

Capítulo **3**

**EL CUERPO FEMENINO
Y EL OTRO**

Capítulo 3

EL CUERPO FEMENINO Y EL OTRO

Daniela Vargas Prado
Universidad de San Buenaventura
<https://orcid.org/0000-0002-4747-3230>

Introducción:

El tema del *cuerpo*, específicamente la satisfacción o insatisfacción con la *imagen corporal* han tenido gran relevancia como un factor predictivo en los trastornos de alimentación como la Anorexia, la Bulimia y en trastornos Dismórfico-Corporales, relacionándose también con categorías como la autoestima, ideales de belleza y demás. Dada las diferentes transformaciones socioculturales que se han dado, en las cuales la globalización juega un papel importante, es un tema que actualmente impacta tanto a hombres como a mujeres. Así, el cuerpo, se carga de distintos significados dependiendo el contexto en el que se le ubique.

Es la mujer quien se ha visto más influida a nivel corporal, puesto que el discurso contemporáneo, en lo que concierne a los ideales de belleza y lo que se supone es femenino o no, es un lenguaje que la marca y de cierta forma lleva a replantearse: ¿Qué es ser mujer?

En consonancia con lo anterior, Ibáñez (2012) hace referencia a que la mujer ha sido invisibilizada en su deseo y despojada de “autoridad” sobre su cuerpo, atravesado, esto, por un contexto utópico que se encuentra bajo el dominio de la negación del otro; tal discurso globalizado empieza a darle una nueva significación al cuerpo, el cual se encuentra saturado de ideales y estándares.

El cuerpo como concepto ha sido abordado desde múltiples disciplinas; no obstante, cabe resaltar al *sujeto*, quien porta ese cuerpo, y transmite a través de él características de su propia historia. El cuerpo puede narrar por sí solo vivencias personales, y deja entrever aspectos de un contexto y una época histórica particular en la cual el sujeto se desenvuelve. De esta manera, más allá del esquema corporal, el cuerpo es hablado y adquiere un sentido específico en etapas y acciones determinadas del individuo.

Este trabajo explora el concepto de *cuerpo* desde distintas perspectivas y se articula al concepto de subjetividad, tratando de encontrar puntos comunes que permita tener una visión más crítica, teniendo como eje central el sujeto como generador y receptor de sentidos.

Cuerpo y subjetividad en el ámbito de la globalización

Para abordar el concepto de cuerpo y subjetividad, es preciso establecer unas coordenadas claras respecto a *qué es la globalización* ya que existen abordajes diversos y desde áreas de acción específicas. Según Castells (2001, citado en Peláez 2016):

Es un proceso multidimensional, no sólo económico. Su expresión más determinante es la interdependencia global de los mercados financieros, (...) por las nuevas tecnologías de información y comunicación y favorecida por la desregulación y liberalización de dichos mercados.

Por otro lado, Romero (2007, citado en Peláez 2016), establece que:

La globalización no es la simple suma de economías, culturas, regiones, países, sino un entramado complejo de relaciones e interacciones, las cuales tienden a conformar un todo homogéneo, dentro del cual, sin embargo, operan fuerzas integradoras y desintegradoras. (...) Es la unidad dialéctica de fuerzas centrífugas y centrípetas que en su accionar profundizan los nexos de interdependencia entre las economías y los países, sin que desaparezcan las desigualdades, así como los rasgos característicos de cada nación. (...) La globalización implica también una mayor interacción cultural entre los pueblos, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Sin embargo, (...) la globalización tiende a imponer la hegemonía cultural de los países más desarrollados sobre el resto del mundo.

