

De los cuerpos torturados a los cuerpos virtuales

Raúl Alberto Domínguez Rendón

■ Aun fuera tolerable la moda, si se contuviese en las cosas que pertenecen al adorno exterior; pero esta señora ha mucho tiempo que salió de estas márgenes, y a todo ha extendido su imperio. Es moda andar de esta, o aquella manera, tener el cuerpo en esta, o aquella positura, comer así, o asado, hablar alto, o bajo, usar de estas, o aquellas voces, tomar el chocolate frío, o caliente, hacer esta, o aquella materia de la conversación. Hasta el aplicarse a adquirir el conocimiento de esta, o aquella materia se ha hecho cosa de moda...

... Esta variedad de gusto se nota más fácilmente en diferentes Naciones, que en diferentes siglos. Los Abisinios aprecian las narices rebajadas, o con poquísima prominencia. Los Persas las corvas, o aguileñas, porque así dicen era la de Ciro. Los del Brasil machacan la punta de la nariz a los infantes. Entre los de Sian se tiene por deformidad la blancura de los dientes, y los tiñen de negro, o encarnado. En Guinea, taladrando el labio inferior a las niñas, procuran engrosarle, y derribarle, lo que tienen por

gran belleza. La idea de la hermosura en la China es cuerpo pesado, vientre crecido, frente ancha, ojos, y pies pequeños, pequeña nariz, grandes orejas. Los de Mississippi componen a los niños la cabeza en punta. Y en parte de este Principado de Asturias les allanan la parte posterior. De lo dicho se infiere, que lo que llamamos belleza depende en gran parte de nuestra imaginación; y lo más notable es, que la imaginación de muchos suele provenir de la imaginación de uno solo, esto es, de aquel que por capricho, o antojo fue autor de la moda.”

Benito Jerónimo Feijoo.
Las modas. En Teatro crítico universal, 1728.

Introducción

No es adecuado hablar de “el cuerpo” sino de “los cuerpos”, como tampoco hablar de “el discurso” del cuerpo sino de “los discursos” que se hacen cargo de los cuerpos para significarlos, conocerlos y controlarlos. Cada cuerpo es histórico y está sujetado, mediado y usado en el contexto de una sociedad y una cultura determinada. Son muy diversas las instituciones, estrategias y dispositivos que lo apresan: la familia, la escuela, la religión, el estado, la medicina y el mercado. La etiqueta y la urbanidad le garantizan distinción y cultura, la medicina y la cosmética le prometen salud e inmortalidad, la psicología y el psicoanálisis le procuran libertad y emancipación, los deportes y la recreación le aseguran fuerza y ocio, la moda y la publicidad le ofrecen belleza y juventud, etc. Como mostró Marcel Mauss en su libro *Técnicas y movimientos corporales*, los usos y gestos del cuerpo son adquiridos en procesos de enseñanza-aprendizaje de ciertas técnicas corporales que obedecen a unos modelos, ideales o finalidades morales,

