

MANEJO DEL CUERPO EN LA CLASE MEDIA EN LA CIUDAD DE HUANCAYO BODY MANAGEMENT IN THE MIDDLE CLASS IN HUANCAYO

Freder Arredondo Baquerizo, Carlos Romero Sihuay

RESUMEN:

Esta investigación se ocupa del tema del manejo del cuerpo en un sector social en la ciudad de Huancayo, donde se expresa la preocupación por presentar una determinada imagen física atlética, esbelta y simétrica obtenida a través de dietas, ejercicio físico y consumo de productos de belleza, sin embargo se toma otras consideraciones como la belleza espiritual además se presenta las percepciones de las personas acerca de la belleza, en hombre y mujer, los modelos hegemónicos de la belleza, la discriminación y el racismo relacionado con la belleza transmitido por los medios de comunicación.

Palabras Claves: Cuerpo, belleza, dietas, ejercicio físico, esbeltez y discriminación.

ABSTRACT

This research addresses the issue of the management of the body in a social sector in the city of Huancayo, which expresses the concern to present a certain image physical athletic, slender and symmetrical obtained through diet, exercise and consumption of beauty products yet take other considerations as well spiritual beauty presents people's perceptions about beauty, in man and woman, the hegemonic models of beauty, racism and discrimination related to beauty transmitted by means of communication.

Key Words: Body, beauty, diets, physical exercise, slim and discrimination

INTRODUCCIÓN

En las tres últimas décadas en el mundo se comenzó a vivir con una especial intensidad la preocupación sobre el cuidado del cuerpo, especialmente en el campo de las ciencias de la salud donde se van implementando los discursos sobre mantener un cuerpo bien cuidado, higiénico, en forma (fitness), además crece la preocupación por enfermedades derivadas del sobrepeso; se intensifica el campo de acción de los nutricionistas, las diversas formas de dieta son publicitadas; proliferan las intervenciones quirúrgicas; abundan los gimnasios; existe un temor a envejecer y perder los atributos de la juventud, y a morir, las industrias dedicadas a la producción y a la venta de productos cosméticos van incrementándose, sus clientes ya no solo son mujeres, también están los hombres y todos los grupos etarios (incluido niños); es más notorio que el cuerpo se convierte en un locus de intervención

cultural; se van creando modelos universales de masculinidad y feminidad asociados con la cultura occidental, distantes de las realidades de otras culturas, sin embargo, estos iconos se vuelven universales gracias a los medios de comunicación.

Estos hechos no son ajenos a la realidad peruana y van produciendo algunos hechos; como la ansiedad entre los jóvenes y los adultos de tener un cuerpo bien cuidado; la anorexia, la bulimia se han vuelto problemas de la salud pública, las cirugías, las liposucciones, el ejercicio, el peeling, el aumento de algunas partes del cuerpo son objetivos que muchas personas persiguen, la frase "estar regia", va expandiéndose por todos los sectores sociales y por todo el país.

Además la presentación personal, vestido, higiene, maquillaje, señales de salud y de apariencia física, determinados accesorios y afeites personales otorgan a los individuos un determinado prestigio social a quien ostente estos atributos, y se vuelven

centros de admiración y de envidia del entorno, más aún, en una sociedad jerarquizada, donde la apariencia cuenta, en un sentido contrario quien no cuenta con estas características muchas veces sufre exclusión y marginación de los grupos sociales.

El cultivo y manejo del cuerpo depende de la clase social, del grupo etario, del género, de la opción sexual y del grupo cultural de los individuos, aunque se presenta una fuerte presión de la cultura hegemónica que va creando modelos a imitar y seguir en el manejo y cuidado del cuerpo.

Las razones de estas preocupaciones es la búsqueda de la belleza y de la admiración del grupo social; la belleza actual señala algunos estándares como la esbeltez, señales de juventud, salud, rasgos simétricos, piel suave, torso flexible y extremidades ágiles (varón), senos firmes, tersos, respingados, nalgas firmes (mujer), parecer joven es preocupación de hombres y de mujeres, la cirugía estética ayuda a las personas a parecerse jóvenes, proporción entre la cintura y las caderas de la mujer, entre otros.

