

XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXI Jornadas de Investigación. XX Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VI Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VI Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2024.

Representaciones sociales de belleza en mujeres del “activismo gorde”.

Cornejo, Romina Alejandra y Keller, Tais Berenice.

Cita:

Cornejo, Romina Alejandra y Keller, Tais Berenice (2024). *Representaciones sociales de belleza en mujeres del “activismo gorde”*. XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXI Jornadas de Investigación. XX Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VI Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VI Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-048/775>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/evo3/f2o>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

REPRESENTACIONES SOCIALES DE BELLEZA EN MUJERES DEL “ACTIVISMO GORDE”

Cornejo, Romina Alejandra; Keller, Tais Berenice

Universidad de Buenos Aires. Facultad de Psicología. Buenos Aires, Argentina.

RESUMEN

El presente escrito propone sumergir al lector en una investigación de carácter exploratoria, requisito para la aprobación de la asignatura Psicología Social 2. El estudio indaga sobre la influencia de los modelos de belleza en las relaciones interpersonales de las corporalidades gordas. Explora las consecuencias de las representaciones sociales de belleza dominante, caracterizadas por cuerpos delgados, estilizados y mayormente blancos, en aquellos que no se ajustan a la norma; y sobre cómo los cuerpos actúan como una expresión mediada y restringida por la cultura, reflejando las presiones sociales. Para esto, se realizó una selección intencional de personas miembros del movimiento social denominado: Activismo Gorde. Esta minoría activa lucha en defensa del reconocimiento de derechos de las personas gordas, y su objetivo es la integración de todos los cuerpos; incluyen en su nominación la palabra “Gorde”, visibilizando a través del lenguaje inclusivo que no solo mujeres y hombres, sino también identidades disidentes se encuentran atravesadas por la heteronorma y la discriminación de los cuerpos.

Palabras clave

Representaciones sociales - Activismo Gorde - Minorías activas - Modelos de placer

ABSTRACT

SOCIAL REPRESENTATIONS OF BEAUTY IN WOMEN OF THE “GORDE ACTIVISM”

The present paper proposes to immerse the reader in an exploratory investigation, a requirement for the approval of the subject Social Psychology 2. The study investigates the influence of beauty standards on the interpersonal relationships of fat bodies. It explores the consequences of the dominant social representations of beauty, characterized by thin, stylized, and predominantly white bodies, on those who do not conform to the norm; and how bodies act as an expression mediated and restricted by culture, reflecting social pressures. For this, an intentional selection of people members of the social movement called: “Activismo Gorde” has been made. This active minority fights for the recognition of fat people’s rights, and its goal is the integration of all bodies; they include in their name the word “Gorde”, making visible through inclusive language that not only women and men, but also dissident identities are affected by heteronormativity and body discrimination.

Keywords

Social representations - Fat activism - Active minorities - Pleasure models

Introducción

El presente escrito selecciona el eje propuesto por la cátedra Psicología Social 2 para realizar el trabajo grupal: *Transformaciones de la sexualidad y de la vida privada: Los modelos y representaciones de la belleza y el cuerpo*, para vincularlo con el tema: *Modelos de Belleza*.

Esta selección ha surgido a raíz del interés respecto de los modelos y/o representaciones sociales de la belleza y el cuerpo, impuestos socialmente a través de la *construcción social de los cuerpos*, en las relaciones interpersonales afectivas: “El modelo de belleza hegemónica o dominante ha sido impuesto por la cultura occidental y alude en la actualidad al cuerpo sano, estilizado, joven y sobre todo blanco” (Ortiz Piedrahíta, 2013, p. 177). De modo que, indaga cómo influye esta construcción sobre quienes se encuentran fuera de la “norma”. Douglas (1988, en Martínez Barreiro, 2004) afirma que “el cuerpo social restringe el modo en que se percibe el cuerpo físico” (p. 93). Siendo el cuerpo nuestra forma de expresión, se encuentra altamente restringido en sociedad, ya que está mediatizado por la cultura y expresa la presión social que tiene que soportar (Martínez Barreiro, 2004).

