



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**El contra-discurso propuesto en el documental *Fenty Beauty Show 2* sobre los estereotipos de belleza occidental**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del:**

**Título de Licenciada en Comunicación**

**AUTORA: Angie Sarahi Ruiz Villarreal**

**TUTORA: Tania Francisca Villalva Salguero**

**Quito-Ecuador**

**2022**

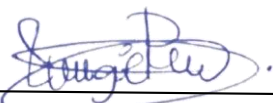
**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN**

Yo, Angie Sarahi Ruiz Villarreal con documento de identificación N° 1720729514 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 21 de Septiembre del año 2022

Atentamente,



---

Angie Sarahi Ruiz Villarreal

1720729514

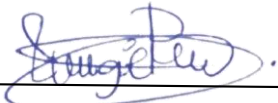
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Angie Sarahi Ruiz Villarreal con documento de identificación No. 1720729514, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Trabajo de Titulación: El contra-discurso propuesto en el documental *Fenty Beauty Show 2* sobre los estereotipos de belleza occidental, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 21 de Septiembre del año 2022

Atentamente,



---

Angie Sarahi Ruiz Villarreal


1720729514

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Tania Francisca Villalva Salguero con documento de identificación N° 0502959224, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaró que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: El contra-discurso propuesto en el documental *Fenty Beauty Show 2* sobre los estereotipos de belleza occidental, realizado por Angie Sarahi Ruiz Villarreal con documento de identificación N° 1720729514, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Licenciada en Comunicación que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 21 de Septiembre del año 2022

Atentamente,



Tania Francisca Villalva Salguero  
0502959224

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana por todo el conocimiento impartido en cada una de las aulas durante estos 4 años, doy las gracias también a los docentes de la carrera, en especial a la PhD. María del Carmen Ramírez por ser el soporte académico e interior en momentos difíciles, al MSc. Pablo Romero por su disponibilidad y apertura en cualquier circunstancia, agradezco a la MSc. Tania Villalva por el acompañamiento, la paciencia, el cariño, y la guía en la elaboración de este artículo.

## **DEDICATORIA**

Agradezco a Dios por darme la sabiduría para culminar esta etapa tan increíble de mi vida y le doy gracias por haberme dado a mis padres Gonzalo Ruiz y Angélica Villarreal, que desde el principio caminaron a mi lado y me llenaron de amor, responsabilidad para tener mi objetivo claro y sobre todo me brindaron mucho apoyo en cada uno de los pasos que daba.

A mi familia por sus consejos y buenos deseos, agradezco también a Santiago Sánchez y Gabriela Simba, dos grandes compañeros y amigos que siempre estuvieron presentes durante todo el transcurso académico.

Este artículo va dedicado a toda la sociedad, con el fin de que podamos entender que más allá de lo físico existe un mundo interior espectacular en cada uno de nosotros; entender que no es necesario cumplir con los estándares de belleza establecidos por la sociedad, porque el hecho de cumplirlos no garantizará la felicidad y el éxito deseado, pues, si lo analizamos resulta ser tan subjetivo y si reflexionamos todas estas prácticas ¿resultan ser algo aprendido o lo hacemos porque realmente sentimos plenitud?, te dejo esa pregunta.

Existir toda una vida condicionados no es algo fácil de desaprender. Pero vale la pena, espero desde el fondo que junto con las nuevas generaciones logremos de-construirnos en alma, mente y espíritu.

## INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
<i>Objetivo general</i> .....	4
<i>Objetivos específicos</i> .....	4
APROXIMACIÓN TEÓRICA .....	5
1. <i>GÉNESIS DE SAVAGE FENTY BEAUTY SHOW 2</i> -(INSPIRACIÓN DEL VIDEO) ...	5
Gráfico 1: Infografía sobre la génesis del video <i>Savage X fenty Show 2</i> . .....	6
2. <i>MOOD (ESTADO DE ÁNIMO) AUTOESTIMA Y SEXUALIDAD</i> .....	8
Gráfico 2: Infografía sobre el <i>mood</i> de las modelos del video <i>Savage X fenty Show 2</i> . ....	8
3. <i>COMUNIDAD (NATURALIZACIÓN) Y EL BODY POSITIVITY</i> .....	9
METODOLOGÍA .....	11
Tabla N° 1: Matriz de los ejes temáticos del video .....	11
Preguntas.....	13
Tabla N°2 : Matriz Netnográfica.....	15
RESULTADOS .....	26
CONCLUSIONES .....	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	34

## RESUMEN

Este artículo analiza el contra-discurso que se desarrolla en el video documental *Fenty Beauty Show 2* sobre los estereotipos hetero normados de belleza, en un primer momento se aborda como a lo largo de la historia los cánones de perfección se han construido y reproducido en la mujer mediante la moda, medios masivos, la publicidad, prácticas de belleza como ejercicios, dietas y cirugías; se analiza los elementos inspiración, *mood*, sexualidad y comunidad que se desarrollan en el mismo.

Se observa que los medios de comunicación masivos, las redes sociales, la publicidad, presentan este ideal positivista y valor de éxito, como una aspiración a ser cumplida por las mujeres con el fin de llegar a ser válida ante esta sociedad patriarcal, como resultado se da la estigmatización de ellas mismas hacia sus cuerpos, siendo sometidas al mito de la belleza con la que las sociedades se manejan, el reto está en conseguir el poder de liberarse y poder sentirse bien con el maquillaje, lencería o ropa que deseen usar, sin perder de vista su identidad

El fin es conocer si a través de un producto audiovisual se modifica de algún modo la interpretación de los imaginarios sociales sobre los estereotipos de belleza occidental en mujeres. El estudio se fundamenta en el análisis del contra- discurso y de 3 momentos que se visualizan en el video documental, uno de ellos conjugándolo con el movimiento *Body Positive* o positividad corporal, un contenido audiovisual de esta dimensión puede desestructurar y sensibilizar hacia la reflexión desde los procesos generadores de pensamiento, más no alcanza el cambio desde la raíz, debido a que existe una construcción de los cánones de belleza ideal muy marcada en el entorno subjetivo de la sociedad en general.

La siguiente investigación se fundamenta en un estudio etnográfico, el mismo que pretende analizar y describir los contra-discursos que se representan en *Fenty Beauty Show 2* mediante 3 técnicas, la primera es una matriz de análisis de la connotación o importancia que tiene los 4 ejes temáticos desarrollados por Rihanna en el video documental, como segundo punto mediante las entrevistas se desea conocer porque los estereotipos están tan presentes en la cotidianidad de los sujeto y como afectan la vida de las mujeres; finalmente mediante un análisis netnográfico realizado en la red social Instagram a el perfil @elcuerpoquesomos se desea conocer como los estereotipos de belleza occidentales son reproducidos por la sociedad actual y como páginas como estas pueden visualizarse y enviar mensaje de positividad corporal.



En conclusión, se puede sensibilizar mediante un producto visual a las audiencias y de esta sensibilización rescatar la reflexión de ellas mismas hacia la influencia e importancia que se da a estos cánones, mas no se puede cambiar los ideales de belleza que tiene la sociedad actual.

**Palabras claves:** Contra-discurso, Estereotipos, Belleza, Mujer, *Body Positive*.

## Abstract

This article analyzes the counter-discourse that is developed in the video documentary Fenty Beauty Show 2 about the hetero-normative stereotypes of beauty, in a first moment it addresses how throughout history the canons of perfection have been built and reproduced in women through fashion, mass media, publicity, beauty practices as exercises, diets and surgeries; also it analyzes the elements inspiration, mood, sexuality and community that are developed in it.

It is observed that the mass media, social media and publicity shows this positivist ideal and value of success as an inspiration to be fulfilled by women in order to become valid before the patriarchal society, as a result there is the stigmatization of themselves towards their bodies, being subjected to the myth of beauty, with which societies are managed, the challenge is to get the power to break free and feel good with makeup, lingerie or clothes that they want to wear, without losing their identity.

The aim of this is to know if through an audiovisual product the interpretation of social imaginaries about the stereotypes of western beauty women is modified in any way. The investigation is based on the analysis of the counter-discourse and three moments that are visualized in the video documentary, one of them is conjugating it with the Body Positive movement or body positivity, an audiovisual content of this dimension can destructure and sensitize towards reflection from the through generating processes, but does not reach the change from the root, because there is a construction of the canons of ideal beauty that are very marked in the subjective environment of society in general.

