

Educación Sexual Integral

Formación General del Ciclo Orientado

Una propuesta para revisar mandatos socioculturales

Actividades para estudiantes

Serie PROFUNDIZACIÓN · **NES**



Buenos Aires Ciudad



Vamos Buenos Aires

JEFE DE GOBIERNO

Horacio Rodríguez Larreta

MINISTRA DE EDUCACIÓN E INNOVACIÓN

María Soledad Acuña

SUBSECRETARIO DE PLANEAMIENTO EDUCATIVO, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Diego Javier Meiriño

DIRECTORA GENERAL DE PLANEAMIENTO EDUCATIVO

María Constanza Ortiz

GERENTE OPERATIVO DE CURRÍCULUM

Javier Simón

SUBSECRETARIO DE CIUDAD INTELIGENTE Y TECNOLOGÍA EDUCATIVA

Santiago Andrés

DIRECTORA GENERAL DE EDUCACIÓN DIGITAL

Mercedes Werner

GERENTE OPERATIVO DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EDUCATIVA

Roberto Tassi

SUBSECRETARIA DE COORDINACIÓN PEDAGÓGICA Y EQUIDAD EDUCATIVA

Andrea Fernanda Bruzos Bouchet

SUBSECRETARIO DE CARRERA DOCENTE Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL

Jorge Javier Tarulla

SUBSECRETARIO DE GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

Sebastián Tomaghelli

Subsecretaría de Planeamiento Educativo, Ciencia y Tecnología (SSPECT)

Dirección General de Planeamiento Educativo (DGPLEDU)

Gerencia Operativa de Currículum (GOC)

Javier Simón

Equipo de generalistas de Nivel Secundario: Bettina Bregman (coordinación), Cecilia Bernardi, Ana Campelo, Cecilia García, Julieta Jakubowicz, Marta Libedinsky, Carolina Lifschitz, Julieta Santos

Educación Sexual Integral: Sandra Di Lorenzo (coordinación), Micaela Kohen, Victoria Petruch, Hilda Santos

Formación Ética y Ciudadana: Cristina Gómez Giusto

Subsecretaría de Ciudad Inteligente y Tecnología Educativa (SSCITE)

Dirección General de Educación Digital (DGED)

Gerencia Operativa de Tecnología e Innovación Educativa (INTEC)

Roberto Tassi

Especialistas de Educación Digital: Julia Campos (coordinación), Josefina Gutierrez

Equipo Editorial de Materiales Digitales (DGPLEDU)

Coordinación general de materiales digitales: Mariana Rodríguez

Coordinación editorial: Silvia Saucedo

Colaboración y gestión editorial: Manuela Luzzani Ovide

Edición y corrección: María Laura Cianciolo

Corrección de estilo: Vanina Barbeito, Ana Premuzic

Diseño gráfico y desarrollo digital: Ignacio Cismondi

Este material contiene las actividades para estudiantes presentes en *Educación Sexual Integral. Una propuesta para revisar mandatos socioculturales*. ISBN 978-987-673-485-1

Se autoriza la reproducción y difusión de este material para fines educativos u otros fines no comerciales, siempre que se especifique claramente la fuente. Se prohíbe la reproducción de este material para reventa u otros fines comerciales.

Las denominaciones empleadas en este material y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte del Ministerio de Educación e Innovación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, juicio alguno sobre la condición jurídica o nivel de desarrollo de los países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

La mención de empresas o productos de fabricantes en particular, estén o no patentados, no implica que el Ministerio de Educación e Innovación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires los apruebe o recomiende de preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan.

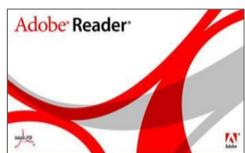
Fecha de consulta de imágenes, videos, textos y otros recursos digitales disponibles en Internet: 15 de julio de 2019.

© Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires / Ministerio de Educación e Innovación / Subsecretaría de Planeamiento Educativo, Ciencia y Tecnología. Dirección General de Planeamiento Educativo / Gerencia Operativa de Currículum, 2019. Holmberg 2548/96 2.º piso-C1430DOV-Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

© Copyright © 2019 Adobe Systems Software. Todos los derechos reservados. Adobe, el logo de Adobe, Acrobat y el logo de Acrobat son marcas registradas de Adobe Systems Incorporated.

¿Cómo se navegan los textos de esta serie?

Los materiales de la serie Profundización de la NES cuentan con elementos interactivos que permiten la lectura hipertextual y optimizan la navegación.



Adobe Reader Copyright © 2019.
Todos los derechos reservados.

Para visualizar correctamente la interactividad se sugiere bajar el programa [Adobe Acrobat Reader](#) que constituye el estándar gratuito para ver e imprimir documentos PDF.

Pie de página

Volver a vista anterior

Al clicar regresa a la última página vista.



Ícono que permite imprimir.



5



Folio, con flechas interactivas que llevan a la página anterior y a la página posterior.

Itinerario de actividades

Actividad 1

¿Quiénes no son tapa?

Organizador interactivo que presenta la secuencia completa de actividades.

