

## El Cuerpo Femenino en el contexto de la Globalización

The female body in the context of Globalization

### Jessica Ibáñez Picón

Licenciada en Educación Física. Estudiante de Maestría en Salud Colectiva (Universidad de Antioquia, Colombia). Correo: [ibanez.jessica@gmail.com](mailto:ibanez.jessica@gmail.com)

En las últimas décadas, la globalización ha sido un tema de gran relevancia a nivel mundial, toda vez que hace referencia a un conjunto de procesos económicos, políticos y socioculturales, complejos y cambiantes que, de acuerdo con Hopenhayn, van más allá de la información y las finanzas, para abarcar aspectos singulares de las culturas y los sujetos y movilizar posturas frente a la estandarización y a la diferencia<sup>1</sup>, polaridades propias de la globalización. En consonancia, se configura un contexto marcado por la utopía de la transculturalidad que confronta el pensamiento moderno de la negación del otro, donde la mujer ha sido invisibilizada en su deseo y, con ello, despojada de “autoridad” sobre su cuerpo, en la medida en que empieza a darle significado desde un discurso globalizado, y por ende, saturado de ideales y estándares.

De acuerdo con lo anterior, el presente escrito pretende plasmar de manera sintética algunas inquietudes y reflexiones frente a la globalización, desde las implicaciones que tiene en la configuración de una representación del cuerpo femenino, que con el paso del tiempo y el establecimiento de unos estándares de belleza, en el marco de la competitividad y la productividad que exige el modelo económico imperante y que se ha impuesto en cada territorio gracias a la globalización, ha determinado la aparición de diversas estrategias tendientes a modificar el cuerpo y, más específicamente, “un cuerpo”, puesto que se ha cosificado y no solo eso, sino que es visto como objeto de trato y como un material que puede corregirse y modificarse a su antojo<sup>2</sup>, lo cual explica además, una creciente oferta de préstamos para financiar las cirugías estéticas<sup>2,3</sup>.

Es importante resaltar que las mujeres constituyen aproximadamente la mitad de la población mundial y, por tanto, el proceso de globalización supone amplias connotaciones, pues conflictúa con las raíces culturales, históricas y políticas, propias de cada sociedad, para darle al cuerpo femenino atributos inclutivos, es decir, el ideal del cuerpo femenino se convierte en un criterio evaluativo del éxito, la pertenencia, el estatus y, a pesar de la exclusión que trae consigo, el ideal de belleza es estimulado a través de la sociedad, la familia y el Estado<sup>1,4</sup>.

Del mismo modo, Water -citado por Garay- llama la atención en que la globalización es “un proceso en el que las restricciones de la geografía en los arreglos social y cultural se desvanecen y mediante el cual la gente va concientizándose de tal desvanecimiento”<sup>8</sup>. En consonancia, Ianni resalta que este proceso ha permeado diferentes grupos, clases sociales y culturas, “en donde se subsumen y recrean singularidades e identidades”<sup>4</sup> y, de este modo, la construcción del cuerpo femenino no solo depende de un contexto particular y su cultura, sino que obedece a la facilidad de conocer e interactuar con otros grupos de cualquier parte del mundo, a través de los medios de comunicación y la tecnología.

Para Stiglitz, Ianni y García Canclini<sup>6</sup> la globalización es portadora de sugerentes modo de vida, que trae cambios importantes en las culturas locales al remover valores constitutivos de la identidad de los pueblos, pertinencia, tradición, percepciones, actitudes y prácticas. En consecuencia, Giddens refiere que la globalización no tiene solo que ver con lo que hay afuera del individuo, sino lo que hay por dentro<sup>6</sup>.

Sin embargo, a pesar de las oportunidades que pueda representar para el sujeto la disponibilidad de nuevos recursos significativos, culturales, sociales, tecnológicos y comunicativos para un proceso de reinención de sí mismo, de construcción y deconstrucción de identidades, la sociedad global da cuenta de luchas por la dominación y apropiación, hegemonía y soberanía. Al respecto Bauman llama la atención en “que la globalización se ha convertido en un fetiche, en una palabra de moda”<sup>1</sup> y a pesar del trasfondo conceptual, social y cultural de dicho fenómeno, se tiende a legitimar la imagen de una economía naturalizada en donde los sistemas políticos no pueden modificar la hegemonía del mercadocentrismo; en este sentido, se debilita el Estado como instancia de identificación del sujeto, generándose una desafiliación emocional de lo nacional y, a nivel individual, la mujer queda despojada de significantes puntuales desde los cuales dar sentido a su cuerpo, optando por reconocerse desde el discurso mercantil. En otras palabras, la globalización acentúa una profunda exclusión social y un acelerado proceso de individuación que altera los modos de convivencia social<sup>1</sup>, propios de cada cultura, para darle protagonismo a las propuestas que se generan desde el modelo capitalista.