The next following investigation is based on ethnographic study, which aims to analyze and describe the counter-discourses that are represented in the Fenty Beauty Show 2 through three techniques, the first is a matrix of analysis of the connotation or importance of the four thematic points developed by Rihanna in the video documentary, as a second point through interviews we want to know why stereotypes are so present in the daily life of the subject and how they affect the lives of women; finally through a netnographic analysis carried out on the Instagram account @elcuerpoquesomos in which we wanted to know how western beauty stereotypes are reproduced by today's society and how pages like these can be visualized and send message of body positivity.

In conclusion, we can sensitize the audiences through a visual product and from this sensitization we can rescue the reflection of themselves towards the influence and importance given to these canons, but we cannot change the ideals of beauty that the current society has.

**Keywords:** Counter-discourse, stereotypes, beauty, woman, body positive.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación analiza los discursos de belleza occidental desde la contradisertación<sup>1</sup> propuesta en el video documental *Fenty Beauty Show 2* de Robyn Rihanna Fenty, se conoce que los estereotipos de belleza que han marcado la sociedad llegan a ser un problema histórico, debido a que han creado y desarrollado símbolos en torno a la forma de un cuerpo femenino, ya sea delgadez u obesidad, las mismas que han cambiado con el paso del tiempo.

En el siglo 1400 al 1700 en occidente, exactamente en el renacimiento italiano donde ser obeso o gordo se estableció como el equivalente de belleza, se buscaba cuerpos robustos con atributos grandes, como estómagos redondos y caderas anchas, “todo esto estaba ligado a criterios de jerarquía de los estratos sociales “donde el alimento era escaso y la delgadez era sinónimo de fealdad y pobreza”. (Moscoso, 2010, p.10)

Los años 1930-1950 fue la “Época de Oro”, establecido desde varios ideales de belleza a partir de artistas como Marilyn Monroe, Jane Russell, donde las mujeres con curvas pronunciadas pechos grandes, cintura definida y caderas anchas era sinónimo de belleza.

Los años 1970 y 1980 se posicionaron las súper modelos ellas tenían una figura atlética y delgada, cuerpos tonificados, piernas largas, pieles bronceadas, en el año de 1990 se desarrolló una tendencia llamada “*Heroin Chic*”, se trataba justamente de la belleza extremadamente delgada, esta época caracterizaba el pecho plano, las caderas angostas, piernas largas y muy delgadas, piel traslúcida (mujeres a las que se les notaban las venas).

La belleza milenial o belleza posmoderna comprende desde el año 2000 hasta la actualidad, son mujeres con busto ancho, abdomen plano, caderas y glúteos grandes, labios gruesos, ojos grandes y pómulos definidos; las Kardashian o JLo son consideradas modelos a seguir en esta época.

Así, el ideal de belleza femenina, la búsqueda de la perfección y la delgadez extrema son algunos de los cánones de belleza occidental, impuestos por la sociedad de forma directa hacia

---

<sup>1</sup>Las disertaciones y tesis son monografías que constituyen elementos de la comunicación científica, pero su función principal es demostrar que el candidato a un título académico es capaz de conducir y comunicar investigación independiente y original. (Nassi-Caló, 2016)

la mujer, distorsionando y creando una realidad ficticia, provocando así daños físicos y psicológicos impidiendo que el género femenino pueda avanzar cultural y socialmente.

El estereotipo de belleza física en el terreno de la posmodernidad ha presentado una imagen de mujer perfecta, con unas características particulares, “ser delgada, rubia, sonriente, con piel lisa, adinerada, exitosa y joven” (Murolo, 2009, p. 2) con cánones que se han aceptado por la sociedad de forma directa o indirecta, debido a que se buscaba un cuerpo simétrico, perfectamente proporcionado representando así la belleza, el estereotipo de belleza del siglo XXI se origina en occidente se trata de un constructo personal que recae sobre la corporalidad de cada individuo, mostrando al cuerpo como un vehículo hacia el éxito, la felicidad, la aceptación siempre y cuando cumpla con las características antes mencionadas.

La industria de la belleza y de la moda ha creado un prototipo de la mujer delgada y perfecta, la misma que se presenta como un referente publicitario masivo, donde el físico de la mujer se visualiza como un objeto por encima del sujeto. Las grandes firmas como *Victoria's Secret* ganan mucho dinero por construir una imagen falsa sobre la belleza de una mujer debido a que presentan modelos delgadas, atractivas, con cuerpos estilizados sinónimo de encanto denominadas “Ángeles de fantasía”, dicho ideal de belleza está impregnado de generación en generación específicamente en el entorno subjetivo de ser.

La comunicación que nos transmite la marca no solo con los cuerpos de las modelos, la lencería atrevida o la sensualidad, además de ser publicidad es más un estereotipo basado en la belleza de extremos. Muchas mujeres son conscientes de cómo la publicidad cosifica y maneja el cuerpo femenino como una herramienta de manipulación del mercado objetivo (Jácome, 2017, p. 6)

Cuando se habla de estereotipos y belleza nos remontamos a siglos y épocas distintas, las mismas que responden a mentalidades, necesidades, contextos culturales, concepciones de gustos diferentes, manifestados mediante las artes clásicas como son la escultura, la pintura, el arte, la literatura, el teatro mismas que han evolucionado con el tiempo.

En especial las artes figurativas, porque es en ellas donde podemos encontrar los testimonios más antiguos y en las cuales el artista intentaba plasmar el ideal de belleza que en la mayoría de los casos era ficticio, fruto de su imaginación inspirada e influida por el pensamiento de la época (Carmena, 2017)

La mujer ha sido invisibilizada, cosificada y menos valorada por mucho tiempo, las grandes agencias de belleza que diseñan lencerías y producen cosméticos como *Victoria's Secret* buscan afianzar los estereotipos de belleza occidental, la misma fue creada en 1977 por un hombre, con el fin de proporcionar un espacio para que los varones pudieran comprar lencería para sus esposas o amantes sin sentirse incómodos.

Hasta el día de hoy sus dirigentes son hombres, sus fundadores Leslie Wexner, Ed Razek, Roy Raymond y Gaye Raymond.

Estos hombres han sacado provecho de la publicidad y el marketing difunden mensajes sobre el empoderamiento de la mujer, según el *New York Times* muchas de las veces se realizaba conjuntos de ropa interior semejantes a ropa de niña para infantilizar a las mujeres convirtiéndose en fetiche para el público masculino, dejando en evidencia que su ideología patriarcal y heteronormativa.

Es por ello que se quiere analizar el contra-discurso de los cuerpos delgados, tonificados, y continuamente forjados a su mejora mediante dietas, ejercicios y, cirugías, todo esto ha cambiado en estos últimos años, debido a que la búsqueda de la belleza modificó la forma de ser construida y percibida desde los individuos. El video documental se presenta con el fin de cambiar la percepción sobre lo que se piensa cuando se habla de belleza y la connotación que tiene en la sociedad.

A partir de la descripción de las formas de inclusión que se fundamentan en los discursos del video documental *Fenty Beauty Show 2*, consecuentemente se clasifica las diferentes perspectivas que existen sobre el discurso de belleza occidental en mujeres, para finalmente interpretar las perspectivas de la retórica de figuras públicas en internet sobre la positividad corporal o *Body Positive*.

El contra-discurso propuesto en el video documental *Fenty Beauty Show 2* sobre los estereotipos de belleza occidental nace en oposición al discurso difundido por la marca *Victoria's Secret*, en donde no se busca voluptuosidad, sino que destaca a una mujer segura de sí misma con curvas o sin ellas, la cercanía a una representación natural de la sensualidad, donde el pilar fundamental es la aceptación haciendo énfasis en la inclusión y diversidad. “La belleza en 2020 no consiste en moldearse para encajar en el canon, sino en aplaudir la diferencia” (Rihanna, 2020)

Bauman (2011) menciona que la emancipación definida como tal “al presente y la propia situación de cada persona, donde se enfrenta a un nuevo momento histórico, porque hoy es hora de liberarse de una sociedad relativamente funcional, rica y poderosa” (p.21)

Estas definiciones se dan específicamente al ambiente de la percepción humana sobre los estereotipos de vida y los imaginarios colectivos fundamentados por la publicidad, que hacen de los estilos de vida una moda a seguir. Es difícil creer que el ser humano podría independizarse de los estereotipos comunes o dejar de consumir imaginarios y centrarse en formas de vida más naturales.

La pregunta de investigación es: ¿Cómo cambia la interpretación de los imaginarios sociales a través de la intervención de un contenido comunicacional planteado en el video documental *Fenty Beauty Show 2*?