Notas al final

¹ Símbolo que indica una nota. Al clicar se direcciona al listado final de notas.

Notas

¹ Ejemplo de nota al final.

Actividades

Actividad 1 ¿Quiénes no son tapa?

- a. Reúnanse en pequeños grupos y, a partir de una captura de pantalla del minuto 1.10 y del minuto 2.10 de la charla "[Mujeres que no fueron tapa | Lala Pasquinelli | TEDxRiodelaPlataSalon](#)", debatan lo siguiente:

Íconos y enlaces

El color azul y el subrayado indican un [vínculo](#) a un sitio/página web o a una actividad o anexo interno del documento.

Itinerario de actividades

Actividad 1

¿Quiénes no son tapa?

Actividad 2

Crece bajo presión: el impacto de los mandatos socioculturales en los proyectos de vida

Actividad 3

Modelos de belleza: publicidad y medios

Actividad 4

El rol del Estado como garante de derechos

Actividad 5

¿Y por aquí... qué encontramos? Buscamos cómo son los talles en el barrio

Actividad 6

La cultura y las intervenciones sobre el cuerpo

Actividad 7

Mapear los cuerpos, pensarlos como territorios

Actividad 1 ¿Quiénes no son tapa?

Lala Pasquinelli es una artista plástica. Parte de su obra está dedicada a visibilizar a quienes no aparecen en las revistas, centrándose específicamente en las mujeres. Cree en el arte como instrumento de transformación social, y con su trabajo invita a analizar quiénes salen en las tapas de revistas y en qué situaciones, para reflexionar sobre los estereotipos de género que reproducen y cómo esto nos afecta.

- a. Reúnanse en pequeños grupos y, a partir de una captura de pantalla del minuto 1:10 y del minuto 2:10 de la charla [“Mujeres que no fueron tapa | Lala Pasquinelli | TEDxRiodelaPlataSalon”](#), debatan lo siguiente:
 - ¿En qué se diferencian las tapas de revistas en las que aparecen las mujeres de aquellas en las que aparecen los varones? Para la descripción tengan en cuenta cómo aparecen los cuerpos, las actitudes, la ropa que usan, los titulares que acompañan las imágenes, las edades de las personas y otros aspectos que les parezcan relevantes.
 - ¿Aparecen allí imágenes o cuerpos parecidos a tus familiares, tus amigos y amigas, tus vecinos y vecinas? ¿Cómo son las personas que no están en esas revistas? Nuevamente, describan cuerpos, actitudes, ropa que utilizan, edades, etcétera.
 - Registren por escrito las conclusiones a las que arriban luego de comparar quiénes aparecen en las tapas de las revistas y quiénes no.
- b. Vean la charla [“Mujeres que no fueron tapa | Lala Pasquinelli | TEDxRiodelaPlataSalon”](#) completa y respondan las siguientes preguntas en pequeños grupos:
 - ¿Por qué creen que Lala dice “las mujeres no nos vemos”?
 - Poniendo el foco en las mujeres y el análisis que hace la autora: ¿Cuáles son los intereses de las mujeres que te rodean? ¿Son los mismos que aquellos que se proponen desde las tapas de revistas? ¿Y los intereses de los hombres?
 - ¿Qué otras personas no salen en las revistas o en los medios? ¿Qué otros cuerpos faltan? ¿Qué pasa con las personas con discapacidad?
 - La autora dice que es muy importante tener una mirada amorosa hacia nosotros/as. ¿Qué opinás de esta frase? ¿Qué te parece que quiso decir?
 - Les proponemos que inventen una pócima o amuleto mágico para aumentar la mirada amorosa de cada uno y cada una. Se trata de imaginar una receta o un objeto en el que puedan pensar cuando lo necesiten.
 - Si eligen hacer una receta: ¿Qué ingredientes pondrían? ¿Qué características tendría la mezcla? ¿Cómo se utiliza? ¿En qué momentos del día necesitarían más la pócima?
 - Si piensan en un amuleto: ¿Qué cualidades tiene? ¿De qué materiales está compuesto? ¿Cuáles son sus colores y texturas? ¿Cómo se utiliza?

- Para terminar esta consigna, cada grupo le pasa sus respuestas al grupo de al lado. Este será el que hará los aportes que crea convenientes para profundizar el análisis de lo trabajado. En cuanto al amuleto o pócima, ¿qué cualidad o característica podrían agregar para profundizar su poder?
- c. Recuperen lo trabajado en los puntos **a.** y **b.**, y armen una nueva tapa de revista pensando en las personas que los/las inspiran.
 - ¿Quiénes son esas personas inspiradoras? ¿Qué título pondrían en la tapa?
 - Diseñen la portada. Para ello pueden utilizar alguna herramienta de edición de imagen como [Inkscape](#) (ver [tutorial de Inkscape](#) en el Campus Virtual de Educación Digital). Será importante, en esta instancia, tener en cuenta qué imágenes utilizarán. Presten atención a los derechos de uso de dichas imágenes. Pueden consultar bancos de imágenes libres como [Wikimedia Commons](#) o aplicar el filtro “Herramientas/Derechos de uso/Etiquetadas para reutilización”, en [Google Imágenes](#). Otros aspectos que considerar son la diagramación, los textos, las tipografías y los colores que utilizarán para que, además de transmitir el sentido deseado, la portada sea clara y legible.

