

## Referencia: Análisis de tapa de la revista Caras del mes de julio de 2020

### Presentación del caso

El Observatorio contra la Discriminación del INADI presenta un análisis sobre el último número de la revista Caras del mes de julio de 2020, que publica en su tapa una imagen de Máxima Zorreguieta –la reina de Holanda– junto a su hija mayor, Amalia, de 16 años. En la imagen de la portada, madre e hija aparecen de espaldas caminando sobre un jardín, tomadas de la mano y mirando a la cámara por encima de sus hombros.

La polémica surgió por el título que eligió la publicación: **“La hija mayor de Máxima luce con orgullo su look ‘plus size’”**. En la bajada, agrega: “Amalia (16), la heredera al trono de Holanda, víctima del *bullying*, enfrenta las críticas con fortaleza y el incondicional apoyo de sus padres. Una princesa que vive su adolescencia sin tabúes y defiende su figura de ‘mujer real’”.





Algunos párrafos de la nota, son los siguientes:

...La primogénita de los monarcas holandeses tuvo **signado su destino** desde el momento de emitir su primer llanto. Y, aunque sus padres siempre se empeñaron el mismo tratamiento a sus tres hijas e igual educación, inevitablemente Amalia siempre fue la “diferente”. Hecho que en más de una ocasión despertó los celos entre las herederas del matrimonio.

...Pero más allá de los celos y las envidias que despiertan en la vida de quien dentro de 29 años cargará sobre su cabeza la corona de la reina, los días de Amalia se convirtieron en una verdadera pesadilla desde que su **peso** pasó a ser una “**cuestión de Estado**”.

...Fue precisamente en 2017 cuando en plena adolescencia comenzó a mostrarse **con algunos kilos de más**. Todos dijeron que era producto de su desarrollo y de haber heredado las **redondeces de su madre** y la **contundencia física de su abuela paterna**.

...Mientras la crueldad de las redes sociales la señalaba como “**La princesa gorda**”, “**La niña grande**”, “**La adolescente de figura redondeada**”, “**La heredera del sobrepeso**”, y se convertía en una víctima del bullying cibernético con bromas y memes de mal gusto, ella se mostraba en la nieve, sonriente junto a sus padres, luciendo un traje de esquí oscuro que su madre había usado cuando estaba **embarazada de siete meses de Ariadna**.

Como se advierte y será analizado a continuación, la revista Caras destaca la importancia central del aspecto físico y lo inadecuado de tener sobrepeso, reproduciendo un discurso hegemónico. El eje de la nota está puesto en la aceptación o no de una persona de acuerdo a parámetros de belleza vinculados a un modelo ideal que está naturalizado socialmente y se manifiesta muy especialmente a través de los medios de comunicación. Un discurso cargado de mensajes e imposiciones cosificantes sobre los cuerpos, que despliega una violencia simbólica superlativa sobre las mujeres.



## La hija mayor de Máxima de Holanda, referente del "Body Positive"

La heredera al trono, Amalia se muestra en compañía de su familia.

### I. Algunas cuestiones conceptuales

Antes de analizar la tapa de la revista *Caras*, es importante presentar aspectos conceptuales sobre la temática. El culto al cuerpo es un fenómeno que ocupa una gran centralidad en la vida moderna. La mirada externa cobra una desmedida relevancia y el aspecto físico de las personas es puesto en juicio, sometido a un permanente proceso correctivo, enaltecido o sancionado según se ajuste o no a los parámetros establecidos de una falaz "normalidad" y a los ideales estéticos impuestos.

Frente a este contexto, la discriminación por motivos de aspecto y caracteres físicos se ha vuelto parte de la vida cotidiana y se expresa concretamente en la vulneración de derechos y la exclusión que sufre una persona por no ajustarse al ideal de belleza hegemónico, basado en la delgadez (como principal imposición), el aspecto estilizado (que implica el tener determinada altura), la juventud o el tener un aspecto joven preservado (a cualquier precio) y la supremacía del color claro de la piel (desde una perspectiva racista).

