

Pensar los estereotipos sobre el cuerpo desde Simone de Beauvoir:

Relato de una experiencia didáctica

Hernández Marilina

FaHCE UNLP

marilina_her@yahoo.com.ar

Resumen

El presente trabajo busca relatar una experiencia didáctica llevada adelante junto con estudiantes de educación física, en las clases prácticas de Introducción a la Filosofía. En el marco del programa de la asignatura, cuyo eje central es la pregunta “¿Qué ha entendido la filosofía por cuerpo y cómo puede ser un concepto clave para entender problemas gnoseológicos éticos, estéticos, políticos y pedagógicos?”, las clases de trabajos prácticos profundizan la lectura de varios autorxs. Entre ellos, escogimos la propuesta que realiza Simone de Beauvoir en la introducción al *Segundo Sexo* como marco teórico, para realizar una serie de intervenciones a publicidades de revistas, con el objetivo de problematizar los estereotipos sobre el cuerpo basadas en la jerarquía cultural entre los sexos. A continuación brindaremos un relato sobre el diseño, la puesta en práctica y los resultados de dicha experiencia.

Palabras Claves: Simone de Beauvoir, cuerpo, filosofía, estereotipos, intervención

Desarrollo:

Acerca de la cátedra:

Introducción a la Filosofía es una materia del primer año según el plan de estudios vigente para las carreras de Educación Física el programa de *Introducción a la Filosofía* ha sido pensado en clara armonía con la especificidad de esta carrera. Como bien se detalla en dicho programa, se aborda el problema del cuerpo desde una perspectiva filosófica tratando de responder a una pregunta “¿Qué ha entendido la filosofía por cuerpo y cómo puede ser un concepto clave para entender problemas gnoseológicos éticos, estéticos, políticos y pedagógicos?” En este sentido, es posible pensar una convergencia del

abordaje filosófico y la especificidad de lxs estudiantes a quienes este programa se encuentra dirigido.

El eje transversal de la cátedra adquiere una forma específica en las clases de Trabajos Prácticos. Este espacio, como momento privilegiado de profundización de algunos contenidos de las clases teóricas, se retoman ciertos problemas y/o autores/as de cada unidad para propiciar un abordaje más exhaustivo. Entre los contenidos abordados nos centramos aquí en la unidad 3: No tenemos cuerpos, somos corporales.

Allí, encontramos una batería de autores compuesta por los siguientes: Jean Paul Sartre, Maurice Merleau-Ponty y Simone de Beauvoir. Dentro de este conjunto de textos, este trabajo se focaliza en el tercer texto del programa, basado en el abordaje de la introducción a *El Segundo Sexo*. Los contenidos propuestos para su análisis son: *Desnaturalización del “eterno femenino”*. *La mujer como el Otro del varón*. *Situación y opresión*. *Cuerpo sexuado y experiencia vivida*. *“Devenir mujer”*.

Desde la cátedra, el trabajo con el material se realiza a partir de una guía de lectura [anexo 1] a partir de la que se busca profundizar determinados contenidos conceptuales propuestos en el programa de la materia. Esta guía pretende realizar un abordaje filosófico del texto en el que puedan detectarse cuestiones como: el interrogante principal de la autora y la tesis que postula. Para a continuación pensar de qué forma argumenta para fundamentar esta tesis: rechazando las respuestas que se han dado a la pregunta que formula, proponiendo un análisis histórico y contextual de posicionamiento y enmarcándose en el existencialismo. El objetivo, a grandes rasgos, de la lectura de este texto radica en el análisis de determinados conceptos como: alteridad y eterno femenino; tanto la forma en que la posibilidad de qué manera esta autora propone y fundamenta la jerarquía cultural entre los sexos y el rol del cuerpo en esta valoración. Es entonces a partir de esta búsqueda en general, y particularmente el último punto diseñamos la experiencia didáctica que desarrollaremos en el siguiente apartado.

Diseño de la experiencia didáctica:

Durante el primer cuatrimestre 2019, en los trabajos prácticos abordamos el texto de Beauvoir como es habitual. A partir de una breve introducción y contextualización; una guía de lectura trabajada en grupo por lxs estudiantes y la posterior puesta en común de la misma. Este abordaje puede considerarse más bien tradicional, ya que busca que lxs estudiantes adquieran conocimiento de las bases de escritura y lectura académica como procedimiento o habilidad propicios de un trayecto académico de grado, y

específicamente determinadas cuestiones de argumentación y conceptualización propias de la filosofía académica.