Modelos de belleza

La belleza es un constructo social multidimensional que es afectado por la religión, la moral, la cultura, el contexto y también el paso del tiempo (Velázquez y Ramos, 2007 en Alvarado Steller y Sancho Bermúdez, 2011). Por lo que, en la sociedad contemporánea, se ha establecido como práctica social el culto al cuerpo; es decir, la imagen corporal de las personas ha pasado a ser más importante que cualquier otra cualidad, como por ejemplo la honestidad, responsabilidad, experiencias o estudios profesionales. Muchos valores quedan empequeñecidos por “la belleza” (Alvarado Steller y Sancho Bermúdez, 2011). De este modo, todos los esfuerzos están orientados hacia la preservación de la apariencia física, con el predominio de una imagen ideal, la cual glorifica la belleza, juventud y salud y como contraparte preocupación por el cumplimiento de estándares.

En nuestra sociedad estos estándares, y su difusión en los medios de comunicación, colaboran en la propagación de presiones

sociales respecto a imágenes de cuerpos ideales, inalcanzables. Esto produce sentimientos de incomodidad con el cuerpo, como también percepciones y vivencias negativas que focalizan la atención y preocupación en la opinión del entorno, convirtiendo a las personas en juezas de sí mismas (Rosario Nieves, 2009). Por este motivo, la presente investigación pone el foco en el movimiento social del *Activismo Gorde*.

Activismo Gorde:

El Activismo Gorde es un movimiento instalado en Estados Unidos desde la década del 70, que surge en Argentina como resultado de la unión de sectores feministas que luchan por la visualización de los cuerpos que no se adaptan a las formas de belleza hegemónicas, como también, la lucha contra la discriminación y la gordofobia. Esta minoría tiene como objetivo la integración de todos los cuerpos, y la reivindicación de sus diferencias. Para ello muchos participantes generan acciones públicas que se orientan a la visibilización, tales como: modelaje, diseño de ropa con talles inclusivos, actividad por redes sociales, deconstrucción del lenguaje, entre otras como forma de manifestarse y de empatizar con las personas que son discriminadas (El Resaltador, 2019; Feminacida, 2020; Meganoticias, 2019; Redacción, 2019).

El presente trabajo propone indagar las representaciones sociales de belleza en militantes de género femenino, del *Activismo Gorde* y la vida cotidiana.

Objetivo general:

Conocer las representaciones sociales, sobre modelos de belleza del género femenino, en mujeres que participan del *Activismo Gorde*, en Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Objetivos específicos:

1. Conocer cuáles son las creencias y valores en torno a lo que se concibe como “belleza”.
2. Determinar cuáles son los modelos de belleza en su familia y entorno social.
3. Indagar sobre lo que se espera de la mujer gorda en las relaciones interpersonales de índole afectivas.
4. Indagar si repercute la internalización, de las representaciones sociales de belleza, en las elecciones interpersonales de potenciales partenaires.
5. Conocer si la pertenencia al movimiento *Activismo Gorde* modificó hábitos de cuidado corporal.
6. Conocer si la pertenencia al movimiento *Activismo Gorde* modificó sus expectativas vinculares.

Metodología

En la presente investigación cualitativa se realizaron entrevistas semidirigidas, resguardando el anonimato de las entrevistadas. Las mismas se realizaron mediante *Google Meet*, siendo éstas grabadas con consentimiento explícito de cada persona; asimis-

mo, se les informó a las participantes que no habría devolución posterior dado que el trabajo es un requisito para la aprobación de la materia, y que se caracteriza por ser exploratoria. El análisis de datos comprende tanto las entrevistas realizadas, como también, notas periodísticas relacionadas con el *Activismo Gorde*. Los sujetos de análisis fueron mujeres mayores de 18 años integrantes activas de este movimiento en C.A.B.A.

Representaciones sociales, gordura y delgadez

Según Jodelet (1986) las representaciones sociales se presentan bajo imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con los que nos relacionamos. Son construcciones de conocimientos comunes a la sociedad, son creencias culturales, creadas a partir de la experiencia de los grupos.

Análisis de las R.S de belleza en las mujeres activistas gordas: En las entrevistas se realizaron una serie de preguntas en relación al objetivo general de esta investigación, cuyas respuestas son analizadas a continuación: ¿Cuáles son los modelos de belleza que predominan en su entorno social?; “... *los cuerpos delgados*”, ¿Qué crees que la sociedad espera del cuerpo de la mujer?; “*la mujer tiene que verse saludable, bella, dinámica, arreglada, empoderada, independiente.*” ¿Cuál sería el modelo de belleza hegemónico instaurado hoy para vos? “*una mujer, blanca, delgada, activa, independiente*”. A otra entrevistada se le preguntó ¿Qué es lo que espera la sociedad de la mujer? y respondió que el cuerpo de la mujer está pensado para el consumo del varón, entonces se le pidió que describa “cuerpo pensado para el consumo” y refirió: “...*hay cuerpos que son válidos, esos cuerpos tienen ciertos estereotipos, a la mujer alta, blanca, rubia...*”.

