

## Belleza fatal: Las nuevas caras de la alienación femenina

---

WASSIM EL GOLLI :: 22/01/2013

Entrevista con Mona Chollet :: Más que una crítica sobre el ansia de belleza, el libro es un estudio exhaustivo sobre los centros de poder donde moda y belleza se encuentran

El cuarto libro de Mona Chollet, 'Beauté fatale - Les nouveaux visages d'une aliénation féminine' (1), aborda el complejo "moda - belleza". El libro tiene el mérito de visibilizar una forma de enajenación corrosiva que está en todas partes y en ninguna a la vez. A partir de una pregunta falsamente ingenua: ¿qué hay de malo en querer ser bella?, la autora trata de distinguir el deseo personal de belleza de su explotación por una lógica sexista y por la sociedad de consumo. Más que una crítica sobre el ansia de belleza, este libro realiza un estudio exhaustivo sobre los centros de poder donde moda y belleza se encuentran. Habla, por supuesto, sobre el cuerpo femenino y las formas específicas de dominación que sufre, pero no se limita a eso. Una amplia revisión de la literatura en inglés, la más productiva sobre este tema, le permite insertar estas formas de dominación dentro de una lectura crítica de la sociedad contemporánea y de la dinámica consumista y de mercado en la que estamos inmersos.

*C: Su libro nos invita a cuestionar la relación, individual y colectiva, que nuestra sociedad construye sobre la belleza y la moda. ¿Por qué es importante preguntarse acerca de esto?*

Mona Chollet: En primer lugar, porque se trata de un tema que ha sido escasamente tratado. Siempre me ha impresionado el pequeño número de análisis críticos que se realizan sobre la moda, las revistas femeninas, la belleza, la publicidad.... Cuando yo era adolescente, recuerdo haber rebuscado entre los libros de la biblioteca municipal. Solo encontré el pequeño libro de Anne Marie Dardigna, publicado por Maspero, titulado "Prensa femenina- función ideológica". Un buen libro, muy de su época, marxista puro y duro, que me hizo reflexionar pero que también abrió aún más mi apetito.

Desde entonces, he visto poca cosa, aparte de algunos artículos esporádicos y un poco superficiales sobre "todas esas modelos demasiado delgadas." Pero nada de crítica sistemática. Y luego, siempre subsiste ese mito francés, de que tratamos de lograr la igualdad, como mujer, pero sin renunciar a la seducción, la feminidad, la coquetería, etc. Como si se tratara de algo con lo que pudiéramos vivir con placer, con sencillez, siendo respetadas también como personas ... como si no hubiera un problema directo y concreto de dominación que se ejerce, también, sobre el cuerpo y que pasa por todas esas prácticas denominadas "de belleza" y que algunos han denominado "el corsé invisible".

Se trata, en realidad, de un conjunto de normas tan rígidas que una mujer tiene muy pocas posibilidades de vivir de una manera sencilla y agradable. Hay cosas muy agresivas contra la vida de las mujeres detrás de los modelos de delgadez, por ejemplo: es la negación pura y simple de la feminidad, del cuerpo femenino. Al final, el cuerpo ideal de una mujer es el cuerpo de un hombre. Los maniqués de hoy en día que, evidentemente, representan el ideal de belleza dominante, tienen cuerpos muy andróginos con un plus de senos solamente.

Cualquier forma de redondez es vista como algo que debe ser eliminado.

Como ejemplo: en su mundo particular, las anoréxicas suelen rechazar todo lo que es la feminidad real, como es el tener menstruación. Quieren deshacerse de lo femenino que está asociado con algo repugnante e indigno. Esta idea de indignidad es muy perniciosa, cuando se mezcla con todo lo que acompaña el “complejo moda-belleza” a través de prácticas hedonistas. Cuando las revistas femeninas construyen titulares como "Adelgazar da placer", a propósito de las dietas de adelgazamiento de primavera, el efecto es perverso, ya que realizan ataques contra las mujeres envueltos en discursos de placer y de auto-cuidados. Lo mismo que sobre la cirugía estética que va en contra de las especificidades de cada mujer. Para ser amada y aceptada, es preciso eliminar toda singularidad y conformar el propio cuerpo en torno a un modelo estándar; es preciso estar “homologada”.