Ahora bien, teniendo en cuenta que:

El aprendizaje filosófico es un aprendizaje ineludible de un contenido y una forma, se trata de aprender filosofía y aprender a filosofar estudiando filosóficamente la filosofía efectivamente existente. (Obiols: 2002. Pág. 67)

A continuación de la puesta en común de la guía de lectura, decidimos sumar un espacio que intentó ser una aproximación crítica al problema de la autora, desde la propia experiencia de lxs estudiantes. Es entonces que, sobre la base la definición de aprendizaje significativo de Ausubel, que sostiene que:

“El alumno debe manifestar [...] una disposición para relacionar sustancial y no arbitrariamente el nuevo material con su estructura cognoscitiva, como que el material que aprende es potencialmente significativo para él, es decir, relacionable con su estructura de conocimiento sobre una base no arbitraria” (Ausubel, 1983: 48)

Buscamos repensar el problema filosófico planteado por la autora, como parte de una trama social, histórica, y cultural para luego complejizar su relación con el *afuera* de la filosofía. Un afuera que interpela a lxs estudiantes a partir de su cotidianidad y su estar en el mundo. Con este objetivo pensamos la siguiente actividad de cierre o aplicación: propusimos a lxs estudiantes la intervención de publicidades y revistas a partir, no sólo de las lecturas realizadas, sino además de las propuestas de dos proyectos activistas que desarrollaremos brevemente a continuación: *Proyecto Squatter* y *Mujeres que no Fueron Tapa*.

La primera de ellas, proyecto Squatters se presenta como un colectivo contra-publicitario que tiene como objetivo utilizar la estrategia de la contra-publicidad para construir una mirada crítica sobre la sociedad de consumo y, particularmente, sobre los efectos políticos, sociales y subjetivos del discurso publicitario.

Su tarea radica en intervenir publicidades a partir de diversas expresiones artísticas para resignificar sus mensajes y exponer lo que allí se oculta. Su página de internet sostiene:

Consideramos a la publicidad corporativa como una expresión pública del potencial económico de los centros de poder, el lenguaje que éstos utilizan para propagar una ideología, un sistema de valores y unos estilos de vida tendientes a reproducir y perpetuar el orden socio-económico, político y cultural dominante. En este contexto, este proyecto

contra-publicitario nace como una herramienta de resistencia simbólica frente al discurso de los poderes dominantes, contra los intereses de las grandes corporaciones privadas que se apropian y comercializan el espacio público, y contra las formas y dimensiones que adquiere la publicidad en una sociedad saturada de consumo y valores mercantilistas.

Este proyecto se plantea tres objetivos:

- 1) Construir una cultura alternativa mediante el discurso publicitario.
- 2) Promover alternativas de consumo
- 3) Neutralizar la el exceso y la masividad de la función publicitaria

Por otro lado, “Mujeres que no fueron Tapa” se presenta como un proyecto activista que analizando revistas, busca problematizar los estereotipos mujeres que suelen protagonizar las tapas o portadas de las publicaciones. Este proyecto, de acuerdo a su página de internet, tiene los siguientes objetivos:

- 1) Mostrar los estereotipos en los medios Este objetivo se materializa a través de nuestro activismo en redes sociales. Nuestras publicaciones llegan a cientos de miles de personas en América Latina y España. También en las charlas y participación en eventos en los que contamos y mostramos cómo los medio de comunicación, la publicidad, el cine, etc construyen y reproducen estereotipos.
- 1) Desnaturalizarlo: A través de los hackeos de revistas, que son acciones y talleres en los que trabajamos con el arte como herramienta expresiva y de transformación social, para conectarnos con lo humano, diverso, potente y valioso que habita en cada ser humano. Llevamos nuestros hackeos a escuelas, empresas, ONGs, reparticiones del estado, Museos, Centros culturales y plazas de pueblos de Argentina y otros países del mundo.
- 2) Hacer visibles a las mujeres que hacen: escuchando las historias de las mujeres que están haciendo cosas extraordinarias. Creamos espacios y contextos en los que esas mujeres puedan contar sus historias, experiencias y saberes.

A su vez, Mujeres que no Fueron Tapa, cuenta además con una propuesta de talleres para realizar en escuelas en las que se busca problematizar y resignificar las publicidades.

Es entonces que, a partir de las lecturas realizadas, y las propuestas de ambos proyectos llevamos adelante la experiencia que relatamos a continuación.