Mediante la investigación queremos conocer, teniendo en cuenta la diferenciación de género ¿Cómo los sectores medios de la ciudad de Huancayo perciben sus cuerpos?, ¿Qué elementos se están empleando para el cultivo del cuerpo? y ¿Existe alguna forma de exclusión a las personas que no manejan su cuerpo de acuerdo a la cultura hegemónica?

MATERIAL Y METODOS

El método que se ha utilizado en la presente investigación es descriptivo, a través de la observación, de encuestas donde se consignaron preguntas cuantitativas y cualitativas, además el análisis de la cotidianidad para conocer el punto de vista de la población estudiada y el recojo detallado de los datos. Además del método de la hermenéutica, utilizado para interpretar y entender la descripción de los datos registrados y textualizarlos para que se encuentren al alcance del público. Los datos se contrastaron con la teoría social existente.

RESULTADOS

El estudio se llevó a cabo en el I. E. Gelicich ubicado en el distrito de El Tambo de la ciudad de Huancayo, donde laboran 66 trabajadores entre docentes y administrativos. Se realizaron 12 encuestas, 06 de ellos dirigidos al personal masculino y los otros 06 dirigidos al personal femenino.

Consideramos a este grupo de trabajadores como clase media por su estatus de profesores y profesionales, entendido como posición o situación de una persona con relación a los demás, dentro de un sistema social, legal o profesional, que se manifiesta por diversos indicadores (de consumo, de prestigio, etc). Además los ingresos económicos reafirman esta situación.

En la actualidad la clase media de Huancayo utiliza algunos recursos en el manejo del cuerpo, el uso no solo tiene un carácter utilitario, sino obsesivo por la gran preocupación que se refleja en el uso de estos recursos. La investigación está centrada en un sector de clase media, las entrevistas, las encuestas y las observaciones se han realizado en un colegio particular, católico de la ciudad de Huancayo.

Las dietas se han convertido en un eje dentro del manejo del cuerpo esto se ve reflejado en las comidas que consumen en los refrigerios, en los almuerzos y en algunos compromisos sociales, cumpleaños, aniversarios u otros tipos de celebración, con mucha frecuencia se pide que se acompañe a las comidas una considerable porción de ensaladas, se evitan los dulces y las grasas o las porciones muy abundantes.

Esta parte del manejo del cuerpo tiene una paradoja, a pesar de tener conocimiento de la cantidad de calorías que contienen ciertos productos o alimentos, como la papa, el arroz y el pan, las personas continúan consumiendo estos, por lo agradable que éstos representan para nuestra cultura y su presencia abundante en nuestros platos representativos.

Se aprecia que existe un crecimiento de la industria de cosméticos, por el número de personas que se dedican a este rubro, los catálogos de distintas empresas que ofertan sus productos a hombres y mujeres.

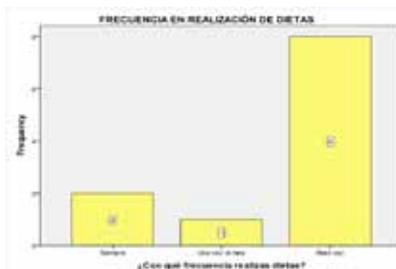
Otro aspecto importante en el manejo del cuerpo son los ejercicios que están relacionados directamente con la figura del cuerpo y la presencia de gimnasios en la ciudad de Huancayo. Así como el uso de productos médicos para adelgazar.