Actividad 2 Crecer bajo presión: el impacto de los mandatos socioculturales en los proyectos de vida

- a. El trabajo que se propone tomará como disparador de la reflexión el corto documental: [“La reina \(The Queen\) / Short”](#), de Manuel Abramovich. Breve síntesis: Perdida en un mundo de adultos y con una agenda completa de actividades, Memi se prepara para ser la reina del carnaval. Su traje es blanco y marrón, y lleva un casco tan pesado que su pequeña cabeza no lo soporta.
 - Entre todos describan sensaciones y emociones que la protagonista expresa a lo largo del corto documental: ¿Cómo creen que se está sintiendo Memi? ¿Qué piensan del lugar que ocupa la madre? ¿Qué dice el resto de los/las adultos/as que aparece en el corto respecto de lo que sucede?
 - En pequeños grupos, piensen qué quisieron transmitir quienes planearon el documental.
 - ¿Cuál o cuáles son las funciones que cumplen los concursos de elección de reina en nuestra sociedad?
 - ¿Quiénes pueden inscribirse en los concursos? ¿Cuáles son los requisitos? ¿Hay algún condicionante de género? Investiguen si estas pautas forman parte de los reglamentos de los concursos o si son implícitas.
 - Teniendo en cuenta la Ley de Protección Integral de Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes de CABA ([Ley N°114/98](#)), ¿qué podrían decir respecto de los derechos

de Memi? Trabajen la respuesta a partir de la lectura de los artículos N.º 2 “Interés superior”, N.º 17 “Derecho a ser oído” y N.º 19 “Derecho a ser respetado”.

- b.** Habitualmente, en nuestra sociedad crecemos alrededor de una serie de mandatos socioculturales que nos indican cómo habitar nuestro cuerpo y cuáles deben ser nuestros deseos. Si bien no todos ni todas vivimos la presión de un concurso de belleza, muchas veces nos encontramos cumpliendo expectativas y mandatos socioculturales que no identificamos fácilmente puesto que son sutiles y los tenemos naturalizados.
- En pequeños grupos, indiquen alguno de estos mandatos socioculturales en distintos ámbitos de su vida cotidiana (familia, escuela, grupos de amigos/as, pareja, medios de comunicación masiva, redes sociales, el club, actividades deportivas, etc.). ¿Encuentran diferencias entre los mandatos socioculturales que condicionan a varones y a mujeres?
 - ¿Qué efectos piensan que tienen los mandatos socioculturales sobre la posibilidad de tomar decisiones? ¿Y sobre nuestra salud? Recuerden que cuando hablamos de salud no nos referimos exclusivamente a la ausencia de enfermedad, sino a un estado de bienestar que se conforma por diversas dimensiones que incluyen, entre otras, la psicológica, la afectiva, la cultural, la social.
 - Transformen esos mandatos socioculturales en frases que les permitan cuestionarlos. Se trata de crear “afirmaciones inspiradoras” que contrarresten los efectos de los mandatos socioculturales identificados. Compartan lo trabajado con el resto de sus compañeros.

Actividad 3 Modelos de belleza: publicidad y medios

- a.** Lean el siguiente fragmento de una nota periodística publicada en un suplemento especializado, que reflexiona sobre las mujeres, los cuerpos y la publicidad.

Está plagado de mujeres. En nuestra vida cotidiana vemos exhibidas cientos de imágenes de mujeres. En programas y tandas televisivas, en publicidades gráficas y tapas de revistas de consumo corriente o en la vía pública. Y no es un dato menor que nuestra posibilidad de elegir verlas o no se encuentre comprometida cuando transitamos por las calles de la ciudad. En esa situación, la oferta deja de ser un convite. Aunque no queramos, somos testigos de esa forma de presentar a mujeres *in effigie* que empapan el paisaje urbano. Ese detalle permite dar un sentido concreto a una constatación de otro orden: un determinado cuerpo de mujer se impone en lo que vemos para connotar “lo femenino”. Una imagen clisé de la mujer se repite hasta lograr estilizar un cuerpo ideal mediante una forma de presentarlas que puede leerse como una *performance* de la feminidad enfatizada. Tanto es así que esas imágenes ya no agitan nuestra mirada. De

alguna forma, su frecuencia (y algo más que la mera repetición) nos anestesia respecto de los efectos de su violencia.

¿Bajo qué operaciones simbólicas “cientos de mujeres” pueden reducirse a una, es decir, ninguna? ¿Cómo son presentadas las mujeres en esas imágenes clisé? ¿Cuál es su “lugar común” en la publicidad? ¿Cómo se descompone la fórmula de su belleza?

Fuente: Tarzibachi, E. (2010, 12 de febrero). [¿Qué pretende usted de mí?](#). Página 12, Suplemento LAS 12.