Se podría interpretar que los modelos de belleza para las entrevistadas se vinculan a la belleza hegemónica. Un modelo de cuerpo ideal es descrito como un cuerpo principalmente flaco, blanco, alto y sano. Esta representación coincide con el modelo de belleza mencionado. De acuerdo con Jodelet (1986) una representación social se elabora desde distintas perspectivas; una de ellas refiere que el sujeto porta ciertas determinaciones sociales, y bajo un esquema de pensamiento socialmente establecido es que representa activamente la visión estructurada por las ideologías dominantes. Es entonces que el ideal de belleza está instaurado en la sociedad siendo compartido por la mayoría de los integrantes de diversos grupos. Sumado a ello, se puede afirmar que las representaciones se elaboran mediante dos procesos: objetivación y anclaje. El primero “lleva a hacer real un esquema conceptual (...) objetivar es reabsorber un exceso de significaciones materializándolas, es trasplantar al plano de la observación lo que solo era interferencia o símbolo” (Moscovici, 1979, p. 75). Mientras que el anclaje se refiere al “enraizamiento social de la representación y de su objeto” (Jodelet, 1986, p.

486). Mediante el anclaje, podremos instrumentalizar el concepto para constituir la representación social y constituirse dentro de una categoría de análisis. A través de la utilización de este recurso se puede interactuar, resolver y expresar problemas comunes transformando en código un sistema de interpretación dentro del lenguaje común; ello resulta útil para clasificar a los individuos, escenas, objetos, etcétera, siendo un instrumento de referencia que permite comunicar e influenciar (Jodelet, 1986). En relación con los resultados obtenidos se puede afirmar que el concepto de belleza es objetivado, y mediante el proceso de transformación icónica, propio de la objetivación, el concepto es vaciado de contenido manteniendo ciertas características centrales que permiten la construcción de una imagen clara: en este caso, la mujer blanca, flaca, alta, etc. A través de estos modelos se clasifican los cuerpos válidos para la sociedad, tomándose como un modelo a seguir e influirá en las conductas de los individuos con el propósito de alcanzarlo. Asimismo, el proceso de anclaje permitirá a los grupos identificar este modelo de belleza dentro de una categoría interna construida.

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2014, p. 1) define a la salud como: “un estado de perfecto bienestar físico, mental y social, y no sólo la ausencia de enfermedad”. Mientras que, en el año 2008, Gustavo Alcántara, profesor de sociología médica explicó el concepto de “salud” como parte de un producto social, una construcción. Esto invita a reflexionar sobre los siguientes fragmentos acerca del término “sano”: “*se genera este sinónimo de que ser gordo es estar enfermo*”, “*si vos te ves bien es porque estás sano, asocian belleza con salud.*”, “*Mi mamá es personal de salud, para ella la obesidad es una enfermedad*”. Según estos fragmentos se infiere que el término “sano” se asocia a un cuerpo delgado y en oposición a quien porta un cuerpo gordo o no esbelto. De modo que la obesidad o la gordura se encontraría inseparablemente vinculada al concepto de “enfermedad”. Jodelet (1986) dirá que a cada figura le corresponde un sentido y viceversa, por lo cual la figura de las personas “gordas” asociadas con enfermedad, serían compartidas por la sociedad.

Creencias y valores en torno a la belleza:

Cuerpo blanco y flaco como valores de belleza: “*no es considerada bella, una persona con discapacidad, negra, gorda, trans*”, “*Estos cuerpos muy europeos*”, “*una sociedad donde el patriarcado, a las mujeres nos quiere flacas*”, “*si soy una mujer negra no estoy parada en la misma posición que una mujer blanca*”, “*los cuerpos que son validados, que tienen que ver con lo bello, tienen una cuestión europea*”.

Lo feo y lo malo versus lo lindo y bueno como valores de belleza: “*... a lo gordo del lado de lo feo y a lo flaco del lado de lo lindo.*”, “*El estereotipo de lo malo, lo feo, está encarnado en personas negras, pobres, feas, lo más opuesto a lo hegemónico*”, “*la imagen del éxito (...) en todos los sentidos, en tu cuerpo, en tu discurso, en tu imagen*”.