Con relación a la figura podemos afirmar que existe una modelo, prototipo que se difunde a través de los medios de comunicación, ser una persona delgada y esbelta, los músculos deben de estar firmes y turgentes, y no flácidos, específicamente en el caso de los varones los músculos deben estar afirmados, el vientre no debe sobresalir, es decir, no tener “barriga”, debe ser un tipo deportista, conservar signo de juventud (piel tersa, sin arrugas, el cabello no debe presentar canas), el cuerpo femenino también tiene ciertas exigencias, se pide que la mujer este arreglada y bella, además debe ser discreta y recatada en el manejo de su cuerpo, pero a la vez se pide que conserve una figura física donde se aprecien las formas femeninas erotizadas, senos, nalgas, labios y otros. Las primeras cualidades son para las mujeres que tienen una pareja formal, casadas, o que conviven, (madre – esposas) las segundas son para las mujeres que están en edad de casarse, que permanecen solteras, pero no deben exagerar en estas características, porque de lo contrario se someten a una sanción pública. La asistencia al gimnasio es menor en el caso de los hombres que en el de las mujeres.

Cuadro N° 1



Cuadro N° 2



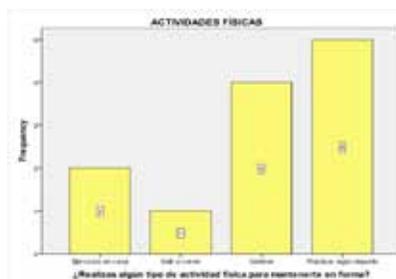
Cuadro N° 3



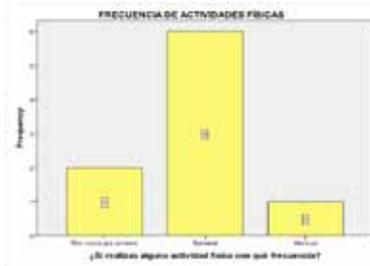
Cuadro N° 4



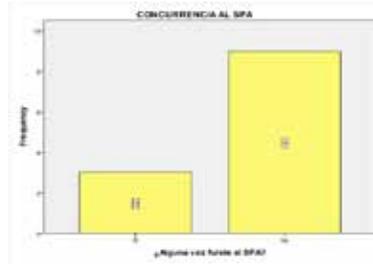
Cuadro N° 5



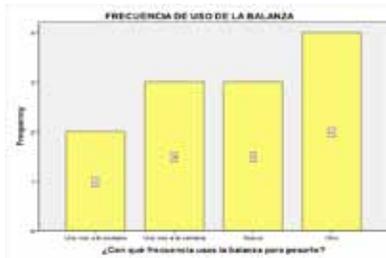
Cuadro N° 6



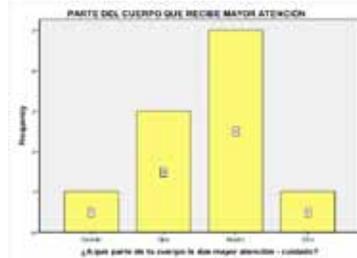
Cuadro N° 10



Cuadro N° 7



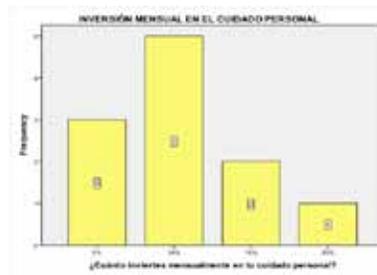
Cuadro N° 11



Cuadro N° 8



Cuadro N° 12



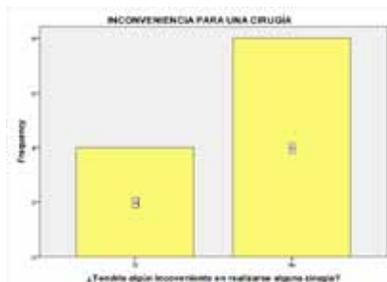
Cuadro N° 9



Cuadro N° 13



Cuadro N° 14



Modelo hegemónico del cuerpo

Ante la pregunta sobre la descripción del cuerpo perfecto de un hombre y de una mujer se obtuvieron las siguientes respuestas:

“El hombre tiene que ser musculoso, alto o bajo, pero atlético y que se vea bien saludable, la mujer tiene que ser regia, divina” (Patty, docente, 51 años)

“El hombre debe tener un cuerpo proporcionado, aunque no existe la perfección, la mujer adecuada y proporcionada” (Estilista, docente, 38)