Se produce, en la actualidad, una total ilusión sobre lo que realmente es la belleza y la cuestión de la apariencia ocupa un lugar desproporcionado en la vida de las mujeres. Ellas acaban siempre reducidas a esto: hagan lo que hagan, siempre serán juzgadas por su físico. Y si ese no “pasa”, nada lo hará.

*C: ¿Cómo analiza usted los efectos de la belleza en tanto que construcción social y cuales son las formas de dominación específicas que produce?*

Mona Chollet: Me interesan mucho todos los discursos de celebración de la feminidad y me parecen, también, extremadamente sospechosos. Yo, por ejemplo, he escrito extensamente sobre la falda. Porque, los que tienen un discurso sobre esa prenda, particularmente frecuente en los últimos años, partían de la idea de que las chicas de los suburbios no podían vestirse con faldas y optaron por luchar solo por el derecho a que lo hicieran, en lugar de defender el derecho genérico de las jóvenes a vestirse como quieran. Finalmente, se encontraron promoviendo un modelo que no es sólo un modelo de vestimenta sino todo un modelo de comportamiento.

Detrás de la prescripción de una prenda cualquiera, siempre existe la prescripción de una cierta identidad, una sumisión a ciertos criterios, a un lugar del que no se debe salir. En estos discursos normativos sobre la manera de vestirse hay una visión de dominación absolutamente obvia.

Cuando se produjeron los incidentes Polanski y Strauss-Kahn, me sorprendió descubrir que todos los intelectuales franceses que celebraban la pseudo-seducción o pseudo-feminismo a la francesa- (iutilizan indiferentemente las palabras feminismo y seducción!)-, encarnaban finalmente la voluntad de mantener a las mujeres en un cierto lugar y un desprecio total de su subjetividad. Es el reverso de esta pseudo-excepción francesa de las relaciones pacíficas entre los sexos, de relaciones a la vez de seducción y de igualdad.

Con este libro he querido mostrar cómo la subjetividad de la mujer no es del todo evidente para muchos hombres a los que se supone tener estudios, reflexionar o encarnar y defender el bien y la verdad. ¡Ya sabíamos que ellos no lo hacían muy bien, pero está confirmado! Tienen una visión completamente arcaica de las relaciones entre hombres y mujeres.

*C: ¿Qué relación ve entre el mayor control sobre el cuerpo de las mujeres, que usted*

*describe y la noción de mercantilización ligada a la sociedad de consumo?*

Mona Chollet: Numerosos trabajos han mostrado ya que la sociedad de consumo tiene una historia particular con las mujeres, puesto que la producción estaba del lado de los hombres mientras que el consumo del de las mujeres. Laurie Essig (2010) [2] señala que los primeros supermercados en los Estados Unidos se llamaban "Lady's Malls". En Francia, Zola lo llamaba: "le Bon Marché Au Bonheur des Dames"... Las mujeres, sobre todo en las clases medias acomodadas, eran las encargadas de las compras para el conjunto de la familia, pero también para ellas mismas. Es la industria la que se ha hecho cargo de todas las tareas domésticas para la fabricación de productos básicos, la ropa, el jabón, los productos de uso doméstico, los cosméticos ...

Y lo que es también muy interesante, en el libro de Betty Friedan (1963) [3], es que muestra cómo en los años 50, las mujeres blancas de clase media norteamericana a las que se había vendido la idea de que su realización no estaba más que en el hogar, los hijos y el marido, estaban tan frustradas que se volvían medio locas perdiendo todo sentido de propia identidad a fuerza de no tener ningún dominio sobre ellas mismas. Entonces, los publicistas se pusieron a vender la experiencia del gran almacén para reemplazar la experiencia del mundo. En el libro, cito el ejemplo de un fabricante que dijo que puesto que las mujeres quieren algo que les pertenezca como propio, les ofreceremos un champú o un coche diferente al del resto de la familia. Se puede pensar que eso funcionaría solo medianamente como sustitutivo pero, en todo caso, promueve las ventas. Y es, probablemente, aún verdad hoy en día. Yo tengo también la impresión de que la esfera del consumo ha comprendido siempre muy bien la sensibilidad de las mujeres ante las cosas para las que han sido condicionadas a ser sensibles. Es decir, el aspecto material de la vida y su aspecto hedonista también, la sensibilidad hacia los objetos, a los colores, a las telas, a los decorados, que son preocupaciones bastante despreciadas por la cultura dominante. Puede que así sea sobre todo en Francia, donde se da valor a un ideal cartesiano y abstracto... los hombres tienen también una tradición de vivir bien, pero en una esfera diferente. La del cigarro, el vino, pero no la de los cosméticos o de los productos para el baño.