- b. En pequeños grupos busquen y registren (mediante una fotografía, una captura de pantalla o anotando el enlace) cinco anuncios en la vía pública, en la televisión, en redes sociales o en internet en los que haya mujeres y varones. Debatan: ¿Cómo se representan los cuerpos de las mujeres, y cómo los de los varones en las publicidades? Describan y caractericen. ¿Qué sentimiento o emociones transmiten o les transmiten a ustedes? ¿Qué otras identidades de género no aparecen en la construcción de los ideales de belleza en la publicidad?
- c. Vean el video [“Beauty Pressure”](#) (“Presión por la belleza”) y a partir del análisis y el debate realizado en las actividades precedentes, ¿qué pone en cuestionamiento esta publicidad? Registren lo conversado en cada grupo y realicen una puesta en común del trabajo realizado.
- d. Algunos anuncios que, habitualmente, se ven en la calle, en la televisión o en tapas de revista, además de reforzar estereotipos y roles de género, son una forma de ejercicio de la violencia de género. [La Ley 26.485 de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales](#), sancionada en marzo de 2009, protege, principalmente, el derecho de las mujeres a vivir sin violencia y describe qué formas de violencia deben prevenirse y sancionarse.
 - Lean los artículos 4 y 5 de la ley, y analicen qué tipo de violencia se ejerce o se promueve a través de las publicidades.
- e. Elijan, en los grupos, uno o dos anuncios e intervengan las imágenes impresas señalando, marcando y cuestionando, a través de la palabra (escriban sobre la imagen), los estereotipos de género que promueve la publicidad. Compartan el trabajo realizado en una cartelera. Otra opción posible es intervenir los anuncios mediante una herramienta digital de edición de imagen como [Gimp](#) (pueden encontrar el [tutorial de Gimp](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).

Actividad 4 El rol del Estado como garante de derechos

- a. En pequeños grupos lean los siguientes proyectos de ley:
- Cámara de Senadores*
- [Ley de talles, vestimenta y calzado](#). Silvia del Rosario Giacoppo. (Cuenta con media sanción en el Senado).
- Cámara de Diputados*
- [Ley nacional de talles](#). Victoria Donda. (Proyecto en estado parlamentario, sin tratamiento en comisiones al momento de esta edición).
 - [Sistema único de talles de indumentaria de la Republica Argentina. Creación](#). Lucila Lehmann. (Proyecto en estado parlamentario, sin tratamiento en comisiones al momento de esta edición).
- b. Analicen qué diferencias significativas encuentran entre los proyectos de ley, teniendo en cuenta las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los fundamentos de cada uno de los proyectos? ¿A qué cuestiones se apela en cada uno? ¿Quiénes son los destinatarios de esta regulación o a qué grupos incluye? ¿Qué intereses protege?
- c. En los diferentes proyectos aparece el problema de cómo se construyen los talles, es decir, qué medidas se toman. Lean el artículo [“Ley de talles: cómo es el estudio que va a revelar las medida reales de los argentinos”](#), en el sitio *Para ti*, del 7 de abril de 2019. Seleccionen la información que consideren relevante y que les permita conocer en qué consisten y cómo se toman estas medidas.
- d. Debatan entre ustedes cuál es el valor de tomar como referencia medidas antropométricas elaboradas en el país.

Actividad 5 ¿Y por aquí... qué encontramos? Buscamos cómo son los talles en el barrio

- a. Organizados en pequeños grupos, seleccionen distintos barrios de la Ciudad para hacer el trabajo de campo. Cada uno tome un barrio diferente.
- b. Hagan un recorrido por los negocios y realicen un relevamiento considerando lo siguiente:
- ¿Cómo son los maniquís que se muestran en las vidrieras? ¿Reflejan, de algún modo, la diversidad? En las publicidades gráficas en los negocios o en el recorrido realizado por la vía pública, ¿se observa algún tipo de diversidad en los cuerpos que se muestran? ¿Observan algún patrón o modelo en esos cuerpos? ¿Cómo es?

- Teniendo en cuenta el artículo 3 de la Ley 3.330/09 de Talles de la CABA, observen lo siguiente:
 - Si la tabla de medidas corporales está en el local, a la vista del consumidor.
 - Si los negocios garantizan un mínimo de ocho talles.

Tengan en cuenta que los productos discontinuos o en liquidación por fuera de temporada quedan exceptuados de garantizar la existencia de ocho talles.

Texto completo de la [Ley 3.330/09](#) de Indumentaria y existencia de talles. Texto de la reglamentación de la Ley 3330/09. [Decreto N.º 172/012](#).