Desarrollo de la experiencia:

Luego de haber finalizado el desarrollo conceptual de la Introducción al Segundo Sexo, decidimos tomar una clase más para realizar la mencionada actividad de cierre. Esta se llevó a cabo a partir de tres momentos. El primero de ellos, tuvo a partir de una serie de imágenes de revistas “Para ti”, que escogimos aleatoriamente para realizar una primera reflexión basada en los siguientes interrogantes: ¿Cómo aparecen las mujeres en estas revistas? ¿Qué les provoca ver esto? ¿Hay algo que les “falta” a estas mujeres? ¿Ustedes ven mujeres así por la calle? ¿Cómo aparecen los hombres? ¿Aparecen igual que las mujeres? ¿Por qué?

Lxs estudiantes ensayaron respuestas a estos interrogantes, realizando las primeras aproximaciones al problema. De entre estas intervenciones podemos rescatar cuestiones generales como las siguientes: las mujeres de las tapas o las publicidades se ven incómodas, que aparecen semi desnudas, no tiene que ver cómo aparecen con el producto que venden, en muchos casos no se ve el producto que están publicitando, se encuentran simulando ser un objeto más entre otros, que no aparecen vestidas como las mujeres que nos encontramos en la vida cotidiana. Estas mujeres no reales, porque le faltan pelos, celulitis, arrugas, panza. Los hombres aparecen más cómodos, vestidos, con ropa que sí usan en la vida cotidiana.

Luego de esta breve actividad disparadora, tuvo lugar un segundo momento en el que presentamos los proyectos activistas. Para comenzar, proyectamos un vídeo Ted en donde la creadora de Mujeres que no Fueron Tapa, presenta su proyecto. Allí cuenta cómo surge este proyecto y desarrolla lo que lxs estudiantes habían podido anticipar mirando las revistas: la diferencia que existe en la forma en que las mujeres y los varones que aparecen en las revistas; a su vez la presentadora da cuenta de los resultados de entrevistas en donde varias mujeres dan cuenta de qué mujeres les/nos gustaría ver en las portadas de las revistas: las mujeres que no fueron tapa. Luego de la proyección, retomamos algunas cuestiones para puntuar los tres objetivos de este proyecto.

En segundo lugar, proyectamos una serie de publicidades intervenidas por el proyecto Squatters, y analizamos en ellas cuál era el mensaje publicitario, antes y cómo el proyecto lo modificó a partir de sus intervenciones. A partir de allí preguntamos por qué creían que esta proyecto realizaba estas intervenciones y a partir de las respuestas de lxs estudiantes, realizamos una breve mención a los objetivos que tiene este grupo al realizar sus intervenciones.

Cabe aclarar que la intención de presentar ambos activismos fue proporcionar ejemplos que den cuenta de un posible marco sobre el cual realizamos la última parte de la clase. Así finalmente propusimos la realizar la siguiente actividad en forma grupal:

ACTIVIDAD DE CIERRE

- 1) Escoger una publicidad e intervenirla a partir de las propuestas del Proyecto Squatters y Mujeres que no fueron tapa.
- 2) Explicar brevemente las intervenciones, dando cuenta de cuál era el mensaje antes y cómo fue modificado.
- 3) Buscar y transcribir una cita del texto de Simone de Beauvoir que de cuenta de la intervención realizada.

En el siguiente apartado realizaremos un balance sobre los resultados de dicha experiencia.

Arribando a algunas conclusiones:

Para comenzar nuestras reflexiones finales, quisiéramos dar cuenta de la importancia de tener un espacio propicio para apropiarse de los textos desde un lugar más allá de la lectura y el comentario. Si bien, esto no quiere decir que el trabajo de análisis argumentativo o conceptual no sea valioso, las dinámicas tipo taller pueden dar cuenta de nuevos sentidos acerca de los problemas abordados. En este sentido creemos que, como sostienen Femenías y Spadaro:

el taller es un espacio de excelencia por su carácter horizontal y creativo para llevar adelante actividades teórico-prácticas (...) en él se pone a lo/as participantes ante el desafío de la acción (en gestos, actos, palabras, argumentos, revisiones, etcétera) reconsiderando supuestos y conductas más o menos automatizadas en todos nosotros, como lo son las vinculadas al “sentido común” sobre el que construimos nuestras “creencias” y “convicciones” sobre los sexos (...) la especificidad del taller radica en el interés en enfrentar a los/as asistentes a su búsqueda individual o colectiva de resultados, por lo general movilizadores. (2012, pp. 171-172)

Esto puede verse de manera patente, retomando algunos de los trabajos realizados por lxs estudiantes [Anexo 2].