Creencia en torno a la asociación de bello con sano: “*que ser gordo es estar enfermo*” “*fitness y belleza es sano*”, “*No importa que tan malos hábitos tengas, si sos flaca o flaco, lo asocian con sanidad*”, “*se considera a las personas gordas, enfermas*”.

Prejuicios en las relaciones interpersonales:

Según Billig (1988) los prejuicios constituyen juicios previos hacia los individuos que forman parte de grupos minoritarios. Estos juicios previos, pueden ser tanto positivos como negativos, y para estos últimos no hay alguna defensa racional. El autor menciona que las personas con prejuicios piensan a los otros utilizando *clisés*, aludiendo a la descripción de roles sociales o grupos étnicos y no a las características individuales de las personas. Cuando una de las entrevistadas refiere que “*cuando se piensa en una persona gorda, se piensa en alguien comiendo hamburguesa de McDonald 's y tomando una Coca Cola, tirado en la cama todo el día*”, esto resulta ser un prejuicio, en donde se asume una mala alimentación.

También se puede afirmar que los prejuicios afectan las relaciones sexoafectivas con distintos partenaires: “*La imagen corporal influye. Me ha pasado de tener vínculos, con personas que son muy hegemónicas y escuchar comentarios, como el famoso 'come gorda', o 'la gorda gauchita', o 'porque sos gorda seguro sos re put@', 'te hacen el favor de estar con vos porque sos gorda'*”. En la entrevista a Samanta Alonso, referida en una nota periodística de Radio gráfica (2020) la actriz y modelo plus size refiere: “*En ningún lado hay gordas cogiendo y sintiendo placer*”, incluso estas referencias se repiten en las entrevistadas: “*Está esta cuestión del 're gaucha', de que si te cojes a una gorda la vas a pasar bien*”. Se podría observar cómo la corporalidad gorda, y las representaciones sociales de belleza hegemónica influyen incluso en potenciales encuentros sexoafectivos, en donde se menciona que durante el acto sexual “*tenían miedo a aplastar al otro*”; incluso sacarse toda la ropa y que las vean con la luz encendida, ya que les generaba vergüenza.

Volviendo a Billig (1988), el autor refiere que las personas con prejuicios están dominadas por aquellos estereotipos, que funcionan como un tipo particular de prejuicio rígido. Estos *clisés* se tienden a generar para todos los miembros de estos grupos estereotipados, y sirven para simplificar la información que se les presenta a los sujetos, emitiendo un juicio de valor generalmente erróneo. Además de permitir una categorización de los sujetos y objetos. Las entrevistadas afirman que existe “una asociación directa entre los cuerpos gordos y enfermedad”, en esto habría una simplificación de la realidad al establecer juicios sobre el sobrepeso y enfermedades asociadas como: diabetes, colesterol, problemas cardíacos, como si fuesen padecimientos exclusivos. A su vez en el área del consumo, las entrevistadas refieren que en la industria de la pornografía la obesidad es considerada un *fetiche*; como parte del deseo de lo extraño, o no hegemónico. Al hablar de esto una de las entrevistadas dice que: “*un fetiche es un deseo hacia algo raro, extraño o hacia un*

