las generaciones futuras de su mismo género dentro de estos parámetros (Muñiz, 2014).

2.1 Estereotipos de belleza femenina en México

Los estándares de belleza describen en términos precisos la relación que un individuo tendrá con su propio cuerpo. Prescriben la movilidad, la espontaneidad, la postura, el andar, así como los objetos que pueden ponerse como adornos; definen precisamente las dimensiones de la libertad psíquica (Jeffreys, 2006). En el discurso político y oficial, el cuerpo de la mujer se considera un espacio de consenso público, exigiendo demandas más grandes a las mujeres que a los hombres en cuanto a sus atributos físicos (Raya, 2014).

De acuerdo con Pastor (2004), todo lo referente a la corporalidad trasciende el ámbito de lo físico y remite a una dimensión simbólica que compromete la experiencia del sujeto y conforma su identidad. Dichas representaciones simbólicas implican la asociación percibida y predicha entre el atractivo físico y diversas características deseables de la personalidad y roles ejercidos, lo que Bruchon (1992), define como estereotipo de belleza.

Por tanto, considerando el nexo entre roles (específicamente el de esposa) y estereotipos de belleza, Beauvoir (2014), señala que:

El ideal de la belleza femenina es variable; pero ciertas exigencias permanecen constantes; entre otras, y por supuesto que la mujer está

destinada a ser poseída, es preciso que su cuerpo ofrezca cualidades inertes y pasivas de un objeto (...) Su cuerpo no es tomado como la irradiación de una subjetividad, sino como algo cebado en su inmanencia; no es preciso que ese cuerpo desplace al resto del mundo, no debe ser promesa de otra cosa fuera de sí mismo: necesita detener el deseo (pp. 159-160).

En la actualidad el estereotipo de belleza femenino ligado al deseo masculino se promueve a través de las industrias occidentales del cine, a moda y los medios de comunicación, como cuerpos delgados y jóvenes. Así, el Patriarcado reafirma la hegemonía de su poder, mediante la objetivización del cuerpo de las mujeres y los múltiples problemas de salud física (vulnerabilidad a enfermedades) y mental (problemas alimenticios, baja autoestima) en mujeres, como consecuencia de las prácticas excesivas del culto al cuerpo (Lagarde, 2000; Norandi, 2011).

Muñiz (2014), menciona que la sociedad mexicana con su variedad producto del mestizaje, se vuelve proclive de discriminación y exclusión latente, a causa de la divergencia entre el modelo de belleza occidental y, las características autóctonas y heterogéneas de la población. Pues, tal como señala Gutiérrez (2002), la discriminación hacia lo indígena se ha fortalecido con la aparición de los estereotipos de belleza occidentales; en los que se promueve la imagen de mujeres rubias, blancas, con nariz “respingada”, ojos claros, altas y muy delgadas (Muñiz, 2014). Patrones totalmente impropios para la descripción corporal promedio del mexicano (Gutiérrez, 2002). Ya que en México, el estereotipo de belleza femenina describe a una mujer alta, con cintura delgada, pechos y nalgas voluptuosas, piel morena clara o blanca, y cabello largo y abundante; habiendo desfases dependiendo de la región del país donde se observe a las mujeres (Rivera, 2015).

A continuación se analizarán algunos de los factores involucrados en el establecimiento de los estereotipos de belleza femenina: la edad y el peso, los medios de comunicación, la industria de la belleza y la pornografía, y las prácticas

de belleza. Ya que en la actualidad, ligado con el sistema económico capitalista, Badinter (2003), señala que “en nuestra sociedad de consumo sexual, el cuerpo debe ser joven, activo y excitante” (pp. 92). Igualmente, Lipovetsky (2012) indica que “el consumo, la juventud y la belleza constituyen las nuevas obligaciones de la mujer en su casa” (pp. 194).

En cuanto a la edad, Schopenhauer (1991; en: Muñiz, 2014) pronunció: “...la juventud sin belleza tiene siempre atractivo, pero ya no lo tiene tanto la hermosura sin juventud” (pp. 264). Además se considera la edad respecto al proceso de apropiación del estándar de belleza en la vida personal. Conjuntamente, se describirá el valor otorgado a la delgadez, que involucra restricciones alimentarias y rutinas de ejercicios, con la finalidad de ser bellas (Lipovetsky, 2012).

Por otro lado, se mencionará el papel de los medios de comunicación, la industria de la belleza y la pornografía, remarcando su efecto como propulsores y demarcadores de los modelos estandarizados de belleza, que refuerzan el ideal en los espectadores y consumidores. Para finalmente describir las prácticas de belleza a las que orilla el imperativo de la belleza como característica de la feminidad.

2.1.1 Época anti-edad y anti-peso: normas de belleza actuales

Como se aludió en el apartado anterior, la belleza remite a la juventud y a la delgadez como requisitos, Lipovetsky (2012), menciona que en la actualidad, es flexible verse o no a la última moda, mas no es permisible no verse esbelta y joven. Por tanto, teniendo en cuenta la etapa de la vida en el que se encuentra una mujer, la belleza va a ser vigilada y reforzada de diferente manera.

En primer lugar, en la infancia, las niñas aprenden un patrón de conducta, y aprenden que las mujeres necesitan agrandar y, como ya se mencionó anteriormente, esto propicia que construyan su identidad a partir de los otros. Los roles de género enseñan desde la infancia que la pasividad es una característica femenina (Beauvoir, 2014). Las niñas aprenden a ser limpias y agraciadas a la vez

que incapaces de moverse libremente gracias a los vestidos y arreglos que se les hacen (Steinem, 1992).

Así, mientras los niños son alentados a jugar deportes, subir árboles, moverse en el mundo, descubriéndose a sí mismos; a las niñas se les prepara para la maternidad posterior, jugando a la comidita, a cuidar al muñeco en forma de bebé, a las muñecas, se les involucra en las labores domésticas y familiares (INMUJERES, 2004). Como Steinem (1992), expresa: “detrás de la forma de lo que se considera bello, se oculta siempre la función de los comportamientos considerados aceptables” (pp. 289-290), en efecto, se les prepara para los roles que les esperan en la vida adulta.

Hay que hacer notar que específicamente el juego con muñecas, les plantea a las niñas directamente el estereotipo de belleza femenino en un objeto de plástico, en el que se busca reconocer, entendiendo que para agradar a otros, hay que ser *bonita como una muñeca*, por lo que intenta parecerse a una muñeca y también se compara con las princesas de cuentos de hadas (Beauvoir, 2014).

Asimismo, en la actualidad se observa la erotización de la infancia, catapultada mediante la moda y las campañas comerciales que muestran imágenes de menores en poses sugerentes, con maquillaje y/o ropa considerada sensual (Serrano, 2014). Lo anterior, señala una imagen meramente sexual de las niñas, que también se presenta en los concursos de belleza infantil, el maquillaje de *juguete*, la continua publicación de imágenes femeninas sensuales y la connotación sexual de las y los nuevos ídolos infantiles (Serrano, 2014).

Al mismo tiempo, la virginidad y pureza de la infancia se aluden simbólicamente en la pornografía mediante la visualización de vulvas totalmente depiladas (Abécassis y Bongrand, 2007). A partir de esto, se presenta el *lolismo*, haciendo referencia a la novela *Lolita* de Nabokov (2015), es decir un imagen infantilizada de las mujeres, que también se refleja en las tallas pequeñas de ropa destinadas al estereotipo de cuerpos delgados (Lagarde, 2000).

La hipersexualización, es decir el valor social dado por el atractivo sexual, se estimula a través de imágenes que señalan la forma de vestir, arreglarse, actuar y ser, para poder ser aceptadas (Reyes, 2015). Lo cual, repercute en el desarrollo de la identidad de género y personalidad. Además Serrano (2014), señala que psicólogos infantiles han advertido la depresión o angustia causada por el deseo de adaptarse a los estereotipos de belleza femenina, cuando el desarrollo corporal de las menores no les permite visualizarse como las mujeres de la publicidad, y sentirse atractivas para los hombres.

De la misma forma, Serrano (2014), sentencia que la hipersexualización de las niñas, fortalece el pensamiento sexista de inferioridad femenina, que determina al cuerpo femenino con el fin de ser contemplado, brindar placer y ser decorativo. A la vez que encamina a las mujeres a ser niñas eternas buscando la aprobación y la complacencia de los otros (Alborch, 2002). Bajo esos cimientos ideológicos, la niña va creando una identidad dependiente de la mirada de los otros, se va definiendo a partir de la mirada masculina (Steinem, 1992). Esta situación se intensifica durante la adolescencia, pues durante esta etapa se inscribe el prototipo del cuerpo perfecto femenino (Ussher, 1989).

Igualmente Ussher (1989), denota que el imperativo de la belleza acorde con los estereotipos se establece fuertemente en las consciencias femeninas y provoca conflictos durante la adolescencia ante la manifestación de cambios hormonales y corporales a los que se enfrentan las adolescentes, haciéndolas más propensas a sufrir una serie de complicaciones en la imagen de la mujer que lo está viviendo, al observar y comparar sus cuerpos en crecimiento contra los ideales de belleza

Los cambios físicos propios del crecimiento, sumados con la necesidad de pertenencia y de intimidad personal que viven las adolescentes, las orillan en muchas ocasiones a obsesionarse por encajar en los modelos de belleza aceptados y reforzados por otros (Alborch, 2002). Esta obsesión puede conducir a problemas en la autopercepción corporal que se traduce en desórdenes alimenticios como la anorexia o la bulimia (Martínez, 2016).

De esta manera, Ussher (1989), destaca que la imposición del ideal de belleza se constituye en la adolescencia y perdura durante toda la vida de la mujer, puesto que aprenden que se les definirá a partir de su cuerpo por el resto de sus vidas, lo que causa preocupación y atención constante ante el peso, la apariencia y todas las insatisfacciones que estas características pueden provocar.

En cuanto a la edad, Wolf (2002), subraya el valor estético que se le concede a la juventud pues significa inocencia e inexperiencia, contrario a las mujeres mayores a quienes se les considera más poderosas con el tiempo. De esta manera, el envejecer se califica como feo, se percibe con terror, se piensa que la feminidad se desvanece, si la lógica, como menciona Guijosa (2006), es “lo femenino es joven” (pp. 86). El feísmo lleva a una autodevaluación personal (Lagarde, 2000).

En esta sociedad de consumo, las mujeres maduras ya no se aprecian como objetos atractivos y, según Beauvoir (2014), comienzan a producir repulsión, al haber perdido la frescura y el reconocimiento que tenían por su físico. Igualmente, menciona que entre más crece una mujer, va recordándole al esposo su madre.

Relacionado con la maternidad, antes del siglo XX las formas redondeadas se consideraban como sinónimos de belleza al ser relacionadas con la fecundidad; contrarios a los cuerpos púberes y estilizados que están de moda en la actualidad, más cercanos a la anticoncepción (Lipovetsky, 2012). Entonces, como menciona Esteban (2013), la delgadez se liga simbólicamente a la clase social alta, ya que significa una imagen anti-maternal y anti-doméstica, pero más profesional. En este sentido, la obesidad es fracaso (Esteban, 2013), mientras “la esbeltez y las carnes firmes son sinónimas de dominio de sí, de éxito, de self-management” (Lipovetsky, 2012; pp. 129). Aquí se vislumbra el sincretismo que menciona Lagarde (2000), entre la feminidad tradicional y moderna, se esperan cuerpos delgados pero, al menos en México, se sigue esperando la maternidad, contrario a la imagen anti-maternal que proponen Lipovetsky (2012) y Esteban (2013).

La meta de lucir más jóvenes y más delgadas genera que pocas mujeres mayores de 50 años sean presentadas en la publicidad, a lo que Abécassis y Bongrand (2007), reaccionan subrayando lo imprescindible que es mostrar a estas mujeres que discrepan del ideal de belleza, liberándolas de “códigos estéticos irreales y asesinos” (pp. 165).

La cultura del bello sexo se refleja en los medios de comunicación, la industria de la belleza y la pornografía, promoviendo modelos, enseñando los cánones actuales, y auspiciando la multitud de procedimientos y productos disponibles para conseguir el ideal (Lipovetsky, 2012). “La dictadura del cuerpo es la exigencia llevada al extremo (Lagarde, 2000; pp. 109).

2.1.2 Los medios de comunicación, la industria de la belleza y la pornografía

De acuerdo con García (2005), los tres principales estereotipos femeninos que se divulgan en los medios de comunicación de México, en periódicos, revistas, historietas, telenovelas y publicidad, son el ama de casa, la madre y la mujer moderna-trabajadora. Lagarde (2000), a su vez engloba estos tres estereotipos en el sincretismo de madres-esposas-ciudadanas, que transitan el ámbito doméstico y el público.