Jaramillo (2010; citado en Peláez 2016) refiere, que la globalización en tanto proceso creciente de su modelo capitalista, asume posicionamientos contingentes e inconscientes, repercutiendo la vida cotidiana y la construcción de estructuras familiares, individuales y culturales. Según Bourdieu (1994, citado en Peláez 2016), tal influencia recae en el espacio de producción “y reproducción simbólica” de las relaciones sociales. En este orden de ideas, el discurso capitalista en el que imperan el orden financiero y la globalización, se establecen los cimientos discursivos que generan lazo social, lo que conlleva a fuertes y profundas transformaciones en la lógica colectiva y en la forma como se establece la subjetividad contemporánea. Aquí es preocupante hallar que, el modo en el que se establece el lazo social se encuentra degradado por la pérdida de la credibilidad en la función “pacificante del amor y de la palabra en tanto pacto”, llevando a los sujetos a sufrir aquél goce mortífero, primado de la pulsión de muerte que impone tanto la destrucción del otro como la propia (Lamovsky, 2005; p. 1).

A esta altura, en torno de la globalización, surge el deseo como marca de subjetividad. Sin éste, el sujeto se disuelve en ese plus de goce puesto en los objetos de lo efímero. La trampa en la que caen los sujetos gira en torno de la disolución de la subjetividad y la consecuente desorientación del deseo y la causa que lo dirige (*¿Che vuoi?*): “*Por sobre la ética del deseo, prevalece una engañosa propuesta de goce irrefrenable y desmedido*” (Lamovsky, 2005; p. 2).

Lacan (s.f. citado por Ciaccia 2003) hace referencia a que tal economía del mercado mantiene unas leyes internas de carácter simbólico e irrefrenable sin darle importancia a la subjetividad, si no, por el contrario, al “funcionamiento de la máquina”. Los efectos globalizadores, por tanto, terminan repercutiendo en el plano simbólico en la estructuración del sujeto, cuyo discurso queda permeado por las demandas de la época, asumiendo cada vez más el exceso de objetos evanescentes a partir de los medios de comunicación pero que para estos “sujetos” resultan teniendo un estatuto discursivo. En este punto, para Lacan (citado en Ciaccia 2003) “*la intrusión del psicoanálisis, reconoce la inexistencia aquí de un discurso, es más bien el goce quien opera*” (p.5).

En este ámbito de cuestionamientos de las ciencias humanas, cobra relevancia la preeminencia del cuerpo, en este caso particular, *el cuerpo femenino* en su constitución como instrumento de expresión, donde confluye la subjetividad femenina, pero también el deseo del Otro y con éste, un discurso imperante que moldea su identidad, que le exige adecuarse a parámetros de belleza globales, inflexibles, inmodificables, que fragmentan el cuerpo y lo cosifican (Ibáñez 2012, p.28).

El cuerpo no puede concebirse independiente del contexto histórico social en el que se desarrolla, siendo importante el entramado de relaciones en las cuales se desenvuelve el sujeto a lo largo de su vida, el curso del lenguaje sobre el cual fue narrado y la manera en que éste lo significa constantemente será fundamental para entender la forma en la que el sujeto percibe su cuerpo y se posiciona ante los demás.

“Teniendo en cuenta lo anterior, la globalización al ser un fenómeno mundial, que abarca a todos los sujetos pertenecientes al planeta lleva a un incesante intercambio de ideas, especialmente a través de la cultura popular”. (Sorman, 2008). Así mismo, Mateus (2002) agrega que en la actualidad impera una sociedad del orden del materialismo en la que la globalización promueve en exceso el consumismo. La globalización tomada en términos de tal plus, le da una legalidad a la preocupación fundamental del aspecto físico, en el que el cuerpo pasa a establecerse en tanto producto; respecto a esto, Bauman (citado en Sossa 2011)) refiere:

El cuerpo actualmente se vuelve ya no un “envoltorio”, sino que se erige como un protagonista de las sociedades modernas, una expresión y emblema de libertad, identidad, belleza, salud, prestigio, perfección, etc. El físico pasa a ser una valiosa materia manipulable para la persona que lo encarna (...) La característica más prominente de la sociedad de consumidores es su capacidad de transformar a los consumidores en productos consumibles (2011, pp.6).

El sujeto del consumo, pasa a concebirse como “producto deseable y atractivo, puesto en el mercado y promocionado por sí mismo”. Este sujeto del exceso en tanto tal, se promueve en sí mismo convirtiéndose esto, en la esencia de la nueva sociedad de consumidores (Lara & Colin 2007).