objeto poco común”, a lo que agrega “*Que te guste una persona gorda ¿tiene que estar puesto del lado del fetiche, de lo extraño?*”. Sin embargo, en el plano de la vida cotidiana y de los potenciales encuentros cara a cara la situación se torna diferente, otra de las entrevistadas dice: “*tuve el privilegio de ser flaca alguna vez (...) cuando entraba a un boliche y elegía con qué pibe bailaba, no me costaba mucho lograr un acercamiento. A medida que empecé a engordar me di cuenta que me enfrentaba al rechazo o a que me ignoren*”. El encuentro con partenaires se dificulta y atraviesan miedos, exposiciones, y vergüenza a la hora de intentar interactuar con otras personas hegemónicas. Sin embargo, estos prejuicios no solo se reproducen en personas autoritarias, o con cuerpos más o menos cercanos a la hegemonía, sino que incluso se sostienen en corporalidades gordas: “*Nunca había mirado un chico gordo o una chica gorda, y lo había encontrado sensual, sexy o bello, hasta que ... me di cuenta que yo lo seguía teniendo arraigado, y que es cultural*”. Si bien ellas ocupan un lugar social desde donde se las prejuzga, tienen incorporados los ideales de belleza de cuerpos ideales; por lo que, luego de sus inicios como militantes, el objetivo fue problematizar las representaciones sociales construidas, reflexionando sobre sus propias prácticas y elecciones. Ello se observa en el siguiente fragmento: “*me pasó de decir: yo soy gorda, y no tenía intercambios afectivos o sexuales con personas gordas, porque no las encontraba atractivas, porque aún mi cabeza tenía impuesto el modelo hegemónico, de que las personas que me tenían que gustar, tenían que ser altas, delgadas, y tener todos los atributos de la belleza*”. Otra de ellas, frente a la pregunta sobre ‘si pudo romper con la estructura de gustos culturales’, responde: “*No, yo creo que es una construcción y la voy construyendo. Pienso que soy yo la que tiene que poner los límites a mis deseos y a mis gustos no, la cultura. Pero, no es que llegué a un punto en donde pueda decir: ‘esto me gusta’ o ‘ya está, ya rompí con todo, y ahora tengo un nuevo paradigma en mí deseo’*”. El prejuicio, como construcción social, socava las ideas de las mismas entrevistadas, que incluso ocupan un espacio de militancia en donde bregan por el reconocimiento de derechos de corporalidades gordas.

Influencia Minoritaria:

Mugny (1981), en su conceptualización, explica el Modelo Genético planteado por Serge Moscovici. En este refiere que las minorías activas son grupos organizados que influyen en la población o mayoría, a través de la confrontación y negociación con distintos agentes de la sociedad. Asimismo, sostiene que las propuestas de las minorías activas se alinean en la construcción de contra-normas atravesadas por la innovación; a partir de las cuales se piensan las transformaciones del sistema social. Mientras que, a su vez, el autor sostiene que la marginación no posee una connotación negativa, sino que se convierte en adaptativa cuando innova. Esto se observa en las entrevistadas cuando mencionan que, al formar parte del *Activismo Gorde*, pu-

dieron empezar a cuestionar distintos valores sociales en torno al cuerpo. Se identifica una “salida del clóset”, entendiéndose a sí mismas como parte de un colectivo. En una de las entrevistas se puede observar el cambio de conciencia respecto de comprender que todo cuerpo es “político”, y refiere que ella busca a través de la militancia generar conciencia, ya no solo como mujer, sino como parte de un colectivo: “*que a mí no me afecte no significa que no haya otras personas que si las están sufriendo*”. Para Mugny (1981), formar parte de una minoría activa, es formar parte de un grupo que expresa sus diferencias que serán antinómicas, coherentes y consecuentes, contra un modelo dominante, planteando una ruptura con el sistema normativo vigente. Genera un conflicto al romper el pacto social y no doblegarse ante la mayoría. Por ejemplo, en el siguiente fragmento, se observa que el modelo dominante atribuiría a la persona gorda la condición de enfermedad: “*ser enfermo o enferma te lo pone en un lugar de que todo es diferente en ese cuerpo porque es un cuerpo enfermo y no. Hay personas gordas que son atléticas, que comen mucho mejor que cualquier otra persona flaca*”. Moscovici (1979, en Mugny) refiere que una característica importante que deben tener las minorías activas es: la consistencia. Esto influye en los significados, conductas y mensajes que ofrece la minoría, y cuan influyente será ésta, depende de la consistencia en los estilos del comportamiento. Dirá también que los comportamientos de la minoría son captados e interpretados por la sociedad, generando mayor o menor atracción y/o influencia. Se puede observar, en las entrevistas, cómo las participantes afirman que reciben diferentes tipos de mensajes frente a las imágenes de sus cuerpos publicadas en redes sociales. Por un lado, mensajes de odio e insultos, como también mensajes sobre la influencia positiva que generan en otras personas: “*¡ojalá alguien hubiera dicho lo que vos estas diciendo ahora cuando yo era chica! hacía más de cuarenta años que luchaba contra un trastorno alimenticio y ella decía que quizás si hubiera visto a mujeres gordas mostrándose y hablando, quizá no se hubiera odiado tanto a sí misma*”. El fragmento anterior también se puede relacionar con la Teoría de Juicios Sociales, a la que se refiere Mugny (1981), en donde indica que cuando las posiciones minoritarias son connotadas positivamente se favorece la expresión social de acercamiento a la minoría, y cuando son connotadas negativamente lo que aparece más frecuentemente es la dificultad en la expresión, o su imposibilidad. El autor dirá que “La identificación a una categoría o un grupo significa la auto-atribución de las características estereotípicas a la propia definición de sí mismo.” (Mugny, 1981, p. 49). Se podría observar en las entrevistadas que a partir de su participación en este movimiento se van identificando con este colectivo, y van cuestionando el modelo dominante, y las representaciones de cuerpos no hegemónicos.