Las categorías de ama de casa y maternal, evidencian el mito del poder femenino en el hogar, donde son responsables de cuidar, atender, brindar cariño a los integrantes de la familia, entre otras acciones; razón por la cual los productos necesarios para el hogar son publicitados por mujeres que al usar dichos productos son gratificadas afectivamente por su familia (García, 2005).

Por otro lado, la publicidad que muestra el estereotipo de la mujer moderna y trabajadora, se enfoca en la imagen que proyectan las mujeres en el trabajo, así por un lado, se anuncian maquillajes, accesorios, ropa, pantimedias, etc. que consigan que la mujer destaque, muestre su éxito profesional y hasta quizá inicie una relación sentimental; mientras a su vez, existen otros comerciales enfocados en la practicidad de la tecnología para que la mujer, en su doble jornada laboral

(empleo y hogar), no descuide la casa, mediante productos que le permitan realizar las actividades domésticas en menor tiempo (García, 2005).

Guijosa (2006), señala que a estas dos jornadas de trabajo, se suman otras dos, teniendo una jornada cuádruple conformada por: casa, trabajo, tiempo de belleza y fitness/salud. De acuerdo con lo anterior, García (2005), observa que “el discurso social es coincidente con el de la publicidad” (pp. 47), en el que se siguen reforzando los papeles que son impuestos a la mujer en el Patriarcado, de modo que sus objetivos sean agradar y ser bellas para cautivar al otro.

Respecto a los medios mexicanos, Herrero (2013), destaca que los estereotipos que se exhiben refieren al modelo de mujer caucásica e hipersexualizada que luce sus atributos físicos haciendo alarde de su sexualidad. De esta manera, teniendo en cuenta la cantidad de posturas y manierismos o insinuaciones con que se dota a las mujeres en la publicidad, se refuerza el papel adjudicado a la mujer como objeto sexual (García y García, 2004). Así, las mujeres en occidente son constantemente bombardeadas por los medios de comunicación acerca de estos ideales de belleza por los cuales se deben inclinar, acorde con su cultura y su contexto social (Ussher, 1989).

Además, Ussher (1989), señala que los mensajes en los medios de comunicación transmiten advertencias acerca de la fragilidad con la que se puede perder la belleza, ocasionando miedo entre las adolescentes, que recurren a diversos artilugios para conseguir o mantener el estereotipo de belleza en boga; a la vez que difunden el mensaje que relaciona la felicidad y la belleza, haciéndoles creer que por este medio conseguirán una pareja, objetivo que se les plantea a muchas mujeres como el principal.

Los estereotipos presentados en los medios de comunicación transmiten mensajes de las representaciones femeninas a partir de los comportamientos, cuerpos y valores de las actrices o modelos, donde las receptoras se ven reflejadas y deformadas (García, 2005). Pues, como menciona Walzer (2013), la publicidad busca producir identificación o apego idealizado de forma masiva.

Para tal efecto, Solís (2012), distingue dos maneras en que la publicidad difunde el discurso de la belleza: implícitamente y explícitamente. La forma implícita se propaga mediante la imagen de las modelos y mujeres consideradas hermosas; de modo que se ligue la imagen con lo que se puede conseguir, pues, como señala Valencia (2010), el éxito y posicionamiento social se remarca a través de lo consumido y del poder adquisitivo.

Las mujeres imaginan en sí mismas los efectos de los productos de belleza que ven en la publicidad y desean lucir como aquellas mujeres (Guijosa, 2006). En las modelos se reflejan los estereotipos de belleza actuales, a pesar de no figurar mujeres similares a las consumidoras reales (García, 2005); ya que, como menciona Zavala (2013), específicamente en el caso de México, las mexicanas no se sienten identificadas con las mujeres de la publicidad. Esta discordancia entre las imágenes de la publicidad y los cuerpos reales, consiguen acomplejar a las lectoras.

Por otro lado, la manera explícita de la publicidad, que señala Solís (2012), es la divulgación de los productos y anuncios de belleza por medio de comerciales, segmentos o programas dedicados especialmente al tema. Por consiguiente, hay que hacer notar que los mensajes que llegan a la comunidad desde de los medios de comunicación continúan reproduciendo estereotipos de belleza.

De acuerdo con García (2005), los medios en los que se transmiten los estereotipos de belleza en México, son los periódicos, las revistas femeninas para adultas y para adolescentes, las historietas, las telenovelas, y la publicidad que se segmenta por edades y estilos de vida. Asimismo, Solís (2012), enfatiza la difusión de la belleza en los catálogos de artículos de belleza (como Avon o Mary Kay, por ejemplo), así como el promedio de 50% de publicidad de dichos productos en las revistas femeninas. Y ligado con el reconocimiento social que menciona Valencia (2015), inherente a los productos utilizados; algunas revistas afirman a sus lectoras que perseguir los estándares de belleza cerciora un éxito en la aceptación

social, principalmente aquella que tiene que ver con los fines eróticos (Gutiérrez, 2002).

Referente al erotismo y la sexualidad, otra de las industrias que ejerce presión e influencia sobre los estándares de belleza es la pornografía, donde se han creado nuevas normas estéticas para las mujeres en general, impulsando los implantes de senos, la depilación de genitales, la alteración quirúrgica de los labios genitales, las vestiduras sadomasoquistas de piel y vinil negro, y la exhibición de pechos y nalgas (Jeffreys, 2006).

Wolf (2002), bajo el término *pornografía de la belleza*, se refiere a la manera en que la belleza se relaciona directamente con la sexualidad, produciendo efectos en la autoestima sexual de los individuos. Esto, puesto que las personas al observar cuerpos normativamente perfectos, y contrastando con su propia realidad, se posicionan alejados de aquel modelo que está gozando de la sexualidad.

Asimismo, Badinter (2003), señala que en la pornografía los cuerpos son fragmentados, al encuadrar mediante las cámaras las partes consideradas erógenas y los genitales, mostrándolos cada vez más cerca y más grandes. Walzer (2013), apunta que la pornografía muestra cuerpos sin rostro o rostros sin cuerpo, de modo que “en el porno el cuerpo es un objeto parcial, estallado en fragmentos que carece de toda unidad” (pp. 359). A su vez Lipovetsky (2012), destaca los recortes en trozos de los cuerpos en la publicidad, el efecto zoom sobre las partes donde se aplican los productos, similar al que se realiza en la pornografía. Se enfoca lo que se vende.

Igualmente, Walzer (2013), destaca que a pesar de que las mujeres saben de los trucos de la publicidad –y podríamos añadir, de la pornografía–, por lo que se conoce la irrealidad de las imágenes; puesto que son retocadas, mejoradas por programas digitales y en algunos casos producto de las cirugías estéticas (Muñiz, 2014); esto no es suficiente para que las receptoras dejen de buscar el ideal, lo

que se refleja en la gran cantidad de productos de belleza que se siguen comprando.

Concretamente en México, la industria de la belleza representa el 1.2% del PIB nacional, abarca desde cosméticos y geles antibacteriales hasta jabones y bloqueadores solares. Lo que nos posicionó en 2013 en la décima posición a nivel mundial por debajo de mercados como el de Francia, Rusia e Italia, de acuerdo con Euromonitor International (Hernández, 2014). Asimismo, de acuerdo con Hernández (2015), en el año 2014 el valor de mercado de la industria de la belleza fue de 138,354.4 millones de pesos, prometiendo elevarse a 153,516 millones de pesos para el 2019. Además, Zavala (2013), señala que México es uno de los principales países consumidores de artículos de marcas de lujo.

En efecto, la publicidad y la pornografía utilizadas para el comercio de diferentes productos o fines, muestran cuerpos que enfatizan los estereotipos de belleza. Y las mujeres al verse en el espejo lejos –comparada con las modelos– de los requerimientos físicos para ser consideradas bellas, realizan una serie de artilugios o prácticas que les permiten, intentar, acercarse a los estereotipos.

2.1.3 Las prácticas de belleza

La comparación que realizan las mujeres entre las modelos y su realidad, ocasionan que muchas busquen la perfección que ven en la pantalla o los anuncios utilizando estrategias y prácticas corporales de belleza (Muñiz, 2014). De esta manera, se ve la influencia que tienen las prácticas culturales en la construcción y reproducción de identidades (Rizo, 2004; en: Solís, 2012), como es el caso de las identidades de género.

Como enfatiza Muñiz (2014):

La belleza considerada como un atributo de la feminidad participa de los esquemas reguladores que hacen inteligibles los cuerpos de las mujeres únicamente si se ajustan a los requerimientos de ciertos modelos de belleza aceptados y promovidos. Entonces las prácticas y los discursos de la

belleza forman parte del proceso de materialización de los sujetos femeninos (pp. 423).

Dentro de los hábitos de belleza, Jeffrey (2006), denomina como prácticas culturales nocivas aquellas que son dañinas para la salud de mujeres y niñas, llevadas a cabo para el beneficio de los hombres, productoras de roles de género estereotipados y justificadas como tradición.

Se insiste en el imperativo de la belleza y el potencial que tienen los productos junto con la técnica adecuadas para lograr ser bellas. Pues, actualmente la belleza es algo que se puede conseguir por medio de la ciencia (Solís, 2012), ya sea mediante los diversos productos que se ofrecen, o recurriendo a las cirugías estéticas, tan popularizadas en América Latina (Muñoz, 2014).

En efecto, se ofrece a las mujeres que no se sienten identificadas con el ideal de belleza las opciones quirúrgicas, cosméticos y todo tipo de productos que las haga sentirse más bellas, atractivas y *perfectas*. Idealizando el cuerpo femenino de forma banal, con la finalidad de agradar al espectador (García y García, 2004).

En México, el tinte rubio es uno de los principales productos consumidos, así como el creciente consumo de los artículos para blanquear la piel (Herrero, 2013). Igualmente, con el deseo de mantenerse jóvenes y delgadas, las mexicanas recurrieron a 884 mil 353 cirugías plásticas y procedimientos no quirúrgicos en el año 2013; de las cuales la liposucción es la cirugía más solicitada, con 62 mil 713 intervenciones, y hablando de resaltar los atributos considerados femeninos 57 mil 691 mujeres aumentaron el tamaño de sus senos, según la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica y Estética (ISAPS) (Lara, 2014). Y la situación ha ido en aumento, pues la ISAPS registró en 2015, 900 mil cirugías plásticas, de las cuales 70 mil 773 fueron liposucciones y 61 mil 613 casos de aumento de senos (Stephens, 2017).

Sobre las cirugías cosméticas, vale la pena decir que México es el tercer país a nivel mundial en el que operan mayor número de cirujanos no certificados, según Chávez (2015), la intervención de estas modificaciones corporales puede significar graves riesgos en la salud de quienes solicitan los servicios, más allá de los peligros implícitos por las cirugías.

Además de las opciones quirúrgicas para disminuir de peso y cumplir con el estereotipo esbelto, se presentan diversos trastornos y malos hábitos alimenticios. México se posiciona en el primer lugar en obesidad infantil y segundo en obesidad en adultos (UNICEF, s.f.). El Instituto Nacional de Salud Pública (2012), dio cuenta mediante la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición, que más de una tercera parte de la población nacional en edad adolescente tienen exceso de peso, las mujeres ganan en sobrepeso y los hombres en obesidad. Condición que desencadena conductas para bajar de peso como ayunos, dietas, automedicación, diuréticos o laxantes, muchas veces sin supervisión médica (Instituto Nacional de Salud Pública, 2012).

Lipovetsky (2012), subraya las consecuencias físicas al utilizar laxantes, provocarse el vómito y dietas incontroladas para bajar de peso: “fatiga crónica, irritabilidad, trastornos menstruales, disminución del deseo sexual, lesiones del estómago y esófago, trastornos intestinales, crisis nerviosas” (pp. 139); igualmente, señala daños psicológicos: “desmoralización, depresión, sentimiento de culpa, vergüenza, así como (...) desvalorización y asco de sí misma” (pp. 139).

Se comprende pues, la importancia que tienen en nuestra sociedad el cuidado corporal y las técnicas embellecedoras que modifican la estética y que producen cambios en la forma de relacionarnos con los otros en tanto nos ven y se comportan de manera diferente, formando una identidad más deseable, según Bruchon (1992). Estas prácticas van encaminadas a la estandarización de la belleza, cumpliendo los modelos normativos actuales de la feminidad, donde las mujeres desdibujan sus diferencias, viéndose parecidas entre ellas y poniendo en peligro la identidad singular (Muñiz, 2014).