A partir de ellos, podemos dar cuenta de una apropiación del problema del cuerpo en Simone de Beauvoir que los ha interpelado desde otro lugar. Sus intervenciones son

producto de una elaboración compleja y completa sobre la temática abordada. Exhiben un trabajo conjunto, abordado desde la creatividad, las discusiones, la lectura y la apropiación de conceptos de la autora que fueron abordados en las guías de lectura. De este modo, creemos que esta actividad da cuenta de otro tipo de acercamiento y problematización sobre el problema del cuerpo en general, y sobre el abordaje de Beauvoir en particular. Aproximación que permite pues, repensar cuestiones que se encuentran arraigadas en nuestros consumos cotidianos, desnaturalizarlas. Pero entonces: ¿Qué significa desnaturalizar las prácticas o las concepciones que tenemos sobre algo? Consiste en “conseguir ese efecto de extrañeza, de desfamiliarización. Se trata de suspender la evidencia de nuestras categorías y de nuestros modos habituales de pensar y de describir las prácticas, por el mero recurso de intentar pensarlas de otro modo, a otra escala, con otras conexiones (Larrosa, 1995, p. 23).

En este sentido, tomando a Spadaro, en esta experiencia didáctica intentó promover un espacio y una actividad que actúe des-suspendiendo las desigualdades, visibilizándolas de modo explícito. No solo por medio de una contextualización histórica y personal de los textos filosóficos expuesto, sino también incluyendo, como en este caso, líneas de pensamiento no hegemónicas respecto al canon filosófico [2012:147]. Esto pudo llevarse adelante entrelazando varios formatos. Así, encontramos un primer y último momento de la clase, en el que los estudiantes trabajaron desde sus experiencias y conocimientos. Y, entre estos dos momentos, las presentación de proyectos activistas y la lectura de un texto académico-filosófico que buscó enriquecer el análisis de esas experiencias; por último, un producto final: la intervención de las publicidades y la reflexión escrita, que buscó condensar este diálogo entre lo propio y lo ajeno, entre lo teórico y lo práctico, entre lo académico y lo cotidiano.

Por lo relatado hasta aquí, y a modo de balance, consideramos que este tipo de actividades abonan a lograr una educación inclusiva en el más amplio sentido del término. El hecho de que los estudiantes cuenten con espacios para comenzar a desmontar cuestiones arraigadas sobre esta y otras temáticas es lo que vuelve valioso la asignatura filosofía dentro de su carrera.

En este sentido y para finalizar, nos resulta interesante concluir nuestro aporte con la reflexión que propone la destacada pensadora brasileña Guacira Lopes Louro, invitándonos a proponer otras formas de trabajo y reflexión, incluso en la academia:

¿Qué significa hacer queer el currículo? (...) Transformado to queer en el verbo “extrañar” llegamos a algo así como “extrañar el currículo” (hacer extraño el currículo)

(...) Entonces, cuando pretendemos “extrañar el currículo”, nuestro movimiento sería un acto de desconfianza del currículo (tal como se nos lo presenta), para tratarlo de modo no usual; sería un movimiento para desconcertar y transformar el currículo (...) pasar los límites, atreverse, desconfiar de lo que está allí y mirar de modo propio lo que está incluido para poner en situación embarazosa lo que está en ese “cuerpo de conocimientos”; en fin, enfrentar las condiciones en que se da el conocimiento. (2012, pp. 114-115).

...

Bibliografía:

- Ausubel, D. (1983), *Psicología educativa: Un punto de vista cognoscitivo*. México: Trillas.
- Beauvoir, Simone de (1968) “Introducción” en *El segundo sexo. Vol. 1* y “Cap.X: Situación y carácter de la mujer” en *El segundo sexo. Vol. 2*. BsAs: Siglo Veinte.
- Santos Guerra (coord) (2000), *El Harén Pedagógico*. Barcelona: Biblioteca de Aula.
- Spadaro, M.; Femenías, M, comp. (2012). *Enseñar filosofía, hoy*. La Plata: Edulp. (Biblioteca crítica de feminismos y género). En Memoria Académica. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.417/pm.417.pdf>
- Spadaro, M. (2015) “El género en la enseñanza de la filosofía: el tábano en el tábano”. En: Cerletti, A. y Couló, A. *La enseñanza filosófica*. Buenos Aires: noveduc.