Martínez Barreiro (2004), establece que, en la actualidad, el cuerpo está sujeto a fuerzas sociales de una índole bastante distinta al modo en que se experimenta en las comunidades tradicionales, en la cual los discursos contemporáneos sobre la salud y la imagen vinculan al cuerpo y a la identidad y sirven para promover ciertas prácticas de cuidados corporales típicas de la sociedad contemporánea.

La manifestación de alternativas que propenden por la modificación corporal, entendido como “un cuerpo” en tanto cosa, es visto como objeto de trato y como “material que puede corregirse y modificarse a su antojo (Pérez 2011 citado en Ibáñez 2012, p. 25).

En consonancia, Lanni resalta que este proceso ha permeado diferentes grupos, clases sociales y culturas, “en donde se subsumen y recrean singularidades e identidades” (Lanni 1999 citado en Ibáñez 2012, p. 26).

En otras palabras, la globalización acentúa una profunda exclusión social y un acelerado proceso de individuación que altera los modos de convivencia social, propios de cada cultura, para darle protagonismo a las propuestas que se generan desde el modelo capitalista (Gonzales 2009 citado en Ibáñez 2012, p.26).

La publicidad aparece aquí, como discurso hegemónico de la sociedad, no solo para consolidar el capitalismo y promover el consumo, sino para plantear diseños de vida y prácticas culturales que hacen del cuerpo el blanco perfecto, en donde dietas, tipos de deportes y apariencia estética, implican exigencias altas, sin considerar siquiera las posibilidades genéticas. En este sentido, los medios de comunicación presentan el “deber ser” del cuerpo femenino y, como medida para lograrlo, retoma prácticas estandarizadas (Arboleda 2005 citado en Ibáñez 2012, p. 26) que excluyen totalmente lo individual y subjetivo y, de esta manera, se expresan en el cuerpo los efectos de la globalización.

Es importante anotar que la palabra *globalización* no implica, exclusivamente, un proceso de internacionalización, pues supone ir más allá para considerar una profunda transformación en la forma de categorizar la realidad y de aproximarse al sujeto, encontrándose una redefinición de lo natural, a fin de establecer límites con aquello que pertenece al ámbito de lo artificial (Gonzales 2009 citado en Ibáñez 2012, p.26).

A partir de este punto, el cuerpo femenino entra a redefinirse en torno de la vinculación a la dinámica de la globalización y empieza a ser considerado en el marco de la oferta y la demanda, dentro de estándares mundiales de productividad y competitividad (Ibáñez 2012, p.27). Desde otra perspectiva, esto supone que se gesten nuevos hechos sociales que afectan a las mujeres y, en esta medida, la globalización expresa y propaga un proceso de homogenización de la belleza (Ibáñez 2012, p.27).

Sin embargo, las imágenes idealizadas de los estereotipos actuales de belleza, impactan todavía más en el género femenino que en el masculino, y específicamente a los jóvenes. Permitiendo evidenciar que el cuerpo se asume de forma distinta en cada individuo, dependiendo de la etapa del desarrollo en la cual se encuentre y del contexto en el que se desenvuelve.

A pesar de los numerosos cambios existentes en la sociedad, en lo que concierne a la posición de la mujer en los distintos ámbitos de la vida hay aspectos que parecen prevalecer a pesar de todo, como lo es la concepción de masculino y femenino. Los cuales siguen “construyéndose en los medios, de forma generalizada asociando por ejemplo la fuerza, la racionalidad y el dominio a los varones; y la delicadeza, los sentimientos y el sometimiento a las mujeres” (Bernárdez. A, 2009, pp.269), permitiendo observar que aún se mantiene un estereotipo tradicional, que asocia lo femenino, principalmente a lo artificial e inorgánico (Bernárdez. A, 2009).