***Objetivo general:***

Analizar el contra-discurso de los estereotipos de belleza occidental en el video documental *Fenty Beauty Show 2*.

***Objetivos específicos:***

1. Describir las formas de inclusión que se fundamentan en los discursos del video documental *Fenty Beauty Show 2*.
2. Clasificar las diferentes perspectivas que existen sobre el discurso de belleza occidental en mujeres.
3. Interpretar las perspectivas de la retórica de figuras públicas en internet sobre la positividad corporal, *Body Positive*.

## **APROXIMACIÓN TEÓRICA**

Al hablar de contra-discurso se hace referencia a la contrastación que la sociedad establece como “normal”, se define como un discurso de oposición y resistencia, “El contradiscurso busca desbaratar estereotipos y prejuicios y dar cuenta detalladamente del juego político y manipulador del discurso del nosotros” (Vigil, 2018); partiendo de esto se desea analizar el video documental *Fenty Beauty Show 2* como una contra propuesta a los estereotipos occidentales de belleza en donde ya no se presenta mujeres blancas, de ojos claros, con cuerpos esbeltos, sino más bien mujeres de todas las tallas, diversos tonos de piel, etnias, entre otros aspectos.

Durante décadas la mujer ha obedecido a las culturas estéticas, dietéticas, cosméticas, prácticamente la cultura del consumismo apoyada por los medios de comunicación masivos que reafirmaron y transmitieron la concepción de canon establecido por modelos en campañas de publicidad.

En la historia, la mujer representa encanto, inteligencia y seducción; a lo que los hombres no se pueden resistir, por lo que se ha visto en esta percepción peculiar una gran opción a la que se acomodan las necesidades publicitarias, con la idea de vender más, difundir una marca y potencializar la hasta el extremo de que esta represente más valor que el mismo producto que se ofrece, es el caso de *Victoria's Secret* donde realmente no es la prenda lo que interesa sino los dotes y estereotipos de perfección humana de los Angelitos (Jácome, 2017, p. 7)

El hombre también ha sido afectado con mensajes que inhiben la realidad en cuanto al cuerpo de una mujer, debido a que buscan esa idea errada que ha sido impartido por cadenas de publicidad sobre los cuerpos de mujeres estereotípicamente perfectos y cuando se topan con que todo esto es una ilusión existe un choque cultural y subjetivo, el mismo que es transmitido hacia la mujer mediante el hombre; como resultado la mujeres se inmiscuyen en estos cánones no solo para verse bien sino también para llamar la atención del sexo opuesto.

### **1. GÉNESIS DE SAVAGE FENTY BEAUTY SHOW 2 -(INSPIRACIÓN DEL VIDEO)**

*Show Savage X Fenty* nació en el 2019 de la mano de Robyn Rihanna Fenty más conocida en el mundo artístico como Rihanna, la marca de lencería y maquillaje nace con el fin de ser una contra propuesta al mundo de la moda que se vivía hasta 2019, con el fin de llevarlo hasta otro

nivel, no es un desfile convencional debido a que no es dirigido para un público determinado sino pretende llegar a todos, todas y todos.

Para el equipo de *Savage X Fenty* la moda resulta ser un mecanismo de defensa ante la categorización social, es por eso que se realiza este evento con la finalidad de reinventar los desfiles de moda convencionales, por ello uno de los mecanismos que se llevan a cabo es la narrativa visual, que tiene la capacidad de contar historias mediante imágenes a través de un discurso visual que remite a la presentación de los diferentes modelos.

### Gráfico 1: Infografía sobre la génesis del video *Savage X fenty Show 2*.



Elaborado por Angie Ruiz, 2022.

Rihanna muestra todo el proceso de producción que realiza para el video documental y para el desfile de modas, que rompe absolutamente con el estereotipo, empezando por el cambio de la estructura, debido a que no se presenta el desfile de vestuario por temporadas como usualmente se realiza un desfile de modas, sino más bien por ejes temáticos que quieren ir más allá de ser un show tan banal y simple.



La creación viene de adentro, nos inspiramos en todo lo que nos rodea, la narrativa empieza cuando se manifiesta una historia y creo que tenemos una oportunidad única de utilizar este concepto de una forma nunca antes vista. Nunca me niego a que cualquier estampado pueda ser para lencería porque la inspiración puede venir de todo y lo que la hace única es la percepción e interpretación del mensaje. Todo lo que hago es personal para mí, sobre todo si se trata de *Fenty Savage* porque yo soy la clienta número uno (Rihanna, 2020)

El sistema mundo occidental está ampliamente ligado a una hegemonía ideológica cargada de estereotipos de belleza, mismos que naturalizan una estética relacionada al estereotipo de belleza predominante.

*Fenty Beauty Show 2* presenta como un vehículo cultural de la moda y no se pretende romantizar, ni idealizar la puesta en marcha de la comercialización de lencería y maquillaje, simultáneamente se logra desestructurar los estereotipos que se han conservado por años en cuanto a los desfiles de moda, puesto que los individuos a través de los procesos generadores de pensamiento representan el mundo y lo interpretan con lo socialmente aceptado en un contexto y tiempo determinado, rompiendo los roles de género, naturalizando la diversidad sexual y cambiando las dinámicas de mercado, enfocándose en un *target group* que no han sido tomados en consideración históricamente, porque erróneamente la moda ha sido sesgada para el consumo exclusivo de cuerpos hegemónicos.

“La experiencia con la tela es completamente diferente a la vista y al tacto cuando tengo una tela lo primero que quiero hacer es tocarla y no puedo saber cuán hermosa es esa tela hasta que entras en contacto personal con ella, puedo sentir que se va a ver fabuloso en nuestros cuerpos y que no, y cuando produces la tela puede verla en todo su esplendor, ves cómo se amolda al cuerpo y cuenta un historia” (Rihanna, 2020)

## 2. MOOD (ESTADO DE ÁNIMO) AUTOESTIMA Y SEXUALIDAD.

Gráfico 2: Infografía sobre el mood de las modelos del video *Savage X fenty Show 2*.



Elaborado por Angie Ruiz

El género femenino siempre ha querido mostrarse tal cual es, de una manera salvaje, natural, auténtica, pero ha sido obligada por el sistema a callar, a no sentir, a sentir vergüenza, a no poder expresarse y en consecuencia de esto llega a ser sumisa ante la sociedad y ante ella misma. "El cuerpo de la mujer se ha convertido en un cuerpo clausurado, apático, fungiendo el papel

de un simple objeto que existe en la publicidad exclusivamente como un símbolo vacío y mal utilizado” (Bernárdez, 2010, citado en Jácome 2017, p.5)

La sexualidad es la parte fundamental del ser humano, de lo que somos, es el poder interior divino y profundo, se puede demostrar de una manera auténtica, es algo personal y que cualquier individuo debe poseer. Se puede demostrar mediante el empoderamiento de la mujer al usar lo que desee y cuando lo desea sin importar lo que digan, arreglarse para sí misma y no para la sociedad.

La feminidad y sexualidad es algo inherentemente poderoso pero en algunas mujeres se vuelve repugnante, porque tal vez tuvo que vivir una experiencia no deseada y en ese preciso momento pierde el poder que tiene ella misma y su sexualidad se vuelve una farsa, una actuación y no una realidad;

Para Goffman (1979, citado por Sánchez, 2017), manifiesta que se sorprende con la naturalización de posturas sexuales de las mujeres de los anuncios, quiénes son mostradas como débiles y subordinadas hacia un otro, el cual ni siquiera necesita una identidad o presencia. Define tendencias y patrones para mostrar lo femenino (p.14)

### **3. COMUNIDAD (NATURALIZACIÓN) Y EL BODY POSITIVITY**

Se representa en el video documental y se incluyen cuerpos totalmente distintos al canon legitimado por la sociedad y la presencia de la variedad de etnias también tiene una fuerte connotación con el fin de resaltar sus orígenes afro americanos, la puesta en escena de todos los artistas y modelos se presenta como una normalización del cuerpo divergente dando como resultado un giro de 180° a los desfiles de modas convencionales.

Se vincula el eje temático de comunidad con el movimiento *Body Positive* por que se conoce que este movimiento nace con el propósito de eliminar los estereotipos de belleza y dar apertura a la aceptación de todos los cuerpos distintos.

El *Body Positivity* es un movimiento nacido desde los años 60's en Estados Unidos y a lo largo de los años se ha ido desarrollando con más fuerza, la mayoría de personas que decidió luchar por este movimiento fueron personas cercanas a individuos que salieron afectados por tener cuerpos diferentes a los estereotipos de ese tiempo, es el caso de Connie Sobczak y Elizabeth Scott vivieron en carne propia la muerte prematura de Connie su hermana debido a que sufría TCA (Trastorno de Conducta Alimenticio).