En el *Mapa Nacional de la Discriminación* del año 2013, elaborado por el INADI, los actos de discriminación gordofóbica<sup>1</sup> representaron el tercer tipo de experiencia discriminatoria relevado, solo precedidos por los que tenían como pretexto la situación socioeconómica o el país de origen. Asimismo, en la actualización del Mapa realizada en 2019 –cuyos resultados aún son preliminares– se advierte una mayor relevancia de la problemática: se trata del segundo tipo de discriminación mencionado, con un marcado impacto en el segmento de 18 a 30 años de edad.

<sup>1</sup> La categoría discriminación por obesidad/sobrepeso ha sido revisada, ya que no se discrimina por el sobrepeso de una persona sino por los cánones de delgadez normalizada. Por tal motivo, hoy se utiliza la categoría discriminación gordofóbica.



## El mandato sobre los cuerpos

En un informe reciente, el INADI (2020) presentó un análisis y recomendaciones para evitar la difusión de discursos gordofóbicos. El informe dilucida los fundamentos, el origen y los resultados violentos y excluyentes que generan este tipo de discursos e imágenes estereotipadas. Al respecto, destaca que:

Detrás de los mandatos de belleza hegemónica se esconde la presión por adecuarse y encajar, situación que nos afecta de muy diferentes maneras. Como todos los mandatos, opera de manera doble demarcando qué es deseable y qué no lo es. En este caso se trata de un ideal que asocia la belleza con delgadez y, como contraparte, la gordura con fealdad. Nos encontramos entonces frente a un mandato que, equiparando delgadez con belleza, establece una jerarquía entre las personas (p.1).

Cabe señalar que el mecanismo de construcción de estereotipos requiere contar con instrumentos que permitan la repetición de la imagen estereotipada. Es así como se arraiga socialmente, por ejemplo, el mito en torno a un modelo de belleza ideal, sin importar cuán arbitrario sea y cuán imposible resulte alcanzarlo. En ese marco, dado el mayor acceso a contenidos audiovisuales, redes sociales, información y mensajes múltiples generado por los avances en materia de tecnologías de la información y la comunicación, adquiere una medular importancia denunciar las consecuencias de la imposición de un modelo de belleza hegemónico que pretende ser asumido como único y natural, y que deriva en permanentes situaciones de vulneración de derechos.

Ese modelo de cuerpo bello que se asume como universal no se corresponde con la diversidad que presentan los cuerpos reales. La exigencia que impone este paradigma genera sufrimiento: las personas se encuentran frente a una mirada social que sanciona y reprueba. Y, dado su carácter interseccional, esta problemática se agrava cuando es atravesada por estereotipos de género, raciales, xenófobos o clasistas. En este marco, sus efectos se traducen en:

... consecuencias que van desde alentar el desarrollo de trastornos de salud como la depresión, la anorexia o la bulimia, hasta favorecer la reproducción de estereotipos de género relacionados con la cosificación de las mujeres y la reducción de los cuerpos a objetos de valoración y consumo, cuando no acaba siendo expresado en el ejercicio de un acto discriminatorio e incluso un acto de violencia gordo-odiante (INADI, 2020, p. 6).



## La violencia simbólica

En la Argentina, en el año 2009, se sancionó 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. Esta normativa establece que la violencia contra las mujeres es:

...toda conducta, acción u omisión que de manera directa o indirecta, tanto en el ámbito público como en el privado, basada en una relación desigual de poder, afecte su vida, libertad, dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, como así también su seguridad personal. Quedan comprendidas las perpetradas desde el Estado o por sus agentes. Se considera violencia indirecta, a los efectos de la presente ley, toda conducta, acción omisión, disposición, criterio o práctica discriminatoria que ponga a la mujer en desventaja con respecto al varón (art. 4).