“Hombre, talla promedio a alto, no grueso o delgado en extremo, la mujer igual” (Luisa, docente, 24)

“Coherente en peso y medida para ambos” (Mercurio, docente, 36)

“El hombre similar a Vitruvio y la mujer similar a Afrodita” (Luis, docente, 45)

“Para el hombre un cuerpo atlético y para la mujer un cuerpo bonito” (Apa, docente, 45)

“Ambos deben de tener un cuerpo saludable” (Peter, docente, 31)

Significado de la frase “estar regia”

“Estar presentable” (Apa, docente, 45)

“Bien en todos tus aspectos” (Luis, docente, 45)

“Saludable” (Mercurio, docente, 36)

“Cuando tu peso y tu talla están acorde, y te sientes feliz” (Eli, docente, 39)

“Estar en forma con músculos trabajados y cuidados en la piel” (Lourdes, docente 30)

“Sentirse y reflejarse estar bien” (Luisa, docente, 24)

“Es estar bien arreglada” (Julia, docente, 47)

“Delgada y arreglada” (Estilista, docente, 38)

“Es estar primero en paz consigo misma, con buen espíritu y con una apariencia física atractiva” (Patty, docente, 51 años)

Definición de belleza

“Si, bello es todo lo transparente y hermoso a los ojos de todo, lo que lo ve bellos es Cristo” (Patty, docente, 51 años)

“La belleza es como te sientes y te consideras” (Estilista, docente, 38)

“A mí me gusta más la belleza interior que la exterior porque todas las personas son bellas” (Julia, docente, 47)

“Es la armonía entre cuerpo y alma” (Luisa, docente, 24)

“Noción abstracta ligada a numerosos aspectos de la existencia humana” Lourdes, docente 30)

“Para mí la belleza no es estar bonita, maquillarse, bien si no un maquillaje sencillo, natural” (Eli, docente, 39)

“Amor a la naturaleza y al hombre” (Mercurio, docente, 36)

“La belleza se lleva en el alma” (Apa, docente, 45)

Modelos de belleza transmitidos por los medios de comunicación

“Son muy flacas no se les ve rellenitas” (Julia, docente, 47)

“Para mí es la expresión de la discriminación” (Luisa, docente, 24)

“Se ven saludables, pero no sabemos lo que realmente es fuera de cámaras” (Lourdes, docente 30)

“Es un tema comercial, son para negocio, para que puedan vender algún producto, a las personas que ven este tipo de modelos” (Apa, docente, 45)

“Es comercial, lucro personal, de algunas empresas y de las modelos” (Raúl, docente, 42)

Ante la pregunta ¿por qué crees que los otros cuerpos no están representados en los medios de comunicación? (negras, mestizas, indígenas, ancianas, gordos, discapacitados y otros)

“La cultura ha hecho ver que las personas con esas características no se vean regías y bonitas, no comparto esa opinión” (Lourdes, docente 30)

“Por la idiosincrasia y los problemas de identidad” (Luisa, docente, 24)

“Es que nos hemos acostumbrado a catalogarlos de esa forma, porque los medios de comunicación, nos bombardean con esas cosas y nosotras, a veces hacemos caso, cuando no debería de ser” (Julia, docente, 47)

“Por discriminación y porque no existe la famosa inclusión en el país” (Estilista, docente, 38)

“Racismo y discriminación” (Raúl, docente, 42)

“Porque somos un país racista que discrimina”