*C: Usted cita repetidamente la obra de Betty Friedan, quien explicó que un conjunto de factores, como el desarrollo en los electrodomésticos y el consumo de los hogares, pero sobre todo, la voluntad de las mujeres de volver al hogar y llevar una vida tranquila, después de guerra, provocó una forma de reacción. ¿El lugar que ocupa el cuerpo de las mujeres en esta sociedad revelaría, hoy día, ese mismo mecanismo?*

Mona Chollet: Sí, por supuesto. Eso estaba en el libro de Susan Faludi [4]: en teoría, las mujeres tienen ya la igualdad, la oportunidad de ser financieramente independientes, de trabajar sin permiso del marido, de controlar su fecundidad... Se puede pensar, entonces, que el cuerpo es el último lugar donde la dominación puede actuar. Y, por último que, después de que las otras prisiones se abrieran, esta, que es una prisión inmaterial es, no obstante, aún más implacable. Es una forma de mantener atrapadas a las mujeres, sujetas por hilos de marioneta, de mantenerlas en su lugar de otra manera, por un control externo - se les pone nota si no se ajustan al modelo al que se supone corresponden- y por un auto-control- puesto que ellas mismas interiorizan esas normas, sin que necesariamente se den cuenta de su carácter mortífero y destructor. Por ello, interesarse en esto, como feminista,

no es una frivolidad, sino una cuestión absolutamente central.

Esta asignación a las mujeres de las preocupaciones materiales-estéticas es una manera de excluirlas de las áreas de toma de decisiones, de la política. Se les asigna a lo corporal, al espacio domestico que, en mi opinión, son esferas nobles en si mismas pero que se vuelven problemáticas cuando hay asignación y cuando toda la existencia debe construirse a su alrededor.

A menudo, las mismas mujeres son cómplices de su propia situación: como el mundo actual da un poco de miedo, la idea de apartarse de él y elegir cremas de belleza, moda de primavera o nuevo mobiliario para la casa, aparece como algo atractivo. Este fenómeno ayuda a explicar el éxito de los blogs de decoración, de muebles o de pastelería. Es como un rincón tranquilizador, un universo donde se ven y se fabrican cosas bellas, una especie de burbuja sin preocupaciones. Es preciso comprenderla para poder criticarla.

*C: Para comprenderlo, también tenemos que recordar el discurso cada vez mas frecuente de padres que perciben la "apariencia" ante la sociedad como un verdadero recurso positivo para sus hijos, de la misma forma que un diploma, por ejemplo...*

Mona Chollet: Sí, es un cálculo terrible. Si quieres enseñar a un niño a defenderse en esta sociedad, no debemos dejar que se obsesione por cómo los demás le perciben, sino enseñarle a tener confianza en si mismos y en sus propias percepciones y especialmente, a las mujeres.

He trabajado bastante sobre la violencia conyugal en el mundo diplomático: Esa terrible inseguridad de las mujeres que hace que tarden mucho en defenderse y en convencerse de que tienen derecho a hacerlo. Creo que también está relacionado con el hecho de que se las educa a estar obsesionadas por lo que los demás puedan pensar de ellas. Perciben su propia persona reduciéndola a su mero aspecto físico. Esa obsesión por el cuerpo mantiene a las mujeres en una inseguridad permanente. Están siempre preocupadas por ofrecer su mejor apariencia. Es como un entrenamiento para que sean marionetas de los ojos ajenos.

*C: Lo de "Encontrar al príncipe azul" se podría sustituir, si no mejor, completar, por lo de "ser descubierta" para convertirse en la próxima "estrella". ¿Cómo comprender esa paradoja que consiste en relacionar la moda y la libertad?*

Mona Chollet: ¡Hay una enorme mistificación alrededor! Es la imaginería de la cultura de masas con las actrices desde los comienzos del cine. El testimonio de la niña en el libro, que dice que sueña con ser "descubierta" data de los años 30. Este fenómeno tomó fuerza en los años 50 y después, con las modelos de los años 80, con más pasividad aún y mayor reducción a la apariencia, puesto que la "top model" no habla, ni siquiera actúa.