Montenegro, Orntein & Tapia (2006) dirán que “En la actualidad, la atribución en torno a la figura femenina está validada principalmente desde una mirada estética, lo que ha redundado en un verdadero culto al cuerpo” (pp.167). Esta internalización de las presiones socioculturales genera consecuencias negativas y distorsionadas en los cuerpos femeninos (Behar. R, 2010).

Pero, ¿Qué es el cuerpo? El cuerpo más que un conjunto de aspectos fisiológicos y características anatómicas que permiten que se distinga como propio de la especie humana, es un vehículo de comunicación, un medio a través del cual el individuo materializa tanto aspectos psicológicos como sociales, y los inscribe en él a través de diferentes modificaciones, vestimentas, accesorios, mutilaciones que expresan su historia, sus deseos, creencias, aspectos concretos de su cultura, etc.

Además de lo anterior, cabe señalar que la psicoanalista francesa Françoise Dolto (1984) refiere que:

El esquema corporal de imagen corporal siendo el primero, igual para todos los individuos propios de la especie humana, una realidad, el vivir carnal al contacto del mundo físico. Por el contrario, la imagen del cuerpo, es propia de cada sujeto y está ligada a éste y a su historia, siendo la síntesis de todas las experiencias emocionales (pp. 21).

Es decir, que ese cuerpo de carne y hueso está habitado por un sujeto con deseos, historia y un lenguaje que lo marca. Es precisamente este cuerpo “hablado” el que le permite relacionarse con los otros. Por lo tanto, la sociedad y la familia ejercen un papel activo en la interiorización de ideales en el sujeto, que discrepan o no con el cuerpo real, a los cuales el individuo trata de ajustarse, motivo por el cual pueden generarse alteraciones en la percepción, o posibles TCA, siendo las mujeres las más afectadas.

De esta forma, la imagen corporal y el esquema corporal son dos construcciones lingüísticas que remiten a raíces epistémicas antagónicas. “Uno el fisiológico, otro el psicológico, una misma y única realidad fenomenológica que es la del propio cuerpo” (Cachorro, G. 2008, pp.6). Estos dos conceptos dan cuenta de dos caras de la misma moneda, dotando el cuerpo de subjetividad, como un todo.

Los discursos mediáticos y las resignificaciones que allí circulan sobre la imagen corporal, constituyen uno de los referentes recurrentes sobre los cuales los sujetos edifican el relato de su propia corporalidad, y donde emergen patrones y cánones de comparación que a su vez se establecen y retroalimentan socialmente (Plata. & Torres, 2009, pp.36).

Si bien la publicidad es uno de los principales medios a través del cual se transmiten los ideales de belleza también existe un campo reducido de mujeres que rompe con los patrones de belleza establecidos, en un intento por expresar su inconformidad ante lo que la sociedad le impone. Lo que permite pensar que cada rol que desempeñe la mujer siempre estará atravesado por la decisión:

Las mujeres actúan e imitan unos roles sociales establecidos, pero no lo hacen de una manera repetitiva y simple, sino que en cada actuación hay una comunicación como en cualquier otro acto comunicativo. En este sentido la publicidad genera diferentes modelos de mujeres (no sólo las muñecas) que en muchos casos pueden ser utilizados para ser subvertidos, parodiados o desmentidos en las prácticas cotidianas donde la identidad está en continua elaboración y confrontación con los otros. (Bernárdez, 2009, pp.281).

Teniendo en cuenta que el sujeto se concibe entonces como “agente y/o generador de su medio cultural, constructor o receptor de sentidos” (Hernández, 2008, pp.150). Por tal razón, es importante estudiar el tema del cuerpo desde la propia perspectiva del sujeto, que es quien lo significa y le da sentido, conforme a su historia vivida y las relaciones que ha tenido con los otros, que finalmente lo llevan a ser lo que es y a darle sentido a ese cuerpo de una forma específica, en determinados momentos de su vida. Siendo necesario asumir un concepto de *subjetividad* que no se limite únicamente a lo individual sino también a lo social.