“El *Body Positive* desafió los estándares poco realistas de la belleza femenina como la piel suave, el tamaño del cuerpo y evitar cualquier imperfección. Las redes sociales como Instagram, han sido utilizadas como una plataforma de publicidad para el movimiento” (Sánchez, 2019, p.7) Por años este movimiento ha buscado la inclusión de los cuerpos diferentes a toda costa, existen algunos exponentes como Rihanna, artista global, que con su video documental intenta incluir a todos, que aunque tengan personalidades diferentes, busca encajarlos en el mundo de la moda, maquillaje, lencería para todas las formas y tamaños de cuerpo “La inclusividad es parte de la naturaleza humana, cuando realicé este video documental solo pensaba en incluir a todos” (Rihanna, 2020)

La cultura del consumismo tiene como consecuencia, afectar la percepción física, las conductas y pensamientos sociales provocando de esta manera la frustración e insatisfacción de la mujeres por no lograr cumplir los estándares de belleza, por esto el *Body Positive* y el video documental rechazan firmemente estas prácticas negativas y transgreden con un discurso positivo pensado que cualquier tipo de cuerpo puede utilizar cualquier tipo de prenda y sentirse sexy, sensual.

“Connie Sobczak y Elizabeth Scott, fundaron *Body Positive* en 1996 debido a su pasión compartida por crear una comunidad viva y curativa que no reproduzca los mensajes sociales que mantienen a las personas en una lucha perpetua con sus cuerpos” (Sánchez, 2019. p. 6) es por esto la importancia de hablar sobre la comunidad, inclusión y la positividad corporal.

## METODOLOGÍA

Este artículo académico se trabajó desde un enfoque cualitativo con un diseño de investigación etnográfico, que “pretenden describir y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas de grupos, culturales y comunidades” (Hernández, 2014, p.503), de esta manera se examina la sociedad y como en su imaginario social estan impregnados los estereotipos de belleza.

Es por esto que el análisis del contra-discurso que se evidencia en el video documental *Fenty Beauty Show 2*, como una forma de de-construir los patrones de belleza femenina que existe en la actualidad, se aborda desde la exhibición de modelos de todas las etnias, con tallas desde XS hasta XXL, modelos con celulitis, estrías, flacidez, hombres y mujeres LGBTIQ+, haciendo énfasis en la inclusión y diversidad.

El paradigma que se empleó para esta investigación fue socio crítico porque busca cuestionar la ideología de la realidad social que se concibe como una realidad plural y dinámica que busca la constante evolución, es por eso que el objeto de análisis es “el contra-discurso que se define como aquel que se opone al discurso hegemónico y busca dar las razones para desnaturalizar aquello que las élites han legitimado” (Vigil, 2018)

Se aplicó 3 herramientas, la primera fue una matriz que abordó el análisis y la determinación de los 4 ejes temáticos representados en el video, los mismos que presentan un contra-discurso en el documental con esto se requiere conocer ¿cuál es su connotación e importancia dentro del video?.

**Tabla N° 1: Matriz de los ejes temáticos del video**

Matriz	
Ejes temáticos	Connotación/Importancia
<b>Inspiración</b>	Es totalmente diferente la forma y la manera en la que se desenvuelve el desfile de modas, debido a que en la puesta en marcha del show cada uno se vuelve parte del todo y todos son importantes, aquí no existe un centro de atención al que hay que dar mayor realce, así se logra romper el

	estereotipo cultural que hemos conocido sobre las pasarelas y desfiles de modas.
<b>Mood (Estado de ánimo)</b>	Es importante destacar la dinámica de empoderamiento al usar lo que desee y cuando lo desee, siendo ella misma y a la vez romper el estereotipo impuesto por las redes sociales de los famosos, donde no se muestra la falsa perfección de la vida, sino el lado real de la cotidianidad que no siempre es perfecta y recordando que también son humanos y tienen problemas, tristezas, malas y buenas noticias, etc.
<b>Sexualidad</b>	Erróneamente se determinó cuando hablar de sexo, en qué lugar hacerlo y con qué personas hablarlo, cuando la sexualidad es inherente al ser humano.
<b>Comunidad</b>	En el video documental se evidencia la normalización, naturalización y superación de los cuerpos distintos debido a que se los ubica como normales y que son parte del todo.

Elaborado por: Angie Ruiz, 2022.

La segunda herramienta que se utilizó para esta investigación fue entrevistas, realizadas a un comunicador y una psicóloga, con el fin de clasificar las diferentes perspectivas que existen sobre el discurso de los cánones de belleza occidental. Para la ejecución de estas entrevistas se redactaron preguntas abiertas con la intención de conocer, desde su criterio, el por qué cree que se han marcado en las mujeres los estereotipos de belleza occidental; es importante recalcar que por estereotipos de belleza entendemos a la respuesta por parte de la sociedad a un modelo cultural que debe seguirse y que distorsiona sensiblemente la realidad, lo cual puede provocar, en este caso, hasta daños físicos y psicológicos, también se desea conocer la opinión sobre los contra-discursos desarrollados en el video.

Se creyó importante considerar la opinión de un experto en comunicación Pablo Romero Docente de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, porque es

indispensable conocer desde la perspectiva masculina y comunicativa sobre que se piensa acerca de los estereotipos y qué connotación representa el video documental *Fenty Beauty Show* 2, además que se conoce que es un profesional en comunicación social especializado en investigación y derechos humanos, cuenta con un diploma superior en juventud y sociedad en América Latina.

### Preguntas:

1. ¿Porque cree que desde la teoría del discurso se han impuesto a la sociedad en especial a las mujeres los cánones de belleza occidental?
2. ¿Desde su opinión cree que este tipo de video documental podría cambiar la perspectiva de la “belleza perfecta”?
3. ¿Con cuál de los 4 aspectos que se abarcan (inspiración, *mood*, sexualidad, comunidad) en el video documental podríamos iniciar una campaña de sensibilización en contra de estos estereotipos?
4. ¿Cómo la comunicación se ve inmersa en estos procesos de transformación de los imaginarios?
5. ¿Cómo cree que el *Body Positivity* se desarrolla en este video y cómo influye en el mismo?

Se creyó importante escoger a Daniela Bautista Psicóloga Clínica, experta en temas de género, porque es una profesional muy joven, que actualmente trabaja con una comunidad LGBTQ+, brinda conocimiento en talleres, capacitaciones con temáticas que aborda temas como: aprender a como autodenominarse, hasta brindar el acompañamiento adecuado con problemas legales tales como cambios de nombres o sexo en documentos personales, aparte es fiel creyente que la positividad corporal y cree que se debería poner en práctica de manera fundamental como un principio desde casa, que los niños desde pequeños aprendan a no juzgar, a no apodar, ni poner sobre nombres a otros que sean distintos a ellos.

## Preguntas:

1. ¿Desde la perspectiva de la psicología clínica porque cree usted que se han marcado los estereotipos de belleza occidental en la sociedad?
2. ¿Piensas que desde la comunicación junto con la psicología clínica se puede cambiar la concepción de estos estereotipos?
3. ¿Desde tu experiencia qué daños físicos y psicológicos son los frecuentes en las mujeres?
4. ¿Cómo piensas que *Fenty Beauty Show 2* puede ayudar a cambiar la percepción de la belleza “perfecta”?
5. ¿Cuál de los 4 momentos (inspiración, *mood*, sexualidad y comunidad) expuestos en el documental crees que desde la psicología clínica serviría para intentar cambiar el estereotipo de belleza corporal marcado aquí en latino américa?
6. ¿Qué cree que hace falta para difundir el movimiento del *Body Positive*?


Finalmente el procedimiento que se utilizó para interpretar las perspectivas de la retórica de figuras públicas en Instagram sobre la posibilidad corporal o *Body Positivity* es la teoría de la retórica de la imagen de Roland Bartes, presenta el analizar el discurso de la imagen publicitaria deliberada.