DISCUSIÓN

- El cuadro N° 1 y el cuadro N° 2 muestra el número de personas que realizan una dieta, en la primera pregunta ¿realizas o has realizado algún tipo de dieta? Seis encuestados responden que sí y la otra mitad que no, sin embargo cuando preguntamos por la frecuencia, todos han realizado dieta, la mayoría (ocho) rara vez, una persona una vez al mes y dos siempre. Este último cuadro nos muestra la importancia de las dietas, todos algunas vez han realizado dieta, y dos están en permanente dieta.
- El discurso de no engordar, tiene una importancia dentro del grupo social sobre todo en las mujeres, porque a la hora de almuerzo (muchas de ellas se reúnen en el comedor y llevan sus propios almuerzos, preparados en sus hogares), junto con sus comidas llevan porciones considerables de ensalada.
- En el cuadro N° 4 se preguntó si usaban algún producto para adelgazar, solo una persona señaló que utiliza la faja (prenda de vestir que se usa en forma interior que amolda el cuerpo, según ellas “no dejan ver los rollos”), sin embargo, para un observador (a) acucioso (a) puede darse cuenta que muchas personas usan faja diariamente.
- De acuerdo al cuadro N° 5 todos y todas realizan algún tipo de actividad física, privilegian el ejercicio a la dieta. La mayoría practica algún deporte y camina. Una profesora manifestó que corre diariamente, otros profesores juegan fútbol los fines de semana, la mitad de la muestra señala que la frecuencia con la que realizan actividad física es semanal (cuadro N° 6).
- Casi la mitad de la muestra controla su peso, usa la balanza una vez al mes o a la semana, esta respuesta podría reflejar una preocupación por tener un peso adecuado y evitar engordar, cuadro N° 7.
- En relación a la compra de productos de belleza (cosméticos), todos lo compran, pero la frecuencia es muy baja, solo dos personas compran mensualmente, mayoría (ocho personas) rara vez de acuerdo al cuadro N° 8, estas respuestas tienen bastante relación con la frecuencia que acuden al salón de belleza, solo dos concurren mensualmente (mujeres) y tres de ellos señalan que nunca han visitado. Las personas que no han ido al salón de belleza son hombres. (Cuadro N° 9)
- También se encuentra como resultado que tres personas han concurrido a una spa (centro de tratamientos corporales, gimnasia, sauna y masajes con aceites), estos lugares ofrecen un tratamiento corporal casi completo (Cuadro N° 10)
- Las personas encuestadas indican que la parte del cuerpo sobre la que más se preocupan es el rostro, dentro de la antropología existen varias formas de apreciar el significado del rostro, aparte que es la parte más visible del individuo, también la idea popular es que refleja todo lo que internamente es la persona. (Cuadro N°11)
- La inversión respecto al cuidado de su persona en relación con su sueldo mensual es mínimo, 10%, 5 personas de la muestra, sólo una encuesta manifestó que invierte el 20% de sus

ingresos. (Cuadro N°12)

- En los dos últimos cuadros N° 12 y N° 13 se concluye que solo una persona se ha sometido a una cirugía pero que la tercera parte de la muestra no tendría inconveniente en hacerse una cirugía en el futuro, la otra tercera parte no lo haría por ningún motivo.
 - En relación a las respuestas cualitativas se puede apreciar lo siguiente: se prefiere que el cuerpo tanto de hombre y mujer tenga una simetría, en los hombres un cuerpo atlético, alto y bien cuidado, en las mujeres se evita el tema del sobrepeso, y que ellas se conserven regias.
 - Respecto a la situación de estar regias, las mujeres consideran estar presentables físicamente y espiritualmente, felices, lo importante es que te sientas bien contigo mismo, y esa condición lo transmita hacia afuera.
 - En sus estándares de belleza se nota la influencia del discurso cristiano, la belleza no se concibe solamente físicamente, sobre todo espiritualmente, a través de algunos valores, y la bondad, además todos somos bellos a los ojos de Dios.
 - Finalmente se buscó la opinión de los encuestados, de el porque los medios de comunicación no muestran a personas que escapan a los modelos de belleza hegemónico de la sociedad, negros, mestizos, indígenas, ancianos y discapacitados, los y las encuestadas concluyeron que vivimos en una sociedad muy racista y discriminatoria y que parte de la responsabilidad lo tienen los medios de comunicación porque ellos transmiten los modelos hegemónicos de belleza.
- La preocupación no sólo se centra en las dietas y en evitar engordar, también recurren a productos de belleza como cosméticos para mejorar su apariencia, o acuden a un spa, aunque en un porcentaje mínimo, esto se puede contrastar con la presencia de vendedoras de esos productos dentro del mismo colegio lo que facilita la compra y venta de este tipo de mercancías.
 - Una parte del cuerpo donde concentran su atención para su cuidado es el rostro, por ser la parte más visible del cuerpo y la que está en constante interrelación con los demás.
 - Un tercio de la muestra señala que no tendría inconveniente alguno en realizarse en algún momento algún tipo de cirugía que mejore su presencia física.
 - Paradójicamente ellos y ellas están interesados en la apariencia física, incluso en la perfección del cuerpo, atléticos, altos, simétricos y regias, pero también consideran que la belleza no sólo es física, sino también es espiritual, concordando con el mensaje cristiano que frecuentemente reciben.
 - Finalmente siente que la sociedad es racista y discriminante porque privilegia ciertos modelos de belleza, la hegemónica, frente a otras realidades desvalorizadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Batjin, Mijail.** La cultura popular. En la edad media y en el renacimiento. El contexto de Francois Rabelais. 4ª ed. Alianza editorial, 430 pp, 2005.
2. **Bourdieu, Pierre.** El sentido práctico. 1ª ed. Siglo XXI, 452 pp, 2009.
3. **Butler, Judith.** Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo. 1ª ed. Paidós. 345 pp, 2002.
4. **Butler, Judith.** Marcos de guerra. Las vidas lloradas. 1ª ed. Paidós, 261 pp, 2010.
5. **Esteban, Mari.** Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio. 1ª ed. Bellaterra, 263 pp., 2004