Vygostky y Rubinstein, lograron un avance considerable en la comprensión de la *subjetividad*, integrando dos concepciones que hasta el momento parecían excluirse mutuamente: “Lo psicológico entonces ya no aparece como dividido e irreconciliable con lo social o lo cultural, sino que son un *todo* interrelacionado y complejo” (Hernández, 2008, pp. 152).

Montealegre en 1994 (citado en Hernández, 2008) argumenta que una de las tesis fundamentales de la obra de Vygotsky se trata de comprender que los procesos psicológicos superiores se originan en procesos sociales: “Lo psíquico humano es producto del desarrollo histórico social de la humanidad” (pp.150).

De este modo es posible entender que:

La separación de lo individual y lo social no permite ver que la organización psíquica individual se desarrolla en la experiencia social e histórica de los individuos, y tampoco permite considerar cómo las acciones de los individuos, las que son inseparables de su producción subjetiva, tienen un impacto que, de hecho, se asocia a nuevos procesos de transformación de las formas de vida y organización social (Gonzales, 2008, pp. 229).

Así, se define la subjetividad como: “Producción simbólico-emocional que emerge ante una experiencia vivida, la cual integra lo histórico y lo contextual en el proceso de su configuración” (Gonzalez, 2013, pp.313). Considerando como lo menciona el autor citando a Vygotsky: “pasamos a ser nosotros mismos a través de otros”. Así, el hombre entonces, es el resultado tanto de un desarrollo biológico como de un desarrollo histórico social.

Teniendo en cuenta que esta mediatización entre sujeto y cultura se realiza esencialmente gracias al lenguaje, este se convierte entonces en la herramienta cultural por excelencia y así mismo, juega un papel importante en el proceso de la subjetivación (Gonzales, 2002).

Respecto a lo anterior, el psicoanálisis expresa que:

Todo cuerpo tiene historia, todo cuerpo tiene tatuajes o inscripciones de su historia secreta; y es ahí, donde se construye los diversos significados del cuerpo. El cuerpo no es fisiológico, no es soma, no es materia, el cuerpo, es sentido, significante, imágenes literarias que van construyendo la historia misma del hombre. (Girón & Sarasty, 2002, p.8).

Desde esta postura, el concepto de cuerpo trasciende lo estrictamente biológico para concebirse como un todo, que se articula a través del lenguaje. De esta forma, Lacan distingue entre aquello que llamamos organismo y lo que se puede definir como cuerpo. Soler refiere, “el cuerpo verdadero, el primer cuerpo – dice Lacan – es lo que denomina el cuerpo simbólico, el lenguaje... el lenguaje es cuerpo, y cuerpo que da cuerpo” (sf, pp.2). Este planteamiento

permite asumir el cuerpo con relación a otro, es decir, se precisa de un otro para referenciarse.

Sin embargo, la subjetividad, dice Gonzales, no se internaliza “no es algo que viene de fuera y aparece dentro” (Hernández, 2008):

La subjetividad es un sistema dialéctico y complejo en donde el sujeto responde a la comprensión del conjunto de tensiones, de contradicciones, de interrelaciones dentro de un conjunto de procesos que permiten la configuración de la subjetividad y en donde el sujeto es generador de sentidos. Generador de sentidos dentro del medio cultural en el que se encuentra inmerso.

Teniendo en cuenta lo anterior, la unidad básica de la subjetividad es entonces, el sentido subjetivo (Gonzales, 2013) y a partir de la categoría de sentido de Vygotsky, Gonzáles planteó su categoría de sentido subjetivo, definiéndolo como:

La unidad inseparable de las emociones y de los procesos simbólicos. En esa unidad la presencia de uno de esos procesos evoca al otro sin ser su causa...Estos sentidos subjetivos se definen en torno a espacios simbólicos producidos culturalmente, como padre, madre, familia, raza, género, religión, valores, etc. (Gonzáles, 2008, pp.233).

Por lo tanto, el sujeto le otorga al cuerpo un sentido según el contexto y la forma en la que ese cuerpo se presenta siempre significa algo.