La denotación se refiere a un discurso que tiene como objetivo describir la imagen tal como se la presenta. Y la connotación hace referencia a un discurso subjetivo que depende del contexto cultural en el que se desarrolle y representa e interpreta lo que se personifica (Caiza & Enríquez, 2020)

El análisis se lo realizó mediante una netnografía ubicando una tabla con 4 parámetros: ilustración, discurso, connotación y denotación, se ubicaron 7 publicaciones tomadas de la red social Instagram de la cuenta @elcuerpoquesomos, la tabla cuentan con una ilustración y un discurso lingüístico, para determinar la denotación se observó y describió el discurso literal de la publicación, mientras que, para la connotación se ubicó el discurso de la interpretación de la publicación, todo esto con la finalidad de aclarar y demostrar que si se puede generar en la sociedad actual la deconstrucción de los cánones o estereotipos típicos que se tienen sobre la belleza, “La belleza en 2020 no consiste en moldearse para encajar en el canon, sino en aplaudir las diferencia” (Rihanna, 2020), este fin busca visibilizar la realidad del cuerpo de la mujer.



**Tabla N°2: Matriz Netnográfica**

Ilustración	Descripción	Denotación	Connotación
<p>1.</p> 	<p>Marilyn Monroe: 'El icono más grande y más elegante del mundo' "Ella tenía pancita, sus muslos tenían celulitis, estrías y sus senos no estaban firmes. Ella es considerada una de las mujeres más hermosas que existió.</p> <p>Si los parámetros de belleza de los cuerpos naturales y reales se hubieran mantenido así en las últimas seis décadas, las mujeres no necesitan luchar por una silueta inalcanzable. Si hubiéramos crecido con más imágenes cómo estás, ¿cómo crees que sería la relación con tu cuerpo?</p> <p>Esto me hace pensar que los ideales de belleza son los mejores esquemas de marketing en el mundo.</p> <p>¿Qué mejor manera de hacer dinero que hacer sentir fea a la mitad de la población mundial y después venderles la solución?</p> <p>Lo mismo aplica con las dietas... son la cura perfecta para una enfermedad que no existe. Crea un problema (insatisfacción con la imagen) y luego</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Marylin Monroe</li> <li>✓ Mujer joven</li> <li>✓ Mujer en bikini</li> <li>✓ Discurso reflexivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sitúa un icono de la belleza mundial</li> <li>✓ Parte hacia la reflexión</li> <li>✓ Evidenciando en una fotografía a una mujer empoderada, que no cumple con los estereotipos de una mujer de talla 0.</li> </ul>


	<p>ofrece algo para resolverlo. ¿Qué opinas? foto @mundodesconocidohd texto@elcuerpoque somos</p>		
<p>2.</p> 	<p>Hace casi 2 años que no me afeito ninguna parte del cuerpo. Estoy aprendiendo a amar mi vello corporal, ¡no puedo ni imaginarme tener las axilas depiladas!</p> <p>La parte de mi cuerpo con la que más lucho es la vulva. No por enseñar la línea del bikini, me gusta el aspecto que tiene, es por el sexo y la intimidad con otro.</p> <p>Me han enseñado que tener pelo en esa zona es sucio e inaceptable. Me enseñaron que los pelos en las piernas, los muslos, las axilas y la vulva son raros. Y, como la mayoría de las mujeres que conozco, empecé a depilarme.</p> <p>Durante las relaciones sexuales, tengo un pensamiento dominante, "¿le parece desagradable?". Puede distraerme lo suficiente como para no poder relajarme y recibir el placer que merezco.</p> <p>Recuerdo momentos de mi juventud en los que me sentía mortificada cuando mi vello corporal no estaba</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuerpo Femenino</li> <li>✓ Vulva con vello púbico en bikini</li> <li>✓ Testimonio</li> <li>✓ Construcción histórica</li> <li>✓ Machismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se presenta una historia en la que se busca superación aunque todavía cuesta aceptarse y verse con amor.</li> <li>✓ Historia contada desde la resiliencia de un cuerpo autónomo.</li> </ul>

perfectamente depilado para el sexo. Y pienso en lo triste que es eso.

Me han enseñado a priorizar el placer masculino a toda costa; incluso a costa de mi propio placer. Como mujeres, reclamar nuestro placer no es fácil. El mundo ha centrado los deseos de los hombres durante siglos, al tiempo que ha demonizado el deseo femenino.

He tardado años en darme cuenta de que mi placer es una prioridad. Ahora dejo de lado a las parejas que solo están dispuestas a hacer lo mínimo, pero que se sienten con derecho a su propio placer. Mi vida sexual es infinitamente más satisfactoria por ello. Sin embargo, por muy segura de mí misma que parezca, todavía me cuesta pedir que se satisfagan mis necesidades sexuales. Mi vello corporal no lo hace necesariamente más fácil. Toda una vida condicionada no es algo fácil de desaprender.

Pero merece la pena. Mi vello corporal me ha ofrecido lecciones que van más allá de la piel. El vello corporal femenino desafía no sólo el statu quo del mundo a nivel superficial y visual, sino

	<p>también nuestros estigmas y creencias más profundos en torno al placer y el sexo femenino.</p> <p>Está bien si te gusta depilarte, no estamos en contra de ello, pero te has preguntado, ¿por qué lo haces?, ¿Es algo aprendido o es porque realmente te sientes más cómoda?</p> <p>@sundaymorningview @caley_draws</p>		
<p>3.</p> 	<p>Me separé de la idea de “si no luzco de cierta manera, valgo menos y no le agradaré a lxs demás”.</p> <p>Cuando estuve en el pico del TCA (Trastornos de conducta alimentaria), me dijeron una infinidad de comentarios respecto a mi físico. Esos comentarios que parecen “solo palabras al aire”, para mí eran como un golpe duro en el estómago, y se repetían una y otra vez en mi cabeza. Sentía que estaba fracasando en la vida y que se me estaba yendo de las manos. Cuando en realidad, la estaba dejando pasar frente a mis ojos por estar sumergida tratando de complacer a los demás con mi aspecto físico. — “¿Qué va a decir esa persona cuando me vea después de tanto tiempo y note</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mujer sonriente</li> <li>✓ Mujer joven</li> <li>✓ Mensaje lingüístico</li> <li>✓ Cuerpo sentado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los juicios de valor afectan mucho la psicología de una persona generando enfermedades</li> <li>✓ La vida de una persona con desórdenes alimenticios pasa a un segundo plano y su prioridad es cuestionar cada vez más su físico cayendo en humillación por sí mismo.</li> <li>✓ Asume y cree que lo que piensa sobre ella de una forma despectiva va a ser</li> </ul>

<p>que mi cuerpo cambió?” “Mejor me quedo en casa” —pensaba.</p> <p>Desde que dejé de estar en contra de mi cuerpo, y estamos en el mismo equipo, me di cuenta que definitivamente funcionamos mejor juntos.</p> <p>En vez de pensar “mi cuerpo se ve bien”, lo cambié a “mi cuerpo es un buen cuerpo, independientemente de cómo se vea”.</p> <p>No importa qué comentarios te hagan sobre tu cuerpo, “muy delgadx”, “come menos”, “come más”, “baja de peso”, “muy flácidx”, “muy musculosx”, etc.</p> <p>Recuerda que no es tu responsabilidad lo que lxs demás piensen de ti.</p> <p>Tu cuerpo es tuyo y de nadie más. Siempre va a estar en constante cambio según las etapas de la vida en la que estén y no es un “proyecto” en el que tienes que trabajar para arreglarlo.</p> <p>Cuidemoslo desde el amor, hagamos las paces con nuestro físico ❤️ nos daremos cuenta que bien se siente disfrutar de la vida más allá de nuestra apariencia. @siendolorena</p>		<p>lo que piensen los demás.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------

4.



El objetivo que tengo para mí cuerpo este año es ejercitar los músculos de mi cerebro con tanta fuerza que finalmente comprendan que la forma en que mi cuerpo se compara con los estándares de belleza de la sociedad no define NINGUNO de mis valores.

La meta para mi cuerpo este año es comer para nutrir mi cuerpo y trabajar en mi salud para que mi salud mental sea mejor, también comer de vez en cuando los alimentos llamados "culposos" "pecado" o "prohibidos" por pura alegría, para divertirme porque la comida es arte, placer y disfrute.

El objetivo para mi cuerpo este año es solo ejercitarme para sentirme mejor, estar más sana, más energética, más concentrada, más flexible, más ágil, más feliz y solo hacer lo que mi cuerpo anhela en lugar de empujarlo más allá de la comodidad para lucir mejor.

El objetivo para mi cuerpo este año es sentirme como en casa en este cuerpo que es suficiente tal y como es. @laineymolnar

- ✓ Dos cuerpos totalmente idénticos
- ✓ Comparación positiva
- ✓ Metas a cumplir

- ✓ Ubica en primer lugar la importancia de tener una salud mental fortalecida.
- ✓ Vive día a día haciendo lo que le haga feliz, sin privarse de nada
- ✓ Es consciente de que su autoestima sólo depende de sí misma y no de lo que los demás digan.
- ✓ El ideal de belleza no está entre sus metas para este año.

