



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Una aproximación a las corporalidades gordas como espacios políticos  
que resisten al modelo patriarcal que habitamos

Micaela Toscano

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

## Una aproximación a las corporalidades gordas como espacios políticos que resisten al modelo patriarcal que habitamos

**Micaela Toscano**

[micatoscano09@gmail.com](mailto:micatoscano09@gmail.com)

---

Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

### Resumen

La presente ponencia forma parte de mi Trabajo Integrador Final (TIF) "Fulanas: Todo cuerpo es político" que se encuentra en proceso de producción. Se ubica dentro de una línea de investigación de las construcciones sociales en torno a lo femineidad en el área temática del feminismo, la identidad y las corporalidades. En este sentido, parto del campo específico de preguntarme cuáles son las construcciones sociales de los cuerpos feminizados y qué roles y comportamientos se ponen en juego en estas corporalidades en el cotidiano. De este modo, el TIF mencionado plantea la producción de un libro de relatos de ficción que den cuenta de historias de vida de estas diversas corporalidades, teniendo como guía dicha investigación.

El cuerpo es identidad y las historias de cada corporalidad es la cultura que vivimos. Cada estría, cada arruga, cada rollito que nos enseñaron a que nos moleste, forma parte de esa cultura machista en la que vivimos. Es por esto que el cuerpo no se reduce a la cuestión anatómica. El cuerpo se viste, se piensa y se siente en el marco de la cultura de la imagen capitalista y patriarcal. Por consiguiente, cuando se habla de moda desde esta perspectiva, referimos a una multiplicidad de prácticas, de formas y a un cuerpo y un talle. Es interesante pensar que en el mundo que vivimos, no existe un talle que se amolde a las diversidades corporales, sino que es a la inversa.

Siguiendo los planteos de Foucault (1989) sobre las prácticas penales de modernidad, se entiende a la moda como un dispositivo de domesticación del cuerpo. Y si somos cuerpo, y la moda una práctica cultural domesticadora, ¿Cómo se articulan los cuerpos feminizados y la moda? ¿La

domesticación es la única salida posible? ¿Qué sucede con los cuerpos que no responden a los cánones de belleza? ¿Qué pasa con los cuerpos gordos? La presente ponencia, pretende responder a estas preguntas como eje para pensar cómo se construye una gorda en relación a los discursos de odio en la moda.

## **Palabras clave**

Corporalidades gordas, feminismo, moda, patriarcado.

## **La mirada del otro/a/e**

Martins, Rosales y Gimenez (2014) afirman que preguntarse por el cuerpo y por los sentidos que se articulan en él, no solo implica preguntarse por las biografías corporales, sino que también por “los sentidos que se le asignan al mundo, los modos de ubicarse en él y los modelos culturales mediante los cuales interactuamos con el entorno” (p.115). En este sentido, las autoras destacan que hay lugares clave desde donde mirar los distintos modos de ser sujetos/as/es y los desplazamientos en las nociones de tiempo y de espacio “sobre las que operan cambios significativos respecto de lo que se conoce como la Modernidad” (Martins, Rosales y Gimenez, 2014, p. 115).

Las corporalidades se configuran por las subjetividades que se expresan en la cultura. Raymond Williams plantea a la cultura como un proceso social total en el que las personas configuran sus vidas. Esto implica las nociones de lo dominante, emergente y residual, y permiten pensarla como un proceso; es decir, desde el movimiento. De este modo, las historias de cada cuerpo es la cultura que vivimos. La dimensión corporal es un eje fundamental para pensar los procesos de subjetivación y de producción de sentido porque evidencia los vínculos entre el ser y la relación con la mirada del otro/a/e (Martins, Rosales y Gimenez, 2014).