- c. Realicen un registro fotográfico de las vidrieras (tomen fotos que permitan ver cómo se exhibe la ropa, cómo son los maniquís, qué cuerpos aparecen representados en las fotografías, en el caso de haberlas, etc.). Registren solo el exterior de los locales, para evitar incomodar al personal y a los clientes y a las clientas.
- d. Compartan y pongan en común los resultados del trabajo de campo realizado en los distintos barrios. Tengan en cuenta los siguientes elementos para la exposición oral: barrio en el que se realizó el relevamiento, locales relevados, puntos para destacar del registro de vidrieras (qué les llamó la atención, cuestiones recurrentes), puntos para destacar en el registro de publicidades gráficas, resultados del relevamiento en relación con la ley de talles (en cuántos se cumple, en cuántos no).
- e. Compartan con el resto del grupo alguna fotografía que hayan sacado y que ilustre algún aspecto mencionado anteriormente.
- f. Teniendo en cuenta esta información, elaboren un informe de los barrios analizados. Para esto podrán utilizar un procesador de textos como [Open Office Writer](#) (pueden consultar el [tutorial de Open Office Writer](#) en el Campus Virtual de Educación Digital). Podrán sistematizar los datos recolectados en una hoja de cálculo en [Open Office Calc](#) y generar gráficos a partir de dichos datos (ver [tutorial de Open Office Calc](#) en el Campus Virtual de Educación Digital) para incluir en el informe. También podrán incorporar imágenes producidas por ustedes, las fotografías que hayan tomado o imágenes obtenidas de internet. En este último caso, deberán prestar atención a los derechos de uso de dichas imágenes (pueden consultar los tutoriales [“¿Cómo hago para buscar imágenes que se puedan usar, compartir o modificar en Google?”](#) y [“Buscar contenidos con licencia Creative Commons usando Google”](#) en el Campus Virtual de Educación Digital). En caso de que se trate de imágenes protegidas por derechos de autor, recuerden realizar las citas correspondientes.
- g. Realicen una encuesta en la escuela con el objetivo de conocer cómo son vividos, por distintas personas, los modelos hegemónicos corporales asociados a un ideal de belleza cuando tienen que comprar vestimenta. Para elaborar la encuesta se puede utilizar un

[Formulario de Google](#) (pueden ver el [tutorial Formularios de Google](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).

Previamente, acuerden entre todos qué preguntas van a realizar, por ejemplo: ¿Alguna vez quisiste comprar una prenda de vestir y no pudiste hacerlo por la falta de variedad de talles? ¿Descartás negocios y marcas porque entendés que no hay opciones para vos? Acuerden también cómo seleccionarán a los destinatarios de la encuesta y de qué modo analizarán y expondrán la información.

Actividad 6 La cultura y las intervenciones sobre el cuerpo

Primera parte. Intervenciones sobre el cuerpo en la actualidad

- a. Lean en forma individual el texto del anexo 1, [“La perfección más allá de la norma”](#). Luego compartan e intercambien ideas acerca del análisis que plantea el texto sobre las imágenes y los cuerpos.
- b. Observen luego el siguiente video [“Body Evolution - Model Before and After Photoshop”](#) [*Evolución del cuerpo. Modelo antes y después del Photoshop*] sobre evolución del cuerpo después del Photoshop.
Retomen el intercambio de ideas que comenzaron en la [actividad 5](#) y elaboren un listado de preguntas sobre los aspectos que les interesaría profundizar o sobre los cuáles quieren saber más.
- c. Organizados en pequeños grupos, lean la nota del anexo 3, [“Culto al cuerpo, retrato de una obsesión | EL PAIS”](#) y compartan puntos de vista, impresiones e información al respecto. Luego cada grupo elige una de las siguientes notas periodísticas referidas a distintas prácticas y consumos que implican intervenciones en el cuerpo:
 - [“Más hombres deciden depilarse para lucir sus cuerpos en la playa”](#), Perfil (13 de enero de 2019).
 - [“Pasión por el quirófano: cuáles son las cirugías plásticas más elegidas según cada sexo”](#), en Infobae (17 de noviembre de 2017).

Luego de analizarla y de intercambiar ideas, elaboren algunas conclusiones acerca de cómo inciden la cultura del consumo y, como parte de esta, las publicidades en prácticas que moldean ideales de belleza y cuerpos hegemónicos. Analicen los artículos a partir del texto que leyeron en el punto **a**.

- d. Al finalizar pongan en común las ideas centrales y realicen una síntesis escrita de las notas analizadas, en un [documento colaborativo en Google Drive](#) (pueden ver el [tutorial Google Docs Documentos](#) en el Campus Virtual de Educación Digital).

Para elaborar la síntesis del artículo leído por cada grupo, tengan presentes las siguientes pautas:

- Breve relato del contenido de la noticia.
 - Problema o tema que plantea.
 - Tensiones (entre salud, belleza, libertad, consumos, estereotipos, otras).
 - Fuentes de información (especialistas, testimonios, otras).
 - Reflexión grupal a partir del texto del anexo 1, [“La perfección más allá de la norma”](#).
- e. Por último, realicen una nota informativa breve que responda al tema que analizaron, y que incluya la mirada del grupo.