Ahora bien, la publicidad es el discurso hegemónico de la sociedad no solo para consolidar el capitalismo y promover el consumo, sino para plantear diseños de vida y prácticas culturales que hacen del cuerpo el blanco perfecto, en donde dietas, tipos de deportes y apariencia estética, implican exigencias altas, sin considerar siquiera las posibilidades genéticas. En este sentido, los medios de comunicación presentan el “deber ser” del cuerpo femenino y, como medida para lograrlo, retoma prácticas estandarizadas<sup>6</sup> que excluyen totalmente lo individual y subjetivo y, de esta manera, se expresan en el cuerpo los efectos de la globalización.

Es importante anotar que globalización no implica exclusivamente un proceso de internacionalización, pues supone ir más allá para considerar una profunda transformación en la forma de categorizar la realidad y de aproximarse al sujeto, encontrándose una redefinición de lo natural, a fin de establecer límites con aquello que pertenece al ámbito de lo artificial<sup>1</sup>.

En consonancia con lo anterior, Castells<sup>1</sup> argumenta que la economía global está gobernada por instituciones interconectadas –Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional – que se encargan de señalar qué tipo de tecnología se desarrolla, a fin de preparar a los estados para una nueva sociedad en red que permita una interconexión de personas, modas y estilos de vida<sup>1</sup>, superando barreras

espaciotemporales. El modelo económico imperante permite la competencia abierta de bienes, capitales y servicios, y con ello las empresas comienzan a preocuparse por la productividad, eficiencia, capacidad de innovación, motivada además por la ampliación de los mercados en los ámbitos nacional, regional y mundial<sup>4</sup>. Así, la belleza comienza a ser definida por grandes industrias, por ejemplo la cosmética, que *vende* la idea de la delgadez como ideal de belleza a fin de motivar el consumo de sustancias para lograr tal fin, con la opción de recurrir a la manipulación de características físicas, en el caso de que dichos productos no surtan el efecto deseado y, de esta manera, poder acceder a nuevos productos y servicios para mantener una figura esbelta y perfecta.

En otras palabras, el cuerpo femenino se vincula a la dinámica de la globalización y empieza a ser considerado en el marco de la oferta y la demanda, dentro de estándares mundiales de productividad y competitividad. En este sentido, es fácil comprender que el cuerpo femenino se vincula a este movimiento como fuente de explotación, para que, por ejemplo, las grandes empresas y multinacionales de cosméticos sean las beneficiadas<sup>3</sup>.

Desde otra perspectiva, esto supone que se gesten nuevos hechos sociales que afectan a las mujeres y, en esta medida, la globalización expresa y propaga un proceso de homogenización de la belleza, y para lograr este cometido aparecen en escena las cirugías plásticas, los productos cosméticos, las rutinas de actividad física, la dieta y la moda<sup>3</sup>. No resulta extraño entonces, que algunas mujeres de raza negra de Norte América, busquen tratamientos para aclarar la piel, alisarse el cabello y operarse la nariz, para verse como las mujeres blancas, ya que esta raza, históricamente, ha sido sinónimo de poder y dominación<sup>3</sup>.

Por consiguiente, las cirugías estéticas han venido transformando a personas de diferentes edades y se han convertido en un negocio masivo global<sup>2</sup> que, apoyado en los principios del capitalismo, ha dejado importantes ganancias a las grandes industrias que han logrado implantar en las colectividades la necesidad de mejoramiento de la imagen corporal como exigencia de vida<sup>2</sup> y mecanismo de inclusión, en una sociedad inequitativa y excluyente, dejando a los individuos a merced del mercado<sup>2</sup>.

Desde el discurso feminista, se hace énfasis en que el tema de las cirugías estéticas no puede ser separado de las prácticas culturales y sociales –influenciadas por el capitalismo y extendidas por la globalización– que glorifican la belleza y además definen el cuerpo femenino como deficiente y en constante necesidad de cambio<sup>1,4</sup>.

En este sentido Morgan considera que las cirugías estéticas representan una fuerte opresión de la mujer e, incluso, son consideradas como un fuerte racismo. Por su parte, Susan Bordo llama la atención acerca de la preocupación femenina por la gordura, las dietas y la delgadez y considera que son estrategias poderosas para normalizar y disciplinar el cuerpo en este siglo, ya que “la producción de autocontrol, auto-monitoreo y autodisciplina de cuerpos dóciles, se transforma en sensible a modas basadas en normas sociales y la auto-transformación se pone al servicio de esas normas, en vez de dirigir esas energías al cambio social”<sup>1,4</sup>.

Por su parte Morgan ve en las cirugías estéticas un campo de batalla ideológico en donde las mujeres se debaten entre sus propios deseos y las presiones que se ejercen sobre ellas, pero también considera que las mujeres toman el riesgo de la cirugía estética no solo como víctimas pasivas de los medios de comunicación y normas de belleza, sino porque esas normas de belleza son compartidas

por potenciales amantes y empleadores y, por ello, su extremo interés en ser correctas, para poder ser deseadas, amadas y triunfar<sup>1,4</sup>.