Yo, Mí y Otro Generalizado:

Mead (1934), plantea que advenimos al mundo como *organismo* y el hecho de alcanzar la categoría de *persona* es parte de un proceso que se construye a medida que se internalizan las actitudes y roles establecidos culturalmente en una sociedad. El autor refiere que se nace con un *Yo*, el cual es puramente biológico, y ese estado nos permite incorporar las conductas externas del mundo y de los otros, generando una acumulación de conocimientos que nos permiten relacionarnos en sociedad. En ese momento comienzan a inscribirse conocimientos estrictamente culturales, entonces el *Yo* deja la pura materialidad biológica, y pasa a ser lo que Mead (1934) llama el *Mí*. Ese *Mí*, que tiene ver con las respuestas del *Otro* y de cómo el sujeto va internalizando esas respuestas, transformándose finalmente en *Otro Generalizado*. A partir de esta teoría, se puede apreciar cómo los sujetos van construyendo significaciones a raíz de la cultura en la que se encuentren, estableciendo normas, condiciones, identificando e instituyendo lo que está “bien” y lo que está “mal”.

Por otro lado, Mead utiliza la metáfora del juego y el deporte; plantea que, en el deporte a diferencia del juego, la persona tiene que adecuarse a las reglas establecidas y de alguna forma organizarse como una unidad. El autor dirá: “cada uno de sus propios actos es determinado por su expectativa de las acciones de los otros que están jugando” (Mead, 1934, p.184). Entonces, mientras el niño vaya tomando las actitudes del *otro* y permita que esas actitudes determinen lo que él hace, se convierte en un miembro de la sociedad. Esto mismo, según el autor, ocurre en la vida social ya que el niño está continuamente incorporando las actitudes de quienes lo rodean y así se convierte en alguien que puede funcionar en un mundo organizado. Estas teorizaciones pueden vincularse con las expectativas que la comunidad tiene de cualquiera de sus integrantes (comer saludable y tener un cuerpo esbelto), como también, nos permite entender cómo nuestra cultura fue incorporando el rechazo hacia las personas gordas. Esto se identifica a partir del establecimiento de un modelo de cuerpo hegemónico, capitalista, en el que las personas que no se adaptan, no cuentan con los mismos privilegios de aceptación social.

Asimismo, se puede asociar esta concepción teórica con las relaciones sexoafectivas, y cómo poseer un cuerpo con un peso mayor al “normal” establece un modo diferente de vinculación afectiva.

Se pudo observar que se espera que la mujer no hegemónica *agradezca* que un otro tenga intenciones de relacionarse sexoafectivamente con ella. Asimismo, una de las entrevistadas relata que se esperaba que ella sea “*gauchita*” (mujer servicial, predispuesta a hacer *favores*), y menciona otras frases que habitualmente recibe: “*porque sos gorda seguro sos re put@*”, “*te hacen el favor de estar con vos porque sos gorda*”. Se podría afirmar que las expectativas de los potenciales partenaires establecen modos de vinculación a partir de sesgos por uno de sus

rasgos físicos, no contemplando sus deseos, capacidades intelectuales, actitudes, status, etc. En esta línea, las entrevistadas, dado que no cumplen con el ideal de belleza estarían destinadas a cumplir con las actitudes esperables para poder ubicarse en un lugar simbólico de aquello deseable: “*pensar que vos no podías elegir, porque no cualquiera puede desearme*”.

Entorno social:

Berger y Luckmann (1996) plantean que la sociedad existe como realidad objetiva y subjetiva, considerando a la realidad como un proceso dialéctico, continuo de tres momentos: la *externalización*, la *objetivación* y la *internalización*. Estar en sociedad significa participar de esa dialéctica. Los individuos son inducidos a participar en su dialéctica y el punto de inicio de esto es la aprehensión de un acontecimiento objetivo que expresa un significado para el otro y en consecuencia se vuelve significado para uno.