Documentos:

- Proyecto Squatters <http://proyectosquatters.blogspot.com/>
- Mujeres que no Fueron Tapa <http://www.mujeresquenofuerontapa.com/>
- Video TED <https://www.youtube.com/watch?v=Ra6Y2EJyck>

Anexos:

ANEXO 1

COMISIONES I-J Guía de Lectura

Prfa. Hernández Marilina

El Segundo Sexo -Introducción- Simone de Beauvoir

1. a. Señale cuál es el problema que aborda la autora.
b. Teniendo en cuenta que la tesis en un texto filosófico es la presentación de la posición del autor/a sobre un determinado tema: ¿Cuál es la tesis de Simone de Beauvoir sobre este problema?
c. Realizar un punteo de quienes han intentado responder este interrogante, qué tipos de respuesta se han dado y por qué son rechazadas por la autora.
2. a. ¿Por qué, resulta “significativo” que ella, siendo mujer se plantee el problema?
b. ¿Qué relación pueden establecer entre la máxima existencialista: “la existencia precede a la esencia” y la afirmación de la autora: “mujer no se nace, se llega a serlo”?
3. a. ¿Cuál es la postura de la autora respecto de la alteridad como categoría humana?
b. ¿Qué tiene de particular la alteridad en el caso de la mujer?
c. Tendiendo en cuenta que el **androcentrismo** hace referencia a la práctica, consciente o no, de otorgar al varón y a su punto de vista una posición central en el mundo, las sociedades, la cultura y la historia. ¿Qué relación puede darse entre la alteridad que plantea la autora en el caso de la mujer y el androcentrismo?
4. Explicar la analogía entre el “eterno femenino” y el “alma negra” ¿A qué conclusión le permite llegar esta analogía?
5. ¿Qué relación puede establecerse entre la libertad (tomada desde una perspectiva existencialista) y la situación de la mujer? ¿Por qué aparecen en esta situación la frustración y la opresión?

ANEXO 2:



4) Eterno femenino
- Por siempre
- No cambia

Alma negra

Plataforma de apretado y opresivos que se basa en su zona "algo como casto, pero analizable"

Fue dicho con mala fe

Respetar
Discordar
Modificar

5) Pájaro
- Como cañón se plantea a través de proyectos como una transformación

1) Elegir una publicidat e intervenir TP TRICERRA, LUCAS DE FELTRO ASCENI TRAVY MONTANA

2) Explicar por escrito como era la publicidad antes de la intervención, que demostre necesidad y pago

3) Elegir un proyecto del libro de Simone de Beauvoir en relación a la intervención realizada y transcribirlo



2) de publicidad esta noción una muestra de respeto a través para mujeres en la que se encuentra apoyando su cuerpo para demostrar una imagen de mujer como su cuenta o del momento y el comportamiento sus miembros cada cual en un show, es un cuerpo que se puede transformar la mujer al igual muestra su belleza masculinidad de superioridad cuerpo

3) "de Beauvoir le impone que se consume como el otro; pretenden y se dice como objeto"

Filosofía

416



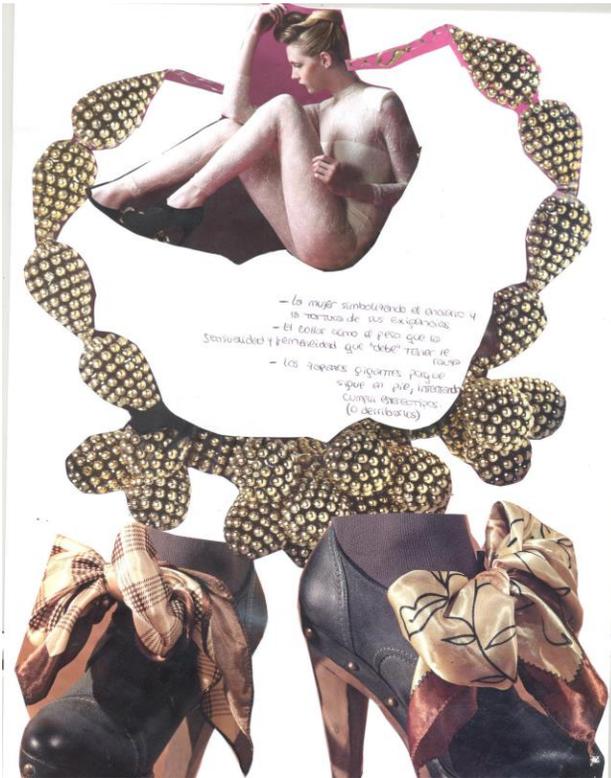
RODRIGO PINEDA
JOSUATU GONZALEZ
NICOLAS DUBOZZI
EZEQUIE TUCCCHI
JUAN COZZO MEZANO

* El hombre en la foto se muestra como una persona común, tratada de buen estatus social / GANADOR y CACHERRO.