El sujeto es alguien del cual se habla antes de que pueda incluso hablar, el sujeto está efectivamente en la palabra antes de tener un cuerpo (...) Es pues el lenguaje quien nos atribuye un cuerpo y después nos lo otorga al unificarlo (Soler, sf, p.3).

No obstante, al respecto Gonzales también dirá que: “Yo no soy sólo como me narraron, también es cómo me sentí, no sólo frente a lo narrado sino respecto a las consecuencias indirectas muy complejas de los espacios sociales en que me desarrollo” (Gómez & Gonzales, 2005).

Por otro lado, Foucault define el cuerpo como la superficie de inscripción material de todos los sucesos, el sitio donde se graban todos los desfallecimientos, las felicidades, los placeres: “Considero al cuerpo como un mapa concreto, real como el plano de una ciudad o el croquis de una casa” (Foucault s.f.; citado en: Cachorro 2008).

Cachorro (2008), refiere que:

Las marcas sociales del cuerpo se pueden expresar en las cicatrices, las quemaduras, las mutilaciones, los rasgos peculiares que otorgan las manchas, lunares, las irrepetibles huellas dactilares. Se puede marcar con las palabras dichas por las alteridades referenciadas como importantes por el sujeto, y el efecto que ellas producen en el cuerpo y la corporalidad. El cuerpo es un mapa, un objeto significativo que adquiere sentidos y significados en sus puestas en escena. Esos episodios vivenciados graban en la piel las zonas erógenas y no erógenas. Hay una topografía personal que localiza los placeres en zonas preferenciales del cuerpo.

De esta forma, este autor, siguiendo los planteamientos de Foucault, argumenta que la subjetividad surge con el cuerpo y son los trayectos de la historia que se construyen sobre los lugares que el cuerpo le ofrece. No tiene materia, puede interpretarse en los sujetos y sus cuerpos, la subjetividad puede imaginarse, deducirse de la manifestación corporal. Esposito (2006) agrega que el cuerpo humano, parte de una historia, sujeto historizado desde su nacimiento hasta la muerte, modelado por prácticas, hábitos, luchas y resistencias; cuerpo “viviente”, nudo de intersección donde se entrecruzan vivencias, relaciones sociales, dirigidas a la acción humana (Esposito, 2006 citado en Campillo, 2009).

Desde el punto de vista capitalista, Sossa (2011) alude a que tales cuerpos están mediatizados por la industrialización, la informática, los medios de comunicación de masas, conformando un ejercicio de control, disciplina y normalización de la cultura y sus integrantes:

Percibimos imágenes de cuerpos jóvenes, delgados, bellos, a los cuales queremos parecernos. Las publicidades incluso nos acercan a emociones y actitudes relacionadas con un espíritu joven, un alma en paz, como maneras eficaces para alcanzar esos ideales corporales, volviendo objeto de consumo incluso lo inmaterial. Mientras hacemos propias estas imágenes, intentamos imitarlas y en función de ellas construir nuestra subjetividad individual, nuestra identidad de pertenencia; relegamos a los demás, manteniéndonos a distancia, las imágenes que nos muestran lo que no deseamos ser: los cuerpos del dolor que cargan con las consecuencias del mundo globalizado (las catástrofes, las guerras, la exclusión, la enfermedad, etc.) Las primeras nos acercan el cuerpo deseado, que no es el vivido cotidianamente, sino el imaginado; las segundas ponen en evidencia al cuerpo, el que solo registraríamos cuando enferma, cuando duele, cuando envejece (Ana D' Angelo, 2010, citado en Sossa 2011; pp. 248).

El cuerpo pasa a ser un medio de expresión que queda restringido y atravesado por la cultura y en muchos casos, bajo la presión social imperante. Se convierte esto, en un padecimiento subjetivo silencioso, donde la situación social se impone en el cuerpo y queda constreñido a maneras de posicionarse superfluas y acomodaticias (Douglas (s.f.) citada en Martínez, 2004, pp. 130).