Hay que tener en cuenta que las prácticas culturales relacionadas con la belleza, si bien han cambiado a lo largo del tiempo, siguen siendo vigiladas y controladas en su posesión, práctica y transmisión (Solís, 2012). Este control que se ejerce sobre los cuerpos de las mujeres, ratifican el imperativo de la belleza, directamente en los medios de comunicación productores y reforzadores de los estereotipos de belleza femenina, que originan comparaciones e inconformidades con el cuerpo propio (Solís, 2012); y de manera indirecta, el control se observa en la vida de muchas mujeres en sus círculos sociales, donde reciben múltiples mensajes que van desde los consejos hasta la violencia.

En el próximo apartado se explicarán las violencias empleadas para garantizar el mantenimiento de los estereotipos de belleza, enfocándose en la que se presenta entre mujeres.

2.2 Las violencias en el imperativo de la belleza

El sistema patriarcal, como cualquier otro sistema, al sentirse amenazado y vulnerable cuando se pone en duda su poder, y para mantener el dominio encubierto, pone en marcha una serie de dispositivos de violencia para controlar la situación, así es como se despliega la violencia hacia las mujeres (Bosch, Ferrer y Alzamora, 2006).

Torres (2010), define la violencia como un acto u omisión intencional que trasgrede un derecho y ocasiona un daño, con la finalidad de reestructurar las posiciones del poder, mediante el sometimiento y control. Menciona cuatro ejes de la violencia: el poder, la intencionalidad, la trasgresión de un derecho y el daño; cuyo origen son las desigualdades sociales que suscitan diversas formas de discriminación.

Por consiguiente, la autora considera la violencia como resultado de afirmación de un orden social dentro de estructuras más amplias que expresan desigualdad en los ámbitos: social, económico y cultural; además se basa en la sanción de las conductas que incumplen o actúan fuera de los parámetros establecidos socialmente. Lo que produce que, paulatinamente, se legitime la

violencia cuando las mujeres se han salido del marco que la sociedad las ha asignado, así se piensa que el maltrato se justifica por el comportamiento desubicado de la mujer (Fernández, 2002). En este sentido, Scott (1988), señala que “el discurso público de la dominación no se propone conquistar la aprobación de los subordinados, sino asombrarlos e intimidarlos para que obedezcan eficaz y permanentemente” (pp. 94).

Así pues, el Patriarcado ha instruido a diversos actores a vigilar el cuerpo de las mujeres, desde la misma mujer, hasta la pareja, la familia, las amistades o en el trabajo, y en cambio no se controla el cuerpo de los hombres (Vega, 2011; en: Norandi, 2011). Por tanto, se presentan diferentes tipos de violencia sobre las mujeres respecto a su belleza, en este trabajo se describirá la violencia estética, la violencia simbólica (en el sentido de Bourdieu) y la violencia entre mujeres.

La violencia como manera de perpetuar la hegemonía patriarcal, se observa también en el control y manipulación de la belleza femenina. Pineda (2012), denomina como violencia estética la promoción de la modificación de los cuerpos de las mujeres, mediante ciertos productos o cirugías, con la finalidad de lucir más atractivos y bellas, acorde con los estereotipos de belleza operantes. De esta manera, se observa la normalización de la violencia contra la mujer a través de la industria de la belleza (Raya, 2014), en tanto se encarga de remarcar continuamente las imperfecciones y el potencial que se puede alcanzar a través de la transformación física.

Igualmente, Bustos (2011; en: Norandi, 2011) califica la violencia estética como violencia psicológica mientras presiona a las mujeres y las conduce a autolesiones, como ejemplos de las exigencias de estereotipos de belleza menciona la anorexia en razón de la delgadez extrema o los daños en la columna vertebral por el uso continuo de tacones muy altos.

Por otro lado, Bourdieu (2000), teoriza acerca de la violencia simbólica que denomina como la aplicación de las coacciones culturales y psíquicas que cada uno se administra sobre sí mismo, de manera que estos imperativos se sostienen

gracias a las propias personas que son enjuiciadas, hasta el punto de que en ocasiones pueden llegar a aplicarse criterios discriminadores a sí mismas, debido a que son consignas aceptadas por las personas aún contra de sus propios intereses.

Pues, como ya había mencionado Foucault (en: Le Breton, 2002), al existir una supervisión y control en las acciones de las personas para que estas operen conforme a las normas, el sujeto se sabe vigilado y en consecuencia termina siendo su propio vigía, internalizando las relaciones de poder del sistema, ocasionando su propia sumisión y reduciendo las probabilidades de ser castigado. Esteban (2013), enfatiza: “las personas son reguladas desde fuera, pero ellas mismas se convierten en protagonistas directas de ese control” (pp. 105).

Esta categoría de violencia simbólica abarca desde el continuo control y limitación excesiva de los alimentos (dietas), el uso de maquillaje, la selección de la indumentaria y los accesorios, hasta los trastornos alimenticios (anorexia y bulimia), la vigorexia y las cirugías estéticas, que responden a la dictadura de la moda (Gutiérrez, 2002); puesto que todas estas prácticas son elegidas por la persona que las lleva a cabo, con el objetivo de cumplir los estereotipos de belleza.

Es importante remarcar que se considera como violencia simbólica siempre y cuando genere una autoexigencia exagerada para desempeñar los roles femeninos y evitar el enjuiciamiento social que produce el desviarse (Alborch, 2002). Guijosa (2006), asimila los rituales de belleza como una esclavitud diaria, que implica trabajo, dinero y tiempo para que ningún día se vean los defectos, significa una autovigilancia constante para verse bellas. Lipovetsky (2012), remarca que “ya no es vano ni condenable *sufrir para estar guapa*, antes bien, corresponde a todas las mujeres trabajar sin descanso de cara a conservar y perfeccionar sus atractivos” (pp. 150).

Asimismo, Lipovetsky (2012), menciona:

La cultura del bello sexo no se limita a alzar a las féminas unas contra otras, sino que divide y hiere a cada una en su interior. Las imágenes superlativas de la mujer vehiculadas por los medios de comunicación acentúan el terror a los estragos de la edad, engendran complejo de inferioridad, vergüenza de una misma, odio al cuerpo (pp. 138).

Ahora bien, teniendo la violencia estética que avasalla los medios de comunicación y la violencia simbólica que conlleva la autovigilancia, ¿qué hacen las congéneres para mantener los estereotipos de belleza a margen?, madres, amigas o mujeres en general que también comparten la condición de mujer y conocen los riesgos de trasgredir las expectativas de su género. ¿Qué es lo que hace que las mujeres estén unas *contra* otras, como señala Lipovetsky (2012)?

2.2.1 Mantenimiento de los estereotipos de belleza: violencia entre mujeres

La búsqueda de las mujeres por su valor propio en la sociedad masculina, junto con la inexistencia de un pacto entre ellas, generan la división del género femenino (Lagarde, 2011). Relación en que se presentan conflictos de rivalidad, erróneamente supuesta como “histórica”, tejiendo la naturalidad de la división y enfrentamiento entre mujeres, que se fomenta en el Patriarcado, como una de sus condiciones para el buen funcionamiento del sistema (Alborch, 2002). A esto se suman los mitos y creencias acerca de la relación entre mujeres, como considerarlas enemigas por naturaleza, o que sus relaciones son triviales, inconstantes y poco sinceras, por ejemplo (Alborch, 2002).

Algunos de los motivos de la rivalidad entre mujeres que destaca Alborch (2002), son: la competencia por los hombres, la participación laboral y/o política, y por la independencia económica. De esta rivalidad puede derivarse cierta violencia, en tanto se considera como una manifestación de discriminación y desigualdad social (Cobo, 2006), que tiene como finalidad mantener el orden social (Torres, 2010), patriarcal. El binomio dominador/dominado, se reproduce en los grupos de mujeres (Alborch, 2002).

Ahora bien, como se ha dicho, la industria de la belleza está fuertemente influida por el Patriarcado, originando una serie de estereotipos de belleza como parte del mandato de la feminidad y facilidad para conseguir una pareja para el matrimonio (Ussher, 1989; Lagarde, 2000), que son aceptados y reproducidos por las mujeres, y en tanto se incumplen, se recurre a la crítica tanto para reprobarse a sí mismas como a otras (Fernández, 2002). En este sentido, se construye y mantiene la hegemonía, donde los dominados comparten con los dominadores, parcialmente, las creencias y valores socialmente establecidos (Gramsci, 2009).

Acorde con esto, Lagarde (2011), lo expresa así:

No es casual que las mujeres, a las vez que son objeto de la opresión, ejerzan en ciertas circunstancias el poder patriarcal sobre otras mujeres, sobre menores, sobre enfermos y otros desvalidos; pero es cierto igualmente que las mujeres ejercen el poder patriarcal sobre hombres, sin que por ello exista matriarcado (pp. 93)

Razón por la cual, Etchezahar (2014), menciona que, desde el modelo de la identidad social, cuando alguien sale del estereotipo –en este caso bella, joven y/o delgada–, se le relega a un subgrupo discriminado –las que se tachan de feas, viejas y/o gordas–, de modo que se castiga el incumplimiento de lo estereotipado socialmente. Destacando que el reconocimiento y valor social de las mujeres se recarga en la estética de su cuerpo (Lagarde, 2000), pues remarca su condición de objetos sexuales y procreadoras (Steinem, 1992). Y la *falta* de belleza se considera un obstáculo para ocupar los roles que se les han asignado y donde se les ha permitido destacar principalmente: madres y esposas (Lagarde, 2011), en tanto se cree que las mujeres son bellas para ser escogidas para una alianza matrimonial (Ussher, 1989; Lagarde, 2000; Guijosa, 2006).

A su vez, Fernández (2002), remarca que:

Las mujeres son también parte activa del modelo imperante, androcéntrico y sexista de la sociedad, entre la resistencia y el conformismo, predomina muchas veces la sumisión, ya sea por convicción o por conveniencia, o

como estrategia de sobrevivencia, en todo caso es elección, consciente o no, adaptativa y activa (pp. 137).

Por consiguiente, la práctica de la feminidad en apariencia es vital para aquellas cuando tratan de sobrevivir en una cultura excesivamente masculina (Puwar, 2004; en: Jeffreys, 2006). Puesto que, de acuerdo con Jeffreys (2006), el rechazo de las prácticas de belleza genera molestia y burla, las mujeres que no siguen estas pautas de belleza son etiquetadas de flojas, con mala reputación, antinaturales, amenazas al orden social, y solteronas. Por tanto, aquellas mujeres que desobedecen los estereotipos femeninos se encuentran enfrentadas entre el deber ser y su realidad, lo que causa conflicto en la percepción de su identidad y dudan de su aptitud personal para ser mujeres (Lagarde, 2011).

En suma, aquellas que no quieren perder su feminidad, ni ser excluidas del grupo, son blanco de multitud de consejos de otras mujeres que desean reintegrar a la sociedad a todas aquellas que trasgreden los roles o estereotipos, así también evitan que se les vea como enfermas o trastornadas (Fernández, 2002).

Entonces las mujeres suponen necesario arreglarse para seguir viviendo tranquilamente, para evitar la represión y amenazas a las que se expondrían por desobedecer los mandatos de género (Fernández, 2002). Lo que se traduce en la violencia simbólica que genera autorrepresión, y también represión externa cuando llega otro a marcar pautas, en algunos casos en forma de consejos, como ya se mencionó, y en otras ocasiones se manifiesta en acciones violentas como la discriminación, el desprecio o la humillación, expresadas mediante palabras, manipulación, calumnias o difamación (Alborch, 2002).

En palabras de Fernández (2002):

Muchas veces el menosprecio y la burla son un instrumento para cercar a las mujeres con el señalamiento social como presión cultural y con la autodesvalorización como peso psicológico personal. Es decir, claramente se pretende destruir su poder y libertad y controlar sus vidas, ya sea

induciéndolas a cambiar sus papeles, marginándolas totalmente de la sociedad en la cual viven y hasta alienándolas de sí mismas (pp. 104).

Asimismo, Alborch (2002), indica como uno de los conceptos más relevantes para tratar la rivalidad entre mujeres a la envidia. Este sentimiento aparece, según la autora cuando existe un deseo de ser como otra, surge tras la comparación y reconocimiento de una carencia o diferencia, sin embargo no se acepta la superioridad (en cierta área) de la que se envidia; y esto conduce a la difamación y devaluación de las demás. Si patriarcalmente son *idénticas*, cualquiera que se distinga o sobre salga del grupo, es propensa a ser envidiada y a provocar molestia ante las demás que siguen fusionadas (Lamas, 2015).