Siguiendo esta teoría se apreciaría cómo se van internalizando esos valores, esos ideales que vienen de la objetividad externalizada de un otro, volviéndose en este caso algo natural no poder vestirse de determinadas maneras por tener una corporalidad gorda: “¿Eso te vas a poner?” o “tapate la panza” son frases comunes que se suelen identificar. Se distingue en la conceptualización teórica a la socialización, primaria y secundaria. La primaria es aquella por la que atraviesa un individuo en su niñez en su entorno familiar, por medio de la que se convierte en un miembro de la sociedad, y adquiere roles y normas, generando una abstracción progresiva. Esto puede notarse en las entrevistas, en los siguientes fragmentos: “*mis viejos siempre quisieron que adelgace*”, por lo que se identifica que desde el núcleo familiar desde el cual se construyen las primeras creencias sobre el mundo, se transmite cultural y emocionalmente la tendencia a mantener un peso socialmente aceptado. Por otro lado, otra entrevistada refiere “*durante mi adolescencia y mi niñez, he ido a muchos espacios que me llevaba mi abuela, nutricionista o lugares para hacer dieta*”.

Se pudo arribar a la idea de que el entorno social determina cómo debe ser un cuerpo para ser aceptado, sin importar el tipo de cuerpo que ellos mismos tengan. Una de las entrevistadas, si bien refiere que sus padres son gordos, desean que ella baje de peso: “*...siempre quisieron que adelgace... «vos sos joven, tenes que adelgazar»*”, contrariamente una de las chicas comenta: “*no hay personas gordas en mí familia, son todas personas flacas y con una cultura por la delgadez bastante particular*”.

Conclusiones:

Las entrevistadas sostienen representaciones sociales que se ajustan al modelo de belleza de mujer hegemónico, asociadas a creencias y valores de carácter similar, coincidiendo con el símbolo de: cuerpo blanco, flaco y europeo. Estas características constituyen lo “bello” y en consonancia con “lo sano”, mientras que “lo feo” o “lo malo” será todo aquello que quede por fuera

del ideal, es decir los cuerpos gordos, que asimismo son asociados a “lo enfermo”.

Así también, los modelos de belleza predominantes en la familia y el entorno se alinean al modelo hegemónico descrito y, la *mujer* podría estar siendo pensada para el consumo del varón. Es decir, se puede deducir que las expectativas que giran en torno a la mujer gorda están en línea con lo *servicial*; que satisfaga a su pareja dejando por fuera su propio deseo, y se conforme con cualquier *partenaire*, agradeciendo que esté con ella.

Adicionalmente, la pertenencia a este activismo modificó sus miradas con respecto a otros y a sí mismas, como también el discurso, la perspectiva de las dietas y de la ropa. Y respecto a sus vinculaciones, se pudo identificar que, al reivindicar sus cuerpos disidentes, eligen no involucrarse demasiado con personas que contribuyan al prejuicio y la discriminación ejercida hacia las personas gordas, ya que esto representaría actos de violencia.

Si bien hubo una modificación a nivel de autopercepción y percepción de los cuerpos, no se pudo comprobar que haya habido cambios en los hábitos de cuidado corporal, por lo que ello podría ser objeto de estudio en futuras investigaciones.

Se puede afirmar que la internalización de las representaciones sociales de belleza influye en las elecciones sexoafectivas de las personas gordas, ya que las entrevistadas refirieron sentir miedo de aplastar al otro, o vergüenza de sus cuerpos en el momento del acto sexual. Lo cual influye en sus vínculos, pues deben conformarse con estar con determinadas personas (sin poder elegirlos), porque al tener una corporalidad gorda podrían no ser deseadas por quienes sí están interesadas.

Modelos de placer:

Tanto en las entrevistas como en la nota periodística analizadas, las mujeres expresan haber sido negadas como sujetos de deseo, porque por ser gordas se las encasilla dentro del *fetiché*, donde lo extraño es el principal motivo de excitación de un sujeto. ¿Dónde hay gordas sintiendo placer? Como respuesta a esta pregunta conceptualizamos que existen dentro de nuestra sociedad y la industria pornográfica *modelos de placer*; ciertos cuerpos que se acercan a la representación social de belleza, cuerpos válidos dentro del mercado del deseo, cuerpos que pueden y son merecedores de sentir placer. Quedando así, por fuera de este modelo, los cuerpos gordos, siendo catalogados como “cuerpos enfermos que no pueden sentir placer” y que, con una corporalidad gorda, ubicadas desde la cosificación, solo podrían dar, u ofrecer placer desde el *clisé*. A partir de lo mencionado, impulsamos a que próximas investigaciones puedan profundizar sobre lo que este trabajo comienza a esbozar como *modelos de placer*.