* La mujer de la foto, como una chica Fácil y PROVOCADA SE MI DESNOIDA,

* Se modifica la imagen de cada uno, rescatando su nicho estético + de...





En la publicidad se veía la imagen de una mujer blanca, ojos celestes, piel lisa, rubia, vendiendo un shampoo donde te referenciamos el pelo dejábotelo liso, con puntas cerradas sin frizz. La modificación fue que prontamente te olvidas de los problemas, de tu trabajo, de las arrugas y solo te preocupas por la belleza de tu pelo.



Trabajo Práctico 916

ALUMNOS: López, Nicolás
Lucasella, María Pia

① - ANTES DESPUES




② - La publicidad constantemente muestra un estereotipo de los cuerpos de las mujeres donde no hay presencia de pelos e imperfecciones. En cambio, nosotros aprendemos desde chicos a tener imperfecciones con el objetivo de romper con el estereotipo impuesto socialmente y visto de mala manera.

③ - "Las mujeres empiezan a tomar poses en la colonización del mundo, el mundo es todavía un mundo más favorable a los hombres, ellos no lo duelen, y ellas están apenes"

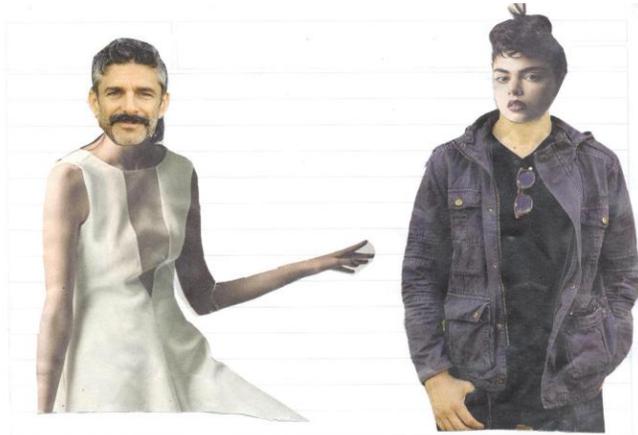
①




② La imagen seleccionada se refiere a la publicidad de una película en donde podemos ver a una mujer, arriba de un ring esperando a que comience la lucha. Si bien la mujer se encuentra en una situación que vitalmente es habitada, en su mayoría, por hombres se reproduce siendo una imagen distorsionada de lo que es una "mujer" en una situación de combate. Podemos observar que la mujer no tiene pelos, está maquillada, peinada, no tiene signos de estar transpirada, etc. No es una imagen que coincide con la realidad de una mujer que está a punto de comenzar una pelea, sin embargo vemos que la disputa en este espacio es algo positivo.

③ "Los dos sexos no han compartido nunca el mundo por partes iguales y todavía hoy, aunque su condición está evolucionando, la mujer padece de muchas desventajas"

INTERLANTES:



La publicación que elegimos intervenir son una entrevista a un hombre donde se lo veía muy contento y feliz de la vida, y una chica se la veía modelando una marca de zapatos mostrándonos el cuerpo de ambos personajes cambiando sus caras entre sí ya que quisimos romper con el estereotipo de hombres y mujeres en las revistas, para explicar de mejor manera esto citamos un fragmento del texto de Simone de Beauvoir que dice "el cuerpo del hombre tiene un sentido en sí mismo, abstracción hecha de la mujer, en tanto este último parece desdibujado si no se evoca al macho".

4

explota el fucsia VERDE

2 "Somos muy inocentes" ??

3

NOTA

2 Todas publicidades apuntan al estereotipo femenino, basado en perfección, estéticas, prolijidad, "mujercas", vulnerabilidad, colores, objetos estereotípicos...

Tratamiento y prevención de várices y arañas varisedan te cuida por dentro y por fuera También VARISEDAN gel fino, de uso externo cuya aplicación ayuda a liberarse de la pesadez de las piernas producida por la intensa actividad diaria.

4 Solo te post... a las mujeres?