Convertirse en actriz o modelo se vende como la realización de un sueño. Este es el modelo para las chicas jóvenes en el mundo gris de todos los días. De repente, eres señalada en la calle y entonces, tu futuro se transforma con un golpe de varita mágica - te conviertes en rica, famosa, vives en lugares hermosos y un día encuentras con un hombre rico y ... ¡aquello es la consagración! Este modelo narrativo se vende a generaciones de niñas sin ningún remordimiento y con tales medios que hacen muy difícil defenderse. Sobre todo

cuando eres una adolescente impresionable y que se aburre en la escuela.

Sin embargo, al ofrecer a las mujeres hacer así su camino por el mundo, ocultan el precio a pagar: ser reducida al mero aspecto físico y ser el juguete de otras voluntades. Están en manos de agentes, productores, fotógrafos... Sempé realizó, hace varios años, un dibujo que mostraba una modelo que se está preparando para el rodaje de un anuncio y que estaba como en una prisión: completamente rodeada por personas que la vestían, la peinaban, la maquillaban y que la transformaban en algo muy diferente a la del principio. Después, se veían los resultados en los carteles colgados por la ciudad donde la joven saltaba y danzaba, libre como el aire. ¡Esta es exactamente la paradoja!

Una actriz que cito en el libro también dice que ya no puede leer y creerse las escenas en las que siempre se describe cómo la heroína es hermosa, sin saberlo, de belleza natural, mientras que ella, en realidad, pasa tanto tiempo después siguiendo dietas de locos y yendo a gimnasios para ser seleccionada para esos papeles. Una modelo, que cito también, dice que no se hace muchas ilusiones pero que va a continuar con su trabajo porque su hermana realizó estudios larguísimo de oncología y no gana tanto como ella. ¡Es un sistema donde se paga más a una mujer por ser guapa que por ser inteligente!

*C: A lo largo del libro, usted busca comprender el concepto desarrollado por la feminista británica, Angela Mc Robbie [5] del "complejo moda-belleza", y cómo permite tomarse en serio una cierta cultura femenina. ¿Por qué?*

Mona Chollet: Estoy especialmente interesada en sus declinaciones contemporáneas, es decir, cómo se pretende ahora ser "cultura" para difundir, aún mejor, sus obsesiones. Quería desmontar la idea de que la industria trabaja para el bien de las mujeres y que está ahí para ayudar a lograr su felicidad. Una idea por la que esta industria funciona en colaboración con la prensa femenina, el cine, la televisión,... tratando de persuadir a las mujeres. Cuando lo esencial, está bien claro, es vender productos.

Es impresionante ver cómo los dispositivos para situar en el mercado estos productos son cada vez más sofisticados. Tomemos el ejemplo de los blogs, que ahora conviven con los dispositivos más clásicos de la publicidad o de las revistas. Estos blogs, en los que el número de audiencia es impresionante funcionan con mujeres consentidoras que se dejan llevar completamente por esa fascinación por la última "crème machin". Cada una tratando de presumir con las fotos de su baño, de su tocador, dando una imagen de sí misma como de mujer de buen gusto, que sabe como vestirse, conoce los buenos productos, los secretos de belleza. Estos blogs construyen una especie de estanterías virtuales en su pantalla como las de un escaparate de un supermercado. Ahora son también las blogueras las que construyen sus escaparates virtuales, algunas de forma gratuita, con una terrible ingenuidad, otras siendo pagadas por sociedades comerciales. Y además, las propias marcas fabrican contenidos, pequeñas filmaciones difundidas por Internet, para poner un poco de imaginación y emoción alrededor de la mercancía.

*C: En definitiva, este "complejo moda-belleza" obliga a las mujeres a encontrar un lugar dentro de los estándares de belleza...*

Mona Chollet: Es el complejo moda-belleza quien distribuye los puntos para saber quien es

una verdadera mujer y quién no lo es. Es una paradoja sorprendente: la feminidad se presenta a la vez como algo innato y como el resultado, al mismo tiempo, de un trabajo permanente con resultados inciertos, pero de criterios bien precisos. Es chocante ver como, por ejemplo, en los blogs, la mochila está prohibida. Llevo una conmigo, así que no debo ser una verdadera mujer. Se trata evidentemente de un filón comercial fabuloso... dado que los bolsos suponen un sector de consumo que funciona muy bien. Además de suponer una estafa monstruosa: se ven, a menudo, bolsos realmente feos, que se venden por 800 o 1.000 euros...