CONCLUSIONES

- Las preocupaciones sobre el cuidado corporal en la muestra estudiada existen pero no son exageradas, están preocupadas y preocupados por no reflejar una imagen de personas gordas por lo que realizan dietas (mujeres) y realizan ejercicios (mayormente los hombres), y también utilizan algunas prendas para “verse más delgadas, formar el cuerpo”

6. **Fuller, Norma.** Masculinidades. Cambios y permanencias. 1ª ed. PUCP, 510 pp, 2002.
7. **Juliano, Dolores.** El cuerpo del guerrero. en Antropología, género, salud y atención. 1ª ed. Bellaterra, 345 pp., 2010
8. **Giddens, Anthony.** Sociología. 4ª ed. Alianza Editorial. 739, 2004
9. **Gracia, Mabel.** Engordar, adelgazar, enfermar: algunas reflexiones sobre alimentación. en Antropología, género, salud y atención. 1ª ed. Bellaterra, 345 pp, 2010.
10. **Guiraud, Pierre.** El lenguaje del cuerpo. 3ª ed. FCE. 120 pp, 2001
11. **Harris, Marvin.** Introducción a la antropología general. 1ª ed. Alianza editorial. 719 pp, 2004.
12. **Heritier, Françoise.** Masculino / Femenino. Disolver la jerarquía. 1ª ed. FCE, 379 pp, 2007.
13. **Kogan, Liuba.** El deseo del cuerpo. Mujeres y hombres en Lima. 1ª ed. Fondo editorial del Congreso en Lima., 207 pp, 2010.
14. **Lagarde, Marcela.** Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas. 4ª ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 884 pp, 2005.
15. **Le Breton, David.** Antropología del cuerpo y modernidad. 2ª ed. Nueva Visión Buenos Aires. 254pp, 1995.
16. **Mauss, Marcel.** Técnicas y movimientos corporales, en Sociología y antropología. 1ª ed. Tecnos, Madrid, 335 – 356, 1991.
17. **Mc Dowell, Linda.** Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas. 1ª ed. Cátedra – Valencia, 398 pp, 2000
18. **Soley – Beltran, Patricia.** Transexualidad y la matriz heterosexual. Un estudio crítico de Judith Butler. 1ª ed. Bellaterra, Barcelona 463 pp, 2009.
19. **Velasco Honorio.** Cuerpo y espacio. Símbolos y metáforas, representación y expresividad de las culturas. 1ª ed. Editorial universitaria Ramón Areces, 458 pp, 2007.