Además, Lamas (2015), señala que la manera en que las mujeres evitan afrontar la rivalidad y la envidia, encubriendo estos sentimientos, es mediante la violencia pasivo-agresiva, es decir, acciones en apariencia inocentes, que se realizan con la finalidad de agredir, lastimar o expresar enojo: ignorar, mentir, llorar o chantajear. Esta forma de responder ante la rivalidad cumple con el mandato de feminidad, puesto que la agresividad y la competencia abierta no son bien vistas entre las mujeres, más bien se espera que ellas sean las mediadoras de conflictos.

Por otra parte, también se puede llegar a menospreciar lo femenino, como otra forma de supervivencia en los dominios masculinos (Alborch, 2002), y como aprendizaje de la minusvaloración de lo femenino (Serret, 1999). Por ejemplo en el trabajo, pues como piensan Bosch, Ferrer y Gili (1999), aquellas que modifican sus roles, aunque se les tache de *masculinizarse*, son las que se adecuan mejor al mundo social constituido principalmente por hombres; además de resultar un elogio de lo privilegiado (Steinem, 1992).

Al respecto, Lagarde (2000), sugiere que la masculinización del vestir remite a conquistar espacios de poder o es utilizado como táctica para protegerse ante el acoso, tras “la frecuente experiencia de sentirse amenazada por ocupar un cuerpo femenino” (Steinem, 1992; pp. 269). Y este cierto grado de masculinización

es aceptado, siempre y cuando en la vida privada (sentimental y familiar) sigan poseyendo cualidades femeninas.

Ante la aceptación o el rechazo del imperativo de la belleza, es importante reflexionar qué tanto funge ésta como constitutivo de la identidad de género femenina y la subjetividad de las personas; funcionando a la vez como expresión de la identidad y como mecanismos de control (Muñiz, 2014). En este sentido resulta notable destacar la interacción, educación y modelamiento que realizan las madres hacia sus hijas, enseñando y manteniendo los estereotipos de belleza como parte de la identidad femenina.

En otro caso, la identidad puede ser vulnerada al diferir de los parámetros de belleza femenina cuando una mujer se compara con otra donde está en juego la conquista de un hombre (Lagarde, 2012), puesto que más allá de la competencia por la pareja, se pone en duda la capacidad personal de ser mujer y el valor de su feminidad (Alborch, 2002).

Con el fin de ilustrar la violencia entre mujeres, a continuación se describirán dos tipos de relación donde se observa violencia a partir de los estereotipos de belleza. La relación entre madres e hijas donde se tiene el primer contacto con los estereotipos de belleza y, su relación con el reconocimiento y valoración social como objetos sexuales. Y, por otra parte, la relación de rivalidad en la búsqueda de una pareja, respondiendo a la competencia para ser escogidas como futuras esposas destinadas al cuidado y la reproducción.

2.2.2 Educando la feminidad: madres e hijas

Como remarca Lagarde (2000), el deber social de las mujeres dirigido al hogar remite a las mujeres a “reproducir el orden familiar aunque esto implique recrear un orden y modos de vida opresivos y limitantes para el desarrollo personal de las mujeres” (pp. 157). Así, siguiendo el argumento de la socialización diferencial, las niñas son educadas distintas a los niños, de modo que se espera que actúen de acuerdo con el estereotipo de la feminidad tradicional, en la que la belleza es más valorada que la bondad, la inteligencia o la gracia (Alborch, 2002). Además de

reforzar la auto objetivización y el ideal de casarse, tener familia e hijos (Esteban, 2013). Por consiguiente, la percepción de la imagen corporal y la definición de la belleza se cimientan en la infancia mediante el reforzamiento y aprendizaje de estereotipos.

El aprendizaje social de los estereotipos de género se realiza mediante la observación y posterior imitación de modelos. Así, lo deseable es que las niñas aprehendan los mandatos y rituales de belleza de su madre, o figuras femeninas cercanas (Guijosa, 2006), realizando conductas que son recompensadas o castigadas de acuerdo con el papel que se le ha asignado como mujer en un contexto socio cultural específico (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

De esta manera, la madre es transmisora de la imagen de su propio cuerpo y del de su hija; haciendo que las niñas aprendan acerca del cuidado y porte del cuerpo, basándose en el grado de preocupación que sus madres tienen acerca del aspecto físico (Esteban, 2013). Esto quiere decir que las mujeres interiorizan desde pequeñas las exigencias de la feminidad, mediante el vestir y el actuar (Steinem, 1992).

En el caso de algunas zonas de la república mexicana, los estereotipos de la mujer que se consideran deseables son: mantener la virginidad hasta casarse, tener hijos, realizar las labores domésticas, cuidar a su familia, entre otros (Navarro, 2004); esto refiere al mandato femenino tradicional de los roles de ama de casa, madre y cuidadora de otros (Lagarde, 2011). Por lo que resulta importante ser bellas para conseguir un marido (Jeffreys, 2006).

Entonces si las cualidades físicas que son criticadas en México, son: el peso, estatura, raza, clase social, color de piel y cabello (Rivera, 2015), las niñas serán señaladas de forma que estas características no difieran de los estereotipos aceptados. Por tanto, la violencia que se puede presentar de madres a hijas se manifiesta en comentarios despectivos acerca de sus cuerpos, por no cumplir con los estereotipos de belleza, aunado a la recurrente petición de modificar sus cuerpos y llamar la atención de los hombres.

Como ejemplo de lo anterior, Esteban (2013), señala que las madres introducen en la vida de sus hijas las dietas y las comparten con ellas, y son las que indican si sus hijas cumplen o no las normas corporales estéticas, aun cuando las hijas no se perciben *anormales*. Es decir, que los defectos físicos son señalados en primer momento por la madre, y estas deciden qué hacer y qué productos comprar para aliviar los males (Guijosa, 2006).

Además de la instrucción de la feminidad, Lagarde (2012), apunta que la rivalidad entre madres e hijas comienza en el momento de tener una conexión con el padre-esposo, en el que “pareciera que por compartir un solo hombre, la conyugalidad de una interfiere con la finalidad de la otra [el reconocimiento paterno]” (pp. 472). En consecuencia, la autora destaca el inicio del antagonismo y la separación entre yo y la otra; y menciona que durante este proceso de individualización, las madres proyectan en sus hijas sus propias cualidades negativas.

De esta manera, algunas madres desean perfeccionar su vida o recuperar su juventud a través de ellas por lo que suelen presionar a sus hijas, pero a su vez no quieren ser superadas. En palabras de una de las entrevistadas de Esteban (2013): “no seas como yo, que mi vida no vale nada, pero no se te ocurra ser mejor que yo” (pp. 240).

Respecto a la apariencia física, la exigencia de la delgadez y de no tener imperfecciones (celulitis, estrías, etcétera), son prioridad, pues como expresa Walzer (2013), hay una “búsqueda de un ideal artificial, virtual, no perecedero, sin manchas, sin pliegues, sin huellas” (pp. 336). Por tanto, para que se consiga el ideal, se pone en marcha la violencia, en forma de manipulaciones o agresiones verbales, como mecanismo para hacer encajar en el modelo de mujer tradicional (Alborch, 2002). Marcando así el inicio del proceso de internalización de la subvaloración social de lo femenino incluyéndose a sí misma y el aprendizaje de la condición de las mujeres como objeto sexual (Steinem, 1992).

En resumen, la madre trasmite y exige a sus hijas los estereotipos de género respecto a los roles femeninos, siendo como Alborch (2002), señala una “especie de perfeccionista de la socialización femenina, una fiel interprete del rol tradicional femenino” (pp. 101). Relación en la que la madre actúa como modelo de la feminidad y la hija al corresponder plenamente las expectativas recibe reconocimiento y aprecio (Alborch, 2002).

Sin embargo, a pesar de lo anterior, sería un grave error centrar la educación de la niña en la madre, ya que esta aseveración caería en el mandato de la feminidad tradicional designando a las mujeres como únicas responsables del cuidado y crianza de los hijos. Razón por la cual, es importante señalar que además de la madre, existen otros agentes socializadores que refuerzan las conductas, tal como las películas, la televisión y demás adultos cercanos a la niña (García, 2005), que señalan los estereotipos femeninos aceptables a alcanzar durante su vida: ser esposas, madres, profesionistas, dependiendo de su contexto social e histórico (Lagarde, 2011). Sumado a la concepción de que la identidad siempre se está construyendo y transformando a lo largo de la vida (Lagarde, 2000).

2.2.3 Compitiendo por *amor*

Pittman (2003), resalta que desde la infancia se enseña a ser la mitad de una pareja, seres humanos incompletos que van en busca de alguien que los complemente, aconsejando cortejar o coquetear dependiendo de los estereotipos de género al uso. De acuerdo con Steinem (1992), esta idea del amor romántico heteronormativo, cumple el anhelo de integridad y plenitud entre dos personas que tienen cualidades polarizadas, por lo que desean absorber y poseer a la otra parte.

A su vez, los medios de comunicación relacionan el éxito personal y la aceptación social con la belleza, incluyendo el éxito erótico (Gutiérrez, 2002). Tal como Lipovetsky (2012), menciona, en algunas ocasiones la seducción femenina conduce al “reconocimiento social, éxito profesional y material” (pp. 165). Por lo

que resulta preciso para algunas, encontrar una pareja con quien cumplir los roles de madres y esposas para ser valoradas socialmente (Lagarde, 2011).

Camacho (2004), nombra como *la búsqueda* al primer paso para que una pareja se consolide, en esta fase las personas se dedican a cuidar el cuerpo, arreglándolo con ropas, accesorios y maquillajes, mientras ocupan artífices de seducción para atraer compañeros potenciales. Las expectativas de género envuelven a la búsqueda de una pareja que encarne la masculinidad o la feminidad (Pittman, 2003). Y en el caso de la feminidad, existe la creencia de que sólo las mujeres jóvenes y bellas pueden aspirar al amor y su preservación (Lagarde, 2000).

Así, Lamas (2015), señala el resentimiento que se da entre congéneres cuando una conquista al hombre: “¿qué tiene ella que no tenga yo, si al fin y al cabo somos “idénticas”?” (pp. 48). Pues, como se planteó al inicio de este capítulo, desde la mirada del grupo masculino patriarcal, todas somos idénticas (Amorós, 2005).

Por consiguiente, Guijosa (2006), remarca el significado de *arreglarse*: “quiere decir componer o cambiar o reparar algo que está básicamente mal” (pp. 75). Arreglarse hasta ser elegida por alguien, hasta llegar al matrimonio, ritual que confirma la identidad y la clase social; la autora lo expresa así: “qué paradoja: arreglarse tanto durante tanto tiempo para lograr que te quieran <<desarreglada>>” (pp. 73).

Sin embargo, no se les permite a las mujeres descuidarse tanto porque se cree que eso puede llevar a la infidelidad del marido que busca a alguien más joven y más bella, aunque Pittman (2003), sugiere que esta creencia es uno de los tantos mitos sobre la infidelidad. Igual se sigue pensando que ser fodonga, desarreglada, gorda y dejada es peligroso (Guijosa, 2006). Este miedo latente se da por la aceptación o tolerancia social de la infidelidad masculina, que es un estereotipo de la masculinidad, prueba de la hombría y la capacidad de conquista

de un varón (Camacho, 2004). De modo que, se recurre al maquillaje o demás prácticas con la idea de *asegurar* la vida en pareja (Lipovetsky, 2012).

En esta estructura social donde la mujer está planteada como ser-para-otros a través de sus roles de madre y esposa (Lagarde, 2011), al ser amado se le dedica la existencia entera, continuando con el papel de subordinación (Lipovetsky, 2012). Por tanto, al ser traicionadas mediante una infidelidad, algunas suelen culparse por no haber cumplido con todo lo que se pareja esperaba de ellas (Camacho, 2004). En consecuencia, si se reduce la responsabilidad que tiene la persona con la que se ha establecido una relación y muy probablemente tengan un acuerdo de fidelidad, la venganza recaerá sobre la amante (Camacho, 2004). Además, aquellas que no se sienten lo *suficientemente hermosas* minan su vida sexual tras las comparaciones y competitividad con otras (Pittman, 2003).