<p>5.</p>	<p>-Hay mujeres flacas que se sienten mal con su cuerpo y sufren</p> <p>-Hay mujeres flacas que por el solo hecho de serlo, sufren</p> <p>-Hay mujeres flacas que se sienten inadecuadas y sufren</p> <p>-Batallar y luchar con el cuerpo y la comida no depende de una talla @elcuerpoquesomos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ilustraciones</li> <li>✓ Fotografías</li> <li>✓ Comentarios</li> <li>✓ Reflexión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se ha considerado que la delgadez es sinónimo de “normal”.</li> <li>✓ Sin conocer que es una condición muchas veces metabólica llamada cuerpo ectomorfo: son personas bastante delgadas, los huesos suelen ser bastante delgados a estas personas les cuesta ganar peso y pierden calorías con mucha facilidad.</li> <li>✓ Las “críticas constructivas” o “consejos” que la gente da cuando una persona es más delgada de lo normal según ellos piensan que no se consideran ofensas, pero todos tenemos un espejo en casa, que te hace creer que no veo lo que tú ves.</li> </ul>
-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.



Hace mucho que no veo a mi cuerpo, me limito a vestirme e ignorarlo. Me concentré demasiado en todo el dolor físico y olvidé el tiempo en que nos amábamos.

Volvió a mí la vergüenza, ese sentimiento de amor odio, la inseguridad ante cualquier mirada, la desconfianza hacia mí misma.

Por momentos, las imposiciones sociales me preocupan demasiado. Me pesan los comentarios y preguntas acerca del después, pues a las personas parece molestarles la piel que aún me queda. Me lastima cuando me comparan y eso hace que me quiera esconder.

Cuando esto pasa solo cierro los ojos y me aferro a la mujer que fui. Ignoro todo lo de afuera y me concentro en escuchar el silencio.

Hoy decidí romper el molde de estos meses, hoy volví a mirarme con amor, no con ojo crítico, hoy volví a tocar mi cuerpo, a sentir cada parte de él, ver cada nueva marca dejada por las cirugías, cada pliegue, cada nueva estría, me he reencontrado con el

- ✓ Tronco de una mujer
- ✓ Estrías
- ✓ Flacidez
- ✓ Celulitis

✓ Al realizar este análisis me da la impresión de que esta mujer tal vez pasó por un cambio brusco en su peso y en consecuencia se reflejó en la piel.



dolor, con el odio, y maravillosamente el amor salió hacerle frente.

Me abrace como nunca y lloré por horas, volví a mí, valore cada batalla que este cuerpo ha librado, y me sentí segura, y que increíble, pues así es el quererse, nada es lineal, nada es fácil, nada se mantiene por siempre.

No hay nada de color rosa, no hay tiempo límite, no hay guías, nadie nos enseñó y el descubrirlo cuesta bastante. Este es mi camino individual y no me presiono, las cosas llegarán a su tiempo o no, y está bien, porque los caminos de todos no tienen por qué ser los mismos, nuestras experiencias pueden o no coincidir, y sin embargo, ninguna es menos valorable que la otra.

Hoy me dedico a mirarme de nuevo, a darle las gracias a mi cuerpo por tanto, espero un día me perdone mis flaquezas y volvamos a tener esa relación que tuvimos.

@yesi\_kreyes

7.



Hoy es uno de esos días que tengo que aceptar que no me gusta, será porque hoy es sábado en la noche, quién sabe. Pasar la responsabilidad es lo más fácil.

Recuerdo "críticas" de hace años, que nunca se van a borrar de mi cabeza. Llegar a un lugar y darme cuenta que no era bien vista desde el primer momento, que no encajaba. En cambio, yo sí tenía que aceptar "los consejos" para ser una más. Vístete así, haz así, esto no, esto sí, en fin.

¿Lo peor? Qué hacía caso. Y eso lo único que hacía era empeorarlo todo.

Puse los estándares de otros como mis referencias mientras mis metas las dejaba de lado. Es curioso como con unos comportamientos tapamos otros.

Ahora, tengo que hacer memoria para recordarme que quiero aceptar mi reflejo en el espejo y no dar lugar a viejas costumbres que no me hicieron bien✦✧

¿Te ha pasado que aún tienes esos comentarios o críticas que aparecen una y otra vez en tu cabeza? ¿Podrías

- ✓ Mujer madura
- ✓ Fotografía de una mujer sentada viéndose a un espejo
- ✓ Cara de preocupación

- ✓ El lenguaje verbal que se expresa en la foto, la manera de ubicar su puño cerrado en su barbilla da a entender que tiene una preocupación por lo que ve en el reflejo del espejo.

	contarnos cuáles han sido esos comentarios que no olvidas para que otros aprendan a no hacerlos JAMÁS? @soloveto		
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Elaborado por: Angie Ruiz, 2022.

## RESULTADOS

La posibilidad de conocer cómo, cuándo, dónde y por qué se establecieron los estereotipos de belleza del mundo occidental que ahora se conocen y que se encuentran tan marcados en el entorno subjetivo del ser humano, evidencia cómo los cánones resultan ser tan dañinos para las mujeres, pues se presentan en el campo social como una imagen cargada de morbo, pero también de belleza.

Para esta investigación se realizó un análisis del contra-discurso presentado en el video documental *Fenty Beauty Show 2*, mediante 3 mecanismos; el primero es una matriz que describe las formas de inclusión que se fundamentan en los discursos del documental mediante la importancia de 4 ejes temáticos: inspiración, *mood* (estado de ánimo), sexualidad y comunidad, los mismo que pretenden romper con la normativa establecida con la que se realiza un desfile de modas convencional, donde se da la cosificación de los individuos que son parte del show como “adornos” de un escenario mientras que, en *Savage Fenty* se busca desarrollar un escenario en igualdad de condiciones en un ambiente más humano y consciente en donde los artistas buscan destacar juntos, sin menospreciar al otro.

El humor también juega un papel importante, el aprender a no criticar el cuerpo de uno mismo, sino verlo con amor, buscar matices que inspiren, que se sientan bien, plasmar el resultado que se quiere tener con confianza, todo esto tiene un nexo emocional tenaz en la vida de una mujer. “Cada vez que dejas de hacer algo por no denotar una mala imagen corporal, estás reafirmando tu sentir de no suficiencia y renuncias a vivir desde tu esencia” (Mireia, 2021), por consiguiente partir de la sexualidad sana es algo fundamental a la hora de aceptar, legitimar y reconocer el daño que ha causado la cultura de las dietas y la figura ideal errónea.

Cuando hablamos de la verdadera aceptación inmiscuimos el acto de reconocer los juicios de valor, las concepciones y pensamientos dolorosos con respecto a los cuerpos de manera personal, generando conciencia de que el mundo estético está disciplinando la vida de las mujeres hacia las cirugías, dietas, ejercicios, exigencias, contextos sociales, que sin más derivan en los mismo estereotipos.

Si yo decidí contar mi experiencia es porque creo necesario que todas las personas no solo nos informemos bien de las cosas, si no para acabar con la romantización de los procedimientos quirúrgicos para bajar de peso, los cuales son sumamente lesivos para el cuerpo, y que además no le aseguran a nadie la delgadez eterna y la felicidad plena.

El día que hice pública mi enfermedad a pesar del dolor que me causa el solo hablarlo, fue porque hay miles de personas que pasan por la misma violencia médica que yo pasé, personas que están en mi situación o que tristemente hoy ya no están, y si yo ahora tengo una voz, voy hablar por ellas (Reyes, 2021)

Cuando Rihanna habla de comunidad existe la certeza de la superación y normalización del “otro”, no ubicándolo de manera extraña o diferente sino “más bien ubicar la posibilidad de no cuestionar los distintos o sorprendernos porque el mundo es así de simple y normal”(Romero, 2021)

El segundo mecanismo que se utilizó son las entrevistas que se desarrollaron para clasificar las diferentes opiniones e interpretaciones, en síntesis para Pablo Romero, Docente de la Universidad Politécnica Salesiana, los estereotipos de belleza occidental están impuestos por la sociedad debido a que existe un discurso hegemónico, desde la cultura del consumo y la moda con los patrones de producción de ropa, acompañados de un estereotipo que se reproduce en películas, medios masivos, publicidad, internet, redes sociales, con el propósito de estimular e inhibir la reflexión sobre la normativa.