REFERENCIAS

- Alcántara Moreno, G. (2008). La definición de salud de la Organización Mundial de la Salud y la interdisciplinariedad. *Sapiens Revista Universitaria de Investigación*, 9 (1), 93-107. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41011135004>
- Alvarado Steller, V. & Sancho Bermudez, K. (2011). La belleza del cuerpo femenino. *Wimblu Revista electrónica de estudiantes Esc. de psicología, Univ. de Costa Rica*, 6 (1), 9-20. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/wimblu/article/view/1182>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1996). *La construcción social de la realidad* (pp. 64-161). Buenos Aires: Amorrortu.
- Billig, M. (1988). *Racismo, Prejuicio y Discriminación*. En S. Moscovici (Ed.) *Psicología social II*. (pp. 575-600). Barcelona: Paidós.
- Budasoff, A. (2019, 21 de octubre). Activismo gordo: Cuando hacés de tu cuerpo una bandera de lucha. En *Revista Redacción*. Recuperado de <https://www.redaccion.com.ar/activismo-gordo-cuando-haces-de-tu-cuerpo-una-bandera-de-lucha/>
- Cabezas, E. (2020, 28 de agosto). Samanta Alonso, modelo plus size: “En ningún lado hay gordas cogiendo y sintiendo placer”. En *Revista Radio gráfica*. Recuperado de <https://radiografica.org.ar/2020/08/28/samanta-alonso-modelo-plus-size-en-ningun-lado-hay-gordas-cogiendo-y-sintiendo-placer/>
- Gallo, A. (2020, 18 de septiembre). El activismo gordx como respuesta política ante el odio. En *Revista Feminacida*. Recuperado de <https://feminacida.com.ar/el-activismo-gordx-como-respuesta-politica-ante-el-odio/>
- Jodelet, D. (1986). *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. En S. Moscovici (Ed.), *Psicología Social II: Pensamiento y vida social* (pp. 469-494). Barcelona, Paidós.
- Martínez Barreiro, A. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. *Papers Universidad de A Coruña. Departamento de Sociología y Ciencia Política y de la Administración*, 73(1), 127-152. 10.5565/rev/papers/v73n0.1111
- Mead, G. (1972). *La persona y el organismo. Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social* (pp. 167-193 y 201-205). Apartados 18,19, 20 y 22. Buenos Aires: Paidós.
- Moscovici, S. (1979). *Ideas que se transforman en objetos del sentido común*. El psicoanálisis, su imagen y su público (pp.75-89). Buenos Aires: Huemul.
- Mugny, G. (1981). ¿Cómo es posible la influencia minoritaria?. En Barriaga Jiménez, S., Mugny, G., Moscovici, S. (Eds.) *El poder de las minorías: psicología social de la influencia de las minorías e ilustración experimental* (pp. 13-51) Barcelona: Rol.
- Organización Mundial de la Salud (2014, 31 de diciembre). *Constitución de la Organización Mundial de la Salud*. http://apps.who.int/gb/bd/s/s_index.html.
- Ortiz Piedrahíta, V. (2013). Modelos estéticos hegemónicos, subalternos o alternativos: una perspectiva étnico-racial de clase y género. En *Revista de Humanidades Tabula Rasa*, (18), 175-197. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-24892013000100008&lng=en&tling=es



- Rosario Nieves, I. (2009). La imagen corporal: hacia una construcción social para la Psicología Industrial Organizacional. En *Revista electrónica de Psicología Social*, 9(18). <https://doi.org/10.21501/1692-0945>
- Pineda, P. (2019, 13 de octubre). Activismo gordo: La lucha por la reivindicación de los cuerpos. En *Revista Meganoticias*. Recuperado de <https://www.meganoticias.cl/amp/nacional/278443-activismo-gordo-feminismo-gordo-que-es-movimiento-chile.html>.
- Urouro, E. (2020, 08 de noviembre). Reivindicar la diversidad corporal. En *Revista El Resaltador*. Recuperado de <https://elresaltador.com.ar/activismo-gordo-movimiento-que-reivindica-la-diferencia-de-los-cuerpos/>