Segunda parte. Intervenciones en el cuerpo: otros tiempos otros lugares

- f. Las prácticas culturales que implican intervenciones sobre el cuerpo vinculadas a los ideales de belleza no son nuevas. Lean el texto del anexo 2, [“La mujer china en la antigüedad”](#) y reflexionen sobre las tensiones que suponen este tipo de prácticas en el marco de sociedades atravesadas por el patriarcado.
- g. Observen las fotografías: ¿qué ven?, ¿qué les transmiten? Luego de la lectura del texto y de la observación de las fotografías, intercambien opiniones sobre las formas en que se han construido, históricamente y en diferentes culturas, los ideales de belleza femeninos en relación con los roles de género atribuidos en cada sociedad.



Actividad 7 Mapear los cuerpos, pensarlos como territorios

- a. En pequeños grupos, debatan a partir de las siguientes preguntas:
 - ¿Sobre qué aspectos o zonas del cuerpo hay reglas o normas sociales? ¿Cómo se sienten esas reglas? ¿De qué manera impactan en el modo en que vivimos nuestras experiencias?
 - ¿Encontramos diferencias en los mandatos socioculturales que impactan en varones y en mujeres? ¿Qué ideales de belleza se imponen como modelos?
 - Caractericen los modelos que aparecen en las publicidades y en los medios masivos de comunicación. ¿Qué cuerpos están ausentes?
- b. En pequeños grupos, dibujen un cuerpo o muchos cuerpos que los/las representen. Busquen símbolos o frases cortas que den cuenta del impacto de los mandatos socioculturales y de los estereotipos de género sobre los cuerpos. Pueden incorporar símbolos que cuestionen los modelos de belleza hegemónicos propuestos en las publicidades y en los medios masivos de comunicación.
 - Intervengan el dibujo grupal del cuerpo o de los cuerpos con estos símbolos, frases y mitos que ustedes mismos/as crearon.
- c. Compartan los mapas realizados y sistematicen los mandatos socioculturales y estereotipos de género: ¿De qué manera creen que se construyen? ¿Qué actores sociales tienen peso en la conformación de estos estereotipos y mandatos socioculturales? ¿Cómo creen que puede impactar lo que decimos y hacemos en relación a los cuerpos que no responden a modelos preestablecidos? ¿Cómo afecta la mirada de otros, en especial, la del grupo de pares?

Anexo 1

La perfección más allá de la norma

¿Cómo puedo describir mis emociones ante esta catástrofe? ¿Cómo puedo delinear al monstruo que había formado, con tantos pesares y desvelos? Sus miembros eran proporcionados y yo había elegido sus facciones para que fueran hermosas; ¡hermosas! ¡Gran Dios! Su piel amarilla apenas si cubría sus músculos y arterias; sus cabellos eran de un negro lustroso; sus dientes eran blancos como perlas; pero esto formaba un contraste mucho más horrible con su mirada acuosa que parecía casi del mismo color que las órbitas en las que estaban insertados sus ojos, con su tez marchita y sus labios negros y rígidos (Shelley, 2003: 79).

Estas son las reflexiones de un atormentado Dr. Frankenstein al darse cuenta de que su objetivo de dar vida a un ser perfecto había culminado en la más espantosa realidad de un ser monstruoso. Cabría preguntarnos: ¿Cómo sería para el Dr. Frankenstein un ser perfecto? ¿Qué rasgos debería tener este ser para considerar que se habría alcanzado la perfección? ¿Cuáles eran sus parámetros? ¿Cuáles sus modelos? Como se ha afirmado anteriormente, la perfección es una entelequia, una fantasía que se encuentra en la mente de cada persona y que se alimenta de representaciones y de imágenes idealizadas que son históricas, que cambian con los tiempos y los lugares. En la actualidad esta perfección irreal aumenta constantemente sus exigencias, cualquier variación o diferencia del modelo es considerada un defecto que se debe corregir.

Veamos la publicidad de las clínicas de belleza que anuncian los más efectivos y seguros métodos de cirugía cosmética, la promesa es la “corrección” de aquellos rasgos faciales o de alguna parte del cuerpo con los que no nos sentimos a gusto. La pregunta que surge es inevitable ¿Por qué estamos descontentos con la nariz, con los labios, con los senos, la cadera? ¿Con quién nos estamos comparando para saber que queremos de esta o de aquella forma el mentón o los pómulos? Las imágenes de actrices y actores famosos, de modelos paradigmáticas o de las reinas de belleza aparecen en los anuncios espectaculares, circulan por la web, se muestran en las portadas de revistas; revelan los más recientes cambios en sus cuerpos y en sus rostros, exhiben una perfección quimérica en una piel tersa y en un cabello brillante, producto no solo de las cirugías cosméticas a las que se han sometido, sino de las modificaciones virtuales realizadas a través del *Photoshop*(...) se convierten en una manera de interpretar el propio cuerpo, en una pedagogía perceptual.