estéticas, económicas o racionales propios del orden social predominante en un momento dado.¹ Técnicas y usos de los cuerpos que es posible clasificar, entre otros, a partir de su sexo, edad, rendimiento, formas de transmisión y clases sociales. Incluso, es posible hacer todo un recorrido por las diferentes tipologías que han asumido los cuerpos en tanto valor de uso, valor de cambio, valor signo y valor símbolo. Cuando se habla del cuerpo, casi siempre, se lo ubica inmerso en escenas de la vida social o pública (hablar, comer, trabajar, bailar, guerrear o seducir) y, por tanto, éste se supone vestido. Aquí es preciso tomar distancia del concepto de desnudez de Occidente, conciencia heredada del “pecado original” y referida exclusivamente a los genitales. Se puede decir que los humanos nunca se sintieron desnudos —como ocurrió en el *Paraíso Terrenal*— en tanto su cuerpo llevó siempre alguna pintura, tatuaje, deformación, atuendo u ornamento que le daban significación. Una de las primeras acciones artísticas que los humanos ejecutaron fue adornar su propio cuerpo y allí estuvo el germen de las demás artes. Por el vestido se verifica el paso de lo sensible (naturaleza, desnudez) a la significación del cuerpo (cultura, artificio) en la medida que lo oculta, lo exhibe o lo resalta a través de prendas, joyas, pinturas, tocado, calzado, adornos e, incluso, gestos. El vestido se entiende pues como signo y símbolo de estatus, como factor de diferenciación, distinción, clasificación, discriminación, jerarquización y segregación social; como instrumento de identidad y testimonio de la adhesión a un grupo o cultura específicos. Los humanos siempre han estado dispuestos a sufrir o infligir los peores suplicios y tormentos a los cuerpos, propios o ajenos, con tal de poder exhibir las marcas y signos del poder, del prestigio, del status, la distinción, la belleza, el erotismo o la maldición: tatuajes, incisiones, mutilaciones, deformaciones, perforaciones y

¹ MAUSS, Marcel. *Técnicas y movimientos corporales*. En *Sociología y Antropología*. Madrid: Tecnos, 1991.

atrofias. Sobran los ejemplos: ojos extraviados, narices partidas, dentaduras limadas o de oro, labios y orejas estirados y perforados, cuellos alargados, pies pequeños, cejas depiladas, cabezas rapadas, cicatrices diseñadas, cinturas de avispa, músculos hipertrofiados, fibulas en genitales, topes y *piercings*, lenguas bífidas, injertos, prótesis y siliconas, etc. A partir de esto es sensato plantear que el concepto y aprecio de la belleza obedece a cánones estéticos que son históricos, relativos y variables, en otras palabras, convencionales y arbitrarios pues dependen de modelos, estándares, patrones y estereotipos que son cambiantes de una época a otra.

Los cuerpos corteses

Toda minoría que posee o que aspire al poder elabora un código de gestos, expresiones y usos que, acordes con su concepción particular del mundo y del hombre, se imponen como modelo ideal a imitar en cada circunstancia social, con el fin de distinguirse y colocarse por encima de la gran masa desposeída y dominada. Así como en la Grecia antigua, los cerrados grupos nobles establecieron toda una pedagogía (*paideia*) para educar los cuerpos y los espíritus, en torno a ideales y valores de virtud y moderación (*aretée*), otras exclusivas minorías nobles han prescrito a sus integrantes, a lo largo de la historia, modelos de vida tanto para su conducta moral y ética como para todas sus expresiones y gestos externos. Es el caso de la noble aristocracia inglesa que se impuso el ideal del *gentleman*, el cual vivió su mayor esplendor en la época victoriana.

En muchos lugares, durante el siglo XIX y aún a principios del XX, la nueva burguesía no tenía ninguna identidad de clase y sentía una especie de complejo de inferioridad al heredar de la nobleza las jerarquías del pasado. Por un tiempo, y a pesar de su poder económico, más que derribarlos y reemplazarlos, se insertó en los

usos aristocráticos y los imitó caricaturescamente. Incapacitados por su atraso cultural para asumirse éticamente como burgueses demócratas, copiaban la *paideia* y la *aretée* de la aristocracia del viejo continente. En consecuencia, educaron, guiaron y gobernaron los cuerpos de su clase, durante un período de transición, conforme a rígidos cánones de Etiqueta, Urbanidad y Cortesía, “el único ritual del cuerpo de la cultura occidental” en palabras de Jean Baudrillard. El cuerpo que pretendiera ser culto, refinado y distinguido era un cuerpo que debía aprender a expresar en cada circunstancia las virtudes y gestos que los ceremoniales y rituales segregadores de la Etiqueta habían impuesto como modelo de buena educación: un cuerpo supremamente aseado que debe encubrir sudor, flujos, mucosidades y malos olores. Pero ese cuerpo aseado debía tener en cada momento y lugar una expresión correcta, recatada y moderada, acorde con la moral dominante y el arte de agradar.