*C: Pero precisamente esta identidad femenina es fundamentalmente una identidad de clase... ¿Quién se puede permitir comprar un bolso de 800 euros? ¿Cómo se imbricaría, para usted la cuestión de la identidad y las relaciones de clase?*

Mona Chollet: Creo que eso se corresponde bastante bien con el tema de mi anterior libro (2004). Hoy en día, las clases altas han impuesto sus valores y su modelo y han desarmando, completamente, toda la hostilidad que podía quedar en su contra. La serie "Gossip girl" [6] es la quintaesencia de este fenómeno: pone en escena a jovencitas extremadamente ricas y absolutamente odiosas. La reacción de los espectadores de un medio social bajo debería ser de total indignación. Sin embargo esas gentes son capaces de imponer su modelo de consumo y con efectos absolutamente trágicos: hace años que los padres se quejan de los precios de las marcas de moda, pero en la escuela eso toma proporciones de locos. ¿cómo seguir si hay que comprar un bolso de 800 euros? Y eso da una imagen de la sociedad cada vez más despiadada donde se adula la riqueza sin ninguna distancia crítica. Solo queremos parecernos a ellos...

*C: En la derecha, pero también en la izquierda, algunos defienden, de repente, la vuelta a los uniformes en la escuela... ¿Qué piensa usted?*

Mona Chollet: Me parece completamente ilusorio. Es a la sociedad a la que hay que cambiar. Para la mentalidad dominante, la idea de que la única esperanza sea la del éxito individual, salvarse uno mismo para pasarse al mundo ideal de los ricos, esta profundamente arraigada. He estudiado el esquema narrativo ultra extendido de una "success story"- la historia de un éxito-. La podemos ver en la prensa femenina: es la de Kate Moss, chica de un suburbio de Londres, convertida en millonaria, o la figura de la modelo rusa que vendía verduras en el mercado con su abuela y que ahora vive en un castillo. Hoy predomina la idea de que no es necesario cambiar las reglas del juego para llegar individualmente a subvertirlas. Ante esta mentalidad no veo lo que un uniforme pueda cambiar.

*C: La senadora y ex ministra de UMP, Chantal Jouanno, ha expuesto, a principios de este año, un informe sobre la hiper-sexualización de las niñas, puesta en escena, por ejemplo, en un número de la revista Vogue en 2010, en el concurso de Miss Mini o por la venta, en el supermercado norteamericano Walmart de cremas anti-arrugas para niñas. ¿Ve usted conexión con el complejo industrial moda-belleza que desmonta en su libro?*

Mona Chollet: No es la hiper-sexualización en si misma lo que me choca sino el hecho de imponer modelos externos que no se corresponden con la propia experiencia de las niñas. Se les hacen muñecas y se les comunica muy temprano la idea de que hay un problema con

su cuerpo y que ellas tienen que arreglarlo. Se les obsesiona ya con la delgadez o con la piel tersa.

Naomi Wolf [7] lo explica muy bien en su libro: la infancia es también una edad muy erótica pero de una manera completamente espontánea y desordenada, sin ninguna preocupación estética ¡Esta hiper-sexualización compromete la futura sexualidad de estas niñas!. Cuando tengan un novio pensarán: ¿estoy demasiado gorda? ¿estaré bien depilada?... es trágico que sus relaciones con los hombres vayan a estar desprovistas de toda espontaneidad.

*C: Según usted ¿Por qué se discute en el espacio público sobre la hiper-sexualización de los niños, pero no sobre la de las mujeres?*

Mona Chollet: Es cierto. Por ejemplo, cuando se habla de prostitución infantil, se evita hablar de países enteros cuya economía depende de la prostitución femenina, lo que no parece ser un problema para nadie...

Creo que hemos dejado de lado muchas cosas, es una forma de resignarnos. Pero la presión sobre las niñas y el desarrollo de la anorexia infantil están ligadas al incremento de la presión sobre las mujeres en general. Hay tanta histeria sobre las normas de belleza que afecta también a las niñas.

Pero siempre es más de consenso hablar sobre niños. Para las mujeres, se desprecian completamente estos temas y se niegan las presiones culturales que se ejercen sobre ellas. En "Libération," leí un artículo que explicaba que a pesar del caso PIP (prótesis de mama defectuosas y peligrosas), la demanda de implantes mamarios no había disminuido y que llegaba a la conclusión de que el deseo de tener pechos más bonitos era un deseo "entre una mujer y ella misma"... ¡Como si no hubiera ningún entorno cultural que nos hace tragar, de forma continua e insidiosa, sus dictados! De hecho, si se sigue el razonamiento dominante, de las mujeres se espera que se resistan si no, son estúpidas... y luego, si tienen problemas, como en el caso de las PIP, ¡se lo tenían bien merecido!