Esas imágenes están enseñándonos cómo ver, son creaciones, *cyborgs* visuales que nos educan en lo que debemos esperar de la sangre y de la carne. Y nos preguntamos ¿somos lo suficientemente sofisticados para darnos cuenta de que esas imágenes no son reales? Pero,

¿acaso importa? No hay advertencias de que las imágenes son producidas por computadoras, no informan que no luciremos de la forma en la que muestran a las modelos, pero ¿quién se preocupa por la realidad cuando la belleza, el amor, la aceptación, llaman? (...). Esta perfección virtual es el milagro que se espera conseguir a través de diversas estrategias y prácticas corporales de belleza, desde el ejercicio, las dietas, las prendas para resaltar alguna parte de la figura, para estilizar la silueta, el maquillaje, el teñido del cabello y fundamentalmente, la cirugía cosmética como el remedio definitivo para solucionar los “defectos” de nacimiento.

Ahora no se busca ser normal sino perfecto de una manera homogénea, de tal manera que esa perfección virtual se ha vuelto la normalidad, entendida esta como lo cotidiano, lo uniforme y, por supuesto, lo normativo. Por ejemplo, en el mercado encontramos prótesis de nariz, de mentón y de pómulos con formas y tamaños estandarizados. Los contornos faciales atienden a un patrón de cara ovalada del que se retiran las mejillas regordetas. Los labios voluminosos por los implantes, los injertos y las inyecciones de colágeno o ácido hialurónico y agrandados por efecto del *lifting* persiguen una apariencia voluptuosa y sexy. Los ojos de color usando lentillas de contacto, agrandados y sin ojeras ni arrugas mediante una operación llamada blefaroplastia, que también se realiza a mujeres y hombres de rasgos asiáticos.

Es también el caso de las prótesis de mama o de los implantes de glúteos, que se ofrecen en medidas estandarizadas. En esta búsqueda de la perfección estandarizada se pierde la diferencia. (...)

Desde inicios de la modernidad, las mujeres fueron colocadas en el polo de lo corporal “son bellas” por “naturaleza”, como señalaba Arthur Schopenhauer, “la ‘naturaleza’ engalana a las jóvenes con una belleza, una gracia, una perfección extraordinarias” (Schopenhauer, 1991). Las mujeres deben proporcionar la belleza a las nuevas generaciones, en tanto, a los hombres les corresponde transmitir la inteligencia, la serenidad y la formalidad. En el ideal de belleza occidental para las mujeres es suficiente ser “bonitas”, lo cual les autoriza para ser tontas, insustanciales y frívolas. Al mismo tiempo, la belleza femenina en occidente es la representación de virtudes morales o espirituales, en este sentido, la belleza asociada a la bondad es una condición de la feminidad y por tanto se convierte en una obligación para las mujeres.

Desde estas exigencias, para las mujeres es central cultivar la apariencia y, si bien los estándares de belleza han cambiado a lo largo del tiempo y en cada sociedad, la modernidad ha impuesto modelos de belleza que se presentan como imposibles de alcanzar para la mayoría de las mujeres ante las diferencias fenotípicas, de clase o de edad, aunque sí se constituyen en una aspiración constante que llega a convertirse en obsesión.

Fragmento del texto: Muñiz, Elsa. (2014). [Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista](#). *Sociedade e Estado*, 29(2), 415-432.

Anexo 2

La mujer china en la antigüedad

No es difícil ver y apreciar el papel que desempeñaban las mujeres chinas en épocas antiguas ni cuál era su lugar en la sociedad de entonces, ya que contamos con suficientes obras literarias y expresiones idiomáticas. Me gustaría mencionar dos libros y algunas expresiones a manera de ejemplo: *El libro de los mil caracteres para la educación femenina* y *El libro para mejorar a la mujer*, que propugnaban por “enseñar a la mujer”, o “cómo debe comportarse una mujer” y la idea de “sumisión filial y castidad”. En ambos libros, a la mujer se le enseñaba a ser “afectuosa y refinada”, “esposa virtuosa y buena madre” y se le explicaba que debe poseer las tres obediencias y las cuatro virtudes. Las tres obediencias son: 1) obediencia al padre y a los hermanos mayores cuando se es joven; 2) obediencia al esposo cuando se casa, y 3) obediencia a los hijos varones al enviudar. Las cuatro virtudes son: 1) la virtud femenina, 2) el habla, 3) la apariencia, y 4) las labores del hogar. Los conceptos de “sumisión filial” y “castidad” indican que “es buena suerte para una mujer servir a los mayores de la familia de su esposo” y que “una mujer debe permanecer casta incluso después de la muerte de su esposo”. Una de las enseñanzas de estos libros indica que “es poca cosa morir de hambre, pero es asunto de gran seriedad el perder la castidad”. Además, las “tres obediencias y cuatro virtudes” conllevan la idea de que las mujeres deben acatar el dominio de los hombres. (...)