La Ley define también los tipos de violencia ejercida contra las mujeres, identificando la *violencia física, psicológica, sexual, económica y simbólica; y las modalidades: violencia doméstica, institucional, laboral, contra la libertad reproductiva, obstétrica y mediática* contra las mujeres. Dentro de esa clasificación, la violencia simbólica es definida como aquella que “a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad” (art. 5).

## II. Análisis de la tapa de la revista *Caras*

La tapa de la revista *Caras* del mes de julio del presente año ilustra de forma precisa el modo en que los medios de comunicación operan en la generación y/o reproducción de prejuicios, estereotipos y discursos de odio que son fundantes de los actos discriminatorios.

Medios gráficos como el analizado, generalmente muestran (especialmente en sus tapas) mujeres con un aspecto físico acorde al modelo estético hegemónico: delgadas, jóvenes, “blancas”. La diferencia respecto a lo que ocurre con los varones es marcada: el ícono varonil se mide a través del éxito –sea intelectual, deportivo, económico, social, político o sexual– y de patrones de masculinidad heteronormativos.

Los medios de comunicación muestran lo que los varones hacen; el culto al cuerpo también existe, pero no es excluyente: hay concesiones.

En el caso de la edición de julio de 2020 de la revista *Caras*, la exposición de un cuerpo “no ideal” en la tapa se produce para destacar su pretendida anormalidad, afirmando que se trata de uno “*plus size*”; la oposición con el cuerpo asumido como ideal queda en evidencia. En concordancia con la tapa, la nota está plagada de eufemismos que van en esa línea: “redondeces”, “contendencia física”, etc.

Es así que el discurso de la revista en torno a la cobertura de este tema constituye una clara situación de violencia de género del tipo simbólica, manifestada en un ámbito con tanta potencia como el de los medios de comunicación. Los iconos de revistas como *Caras* o *Gente*, tal como evidencia la imagen siguiente (Mujeres Que No Fueron Tapa, s.f), exhiben cuerpos femeninos considerados ideales. Por medio de este mecanismo se cosifica a las mujeres y se reproducen las condiciones de desigualdad de género y de subordinación.



La tapa que se analiza en este informe es, entonces, un claro ejemplo de violencia simbólica: muestra un cuerpo que solo puede ser exhibido si se señala su contraposición con el modelo de cuerpo asumido como ideal, lo cual refuerza los parámetros estéticos hegemónicos.

Es importante agregar la relevancia que poseen las redes sociales y la relación estrecha que tienen los contenidos que en ellas circulan con los contenidos publicados por los medios de comunicación. En tanto actúan como circuitos básicos

de formación y reproducción de estereotipos, esa interacción permite amplificar dicha reproducción. Los discursos gordofóbicos que se vehiculizan a través de memes, chistes, videos y distintas publicaciones refuerzan la estigmatización (INADI, 2020).

### III. Consideraciones finales

Los medios de comunicación poseen un rol fundamental en la constitución de los imaginarios sociales y como formadores de opinión. Por eso, es indispensable que comuniquen a partir de buenas prácticas, visibilizando la violencia simbólica y poniendo en cuestión las representaciones hegemónicas de los cuerpos femeninos.

Las palabras y las expresiones discursivas pueden ser vehículos de la discriminación o de la apertura a nuevas miradas que colaboren a deconstruir prejuicios y estereotipos. En este sentido, el INADI trabaja para promover una comunicación inclusiva, que desnaturalice las jerarquizaciones de personas, grupos, relaciones y prácticas sociales.

### IV. Recomendaciones

A menudo se tiende a trivializar expresiones socialmente naturalizadas, pero esto no disminuye la carga de estigmatización que conllevan, a la par de otras expresiones culturalmente más reconocidas, sancionadas y evitadas. En tal sentido, el INADI (2020, p.7) recomienda trabajar en tres niveles de la discriminación:

1. Evitar la **estigmatización** de las personas cuyos cuerpos no se corresponden con los cánones de delgadez normalizada. Erradicar toda alusión a la estandarización de los cuerpos, así como la difusión y la reproducción de estereotipos sobre las personas gordas, más aún en tono de burla.