El cuerpo es identidad porque somos cuerpo. Por lo que los modos de mantenerlo y llevarlo tiene que ver con cómo somos leídos/as/es (Marcús, 2012, p. 1). La mirada del otro/a/e es constitutiva de nuestra identidad. Siguiendo esta línea, Marcús (2012), plantea que el cuerpo todos los días es clasificado por una mirada que lo objetiva de acuerdo al modelo de “cuerpo legítimo”. De esta manera, las huellas dejadas por estas luchas van “sedimentando ciertos imaginarios en torno al cuerpo en categorías clasificatorias” que se naturalizan. Por consiguiente, al verse vistas como legítimas, participan en la construcción de las representaciones sociales del cuerpo (p.2)

## El cuerpo que sí y los que no en la industria de la moda

Marcús (2012) destaca que la proliferación de imágenes mediáticas y publicitarias estimulan el consumo para “no quedar afuera” de la estética dominante. Esto implica vestir las prendas adecuadas según la “temporada”, lucir los accesorios que marcan tendencia, resaltar ciertas formas corporales (p.2). La “apariencia” y por ende la “estética”, se instala en las lógicas cognitivas de construcción de experiencia subjetiva, particularmente la femenina. Sobre esto último, Martins, Rosales y Gimenez (2016) retoman a Naomi Wolf para explicar que una de las reacciones al éxito del feminismo fue el mito de la belleza como otra arma política contra las mujeres: “La autora señala que al liberarse las mujeres de la mística femenina de la domesticidad, el mito de la belleza vino a ocupar su lugar y se expandió para llevar a cabo su labor de control social” (p.116). Por consiguiente, argumentan que:

Hay algo oculto en que asuntos tan triviales como todo lo relacionado con el aspecto físico, el cuerpo, la cara, el pelo y la ropa tengan tanta importancia. El cuerpo femenino ha sido territorio conquistado y arrebatado durante siglos. Aun en la actualidad lo es en buena parte del mundo. El cuerpo femenino en toda su extensión: sexualidad, salud, belleza y capacidad reproductora. El patriarcado se ha empeñado en negar la sexualidad de las mujeres, su placer y su deseo, y al mismo tiempo se ha encargado de imponer cánones estéticos al margen del riesgo que estos tienen para la salud (p.116).

Es a través de “las lógicas de consumo y de la oferta de bienes, signos, servicios, fundamentalmente, a través de los medios de comunicación audiovisuales” (Martins, Rosales y Gimenez, 2014, p. 116). Entonces las nociones de moda y belleza quedan indisolublemente juntas. Desde esta perspectiva, la belleza es una sola. Y la exclusión es para la mayoría de las mujeres que no cumplen con la estética dominante.

En este sentido, George Vigarello (2005) sostiene que la belleza de este siglo, se inaugura con una metamorfosis del ideal corporal femenino. Destaca que la delgadez no sólo es un canon estético para que el cuerpo sea considerado bello, sino que también es considerado un índice de salud. El autor plantea que esta apuesta al cuerpo que sí, en comparación con los modelos de belleza femenina de siglos anteriores, es cultural. Por eso se reconoce que se piensa al cuerpo como arcilla que se moldea. “La silueta ya no se configura mediante una artesana y el corsé del siglo XIX, ahora se modela con buenos ejercicios y voluntad” (p.2).

Cada cuerpo es su propio modo de estar (y de haber estado) en el mundo. Sin embargo, el ideal estético vigente propone un cuerpo deshistorizado, siempre joven, cuyas muestras de edad deben ser minimizadas. Un cuerpo que si no es joven debe parecer juvenil, cuyos signos de juventud forman parte de la oferta del mercado. Para llegar a lucir ese "cuerpo ideal" es necesario realizar en él inversiones e intervenciones asociadas a dietas, maquillaje, cirugías estéticas, ejercicio físico, etcétera. El recurso quirúrgico confirma la presencia de una ciencia convertida en esperanza de metamorfosis que apuntala la idea de la "escultura de sí mismo" (Vigarello, 2005, p.2).