No obstante, esta motivación femenina encuentra refuerzo en la mirada médica, presentada por Foucault, que encuentra la figura femenina como patológica, excesiva, indisciplinada y potencialmente amenazadora del orden dominante, permitiendo que los médicos y cirujanos, en su posición de saber, manipulen el cuerpo y con ello la belleza, encontrándose que su juicio de valor equivale a poder<sup>1,4</sup>.

En consecuencia, no solo se globaliza la corporeidad sino que se globalizan mentalidades, intensificando el consumismo y transfigurando comportamientos<sup>7</sup>, dentro de la polaridad homogenización – diferenciación y, desde este punto de vista, se hace evidente la presión que ejerce el capitalismo, como medio de producción y proceso civilizador, que rompe, mutila y destruye formas de ser, pensar, actuar, sentir e imaginar<sup>4</sup>. Por tanto, formar parte de la “aldea global”, que dentro del imaginario de las colectividades supone un reto, una oportunidad, un referente de pertenencia a un nuevo “orden mundial”; también da lugar a riesgo, ambivalencia, conflictos, mutaciones<sup>8</sup> y, desde la esfera social, a una recreación de los valores, creencias y principios, en donde los intercambios simbólicos se globalizan<sup>8</sup> incluso, en ocasiones, despojando a las sociedades de aquellas singularidades que las identifican para “dejarlas divagando” en medio de un cúmulo excesivo de información, con un claro énfasis capitalista. Esta fragmentación de la identidad posibilita la dominación y subyugación por parte de los más fuertes (en términos económicos, tecnológicos e informacionales) y la mujer no es ajena a este contexto.

Para resumir, es claro que la globalización se muestra como un proceso dialéctico, contradictorio, que integra las esferas social, política, cultural y económica, favoreciendo, por un lado, la construcción de una sociedad global y, por otro, posibilitando la diferenciación. A partir de este último aspecto, el cuerpo femenino se constituye como instrumento de expresión, donde confluye la subjetividad femenina, pero también el deseo del Otro y con éste, un discurso imperante que moldea su identidad, que le exige adecuarse a parámetros de belleza globales, inflexibles, inmodificables, que fragmentan el cuerpo y lo cosifican. Así mismo, en este nuevo orden social, los medios masivos de comunicación han sido primordiales en el fortalecimiento del imaginario del mundo global, en donde la radio, la televisión, las revistas y la prensa en general, transmiten ideas e imágenes que dan la sensación a sus espectadores de que están conectados con lo que está pasando en cualquier parte del mundo<sup>2</sup>, lo cual moviliza una fuerte motivación por pertenecer y es por ello que la globalización debe ser leída en clave de género y, de esta manera, visibilizar la desmaterialización de las mujeres<sup>1</sup> a fin de generar nuevos procesos que le permitan significarse desde la diferencia, desde su subjetividad, apartándola de un discurso global mercantil, impersonal, asincrónico e incluso arbitrario.

No obstante, emergen movimientos reivindicacionistas de valores funcionales como el nacionalista, étnico, de género, etc., como resistencia a la configuración de una supuesta aldea Global<sup>8</sup> a fin de superar estas barreras ideológicas desde las que se concibe a la mujer, a fin de que el mundo globalizado tenga un rostro más humano y nuevas oportunidades para entrar en la dinámica del desarrollo con equidad de género<sup>1</sup> y con respeto de la diversidad, para que ejercer el derecho de la libre elección no implique ser excluido.

## Referencias

1. González, MC. Género y globalización. Desafíos en la Venezuela del siglo XXI. p. 101-118 (citas 101-102, 118) En: Delgado Y, González MC. *Mujeres en el mundo: ciencia, género, migraciones, arte, lenguaje y familia*. Valencia, Venezuela. 2009; 289 p.
2. Pérez Henao, H. Reality Show Cambio Extremo: el cuerpo como mercancía en la sociedad globalizada. *Cuadernos de información*. 2011; 29: 51-58
3. Berry, B. *Beauty bias: discrimination and social power*. Praeger. 2007.
4. Ianni O. Globalización y diversidad. En: *La era del globalismo*. México. 1999:11-31
5. Sánchez A,C. Inmigración Latina en Europa, género y ciudadanía: la dialéctica atracción repulsión ante el avance de la globalización. *Eikasia, Revista de Filosofía*. 2006.
6. Arboleda Gómez, Rubiela. El cuerpo, territorio de significación en las culturas en globalización. *Educación Física y Deporte*, 2005; 24 (1):71-89.
7. Ianni O. La idea de globalismo. En: *La era del globalismo*. México. 1999:155-182
8. Garay LJ. La globalización y las relaciones internacionales, una aproximación analítica. En: *Globalización y crisis: ¿Hegemonía o corresponsabilidad?* Colombia: TM Editores Colciencias.