Así, según Pittman (2003), la competitividad es una característica de las personas envidiosas, que rivalizan en áreas donde se sienten inseguras y “a veces, suponen que su pareja se siente atraída por lo que ellos envidian de otros” (pp. 79-80). Por consiguiente, Lamas (2015), señala que “la clave de la envidia no es el deseo de algo concreto, sino el carácter insoportable de una diferencia, podemos vislumbrar cómo se relaciona con el asunto de no reconocer las diferencias” (pp. 50). Desde esta perspectiva, la competencia por *amor* se da más por la búsqueda de reconocimiento que confirme la identidad y el valor individual (Guijosa, 2006), que por el mero hecho de conformar una pareja.

Por lo que exponer una explicación a la violencia que existe entre mujeres a partir de los estereotipos de belleza, permite comprender la imposición de cánones de belleza como uno de los mandatos de la feminidad enseñados desde la infancia, como un imperativo para que las mujeres destaquen, compitan por una pareja y sean elegidas como candidatas para los roles de madre y esposa.

Además, como se ha dicho, el mandato de feminidad puesto en la belleza, se encuentra asentado en la creencia patriarcal de la minusvaloración de las mujeres y la feminidad encerrada en roles tradicionales, pues finalmente, como

señala Alborch (2002): “la misoginia entre mujeres conduce a la venganza, quien ha recibido misoginia se siente autorizada a vengarse misógicamente, ejerciendo su violencia contra otras mujeres” (pp. 88). Así, compensan la discriminación y estado subordinado ante los hombres: discriminando o violentando a otras mujeres, sobre todo sí se encuentran en una jerarquía más alta (perteneciente a grupo(s) con mayor poder social o económico) que las agredidas (Lagarde, 2000).

Por consiguiente, Alborch (2002), destaca que la consecuencia más grave de esta situación, es que las mismas mujeres se desvalorizan, pues al desconfiar del valor propio, igualmente se pone en duda el de las demás; esto significa “cuánto valgo, con relación a otra; valgo más, si tu vales menos” (pp. 35). Lo que puede traducirse en *yo soy más bonita, entre más fea te haga ver*.

En conclusión, el imperativo de la belleza femenina como carácter de valor social de las mujeres y vista como requisito para conseguir marido (y cumplir el estereotipo de madresposa), responde a la creencia de cuerpo-para-otros como parte de la identidad femenina, razón por la cual se establecen ciertos mecanismos para mantener estos estereotipos y el orden patriarcal: la violencia estética, la violencia simbólica y la violencia entre mujeres.

Particularmente, la violencia entre mujeres señala a aquellas que se van moldeando en la infancia, a aquellas fuera de la norma o a aquellas dentro de la competencia como objeto de violencia manifestada en discriminación, desprecio o humillaciones de parte de sus congéneres. Lo que reproduce la inferioridad y la misoginia de mujeres a mujeres con menor status, como respuesta a la subordinación estética.

Por consiguiente, retomando la teoría de la identidad social, aquellas mujeres que aceptan el mandato de la belleza como parte de la identidad femenina, buscan la distintividad positiva mejorando su autoestima rebajando y violentando a otras; así que resulta imprescindible modificar estas formas de autovaloración, haciendo frente a la subordinación y desvalorización creada por la

autocosificación, que se reflejen en una convivencia sana y productiva entre mujeres.

Desde los feminismos se ha reformulado la importancia de la autoestima, el reconocimiento del empoderamiento y la propuesta de la sororidad como formas para encarar la homogeneización, inmutabilidad y desvalorización de la identidad femenina. Al mismo tiempo que se presentan nuevas propuestas para ver la belleza, la aceptación corporal y el respeto a la diversidad manifestada en la individualidad, y así eliminar la violencia entre mujeres a partir de los estereotipos de belleza.

III HACIA UNA NUEVA BELLEZA

“Debe haber otro modo (...)
Otro modo de ser humano y libre.
Otro modo de ser”

Rosario Castellanos

Como se señaló en el capítulo II, la teoría de la identidad social de Tajfel destaca la relación entre la valoración grupal y la manera que influye en la autoestima, por lo que se establece la distintividad positiva o ciertos mecanismos de comportamiento como tendencia a poseer una alta autoestima (Bosch, Ferrer y Gili, 1999). A pesar de esto, la minusvaloración de la identidad femenina y la búsqueda de perfección marcada a través de los estereotipos de belleza, perjudica la confianza y autoestima de las mujeres. Dado que, como remarcan algunas feministas, entre las consecuencias de la autodesvalorización de la imagen que tienen de sí mismas, se encuentra la denigración de las demás de su mismo género, de forma que se respeta más a los hombres (Lipovetsky, 2012).

Por consiguiente, Alborch (2002), puntualiza la importancia de eliminar la distancia que tienen las mujeres consigo mismas para poder erradicar la enemistad entre mujeres; y frenar el discurso de la rivalidad histórica y la presunta imposibilidad de lazos de apoyo mutuo y empatía entre sí. En consecuencia, se han hecho propuestas desde el feminismo, como agente de reflexión y reformulación de percepciones, relaciones y conductas fuera de los mandatos de género (Esteban, 2013), para trabajar con la autoestima, la promoción del empoderamiento femenino, la sororidad y el affidamento entre mujeres, como alternativas a la feminidad patriarcal.

Pues, como señala Lagarde (2000), uno de los propósitos del feminismo actual es “la acción política para eliminar las causas de la opresión de las mujeres, articulada con la acción reparadora de los daños en cada mujer” (pp. 25). Así, la autora señala que la conciencia política sobre la propia vida lleva a encontrar claves personales que mejoran la autoestima y abren paso al empoderamiento.

3.1 Autoestima

Para puntualizar la importancia de rescatar la autoestima desde una perspectiva feminista, Lagarde (2000), hace un señalamiento muy importante: “el prestigio de género, sintetizado como ser una buena mujer o estar muy buena, es una fuente importante de la autoestima femenina” (pp. 33). Lo anterior es la consecuencia más personal que tienen las violencias resultantes del imperativo de belleza femenina. Así, la autora expresa que al visualizar los cuerpos de mujeres como cuerpo-para-otros y para su placer, se consecuenta la enajenación sexual y corporal. Se interioriza la subvaloración social de lo femenino (Steinem, 1992).

De entrada, Lagarde (2000), define la autoestima como parte de la autoidentidad, y como cuestión multifactorial que se traduce en percepciones, pensamientos, y creencias ligadas a deseos, emociones y afectos respecto a una misma, determinada por distintas condiciones de vida. Señalando que tradicionalmente la autoestima femenina remite a la estima de los otros, por lo que el aumento o disminución de autoestima se relaciona con la valoración de su belleza y el cumplimiento de estereotipos.

Sin embargo, al hablar del sincretismo entre los estereotipos tradicionales y los modernos, la autora hace mención a dos posibilidades antagonistas que representan la autoestima de las mujeres contemporáneas: la sumisión y la oposición; cuyo propósito es mejorar el autoconcepto y así construir una identidad social positiva, según el modelo de identidad social de Tajfel (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

El primer tipo al que hace referencia Lagarde (2000), son aquellas mujeres que aceptan –o no son conscientes– el mandato de belleza como reflejo del estereotipo patriarcal femenino:

Se caracteriza en parte por la desvalorización, la inseguridad y el temor, la desconfianza en una misma, la timidez, el autoboicot y la dependencia vital respecto de *los otros*. Y también por la sobreexaltación y la sobrevaloración

en el cumplimiento de la cosificación enajenante, de la competencia rival o de la adaptación maleable (pp. 36).

Si respetan los imperativos de la belleza, se ven obligadas a avergonzarse de sus cuerpos y siguen las prácticas de belleza para conseguir los cuerpos fetiches para consumo (Steinem, 1992). Su autovaloración, autoestima y autoaceptación depende de la valoración, estima y aceptación de otros, del cumplimiento de los estereotipos patriarcales de feminidad (Peña, 2007).

Así, este grupo de mujeres puede ser más propenso a violentar a otras y sentirse sumamente afectadas cuando las violentan a ellas pues representa un fracaso en su *ser* mujer. Ya que, de acuerdo con Steinem (1992), quienes se desprecian tienen la necesidad de dominar o someterse, sumado a que “las personas que tienen un autoconcepto negativo de sí mismas también tienden a juzgar negativamente al resto de la gente y al mundo en general” (pp. 21).

Igualmente, Steinem (1992), advierte que tampoco es una opción continuar con la separación de la mente y el cuerpo, rechazando totalmente el segundo como intento de derrocar los imperativos de la belleza. Puesto que al ignorar o rechazar tajantemente el físico y refugiarse en el intelecto, también se llega a poner en riesgo la salud. A lo que propone la reflexión de los estereotipos y mandatos de belleza femenina para poder eliminar la comparación con los ideales que afecta la autoimagen y la autoestima.

En este sentido, Guijosa (2006), no piensa que deban de eliminarse todos los rituales, costumbres o modas pertenecientes a una cultura, tampoco pretende que el cuerpo femenino deje de adornarse, cuidarse, ni suprimir la higiene personal, sino más bien, propone que se mitigue el seguimiento obediente de moda tras moda, del consumo compulsivo y la eliminación del miedo a mostrarse como se es, sin mascarar ni disfraces.

Asimismo, la autora hace la diferencia entre embellecerse como un acto *cariñoso* hacia una misma como parte de la expresión de sí misma; y por otro lado, de embellecerse a base de amenazas y persecuciones, por miedo a la

discriminación, viviendo obsesionada, sufriendo angustia por los cambios de la edad, el peso, la elasticidad y color de la piel o el cabello.

De este modo, Lagarde (2000), describe al segundo tipo de mujeres como aquellas que han cuestionado y se oponen a la subordinación y desvalorización femenina manifiesta en la cosificación del cuerpo femenino:

La autoestima de las contemporáneas se caracteriza también por la seguridad, la autovaloración, la confianza en las capacidades y habilidades propias, en los saberes y en las cualidades. Destacan en esta vertiente la independencia y la autonomía en varios planos. No corresponder con los valores hegemónicos se concibe como un valor positivo (pp. 36).

Como resultado, Lagarde (2000), destaca la relevancia de la autoestima como la búsqueda por el bienestar de las mujeres, dependiendo las actividades e intereses individuales, posibilitando así la mezcla de roles tradicionales y modernos siempre que no limiten sus derechos, no se le priven recursos o condiciones para poder desarrollarse, ni se apeguen a ellos como un requisito de feminidad. Haciendo hincapié en romper el lazo entre estima y poder, enfrentando las expectativas de los otros en forma de mandatos (autoritarismo) y priorizando la atención en las necesidades propias de las mujeres. Es decir, afirmarse entre el deber ser y lo que se es.

En sus propias palabras, aquellas mujeres que tienen una autovaloración positiva atienden “su imagen corporal como parte de su persona, no una simulación, no un disfraz” (Lagarde, 2000; pp. 176), logrando que dejen de ver su cuerpo fragmentado, comienza un proceso de reconocimiento, apreciación y potenciación de cualidades y habilidades propias. Al mismo tiempo que la confianza en sí mismas produce la satisfacción de potenciar las capacidades de los otros (Steinem, 1992), esto sugiere la eliminación de la competencia y la violencia consecuente entre mujeres.

Tomando en cuenta que la autoestima desde la perspectiva feminista inicia con el análisis de las condiciones de género y de las causas concretas de los

problemas de autoestima, pues solo tomando conciencia de los imperativos sociales, es que podemos comenzar a cambiarlos (Steinem, 1992). Contraria a las versiones consumibles y populares de autoestima que centran sus posibilidades en el individuo y la voluntad psicologicista, que pretenden reinsertar, adaptar y hacer funcional al individuo en su entorno, manteniendo así los estereotipos de género (Steinem, 1992; Lagarde, 2000).

Por consiguiente, al hacerse presente la autoconciencia de la propia individualidad desde el paradigma feminista y la noción de modificar los espacios en que nos desenvolvemos, se articula la acción individual y política en que las mujeres son capaces de otorgar y exigir un trato justo (Steinem, 1992).

Además, Lagarde (2000), correlaciona la autoestima de género personal con la estima de género como categoría social, por lo que la valoración de las mujeres como grupo diverso va adquiriendo un valor elevado como grupo de pertenencia identitario. Así pues, concibe la autoestima como la suma de la autovaloración, el reconocimiento de la propia autoridad, la autocrítica, la autoevaluación, el responsabilizarse de las propias acciones y tener la capacidad de tomar decisiones propias. A partir de descolocarse del lugar subordinado.