Complementando lo anterior, Pedraza (1999 citado en Martínez 2014) advierte que: Cada sociedad constituye el cuerpo desde su visión de mundo, lo que - insinúa varias cuestiones: cómo se entiende al ser humano, qué sentido tiene su vida y cómo puede construirla y modificarla a través del cuerpo” (p. 14). Por tanto, el cuerpo no solo es experiencia orgánica, sino que se construye en los entramados de una particular concepción de humanidad (Martínez 2014, pp. 54).

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede afirmar que “El cuerpo es expresión de subjetividad, evidencia una historia y contiene información de quien lo porta”, así, como del medio social al cual pertenece (*Girón & Sarasty 2002, p.8*). Sin embargo, “la persona en esta perspectiva tiene capacidad generadora subjetiva frente a lo vivido, que le permite múltiples opciones, decisiones y acciones cargadas de sentidos subjetivos en el proceso de la experiencia” (González, 2013, pp. 313).

En suma, las diferentes demandas de la época frente al cuerpo, su estética y aquél ideal inalcanzable para muchos, característicos del medio cultural en el cual se desarrollan, se han trasladado a otros espacios, a otras culturas, con los procesos de globalización, a través de los cuales el cuerpo se convierte en un territorio (espacio) en el cual las transformaciones culturales se expresan en las diferentes modificaciones que el cuerpo ha tenido a lo largo de la historia. Este cuerpo cargado de significantes erige a un sujeto que le otorga un sentido a aquello que porta, un cuerpo que en diferentes etapas de su vida y a través de éste, narra los avatares de su historia personal, de sus deseos, sus miedos, sus marcas sociales. Pero ese sujeto no se construye solo, necesita de otro para poder referenciarse, otro que le ratifique que él es y está, ese cuerpo al que se alude aquí aparece entonces atravesado por el lenguaje propio y ajeno, mediado por elementos simbólicos y anímicos que convergen en las diferentes situaciones que a lo largo de la historia el sujeto experimenta.

Los discursos mediáticos respecto al cuerpo femenino contribuyen a generar una serie de estereotipos dentro de los cuales este cuerpo busca encajar, generando nuevos cuestionamientos en torno a lo que es ser mujer. Sin embargo, el

sujeto puede y cuenta con la posibilidad de adoptar una postura activa frente a cómo asume su cuerpo y la significación que adquiere éste en los distintos escenarios, permitiéndole emprender acciones que son, finalmente, el reflejo de lo que dicha mujer es, ha sido y quiere ser.

Bibliografía

- Andrade, M. (2008). Miradas al cuerpo femenino. Disponible en http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S1726-569X2006000200004&script=sci_arttext
- Behar, R. (2010). La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria. Universidad de Valparaíso. Disponible en http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-92272010000500007
- Bernárdez, A. (2009) Representaciones de lo Femenino en la Publicidad. Muñecas y mujeres: entre la materia artificial y la carne. España. http://eprints.ucm.es/10477/1/mu%C3%B1ecas_y_mueres.pdf
- Cabra, N. Escobar, M. (2014). El cuerpo en Colombia -Estado del arte cuerpo y subjetividad- Universidad Central e Instituto para la investigación educativa y el desarrollo pedagógico.
- Cachorro, G. (2008). Cuerpo y subjetividad: Rasgos, configuraciones y proyecciones. Argentina. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.697/ev.697.pdf
- Campillo, A. (2009). Biopolítica, totalitarismo y globalización. Congreso internacional: Universidad de Murcia, del 13 al 15 de octubre de 2009. Recuperado de <http://congresos.um.es/ahha/ahha2009/paper/viewFile/6251/5991>
- Castell, M. (2000). *Globalización, sociedad y política en la era de la información*. Recuperado de <file:///D:/Downloads/Dialnet-GlobalizacionSociedadYPoliticaEnLaEraDeLaInformaci-4008342.pdf>
- (2001), 7, 24. *Globalización y antiglobalización*. Periódico *El País*. 1-2.