En esta clave, y a modo de ejemplo, podemos pensar las por portadas de revistas de moda orientada específicamente a mujeres. En *La moda si incomoda*, del blog de Mujeres que no fueron tapa (2018), se plantea que hay un constante bombardeo de imágenes del mismo cuerpo femenino. Al nacer viendolas en cualquier contenido mediático, vidrieras y carteles en autopistas, estas imágenes pernean en nosotros/as/es. "Y eso impide, inhibe, la posibilidad de miraros y mirar a nuestro alrededor para descubrir a mujeres que admiramos" (s/p) y que se parezcan a nosotras. De esta manera, entendiendo que casi el 70% de las personas en la Argentina, no encuentra talle de ropa<sup>1</sup>, esta nota describe cómo la industria de la moda produce inseguridad porque el problema no son los cuerpos, sino la ropa:

Los talles, el tamaño de la ropa, su forma, es lo que hace que muchas mujeres se sientan incómodas con su cuerpo, que se sientan 'gordas' o 'flácidas' con demasiada o poca cola, con demasiadas o pocas mamas, con poca o mucha cintura, con las piernas muy finas o muy gruesas y así un largo etcétera de todo ¿El problema son los cuerpos? ¿En serio pensamos que el problema son nuestros cuerpos? ¿O el problema es que se nos muestra un modelo único de ropa, de forma de ir vestidas, de talles pequeños, de delgadez extrema de formas incómodas, de ropa ceñida? (s/p).

### ¿Dónde están las gordas?

La categoría "obesidad", para Schenmac (2008), no sólo responde a la articulación de la aproximación médica hegemónica, sino que también nos remite a su historicidad en relación a esta institución. Para el autor, es la medicina que comienza a pensar esta categoría como en un factor de riesgo para la vida. De este modo, en su investigación sobre el discurso de la "obesidad" destaca que la *pesadez* que manifiestan la mayoría de

sus entrevistados/as/es se vincula con su lejanía respecto al patrón corporal imperante, que incide desde un plano simbólico, haciendo coincidir *lo bello* y *lo sano*.

Con respecto a lo sano, Schenmac describe que mientras los/as/es médicos/as/es que se posicionan desde esta perspectiva hegemónica, tratan a la "obesidad" desde el padecimiento en charlas informales, hay personas que la viven como constitutiva de su personalidad. Esto implica que "la experimenten cuando salen en busca de ropa nueva, se la internaliza comparando su reflejo con las imágenes que brinda la televisión y se la sufre a la hora de comer" (p. 10). De este modo, se destaca que este rasgo corporal, y factor identitario, excede ampliamente el plano de lo individual y se ponen en juego los factores sociales. Como la construcción imaginaria del cuerpo legítimo está lejos de coincidir con la mayoría, se plantea que son los nuevos procedimientos para tratar la "obesidad" – tanto farmacológicos como quirúrgicos –, y el "sobrepeso", vienen a reforzar anhelos irrealistas y actúan sobre la imagen corporal.

En torno a lo bello, se retoma el mito de la belleza de Wolf (2002) quien nos propone la noción de "ideología de la belleza esclavizante". Esto sostiene que vino a reemplazar a la anterior biología doméstica. Por lo que a mayor obtención de derechos y libertades de las mujeres, mayor es el imperativo sociocultural que exige su adhesión a una ideología de la belleza esclavizante. Siguiendo la línea de pensar a la cultural desde los procesos, la autora argumenta que los parámetros de belleza son históricamente cambiantes. Además, destaca que la ideología de la belleza femenina es otro esfuerzo más de mantener y conservar la dominación patriarcal. Y, dentro de este argumento, "nuestro cuerpo sexuado nos remite a un rol y a una categoría, donde la estética como objeto de culto y de fiebre nos impone un ritmo y una prioridad" y, a su vez nos vuelve invisibles (Martins, Rosales y Gimenez, 2016, p. 117).

No se trata de un contragolpe planificado ni de una conspiración, sino de una tendencia impulsada por los medios masivos de comunicación, la sociología y la psicología populares, la industria de la moda y la cosmética y una amplia gama de industrias culturales que producen imágenes para una economía de consumo en la que las propias mujeres son consumidoras y son bienes de consumo, que se juzgan a sí mismas según parámetros inalcanzables, que merman sus vidas porque sienten 'una obsesión con el físico, un terror de envejecer y un horror a la pérdida de control' sobre sí mismas (Martins, Rosales y Gimenez, 2016, p. 117).