Hablando de la capacidad de decidir de las mujeres, en lo que respecta a la publicidad y medios de comunicación, Lipovetsky (2012), señala que es equivoco pensar que las lectoras y consumidoras son seres pasivos que aceptan las normas estéticas sin más, conformándose con cualquier producto o imagen; en cambio, expresa que son agentes activas con la posibilidad de elegir entre varios productos de belleza y ven en la publicidad una serie de sugerencias o una fuente de inspiración para mejorar su imagen.

Sin embargo, bajo el imperativo de la belleza como eje de la condición femenina sigue prevaleciendo un bombardeo de imágenes e ideales irreales de cuerpos y rostros femeninos que al traducirse en la realidad casi ninguna alcanza, ocasionando la desvalorización del propio cuerpo (Lagarde, 2000). Por lo que

Steinem (1992), enfatiza “si los sentimientos de inferioridad tienen sus raíces en nuestro cuerpo, la autoestima debe empezar también por el” (pp. 78).

Razón por la cual, desde el terreno publicitario para seguir teniendo ganancia en el mercado, algunas compañías buscan otras maneras de ofrecer sus productos, por ejemplo la campaña que ha impulsado Dove desde el 2004 *Por la belleza real* no se propone un solo modelo de belleza y argumenta que todas las mujeres pueden ser bellas. De esta manera, el *Movimiento Dove por la Autoestima* busca que la belleza no ocasione ansiedad sino confianza en una misma (Dove, 2011).

Es importante señalar que esta campaña publicitaria tiene como antecedente la investigación global *La verdad sobre la belleza: una revisión* realizada en 2011 por Dove, donde se encontró que de 1200 mujeres de entre 10 y 17 años, el 72%, refirió sentirse tremendamente presionadas por ser guapas (Dove, 2011). Manifestándose la continuidad de encajar en los estereotipos de belleza difundidos en la mayoría de los medios de comunicación a partir de los cuales se incentiva y reproduce el discurso patriarcal del imperativo de la belleza en la mujer (Solís, 2012).

Aunque se presentan los resultados como una investigación global, México no fue incluido. Los países donde se realizaron las entrevistas fueron: Estados Unidos, Canadá, Gran Bretaña, Italia, Francia, Portugal, Países Bajos, Brasil, Argentina y Japón (Etkoff, Orbarch y Scott, 2004). No obstante, es un acercamiento a la relación entre autoestima y belleza de las mujeres; además de que dicha campaña también fue popularizada en México.

Y en otros medios, hay que resaltar el trabajo que se está haciendo en redes sociales, por ejemplo el de @Guerxs y @Mexicanomx que son perfiles mexicanos en Instagram que muestran en la red la diversidad de cuerpos, colores, rasgos, edades y etnias de los mexicanos alrededor de la república mexicana. @Guerxs como agencia de modelos y @Mexicanomx como proyecto fotográfico.

Por consiguiente, resulta importante reestructurar los espacios que siguen propiciando violencia hacia la mujer, en este caso los medios de comunicación y entretenimiento que reproducen estereotipos de belleza exagerados, mediante acciones políticas que se opongan a estos mandatos rígidos, y tomando autoconciencia de la propia individualidad dentro del grupo de pertenencia (Lagarde, 2000).

De este modo, Lagarde (2000), plantea una pedagogía feminista a base de grupos de reflexión, talleres de educación popular o talleres, cuyo objetivo principal reside en crear conciencia política sobre la propia vida, es decir, analizar la incidencia de los mandatos sociales en nuestra propia vida con la finalidad de poner en duda lo establecido y tener la posibilidad de plantear nuevas alternativas equitativas del vivir.

De estos talleres con la finalidad de generar de reapropiarse de los cuerpos y hablar de los estereotipos de belleza, existe desde 2016 el proyecto *Mi cuerpo, mi revolución* en la Ciudad de México, que consta de cinco sesiones donde se habla del patriarcado, la sororidad, el lenguaje, los estereotipos de belleza, la gordofobia, el arte y la infancia, temas desde los que se aborda el reconocimiento de la autoestima y el impulso del empoderamiento corporal.

Resulta importante continuar con proyectos de esta índole para abordar la reflexión sobre la construcción del imperativo de la belleza femenina, los orígenes y las consecuencias, desnaturalizar la enemistad entre mujeres (Alborch, 2002), y la violencia, propiciando relaciones solidarias como resultado de una alta autoestima y del empoderamiento personal.

Precisamente Lagarde (2000), enfatiza la relación entre autoestima y empoderamiento, sosteniendo que la mejora en la percepción de su subjetividad conlleva el impulso para su desarrollo individual y posibilidad de satisfacer sus propias necesidades.

3.2 Empoderamiento

El empoderamiento es una propuesta feminista que parte de la distinción de tipos de poder, que Rowlands (2005), categoriza en tres:

- Poder *sobre*: imposición de una persona hacia otra, descendente en una jerarquía. Reflejo de una relación de dominación.
- Poder *para*: poder motivador para alcanzar una meta. Este poder individual no cambia el poder sobre.
- Poder *desde dentro*: empoderamiento que involucra un cuestionamiento, y oposición al poder sobre. No es conseguir poder para dominar de vuelta, es un poder individual.

Entonces, el empoderamiento se opone al *poder sobre* que señala una relación de control, que desde el patriarcado señala a los hombres como principales ejecutores de este poder sobre otros hombres, mujeres y niños; dependiendo de las jerarquías raciales, económicas, etarias, etcétera (Rowlands, 2005).

Así, el empoderamiento es un proceso que busca equilibrar las relaciones de poder, con la finalidad de que los individuos tengan autoridad de sus vidas, control de los recursos, participación social/política y capacidad de tomar decisiones para impulsar una mejora en sus vidas (Martínez, 2016). Hablando sobre empoderamiento femenino, Lagarde (2000), menciona que “se concreta (...) al lograr que cada mujer consolide los poderes personales que ya tiene, y cada día se haga de más poderes vitales y los conecte de manera integral” (pp. 28).

El empoderamiento, es poder desde dentro, ya que se busca la reflexión y oposición de las condiciones de subordinación femenina que dirija a la capacidad de desarrollar el autoconcepto, la confianza de las capacidades propias que deriva en autoestima, el autofortalecimiento, la autoconfianza, la toma de decisiones propias y la lucha por la opresión interiorizada (Rowlands, 2005; Martínez, 2016). Pues, como supone la teoría de la identidad social, el valor que se le da al grupo de pertenencia influye en la percepción que tienen los individuos del valor propio (Pastor, 1998; Rocha, 2009; Etchezahar, 2014) y como señala Rowlands (2005),

la opresión interviene negativamente en dicha valorización y en la percepción individual de “su capacidad de actuar e influir en el mundo que les rodea” (pp. 2).

Recordando que entre las posibilidades establecidas por Tajfel para el establecimiento de un autoconcepto positivo y alta autoestima están la limitación de comparaciones del endogrupo con grupos de status similar o inferior, cuya competencia puede derivar en violencia entre mujeres; o confrontar directamente al grupo dominante (Bosch, Ferrer y Gili, 1999), que es la propuesta del empoderamiento.

En el terreno de la belleza, las opresiones interiorizadas son la autocosificación y la concepción de cuerpo-para-otros (Lagarde, 2000). Así, la reflexión respecto al propio cuerpo lleva a considerar la transformación o resistencia de los mandatos culturales y estereotipos tradicionales de género, es decir una manera más de empoderamiento (Esteban, 2013; Martínez, 2016). Empoderamiento corporal como reapropiación y autovalorización del cuerpo. Siempre y cuando se tome conciencia del estado de subordinación genérica y se realice un proceso de autoconocimiento y reafirmación de autoimagen corporal e identitaria (Esteban, 2013; Martínez, 2016).

Como consecuencia del empoderamiento corporal, en el terreno de los estereotipos de belleza, las mujeres logran apropiarse de sus cuerpos decidiendo cuando seguir o no los ideales de belleza al uso (Esteban, 2013). Dejan de ser cuerpo-para-otros, pues como señala Lagarde (2000): “empoderada, cada mujer es la primera satisfactoria de sus necesidades y defensora de sus intereses, y la principal promotora de su sentido de la vida, de su desarrollo y enriquecimiento vital, de sus libertades y de su placer” (pp. 28).

Por otro lado, Esteban (2013), sostiene que del *empoderamiento individual* subyace el *empoderamiento social*, empoderamiento colectivo que no es posible en tanto exista esta rivalidad entre mujeres. Es una devolución a la teoría de la identidad social, en que así como la valoración grupal influye a la valoración individual, el proceso inverso también es válido.

Por consiguiente, resulta importante una conciencia de género mediante la identificación de la problemática opresiva común entre mujeres dependiendo de sus condiciones socioculturales, económicos, etarios y raciales; para establecer objetivos comunes y encontrar una nueva forma de convivencia entre mujeres, para eliminar la violencia entre sí (Martínez, 2016). El feminismo ha propuesto la sororidad.

Lagarde (2000), destaca que el empoderamiento personal es un paso primordial para la sororidad en tanto que cada mujer reconoce que:

Tener derechos individuales como mujeres depende de los derechos de género y pasa por la autoestima de género y la identificación con las otras mujeres en dos sentidos: la aceptación de pertenecer al mismo género, de compartir la especificidad o diferencia sexual y la aceptación y el reconocimiento de las otras mujeres como merecedoras de los mismos derechos y las mismas libertades a las que aspiramos (pp. 28).

Recíprocamente, el empoderamiento y la sororidad refieren a procesos y prácticas con conciencia feminista de participación colectiva que se refleja en acciones y actividades apuntadas a anular las formas de dominación (Lagarde, 2012).

3.3 Affidamento y sororidad

En la lógica de las idénticas (Amorós, 2005), cuando una mujer destaca, las otras se sienten traicionadas, como menciona Esteban (2013): “se establece una competición que sirve para separar y no para unir a las mujeres entre sí, que hace incompatible articular las distintas experiencias y obstaculiza, por tanto, el desarrollo de la solidaridad de género” (pp. 136).

Sin embargo, Lagarde (2012), remarca que no somos idénticas, que dentro del grupo de mujeres compartimos una condición como género pero existen diferencias individuales que se deben reconocer, por lo que se privilegia el respeto y la valoración de la diversidad. Así se pueden resaltar y apreciar características particulares en el endogrupo de mujeres que permita un establecimiento de la

distintividad positiva, según el modelo de identidad social de Tajfel (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

El *affidamento* propuesto por feministas italianas, de acuerdo con Lamas (2015), es la relación entre mujeres que reconoce las diferencias y conflictos entre sí de forma sincera, de modo que se acepta una relación de necesidad entre mujeres para afirmarse, y mediante la que se muestre confianza para generar apoyos y se respete la autoridad de las mujeres. Este término junto con el de *sororidad*, son propuestas feministas sobre modelos de convivencia entre mujeres.

Lagarde (2012), señala que la palabra *sororidad* viene del latín *soror-sororis*, que significa hermana y busca una relación de paridad entre mujeres que se unen en un pacto existencial y político, con el objetivo de erradicar la misoginia y el patriarcado. Igualmente, propone que a través de una conciencia crítica a la misoginia, se eliminan los prejuicios contra las mujeres, lo que posibilita una nueva forma de convivencia y relación entre ellas sin violencia, sin hostilidad, sin discriminación, ni celos o envidia.

Se promueve así, el empoderamiento de cada una en un ambiente de cooperación, reconocimiento, identificación positiva, donde se comparten vivencias personales y enseña a otras, buscando el bienestar de cada una sin estar por encima de la otra, se elimina también el *poder sobre* de mujeres a mujeres que conduce a la violencia (Alborch, 2002).

Por consiguiente, Lagarde (2012), establece como objetivos particulares de la sororidad (pp. 545):

- 1) La identificación entre mujeres como semejantes.
- 2) La necesidad de la alianza de género para establecer entre las mujeres lo que se exige a la sociedad: la valoración de las mujeres a partir del reconocimiento de la igualdad y la diferencia, la diversidad y la especificidad, con base en los derechos humanos de las mujeres acordados en la última década del siglo XX.

- 3) La defensa ante ataques, agresiones y cualquier forma de violencia y maltrato o irrespeto a nuestros derechos humanos, y la eliminación de la autocomplacencia, la victimización y la opresión de las mujeres.
- 4) La difusión del feminismo y el logro de su incidencia social, cultural, jurídica y política. Enfrentar el antifeminismo.
- 5) El reconocimiento entre mujeres de la legitimidad de la sexualidad propia y de la sexualidad de las otras como vía de la resignificación de la condición humana de las mujeres.