La representación visual de las mujeres como promotoras del consumo en las sociedades occidentales nace con el modernismo y constituye una práctica que se ha ido acrecentando, legitimando y puliendo con la expansión del capitalismo, lo cual es un tema que no solo implica la generación de nuevas necesidades materiales sino principalmente la normalización a nivel simbólico de modelos e imaginarios estereotipados de ser mujer, conectando el consumo con el nivel emocional y subjetivo de los individuos modernos (Pontón, 2015, p.55)

Se rompe el estereotipo del *High Fashion*, que como discurso pretende manifestar que el uso y la compra de esos productos sólo será posible si un individuo forma parte de un grupo élite, mientras que Rihanna rompe esta postura y crea ropa para, absolutamente, todo tipo de personas y cuerpos a fin de que ellos, ellas, ellxs se sienta sexys, consolidándose en sí mismo y empoderándose de sus cuerpos, dentro de este punto la sexualidad llega a ser muy importante para difundir material a fin de sensibilizar a la sociedad en contra de los cánones de belleza occidental.

Por su parte, Daniela Bautista, Psicóloga Clínica experta en temas de género, asegura que los estereotipos de belleza se han acentuado por el hecho de vivir en un contexto social de un país tercermundista, atrasado y que vive a la sombra de un país desarrollado como Estados Unidos y la industria del cine *Hollywoodiense*, en donde los patrones están excesivamente marcados, debido a la representación de mujeres de tallas 90-60-90, rubias, de ojos verdes, altas,

caucásicas, por el mismo hecho de la difusión en los medios masivos la sociedad actual vive alimentada por estos cánones. Se pueden influenciar a que los estereotipos evolucionen en las nuevas generaciones, pero no se pueden cambiar completamente debido a que es una construcción histórica que se replica de generación en generación por más de 30 años.

Estos valores son transmitidos por la familia y otras redes sociales y, mediante un proceso de identificación, se integran en la personalidad conformando el Ideal del Yo. Este incluye los ideales culturales, asumidos y experimentados como propios, de modo que la auto-estima dependerá de la medida en que el Yo pueda asemejarseles. (Turbet, 2012, p.163)

Los estereotipos están tan normalizados e incluidos en aspectos tan generales como la salud, cuando una mujer se encuentra frente a la talla y el peso ideal al que debe responder pero no siempre el estar delgado va a definir que goza de buena salud, asimismo que el verte lindx no significa que un individuo se encuentre bien.

Dentro de la psicología se presenta la perspectiva unitaria y comunitaria, misma que expone que todos los individuos deben reconocer y catalogarse según sexo, talla, peso, etnia, género, color de piel; como consecuencia, esta clasificación impide que se pueda romper los sesgos porque como resultado se da la diferencia-etiqueta que como seres sociales percibimos que ser diferente se cataloga como un prejuicio es por esto que se busca encajar.

En contraposición Rihanna presenta y hace evidente el tema de posibilidades en cuanto a cuerpos distintos, “entender que hay matices, del blanco al negro hay mil matices y este video te da la posibilidad de entender que estos matices están ahí simplemente la sociedad no quiere verlos porque no se evidencian en productos comunicativos” (Bautista, 2021) es por esto que cabe recalcar la importancia de mostrar estas diferencias con la sociedad para pretender eliminar los estereotipos de belleza, delicadeza y sensualidad ejemplar.

La moral en los países primermundistas es muy diferente a la ecuatoriana en donde el tema de la crítica, la delimitación del otro, del distinto es escandalizada por no encasillarse en un estereotipo. Es por esto que tal vez el remedio para cambiar estas sociedad heteronormativa es criar una nueva generación con otra perspectiva desde lo primitivo con la posibilidad de que el cerebro aun no este acostumbrado a reconocer que los cuerpos distintos también se ven bien tal y como son porque no existe en la subjetividad esta normalización, sino más bien esta sociedad en su mentalidad espera ver el típico cuerpo perfecto, “no estamos listos para decir esa prenda le queda bien a la flaquita, a la gordita porque fue hecha para todas” (Bautista, 2021)

La positividad corporal, misma que desde hace años nace en contra propuesta de la gordofobia y más bien busca el cuidado del cuerpo humano, debido a que ser flaca esta socialmente aceptado pero ser gorda no.

En estos últimos años se ha satanizado esta práctica de reivindicación como un discurso que aplaude la vida poco beneficiosa, se especula que son personas gordas, obesas y nada saludables las que apoyan el movimiento.

El movimiento *Body Positive* no hace más que aumentar el problema, no solo al hacer que la obesidad parezca la norma, sino al demonizar los hábitos saludables como algo que la sociedad está obligando a hacer a las mujeres para mantener una figura delgada (Sánchez,2019,p.8)

La positividad corporal no se determina por un peso o una talla más bien este movimiento va más allá puesto que el cuerpo tiene infinidad de aspectos que se pueden tomar en cuenta y todos ellos pueden estar saludables sin tener que cumplir con una medida establecida.

Existe un paradigma totalmente absurdo dentro de la sociedad el cual menciona que si eres gorda no puedes propasarse al momento de comer, mientras que si eres delgada no importa que tengas malos hábitos alimenticios porque necesitas estar más “rellenita”, he aquí cuando se da una reflexión y se pone a la salud como excusa para comentar sobre el cuerpo de una persona, pero se debe tener en cuenta que es la opinión ajena la misma que se debería afectar al que habla, no del que se habla.

Es por esto que se decidió estudiar desde una matriz netnografía para interpretar las perspectivas de la retórica de figuras públicas en Instagram sobre el *Body Positivity* y realizar el análisis desde lo connotativo y denotativo sustentado en la Teoría de la retórica de la imagen de Roland Barthes.

Existen signos y símbolos que nos determinan día a día y desde la semiología se puede estudiar la reglamentaria y normativa de la “belleza perfecta” que la colectividad a denominado como correcto, así menciona Barthes (1970 citado por Barros, 2018) “percibía que las sociedades están influenciada y hasta manejada por la burguesía, mediante el uso y la producción de signos, que inconscientemente nos están manipulando socialmente” (p.7)

Como tercer mecanismo para realizar esta investigación se da el análisis de 7 publicaciones tomadas del perfil @elcuerpoquesomos de la red social Instagram por la fuerte connotación y discurso que manifiesta el solo hecho de ver una imagen y poder llegar mediante la misma hacia la reflexión, se presentan diversos cuerpos naturales, sin filtros, sin máscaras, ni ediciones, personas que han pasado por cambios en sus vidas como embarazos, cirugías, desórdenes alimenticios, bullying, etc, pero estas condiciones les han enseñado a poder cambiar esa mirada

de insatisfacción que tenían sobre sus cuerpos y sobre ellas mismas, encontrando apoyo y superación en el *Body Positive* debido que su finalidad es “aprender a amar los cuerpos de todas las tallas. Reconocer en el cuerpo la belleza que existe fuera de los estándares de belleza, encontrar confianza en uno mismo y aceptar su imagen” (Sánchez, 2019, p.10)

En el video documental se aplauden las “imperfecciones” y “defectos” que siempre las mujeres tratan de esconder, el movimiento *Body Positive* cabe recalcar que también apoya al género masculino debido a que alrededor de ellos también se ha generado un estereotipo hacia el alcance de expectativas físicas que ha delimitado la cultura.

La vida, el pasar de los años, la presencia de transiciones y cambios que vive una mujer son demasiados y simultáneamente son fuertes, porque la sociedad ha impuesto que una mujer tiene la “responsabilidad” de ser bonita, atractiva, fértil, madre, madura, perfecta y podría seguir con el listado pero no es pertinente, siempre buscando cumplir el “proyecto” de vida ideal

En la netnografía se encuentran testimonios de vida, historias, fragmentos, meditaciones, siempre mencionando que es duro lo que les ha tocado vivir, pero que siempre se encuentra una salida y se debería buscar ayuda por más mínimo que sea el problema y que cada día es una nueva oportunidad para trabajar en nutrir nuestra salud mental, recordar que existe este valor de pertenencia hacia nosotros mismos.

La página de Instagram, el video documental y el movimiento positividad corporal concuerdan en que cada persona debe cuidarse desde el amor, diariamente reconciliarse con el físico de esta manera se comprenderá que se siente muy bien vivir la vida más allá de la apariencia “Este es el verdadero valor de *Body Positive*: identificar un problema; pero, al mismo tiempo, asegurarse de que la persona no se sienta humillada o discriminada por su condición física” (Sánchez, 2019, p.11)



## CONCLUSIONES

A modo de conclusión se pudo determinar que en la contemporaneidad la investigación denota de la representación en los desfiles de moda que realiza Rihanna cada año desde el 2019, tienen con una connotación diferente a lo que conocíamos hace poco y que logra demostrar que existe un mundo infinito de posibles cuerpos, cada uno con una peculiaridad diferente, también muestra diversidad en cuanto a etnias, auto expresión, sexualidad e inclusividad dentro de lo que llamamos moda.