- Ciaccia, D. (2003). La ética en la era de la globalización. *Virtualia: revista digital de la escuela de la orientación lacaniana*. 7, 2-6. Recuperado de <http://virtualia.eol.org.ar/007/default.asp?notas/adiciaccia-01.html>
- Doltó, F. (1984). La imagen inconsciente del cuerpo. Editorial Paidós
- Girón, M. Sarasty, J. (2002). Construcción simbólica imaginaria del cuerpo femenino. *Revista criterios*. Centro de investigaciones Universidad Mariana.
- Gonzales, F. (2013). Sentidos subjetivos, lenguaje y sujeto: avanzando en una perspectiva postracionalista en psicoterapia. Universidad de Brasilia. Disponible en [http://www.rivistadipsichiatria.it/r.php?v=1009&a=10978&l=14979&f=allegati/01009_2011_05/fulltext/8-Gonzalez%20Rey\(310-314\).pdf](http://www.rivistadipsichiatria.it/r.php?v=1009&a=10978&l=14979&f=allegati/01009_2011_05/fulltext/8-Gonzalez%20Rey(310-314).pdf)
- Gonzales, F. (2008). Subjetividad social, sujeto y representaciones sociales. Centro Universitario de Brasilia. Disponible en http://www.usta.edu.co/otraspaginas/diversitas/doc_pdf/diversitas_8/vol.4no.2/articulo_1.pdf
- Hernández, O. (2008). La subjetividad desde la perspectiva histórico-cultural: un tránsito desde el pensamiento dialéctico al pensamiento complejo. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. Disponible en <http://vufind.uniovi.es/Record/ir-ART0000358879/Details>
- Ibáñez, J. (2012). El cuerpo femenino en el contexto de la globalización. *VIREF Revista de educación física*. 1 (1). Universidad de Antioquia. Recuperado de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/viref/article/view/15326>.
- Mateus, J. Brasset, D. (2002). La globalización: sus efectos y bondades. Fundación Universidad Autónoma de Colombia.
- Martínez, B. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. España. <file:///D:/Downloads/25787-25711-1-PB.pdf>
- Montenegro, M. Orntein, C & Tapia. (2006). *Cuerpo y corporalidad desde el vivenciar femenino*. Chile. Disponible en http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S1726-569X2006000200004&script=sci_arttext
- Lara, G. Colín, G. (2007). *Sociedad de consumo y cultura consumista en Zygmunt Bauman*. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v20n55/v20n55a8.pdf>

- Lamovsky, L. (2005). Psicoanálisis y lazo social. Escuela freudiana de Buenos Aires. Ed. Libros del Zorzal. Recuperado de http://www.efbaires.com.ar/files/texts/TextoOnline_547.pdf
- Peláez Gómez, DA. (2016). *Significaciones de padres de familia en relación al modelo social globalizador en la formación de pautas de crianza*. Tesis de grado en Psicología [en construcción]. Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Palmira.
- Plata, V. Torres, A. (2009). Sentidos de la corporalidad en cuerpos intervenidos por la cirugía estética. Bogotá. file:///E:/Trashes/TRABAJO%20DE%20GRADO%20I/Sentidos%20de%20la%20corporalidad%20en%20cuerpos%20intervenidos%20por%20la%20cirugia%20estetica.pdf.
- Pundik, J. (2001). Cuerpos escritos y cuerpos hablados. X jornadas Escuela Lacaniana de Psicoanálisis.
- Romero, A. (2007). *La globalización y su impacto en el desarrollo humano*. Entelequia. Revista Interdisciplinar, (5). Recuperado de <http://www.eu-med.net/entelequia/pdf/2007/e05a14.pdf>.
- Soler, C. (s.f). El cuerpo en la enseñanza de Jacques Lacan.
- Sorman, G. (2008). La globalización está haciendo del mundo un lugar mejor. Índice de libertad económica. Disponible en: http://www.heritage.org/index/pdf/2008/index2008_chapter3_spanish.pdf.
- Sossa, A. (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. Disponible en <http://polis.revues.org/1417>.