Para alcanzar la relación soridaria, Lagarde (2012), señala que primero debe existir una conciencia de género como mujeres con condiciones de género similares pero como sujetas diferentes en las experiencias personales, para lo que resulta importante derrumbar la lógica de las idénticas y, aceptar y respetar el derecho a la diferencia individual, y finalmente progresar juntas en una relación de affidamento reconociendo la necesidad de unas a otras para ser potencializadas e impulsadas, más no cuidadas maternalmente.

Concluyendo, la sororidad es la alianza entre mujeres que tienen conciencia de género y una posición política para hacer frente al patriarcado machista y sexista, y eliminar la misoginia tanto de los hombres como de mujeres para eliminar la violencia; y priorizando el apoyo mutuo para conseguir el empoderamiento individual.

CONCLUSIONES

El Patriarcado ha sido denominado como el sistema que establece el conjunto de prácticas, normas, atribuciones y creencias consideradas como propias de hombres y de mujeres, que simbolizan los sexos acorde con la jerarquización y dominación de la masculinidad (Serret, 1999). Entonces, el género como simbolización de la diferencia sexual, se construye a partir de los significados que se les otorgan distintamente a hombres y a mujeres. Esta categorización se realiza a través de la construcción de significados a partir de la diferencia sexual –influyendo en la cognición y las elaboraciones emocionales– reflejados en la subjetividad de cada persona y lo aceptado como propio de ese género (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

Así, la identidad de género se define como la autocategorización realizada por cada persona (Rocha, 2009), prescrita en la manera de conservar el cuerpo y las conductas que diferencian activamente a hombres y mujeres (Bourdieu, 2000), y se reproduce a partir de diferentes medios de socialización y el seguimiento de estereotipos (Badinter, 2003). La familia, los amigos, los medios de comunicación y de entretenimiento, son organismos que van puntualizando lo esperado de cada uno a nivel conductual y emocional dependiendo del cuerpo con el que cada quien nace.

De esta forma, Barberá (1998), señala que las expectativas sociales expresadas mediante los estereotipos de género, por ser las creencias populares sobre las cualidades polarizadas de hombres y mujeres, son los que realmente sostienen la diferencia entre géneros. Asimismo, por medio de los estereotipos se marcan las pautas de comportamiento y actividades que designan los roles sociales que se relacionan con la diferenciación sexual, es decir, que aluden a la biología para diferenciar las habilidades y actividades realizadas por hombres y mujeres (Badinter, 2003), como si fueran parte del paquete biológico de hormonas y genitales.

Sin embargo, la identidad de género depende de múltiples factores socioculturales, económicos, históricos y contextuales, y hay que considerar que no es inmutable sino cambiante a lo largo de la vida y tampoco es copia fiel de los estereotipos. Sin embargo, en México como en otros países, la identidad femenina y su valoración continúa relacionándose en diversos medios socializadores del género (como la familia y los medios de comunicación) con el reconocimiento por la apariencia física y el rol de madresposa, lo que repercute en la autoimagen y autoestima de las mujeres al autocosificarse como un cuerpo-para-otros (Lagarde, 2000; Martínez, 2016).

Razón por la cual, algunas mujeres se autocosifican ante el requisito social de cumplir con el imperativo de la belleza para ser reconocidas y valoradas (Lagarde, 2000). Pues su autovaloración, autoestima y auto aceptación depende de la de otros, y del cumplimiento de los estereotipos patriarcales de feminidad (Peña, 2007). Así, el control y manipulación de la belleza femenina se establece y refuerza desde la infancia hasta la vejez, en el lugar de trabajo, en la escuela, en la casa y en el entretenimiento; de esta manera las mujeres viven la presión constante para ajustar su apariencia a las normas de feminidad. Es decir, las mujeres tratan de mantener las prácticas de belleza en tendencia, mediante consejos o descalificaciones que orillan a las trasgresoras de estos cánones reivindicar su lugar.

La presión estética sobre las mujeres es muy agobiante, desde las conversaciones en apariencia inofensivas hasta las tallas de ropa que se pueden encontrar en las tiendas, pasando por la publicidad, los referentes de éxito sociales y los modelos en el mundo del arte, la cultura y la costura, el culto a la belleza se impone estableciendo una correlación entre apariencia física (delgada), salud y éxito social (Gutiérrez, 2002). Ocasionando, malestares y violencia ya que, como señala Bourdieu (2000), al comparar el cuerpo real con la imagen del ideal se someten a un escrutinio, crítica e inconformidad constante, a lo que hay que sumar que en la actualidad los cuerpos ideales vistos en los medios son

usualmente alterados con la tecnología, por tanto más difíciles de cumplir y significando mayores sacrificios para alcanzarlos.

Concretamente, la teoría de la identidad social de Tajfel permite comprender la interiorización de la subvaloración del género al sugerir que las personas se autodefinen respecto a sus grupos de pertenencia, y frente a la minusvaloración patriarcal de la mujer, lo que influye en la autoestima de cada una (Bosch, Ferrer y Gili, 1999; Rocha, 2009). Afectando las relaciones interpersonales (Pastor, 1998), pues al tener un autoconcepto negativo, también se estima negativamente a las demás (Steinem, 1992).

Además, Lagarde (2011), distingue la ruptura del género femenino como una característica del Patriarcado, manifiesta en la enemistad entre las mujeres y basada en la competencia por los hombres y por la ocupación de los espacios que pueden llegar a conquistar a partir de su condición como sexo subordinado. A partir de esta situación, las mujeres no se unen como grupo para establecer un autoconcepto positivo, ya que restringen las comparaciones del endogrupo con grupos de status similar o inferior que proponía Tajfel (1981; en Rocha, 2009), es decir contra otras mujeres.

Por consiguiente, la violencia entre mujeres se revela como la autodevaluación y desprecio de sí mismas, misoginia internalizada (Alborch, 2002), que conlleva la necesidad de dominar a otras o someterse (Steinem, 1992), cuyos casos reflejan una forma de reestructurar las posiciones del poder (Torres, 2010), ante aquellas fuera del grupo con identidad femenina que el patriarcado considera idénticas (Amorós, 2005) por no cumplir con los imperativos de belleza.

Es decir, la violencia entre mujeres tiene su origen en el cumplimiento de roles y estereotipos tradicionales designados por el patriarcado con la finalidad de ser aceptadas. Sin embargo, esta lógica tiene como consecuencia la repetición y mantenimiento de la violencia estructural (Alborch, 2002).

Asimismo, cabría reflexionar lo que Steinem (1992), considera acerca de lo nombrado bello relacionado más con funciones que se cumplen socialmente que

como formas corporales, razón por la cual a las mujeres vistas patriarcalmente como futuras madresposas se les exige destacar sus cualidades de objeto sexual para conseguir un marido y tener hijos después.

De este modo, para la psicología resulta indispensable replantear las relaciones de género del discurso patriarcal y las formas que utiliza para mantener la asimetría entre sexos, porque involucra la violencia y desprecio hacia las mujeres, expresada en las prácticas, conductas, representaciones sociales, y en la propia comunicación (Fernández, 2002). Por ejemplo en el caso de la autoestima, eliminar la idea de que es elegida por el individuo y que con buena voluntad puede mejorar (Steinem, 1992); así al introducir la perspectiva de género inspirada en las formulaciones feministas, lo que se propone es analizar la cuestión individual en correlación con las condiciones sociales y estructurales.

En particular, en la psicología clínica con perspectiva de género, Barberá (1998), propone como objetivo cuestionar los estereotipos y mandatos de género para que las personas tomen conciencia de la manera en que estos afectan sus comportamientos, sentimientos, pensamientos y maneras en que establecen relaciones interpersonales. Por consiguiente, durante la terapia se deben establecer las condiciones apropiadas para que las personas puedan reflexionar estos estereotipos para que puedan construir proyectos de vida acordes a sus necesidades y condiciones.

Por otro lado, compete a las autoridades (gobierno e instituciones), así como a la sociedad y las familias, visibilizar y aceptar la pluralidad de identidades de género, tanto femeninas como masculinas, en busca de una vida más democrática e igualitaria (Herrero, 2013). Promoviendo la liberación de los estereotipos y roles de género rígidos, que refuerzan las relaciones de poder y asimetría social respecto a las actividades realizadas por hombres o por mujeres (Alborch, 2002).

Puesto que en el mundo real (lejos del imaginario patriarcal tradicional) no existe un único modelo de feminidad –ni de masculinidad tampoco, cabe decir–,

sino que coexisten múltiples formas de ser mujer (Lamas, 2015). En tanto la feminidad se considera una construcción social histórica y contextual; y la condición de las mujeres es un producto histórico dependiente del contexto, atributos y características que puntualizan a la mujer como ser social y cultural (Lagarde, 2011).

Respecto a este trabajo cabe aclarar que no hablo de hombres o mujeres materializados, dado que se trató de una revisión teórica y no de un estudio de caso de ciertas mujeres en cierta comunidad o ciudad específica. Se habló más bien de los mandatos de feminidad y de masculinidad que se impone en el Patriarcado mexicano, donde machos biológicos, hembras biológicas e intersexuales, son categorizados como masculinos o femeninos, de forma cisgénero, es decir que macho corresponda con masculino, hembra corresponda con femenino y las y los intersexuales sean designados al género al que decidan los padres o el médico a partir de los caracteres sexuales visibles.

Por lo que evidentemente ambos géneros son sometidos a estereotipos y expectativas sociales que designan ciertos mandatos a cumplir. Sin embargo, es indiscutible que existen variaciones en la expresión de los géneros, personas concretas que se acercan más u otras que se alejan a los estereotipos, pero desde el Patriarcado, quienes entran en la normalidad son aquellos que tratan de cumplir con los mandatos tradicionales, los que encajan. Por tanto, el castigo a la desviación y el mantenimiento de los estereotipos de belleza fueron dos de las variables que se generalizaron en esta tesis como condiciones para ser parte de la normalidad mediante la violencia entre mujeres.

Por consiguiente, respecto a las recomendaciones para futuras investigaciones, hay que tomar en cuenta que este trabajo es una respuesta planteada desde la literatura, por lo que sería interesante la elaboración de trabajos cualitativos en que las mujeres pudieran expresar sus creencias, opiniones, motivaciones y consecuencias personales acerca de sus relaciones con otras mujeres. Y en particular, investigar la identificación, la implicación y los

efectos personales de la violencia entre mujeres a partir de los estereotipos de belleza.

Además de seccionar y revisar los mandatos de belleza particular de las comunidades no ciudadinas, analizar el alcance del ideal de belleza occidental en las mujeres indígenas o afromexicanas por ejemplo, o las expresiones particulares acerca de este fenómeno. Ya que como menciona Martínez (2016), la identidad de las mujeres en México es diversa.

Finalmente, me gustaría expresar que al poner en duda lo establecido, se plantea la posibilidad de formular nuevas alternativas del vivir. De esta manera, la perspectiva de género va formulando respuestas y acciones en construcción permanente que se modifican de acuerdo a los cambios del Patriarcado para desnaturalizar las desigualdades sociales (políticas y económicas), desde diferentes trincheras, en el caso de este trabajo desde la Academia y en mi vida personal.

BIBLIOGRAFÍA

- Abécassis, E. & Bongrand, C. (2007). *El corsé invisible*. España: Urano.
- Alborch, C. (2002). *Malas: Rivalidad y complicidad entre mujeres*. España: Santillana.
- Amorós, C. (2005). Espacios de los iguales, espacios de las idénticas: Sobre poder y principio de individuación. *La gran diferencia y sus pequeñas consecuencias... para las luchas de las mujeres* (pp. 87-109). Madrid: Cátedra.
- Amorós, C. (1985). *Hacia una crítica de la razón patriarcal*. España: Anthropos.
- Badinter, E. (2003). *Hombres/Mujeres*. México: FCE.
- Barberá, E. (1998). *Psicología del género*. España: Ariel.
- Bartra, R. (1987). A la chingada. *La jaula de la melancolía* (205-224). México: Grijalbo.
- Beauvoir, S. (2014). *El segundo sexo*. México: Debolsillo.
- Bonilla, A. (1998). Los roles de género. En: Fernández, J. (coord.). *Género y sociedad* (pp. 141-176). Madrid: Pirámide.
- Bosch, E., Ferrer, V. & Alzamora, A. (2006). Patriarcado y sociedad: La educación como transmisora de valores sexistas. *El laberinto patriarcal: Reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres* (pp. 27-54). España: Anthropos.
- Bosch, E., Ferrer, V. & Gili, M. (1999). *Historia de la misoginia*. España: Anthropos.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Bruchon, M. (1992). Apariencia corporal y personalidad: ¿Un refuerzo social diferencial? *Psicología del cuerpo* (pp.61-160). Barcelona: Herder.