Como se mencionó a principio de la presente ponencia, la cultura es un proceso emergente. Desde hace años, las corporalidades gordas se organizaron para hoy comenzar a ser reconocidas/es/os lejos de cualquier patología, y como activistas/es de la diversidad corporal. En este sentido, como antecedente, podemos mencionar el "Primer encuentro de trabajo con activistas y militantes de la diversidad corporal" (2020) en el marco de la Comisión de la Mujer que preside la diputada provincial del Frente de Todos, Florencia Saintout. El objetivo es continuar con una agenda legislativa que contemple las necesidades de estas corporalidades diversas.

Se destaca cómo el feminismo es un movimiento transversal, que abraza las diversas demandas de colectivos que han sido relegados históricamente por el sistema capitalista y patriarcal. Con respecto a esto, la diputada Saintout menciona que ambos nos someten a la tiranía de un modo del cuerpo que es especialmente a las mujeres y especialmente a los cuerpos que son entendidos "como mercancías y bajo una sola verdad que se transforma en torno a lo estético, a la salud y al saber".

La activista gorda por la diversidad cultural Lux Moreno plantea en ese Encuentro, que la violencia específica sobre las corporalidades en el contexto de la pandemia por el Covid-19 se agravó aún más. Además de la diferencia sexual que hay en un modelo heteropatriarcal que reivindica normativas corporales que debemos cumplir a la hora de ser visibles en el mundo exterior.

Moreno señala violencias específicas que tienen que ver con el señalamiento, memes e insultos. También destaca sesgos epistemológicos que están basados en cuestiones de sentido común y no en objetividad científica o fisiológica que "sigue reproduciendo que esos cuerpos que se adecuan a esos estándares son los más saludables, los más aptos, y los más bellos". Se plantea que los efectos de los estereotipos corporales que dan valoraciones a los cuerpos como cuerpos mercancía, es un problema que hace que no solo sean visibilizados a efectos de cómo lucen sino también que clase social, qué aspecto económico, van a ser valorizados en el espacio de lo cultural y lo social. Sino cumplimos con esos cuerpos hegemónicos quedamos por fuera del ámbito de la visibilidad.

Otra de las activistas, Corina Lagos, por otro lado, destaca que efectivamente las personas gordas están más silenciadas de lo que se cree. Y que es importante cambiar cómo somos tratados desde nuestras infancias ya que "los primeros acercamientos hacia nuestras identidades gordas son con otro queriendo silenciarnos". De este modo, afirma que en el sistema de salud es donde más nos violentan: "Quiero mediques que no me manden a adelgazar cada vez que voy". Y plantea más representatividad en publicidades

y medios de comunicación, más voz y voto a todas las corporalidades que “venimos hace años ocupar espacios que simplemente por existir en cuerpos que no son la norma aceptada”, porque “la justicia social tiene que ser con todos los cuerpos”.

## Referencias

Foucault, M. (1989). *Vigilar y castigar*, Ed. *Buenos Aires*.

La moda si incomoda (24 de marzo de 2018) *Mujeres que no fueron tapa*. Recuperado de <http://www.mujeresquenofuerontapa.com/la-moda-incomoda/>

Magliano, M. J. (2013). Los significados de vivir múltiples presencias. *Mujeres bolivianas en Argentina*. *Migraciones internacionales*, 7(1), 165-195. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S166589062013000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S166589062013000100006)

Marcús, J. (2012). La configuración social de los cuerpos. *Tram[p]as de la Comunicación y la Cultura*; no. 70. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/35267>

Martinez, M. A; Rosales, M.B. Gimenez, G. (2014). El cuerpo y la mirada del otro en los procesos de conformación identitaria. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*; vol. 01, no. 08. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/49005>

Primer encuentro de trabajo con activistas y militantes de la diversidad corporal (1 de septiembre de 2020). Florencia Saintout [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZJBZ85MKUBE>

Schenmac, P. (2012) *Cuerpos perfectibles. Imágenes y discursos circulantes en torno a la obesidad*. *V Jornadas de Sociología de la UNLP*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/99498>

VIGARELLO, George. *Historia de la belleza*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2005.

Wolf, Naomi (1991). *El mito de la belleza*. Barcelona: Emecé.

## Notas

---

<sup>1</sup> Dato obtenido de <https://www.telam.com.ar/notas/201901/325167-casi-el-70-de-las-personas-no-encuentra-ropa-de-su-talle-en-argentina-segun-encuesta.html>