En cuanto al matrimonio en la China antigua, por lo general los novios no tenían ni voz ni voto en los arreglos y ni siquiera se conocían hasta el día de la boda. En la mayor parte de los casos el asunto se negociaba a través de casamenteros. Por lo general los padres trataban de buscar para su hijo una esposa de una familia dentro de su misma clase económica o social, o en una superior. Para bien o para mal, la esposa estaba atada a la familia del esposo y debía aceptar cualquier destino que el cielo le deparara. Un esposo podía divorciarse de su esposa por ciertas causas específicas: por no haberle dado un hijo varón, por descuidar a sus suegros, por ser grosera al hablar, por ser celosa, por tener ella una enfermedad incurable y por adulterio; una esposa no podía divorciarse de su marido, pero una vez que él se divorciaba de ella, se le consideraba caída en una gran desgracia. (...) me gustaría discutir la costumbre de “vendar los pies” en la antigua China. La mayor parte de las mujeres sufrían a causa de esta práctica; comenzó a hacerse en las Cinco Dinastías (907-960 a. C.), y se convirtió en una práctica casi universal, y en un asunto de convención social: una mujer de pies grandes se consideraba defectuosa y era imposible conseguirle esposo. El proceso de vendar los pies era doloroso, ya que los pies se comprimían lo más que fuera posible; llegaban a infectarse y a gangrenarse, con lo que incluso la vida de la niña se ponía en peligro.

Una vez que terminaba el proceso de vendaje y la consecuente deformación de los pies, disminuía mucho el dolor, pero caminar se volvía muy difícil, en especial para aquellas con pies muy pequeños, y el efecto general sobre la salud era tremendo. El emperador, de la dinastía Ch'ing, trató de detener esta práctica, pero no lo logró. No fue sino hasta 1909 que el último emperador de la dinastía Ch'ing proclamó legalmente la abolición de esta costumbre.

Fuente: Lien Tan, P. (2005) [“Estatus social, papel y lenguaje de las mujeres chinas”](#). *Estudios de Asia y África*, vol. XL, n.º 2, 379-394.

Anexo 3

Culto al cuerpo, retrato de una obsesión | EL PAIS

La batalla por el cuerpo perfecto puede convertirse en una pesadilla de aislamiento, lesiones y anabolizantes. Ese trastorno tiene nombre: vigorexia. ¿En qué momento la sana preocupación por la imagen se transforma en adicción enfermiza?

El centro de su vida es un gimnasio. De tal forma que algunos hasta sacrifican sus relaciones personales por una carrera interminable en busca de un músculo cada vez más voluminoso. Y nunca tienen suficiente. Los más temerarios recurren al mercado negro, accesible en la Red, para hacerse con anabolizantes de origen incierto o con inyecciones de hormona del crecimiento. Al final su cuerpo se resiente del castigo: músculos hipertrofiados hasta la exageración, retorno del acné, ginecomastia (crecimiento irregular del pezón), sudoraciones excesivas, alteraciones bruscas del carácter y, en los casos más graves, complicaciones hepáticas o disfunción eréctil, entre otras dolencias.

La obsesión por la imagen corporal se ha convertido en uno de los distintivos de las sociedades desarrolladas, en las que un físico esbelto y musculoso se asocia con el éxito y el atractivo sexual. Su resultado extremo es la vigorexia, el fanatismo por los músculos. Sus víctimas, personas que, “llevadas por el modelo social de culto al cuerpo, desarrollan tendencias obsesivo-compulsivas y adictivas, experiencias negativas con su propio físico y baja autoestima”, explica Luisa García Alonso, profesora de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid. El perfil tipo del vigoréxico sería un hombre de entre 18 y 35 años. También hay casos de mujeres, aunque mucho más aislados. Faltan datos bien contrastados, pero la psicóloga calcula que un 35% de los habituales al gimnasio han caído en la adicción. Un estudio más completo realizado en Francia elevó ese número hasta el 42%.

“Lo primero que recibe un vigoréxico es un refuerzo social: su entorno lo felicita por lo bien que se está poniendo”, explica Carlos Fanjul, profesor de la Universidad Jaume I de Castellón y autor del libro *Vigorexia, una mirada desde la publicidad*. (...)

(...) “Las personas con vigorexia siguen unos ritos dietéticos muy singulares y a veces alterados. Son incapaces de verse suficientemente grandes y se obsesionan con el ejercicio y la alimentación para conseguir cada vez más musculatura”, comenta José Ignacio Baile, psicólogo de la Universidad a Distancia de Madrid e investigador de trastornos del comportamiento alimentario. “El cuerpo necesita tiempo para generar masa muscular, es un proceso lento, pero el problema de hoy es la inmediatez”, apunta Fernando López, entrenador

personal de 4cuerpos.com, una página web sobre preparación física. “Ves casos de obsesión. Hay gente que hasta se aísla de su pareja y de sus amigos. Es un problema grave porque falta información real, el 80% de lo que se encuentra en Internet es falso o erróneo”.

No todos son excesos, por supuesto, y hay muchos practicantes de musculación que reivindican sus efectos saludables (...).

Fuente: Rivera, A. (2016, 18 de julio). [Culto al cuerpo, retrato de una obsesión](#). *El País*.

Imágenes

Página 13. Niñera o sirvienta de un hogar rico, Wikimedia Commons, [bit.ly/2Xy3Ztz](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:13.jpg).
Radiografía de pies, Wikimedia Commons, [bit.ly/2XvMR7K](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:13.jpg).



Vamos Buenos Aires