- Camacho, J. M. (2004). *Fidelidad e Infidelidad en las Relaciones de Pareja: Nuevas respuestas a viejos interrogantes*. Recuperado de <http://fundacionforo.com/pdfs/archivo42.pdf>
- Chávez, V. (2015, 20 de abril). México, tercer país en cirugías estéticas con pseudoespecialistas. *El financiero*. Recuperado de <http://m.elfinanciero.com.mx/nacional/mexico-tercer-pais-en-cirugias-esteticas-con-pseudoespecialistas.html>
- Cobo, R. (2006). Prólogo. En Bosch, E., Ferrer, V. & Alzamora, A. *El laberinto patriarcal: Reflexiones teórico-prácticas sobre la violencia contra las mujeres* (pp. 11-20). España: Anthropos.
- Coll-Planas, G. (2011). *La voluntad y el deseo: La construcción social del género y la sexualidad*. Barcelona: Egales.
- Dorantes, M. A., Martínez, M. & Segura, R. (2013). Teorías feministas. En: Dorantes, M. A., Torres, L. E. & Robles, A. L. (coord.). *Perspectiva de género: Una visión multidisciplinaria* (pp. 5-28). México: FES Iztacala.
- Dove. (2011). *Campaña de Dove® por la Belleza Real*. Recuperado el 4 de mayo de 2015, de <http://www.dove.com.es/es/Nuestra-mision/Nuestra-vision/Campana-de-Dove-por-la-Belleza-Real.aspx>
- Esteban, M. L. (2013). *Antropología del cuerpo: Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. España: Edicions Bellaterra.
- Etchezahar, E. (2014). La construcción social del género desde la perspectiva de la Teoría de la Identidad Social. *Ciencia, docencia y tecnología*, 25 (49), 128-142.
- Etcoff, N., Orbach, S. & Scott, J. (2004). *La verdad acerca de la belleza: Resultados del Estudio Global de Dove sobre las Mujeres, la Belleza y el Bienestar*. Recuperado de

http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ6790_Estudio%20Global%20de%20Dove.pdf

Fernández, A. (2002). *Estereotipos y roles de género en el refranero popular*. España: Anthropos.

Fernández, J. (1998). El posible ámbito de la generología. En: Fernández, J. (coord.). *Género y sociedad* (pp. 19-42). Madrid: Pirámide.

Fonseca, C. (2008). Aproximación teórica sobre la construcción cultural del género. En: Fonseca, C. & Quintero, M. (coord.). *Temas emergentes en los estudios de género* (pp.17-29). México: Miguel Ángel Porrúa.

García, C. (2005). Representaciones de la mujer en la publicidad mexicana. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 2, 43-54.

García, E. & García, I. (2004). "Los estereotipos de mujer en la publicidad actual". *Questiones Publicitarias*, 1 (9), 43-64.

González, J. (2004). El feminismo sexista. En De la Torre, A., Ojeda, R. & Maya, C. (coord.). *Construcción de género en sociedades con violencia: Un enfoque multidisciplinario* (pp. 63-78). México: Miguel Ángel Porrúa.

Guijosa, M. (2006). *Mujeres de cierta edad*. México: Paidós.

Gutiérrez, G. (2002). *El apartheid estético y social en México: la dura realidad del joven mexicano frente a la moda*. Recuperado de <http://lanic.utexas.edu/project/etext/llilas/ilassa/2004/gutierrez.pdf>

Gramsci, A. (2009). *La política y el Estado Moderno*. Barcelona: Diario Público.

Hernández, A. (2014, 20 de mayo). México se maquilla; es décimo lugar en industria de la belleza. *El financiero*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/mexico-se-maquilla-es-decimo-lugar-en-industria-de-la-belleza.html>

- Hernández, K. (2015, 13 de agosto). Mercado de la belleza y cuidado personal crecerá a doble dígito al 2019. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/08/13/mercado-belleza-cuidado-personal-crecera-doble-digito-2019>
- Herrero, A. (2013). *La representación de la mujer en la televisión mexicana*. Recuperado de <http://cuadrivio.net/artes/la-representacion-de-la-mujer-en-la-television-mexicana/>
- Holland, J. (2006). *Una breve historia de la misoginia*. México: Océano.
- Hyde, J. (1995). *Psicología de la mujer: La otra mitad de la experiencia humana*. Madrid: Morata.
- Instituto Nacional de las Mujeres México (INMUJERES). (2004). *El impacto de los estereotipos y los roles de género en México*. Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf
- Instituto Nacional de Salud Pública (2012). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012: Resultados nacionales*. Recuperado de <http://ensanut.insp.mx/informes/ENSANUT2012ResultadosNacionales.pdf>
- Jayme, M. & Sau, V. (2004). *Psicología diferencial del sexo y del género*. España: Icaria.
- Jeffreys, S. (2006). *Beauty and misogyny: Harmful cultural practices in the West*. USA: Routledge.
- Lagarde, M. (2000). *Claves feministas para la autoestima de las mujeres*. Horas y Horas: Madrid.
- Lagarde, M. (2011). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas y locas*. México: UNAM.
- Lagarde, M. (2012). *El feminismo en mi vida*. México: INMUJERES.

- Lamas, M. (2012). *Transexualidad: Identidad y cultura*. Tesis de doctorado no publicada, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Lamas, M. (2015). *¿Mujeres juntas?: Reflexiones sobre las relaciones conflictivas entre compañeras y los retos para alcanzar acuerdos políticos*. México: INMUJERES.
- Lara, C. (2014, 23 de noviembre). En cirugías plásticas, México gana el bronce. *El Universal*. Recuperado de <http://archivo.eluniversal.com.mx/periodismo-datos/2014/en-cirugias-plasticas-mexico-gana-bronce-97829.html>
- Le Breton, D. (2002). *Sociología del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lerner, G. (1990). *La creación del patriarcado*. Barcelona: Novagràfik.
- Lipovetsky, G. (2012). *La tercera mujer*. México: Anagrama.
- Martínez, B. (2016). En: Castañeda, P. (coord.). El empoderamiento como horizonte para el desarrollo y fortalecimiento de las capacidades de las mujeres jóvenes. *Perspectivas feministas para fortalecer los liderazgos de mujeres jóvenes* (pp. 315-342). México: UNAM.
- Meler, I. (2012). Las relaciones de género: su impacto en la salud mental de mujeres y varones. En: Hazaki, C. (comp.). *La crisis del Patriarcado* (pp. 9-21). Buenos Aires: Topia.
- Millán, E. (2004). Estudios de género y psicoanálisis. En De la Torre, A., Ojeda, R. & Maya, C. (coord.). *Construcción de género en sociedades con violencia: Un enfoque multidisciplinario* (pp. 51-61). México: Miguel Ángel Porrúa.
- Monsiváis, C. (2013). *Misógino feminista*. México: Océano.
- Muñiz, E. (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad: Una necesaria mirada feminista. *Revista Sociedade e Estado*, 29 (2), 415-432.
- Nabokov, V. (2015). *Lolita*. Barcelona: Anagrama.

- Navarro, R. (2004). *Mujeres mexicanas que sufren y aman demasiado*. Pax: México.
- Norandi, M. (2011, 10 de enero). El estereotipo delgado, forma de violencia hacia la mujer: expertas. *La Jornada*, pp. 33.
- Pastor, R. (1998). Asimetría genérica y representaciones del género. En Fernández, J. (coord.). *Género y sociedad* (pp.207-236). Madrid: Pirámide.
- Pastor, R. (2004). Cuerpo y género: Representación e imagen corporal. *Psicología y género* (pp. 217-239). España: Pearson.
- Pateman, C. (1995). *El contrato sexual*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Peña, E. (2007). *Origen de las desigualdades*. España: Alpegraf.
- Pineda, E. (2012, 5 de diciembre). *La estética: nueva forma de violencia contra la mujer*. Recuperado de <http://estherpinedag.com/2012/12/05/la-estetica-nueva-forma-de-violencia-contra-la-mujer/>
- Pittman, F. (2003). *Mentiras privadas*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Raya, J. (2014, 31 de marzo). *La violenta búsqueda de la belleza y el monstruoso femenino* (FOTOS). Recuperado de <http://m.pijamasurf.com/2014/03/la-violenta-busqueda-de-la-belleza-y-el-monstruoso-femenino-fotos/>
- Reyes, S. (2015). *La hipersexualización en las niñas a partir del contenido de los medios*. Recuperado de http://amic2015.uaq.mx/docs/memorias/GI_12_PDF/GI_12_La_hipersexualizacion.pdf
- Rivera, K. (2015). *Estereotipos de belleza mexicana*. Recuperado de http://psicologos-en-puebla.blogspot.mx/2015/01/estereotipos-de-belleza-mexicana_11.html

- Rocha, T. (2009). Desarrollo de la Identidad de Género desde una Perspectiva Psico-Socio-Cultural: Un Recorrido Conceptual. *Revista Interamericana de Psicología*, 43 (2), 250-259.
- Rowlands, J. (2005). *El empoderamiento a examen*. Recuperado de <http://acmcb.es/files/425-8232-DOCUMENT/comunidadvirtual.pdf>
- Sanahuja, M. (2002). *Cuerpos sexuados, objetos y prehistoria*. España: Feminismos.
- Sangerman, D. & Ramírez, K. (2008). Violencia de género: Reflexiones en torno a su problemática. En: C. & Quintero, M. (coord.). *Temas emergentes en los estudios de género* (pp. 319- 348). México: Miguel Ángel Porrúa.
- Sau, V. (1990). *Diccionario ideológico feminista*. Barcelona: Icaria.
- Serrano, P. (2014). *Erotización de la infancia: la moda más peligrosa del siglo XXI*. Recuperado de <http://ecodiario.economista.es/sociedad/noticias/5844204/06/14/Erotizacion-de-la-infancia-la-moda-mas-peligrosa-del-siglo-XXI.html>
- Serret, E. (1999). Identidad de género e identidad nacional en México. En: Béjar, R. & Rosales, H. (coord.). *La identidad nacional mexicana como problema político y cultural* (pp. 240-275). México: Siglo XXI.
- Scott, J. (1988). *Gender and the politics of history*. USA: Columbia University Press.
- Solís, O. (2012). *Prácticas culturales en torno a la belleza femenina en México*. Recuperado de http://fcps.uaq.mx/descargas/investigacion/congresos/practicas_culturales_belleza_femenina.pdf
- Steinem, G. (1992). *Revolución desde dentro: Un libro sobre la autoestima*. Barcelona: Anagrama.

- Stephens, I. (2017, 30 de abril). *México, paraíso de cirugías estéticas*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/2017/04/30/mexico-paraíso-de-cirugias-esteticas#imagen-1>
- Torres, M. (2010). Cultura patriarcal y violencia de género: Un análisis de derechos humanos. En: Tepichin, A., Tinat, K. & Gutiérrez, L. (coord.). *Relaciones de género* (pp. 59- 83). México: El Colegio de México.
- Tubert, S. (2003). La crisis del concepto de género. *Del sexo al género* (pp. 7-46). Madrid: Cátedra.
- UNICEF (s.f.). *El doble reto de la malnutrición y la obesidad*. Recuperado de <http://www.unicef.org/mexico/spanish/17047.htm>
- Ussher, J. (1989). *The psychology of female body*. New York: Critical psychology.
- Valencia, S. (2010). *Capitalismo gore*. España: Melusina.
- Valenzuela, J. (2004). Género y repertorios identitarios. En De la Torre, A., Ojeda, R. & Maya, C. (coord.). *Construcción de género en sociedades con violencia: Un enfoque multidisciplinario* (pp. 39-50). México: Miguel Ángel Porrúa.
- Walzer, A. (2013). El rostro en la publicidad o el borramiento pornográfico del sujeto. En: Zamora, M. (Ed.) *La mujer ante el espejo*. Madrid: Abada.
- Wolf, N. (2002). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York: HarperCollins.
- Zavala, R. (6 de mayo de 2013). Entrevista de M. Debayle [Formato de audio]. La mujer mexicana y sus signos de belleza. Recuperado de http://www.wradio.com.mx/escucha/archivo_de_audio/la-mujer-mexicana-y-sus-signos-de-belleza-rosario-zavala-directora-de-cuentas-en-lexia-060513/20130506/oir/1893580.aspx
- Zaro, M. (2002). La psicología del género en el siglo XXI. *Clepsydra*, 1, 47-60.