- No reducir a las personas a su aspecto físico ni a su cuerpo como un todo, menos todavía reducir a las personas a una parte de su cuerpo.
- Evitar toda referencia a un criterio de normalización de las personas; es decir, la idea de que es necesario ajustarse a un determinado parámetro de normalidad. En su lugar, se recomienda favorecer una mirada que respete las diferencias y la pluralidad de los cuerpos.



- Erradicar toda referencia a determinados atributos físicos y estéticos como una meta a la que deben aspirar todas las personas.
- No alentar la meritocracia asociada al ideal de belleza. Tener en cuenta que un plan alimenticio ligado al peso o el nivel de entrenamiento físico no son fórmulas que garanticen los mismos resultados para todas las personas.
- No reproducir estereotipos que asocian la gordura con la falta de ejercicio, malnutrición y ausencia de voluntad.
- Tampoco aquellos que unívocamente asocian la gordura con la enfermedad, o la delgadez con la buena salud.
- Evitar toda ridiculización de las personas en base a características o atributos físicos.
- Prestar especial atención a la feminización del ideal de belleza, por cuanto son las mujeres e identidades feminizadas quienes mayormente sufren el hostigamiento sobre sus cuerpos.

2. Identificar, reconocer y eliminar la **marginación** –que incluye también el maltrato, el trato desigual y la representación negativa– de los cuerpos no hegemónicos.

- Repudiar y condenar las situaciones de violencia. Evitar la difusión de imágenes y testimonios con contenido discriminatorio, agresivo y de incitación violenta.
- Repudiar y condenar los mensajes de “odio” a los cuerpos gordos, recordando que el impacto en la infancia y adolescencia es muy profundo y peligroso.
- Evitar reproducir un mandato de delgadez como única forma de belleza, más aún entre mujeres, lesbianas, trans y travestis, jóvenes y adolescentes.
- Dar visibilidad a las demandas del activismo gordo, generando espacios donde puedan expresarse para dar fin al silenciamiento de sus voces.
- Reflexionar sobre el carácter racista del modelo estético hegemónico, así como su dimensión clasista y su raíz patriarcal, dando lugar a especialistas que puedan aportar a la comprensión cabal de la problemática.



3. Denunciar la **negación** de derechos y tomar medidas reparatorias cuando esto haya sucedido.

- Promover la inclusión de las personas gordas en espacios de difusión y medios de comunicación.
- Tener presente que el acceso a lo que se considera y promueve como una alimentación saludable está lejos de las posibilidades económicas reales de gran parte de nuestra sociedad.
- Advertir sobre la presencia de estos discursos incluso dentro del seno familiar, evitando la actitud de ser “policía de los cuerpos” dentro del hogar; en particular en el contexto de cuarentena, que impone una situación de particular vulnerabilidad emocional en la cual se multiplican las situaciones de ansiedad.
- Fomentar una relación respetuosa con el cuerpo, considerando el derecho y la oportunidad en términos de nutrición, cuidados y recomendaciones médicas, de acuerdo a lo que cada familia o persona necesite, desee y pueda sostener.
- Comunicar las formas y vías para denunciar las situaciones de discriminación.

## REFERENCIAS

INADI (2013). Mapa Nacional de la Discriminación. Segunda edición. Recuperado de: <http://inadi.gob.ar/contenidos-digitales/producto/mapa-nacional-de-la-discriminacion-segunda-edicion/>

INADI (2020). Discursos discriminatorios y gordofobia. Recuperado de: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe\\_gordofobia-aspecto\\_fisico\\_1\\_1\\_1.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe_gordofobia-aspecto_fisico_1_1_1.pdf)

Mujeres Que No Fueron Tapa (s.f.). Mostrar los estereotipos en los medios. Recuperado de <http://www.mujeresquenofuerontapa.com/>