Naomi Wolf (1991) evoca, de manera muy interesante, el tratamiento mediático de la anorexia: dice que si esa dolencia afectara a los hombres jóvenes norteamericanos en la misma proporción que a las mujeres jóvenes, saldría en titulares de prensa. Pero como son las mujeres las afectadas, se percibe como menos grave, como una señal de que ellas son demasiado frívolas o un poco neuróticas.

*C: En su libro, usted no menciona la pornografía... ¿tal vez entra en resonancia con todo ese discurso?*

Mona Chollet: Es cierto y es, sin duda, algo que falta en el libro. Pero en mi opinión, la objetivación del cuerpo y la obsesión por mostrarlo tienen una conexión fácil entre el porno y lo que yo he escrito. Es la visión ingenua del cuerpo la que lo reduce a una pura plástica y a una pura mecánica, con la idea de que si se logra esculpir el cuerpo de una cierta manera, se tendrán relaciones amorosas geniales y se encontrará la felicidad. El porno puede llevar al paroxismo ese ideal de la pura mecánica. Con la crudeza, la luz, la obsesión de ver lo más posible.

*C: En estos últimos años algunas feministas como Elisabeth Badinter se apasionan por el problema del velo y de la laicidad, desechando la alienación sobre el cuerpo de la mujer producida por la moda o la belleza. ¿cómo lo explica usted?*

Mona Chollet: ¡No lo puedo explicar! Eso me parece aberrante. No entiendo cómo una mujer como Elisabeth Badinter, accionista principal de uno de los grupos de publicidad más grandes del mundo (PUBLICIS, ndlr), quien afirma que la publicidad no es un tema para el feminismo, puede ser tomada en serio como feminista. Para mí, es un misterio.

Me impresionó un artículo de **Alain Badiou**: su tesis es que la ley sobre el velo en la escuela vuelve a obligar a exponer la mercancía, una mercancía a la que no podremos poner un pañuelo. Y que esta ley es una ley puramente capitalista. Creo que es bastante acertado. Nos tomamos muy en serio la dimensión religiosa cuando, especialmente entre los adolescentes, es muy frecuente el deseo de camuflarse, de ocultarse, un deseo que está lejos de ser idiota en una edad en la que se es muy cruel los unos con los otros y donde una no está necesariamente cómoda con su cuerpo.

Este es el discurso absurdo de “ni putas ni sumisas”: reivindican el derecho a la feminidad como algo completamente natural, que cae del cielo, cuando, en realidad es muy complicado y no es algo que aparezca por sí solo. Algunas niñas lo asimilan muy rápidamente, otras jamás, otras lo van asimilando muy lentamente... Yo sé muy bien que detrás del velo hay un aspecto de reivindicación identitaria y una reversión del estigma. Pero creo que también se puede tomar como un reflejo de protección y camuflaje perfectamente comprensible a esta edad.

---

## **Notas:**

[1] [http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id\\_article=149](http://www.editions-zones.fr/spip.php?page=lyberplayer&id_article=149)

[2] Laurie Essig, « American Plastic, Boob jobs, credits cards, and the quest for perfection », Beacon Press, 2010.

[3] Betty Friendan, *La Femme mystifiée*, traduit de l'américain par Yvette Roudy, Gonthier, Paris, 1964.

[4] Backlash, voir son blog, <http://www.susanfaludi.com/>, ndlr

[5] Angela Mc Robbie, *The Aftermath of Feminism. Gender, Culture and Social Change* (2008). (blog: <http://www.angelamcrobbie.com/>)

[6] <http://www.cwtv.com/shows/gossip-girl>

[7] Naomi Wolf, *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women* (1990). Traduction française: *Quand la beauté fait mal* (1991)

*Mona Chollet es una periodista y escritora feminista ginebrina que trabaja actualmente para*

*Le Monde Diplomatique.*

*Contretemps. Traducción para sinpermiso.info: Lola Rivera*

---

[https://www.lahaine.org/mm\\_ss\\_est\\_esp.php/belleza-fatal-las-nuevas-caras-de-la-ali](https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/belleza-fatal-las-nuevas-caras-de-la-ali)