Se demostró que a través del análisis de la metodología se ubicaron varios contra-discursos a lo largo del video documental, pero se determinó como importantes 3 tipos de discursos: político, transgresor e inclusivo, debido a que en *Fenty Beauty Show 2* se deslegitima lo que por años ha difundido en la comunicación masiva y la publicidad sobre el cuerpo perfecto femenino, creando imaginarios sociales en el marco de lo correcto hasta saturar a las audiencias de ideas erróneas y falacias haciendo creer a la sociedad que si se encuentra dentro del ideal de belleza estipulado podrá ser feliz y alcanzar la realización plena .

Las marcas de lencería más famosas siempre buscaban dirigirse a un solo tipo de cuerpo, color de piel, exclusivamente para el género femenino, evidenciando un discurso político con el fin de mirar a las mujeres como un medio de transporte para legitimar el discurso mediante el uso de la imagen, mientras que Rihanna ubica a las mujeres como una representación del mundo real y de los cuerpos con conceptos diarios, presenta también su línea de ropa también para hombres de todas las tallas y todos los tipos de cuerpos Este discurso político también se encuentra en la cultura de consumo o materialista que siempre va destinada hacia la mujer con el fin de mostrar cuerpos perfectos y así reproducir las practicas corporales e identidades aprendidas en la publicidad, redes sociales, medios masivos.

Se catalogó transgresor porque el video documental quebrantan todos los cánones estipulados e impuestos sobre como una mujer debe ser para verse “bella”, mostrando así una transformación total en los roles de género porque ahora no solo una mujer puede verse bella sino un hombre también. En la época actual ya no se utiliza un lenguaje subordinante hacia la mujer solo por ser mujer sino que se muestra integrador liberando la sexualidad absoluta.

Se entiende que no todas las mujeres tienen los mismos problemas ni las mismas necesidades y que necesitan ser atendidas en el mundo de la moda, a partir de esto se normaliza e incluye a todos los diversos cuerpos reconociendo las supuestas imperfecciones como perfectas mirando a las mujeres desde una perspectiva plural y devisera, ya no favoreciendo siempre a la

hegemonía que platea el favoritismo hacia los cánones de belleza, ni hacia las características de ser blanca, heterosexual, rubia, ojos grandes y claros, con cuerpos esbeltos y tonificados.

Está claro que existe hoy en día una sociedad que normalizó la violencia, la crueldad, y dio paso a dañar a cualquier ser humano que se considere distinto, en consecuencia existen miles de mentiras en cuanto a la “belleza perfecta”, que se justifican con las prácticas sociales normalizadas y se consideran ciertas, de ahí que el cuerpo es violentado y la psiquis también. En concreto se determinó que no resulta posible cambiar estos estereotipos o sensibilizar desde un video documental, pero si se puede dejar en entre dicho y como a manera de reflexión que estos ideales de éxito en cuanto a la vida de modelos como nos presentan en redes sociales y medios masivos no son reales, que los procedimientos quirúrgicos o médicos no garantizan la felicidad, ni la delgadez de por vida, sino más bien romantizan estas prácticas que resultan ser contraproducentes para el cuerpo humano.

Es importante recalcar que no solo las mujeres gordas son víctimas de juicios de valor, pues la industria de la belleza se enfoca en que las mujeres delgadas nadie las critica cayendo en una falacia porque también viven con prejuicios dentro de sus cabezas, muchas veces creyendo que es culpa de ellas no entrar en el estándar de belleza que ha sido establecido, porque el cuerpo con el paso del tiempo crece, sufre cambios, modificaciones propias de la contextura y se deben abrazar todas estas diferencias con amor.

La cultura, el tiempo y espacio es un factor muy importante porque ocasionan que se construya un concepto partiendo de la cotidianidad presente cada individuo, pero siempre sobresaliendo el canon establecido de la mujer rubia, blanca, delgada, alta de ojos claros, es por esto que la belleza gira en torno al marco cultural y juzga dicha representación.

La llegada de la tecnología facilitó el consumo masivo de vidas exitosas, ideales de belleza y cuerpos de mujeres esbeltas a quienes querer asemejarse, creando caprichos e ilusiones, creando aspiraciones innecesario con el fin de sentirse valoradas.

Se cataloga a los estereotipos como un mecanismo muy poderoso cuando se habla de diferenciación social, debido a que tu cuerpo decidirá tu nivel de relaciones con el mundo cayendo así en hipocresías ya sea por pena o por empatía, afectando la autoestima y salud mental de una persona, se critica lo malo, extraño, distinto, es por esto que se define al cuerpo como un vehículo para inmiscuirse en la sociedad y esta mirada ajena definirá si se integra o excluye.

Es así que la sociedad es un condicionante contra el cuerpo pues la misma ubica que cuerpo es correcto y si no se encuentra dentro de los estándares determina las modificaciones,

adaptaciones y cambio que debería sufrir un cuerpo para ser “bello”, suministrando miles de estereotipos y prejuicios hacia los cuerpos normales.

Se evidencia que existe un acercamiento hacia el movimiento *Body Positive*, pero según los expertos el video documental no toma esa corriente, debido a que el mismo es representado solo por mujeres gordas y no por hombres, ni comunidad LGBTIQ+, mientras que en el video documental se evidencia la inclusión de todos los distintos de una manera normalizada, sin sorprenderse del otro.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barros, D. (2018). *Proceso de Interpretación Gráfica de la poesía Maldita con el uso de ilustración aplicando la teoría semiótica de Roland Barthes*. Cuenca: Repositorio de la Universidad de Cuenca.
- Bautista, P. D. (22 de Diciembre de 2021). Entrevista Psicológica. (A. Ruiz, Entrevistador)
- Caiza, M., & Enríquez, T. (2020). *Análisis narrativo de los estereotipos en las princesas de Disney: Blancanieves, Mulán, Moana*. Quito: Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana.
- Carmena, I. (7 de Junio de 2017). *Blog*. Obtenido de YogaDanza: <https://yogadanza.es/la-belleza-femenina-a-lo-largo-de-la-historia/>
- Hernández, R. (2014). Diseños del proceso de investigación cualitativa. En R. Hernández, *Metodología de la investigación* (págs. 468-506). Ciudad de México: McGraw Hill Education.
- Jácome, S. (2017). *Análisis discursivo del modelo de estética corporal femenina de la publicidad y desfile anual de Victoria's Secret*. Quito: Repositorio Institucional de la Universidad Politecnica Salesiana.
- Mireia, H. (25 de Julio de 2021). *Cultivando Bienestar*. Obtenido de Mindful Eating: <https://mireiahurtado.es/>
- Morulo, L. (2009). Sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema, impuestos por los medios de comunicación y sostenidos por la sociedad. *Question/Cuestión*, 1.
- Moscoso, J. (2010). *Re- inventando cuerpos: construcción de estereotipos de belleza a partir del "peso ideal"*. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Spciales.
- Pontón, J. (2015). *Mujeres, cuerpo e imagen en la industria publicitaria*. Quito: FLACSO.
- Reyes, Y. (11 de Agosto de 2021). *Instagram*. Obtenido de @elcuerpoquesomos: <https://www.instagram.com/p/CScdKVSFDn4/>
- Rihanna, R. (2 de Octubre de 2020). Video . *Savage X Fenty Show Vol. 2*. Los Angeles, California, Estados Unidos: Amazon Prime Video.
- Romero, P. (22 de Diciembre de 2021). Entrevista al Lic. Pablo Romero. (A. Ruiz, Entrevistador)
- Sánchez, V. (2019). *El Body Positive: Una representación social del cuerpo*. Lejona: Repositorio de la Universidad del País Vasco.

Turbet, S. (2010). *Los ideales culturales de la feminidad y sus efectos sobre el cuerpo de las mujeres*. Madrid: Quaderns de Psicología.

Vigil, N. (2018). EL CONTRADISCURSO ASHÁNINKA COMO HERRAMIENTA DE DISIDENCIA Y AFIRMACIÓN CULTURAL FRENTE AL ESTADO Y LA SOCIEDAD MESTIZA DEL PERÚ. *Tonos Digital*.