Los cuerpos dóciles

Como superficies de significación, desde el siglo XIX los cuerpos empezaron a ser atravesados por discursos prescriptivos y por relaciones de poder que los organizan y disciplinan con criterios propiamente capitalistas y modernos. Michel Foucault mostró como, “en toda sociedad, el cuerpo queda prendido en el interior de poderes muy ceñidos, que le imponen coacciones, interdicciones u obligaciones”. Como condición para su dominio todo poder busca imponer un cuerpo dócil, es decir, que pueda ser domado, organizado, utilizado y perfeccionado para sus fines. Diversos discursos y estrategias institucionales se interesan por ese cuerpo “que se manipula, al que se da forma, que se educa, que obedece, que responde, que se vuelve hábil o cuyas fuerzas se multiplican”.² Y para tal efecto, lo forzan a

² FOUCAULT, Michel. *Vigilar y castigar*. México: Siglo XXI Editores, 1978, 2a ed., p. 140.

ceremonias y rituales, lo someten a prácticas, prescripciones, ejercicios, normas, guías, modelos y, aún, a suplicios. En este punto es importante recordar que los deportes, en su versión moderna, surgieron en el momento que el desarrollo capitalista, que revolucionó las fuentes de energía y liberó al cuerpo de los constreñimientos técnicos decimonónicos, pudo establecer una jornada diaria de 8 horas de trabajo y propiciar así un “tiempo libre” al obrero. Pero este supuesto tiempo libre era una falacia en tanto que es, precisamente, el tiempo que el sistema productivo necesita para que la fuerza de trabajo se reponga, se reproduzca y consume mercancías antes de reiniciar el ciclo laboral. En este “tiempo libre”, el cuerpo no se liberaba realmente sino que su energía excedente es canalizada a los deportes y a la recreación dirigida como posibilidad compensadora de gasto y para la administración productiva del ocio; perspectiva vital para la estrategia de disciplinación y control político de los cuerpos.

Pero, al lado de los dispositivos y estrategias de poder, que tienen por función la producción, reproducción y control más eficiente de la fuerza de trabajo calificada y disciplinada (“economía política del cuerpo”), surgieron instituciones en el marco del consumo que, como la moda y la publicidad, producen cuerpos como modelos de significación y portadores de valores-signos discriminadores, en el marco de la competencia por la reputación, la distinción y la autoridad. Más allá de ser mera fuerza de producción, el cuerpo se integra en la ley de los valores-signos clasificadores y diferenciadores y entra a participar en un sistema de significación e intercambio simbólico donde se lo administra como un patrimonio y “se lo manipula como uno de los múltiples *significantes del status social*”, como un exponente de prestigio intercambiable y negociable en la contienda

por la distinción y, en última instancia, por el poder.³

Los cuerpos de moda

El discurso de la moda, que se consolidó con posterioridad a la Revolución Industrial (1760-1830), no sólo propone e impone el vestido para cada circunstancia de la vida social que se representa, la superficie material que le dará una imagen dada al cuerpo, sino que su retórica promueve también un tipo ideal y utópico de cuerpo, conforme a modelos y paradigmas estéticos que es preciso imitar para poder competir por la distinción y la jerarquía social. El discurso retórico de la moda emprende a principios del siglo XX, a través de sus revistas constituidas en pedagogía incontrovertible, la fabricación y organización de cuerpos estereotipados y gestos codificados a partir del modelo convencional, provisionalmente dominante, de elegancia, buen gusto, belleza, distinción, novedad y *chic*. Con el propósito de que el cuerpo asuma, detente y consuma esos valores-signos de moda, es sometido a normas, reglas, prácticas, cosméticos, ejercicios y suplicios que le procuren esa imagen distinguida, esa expresión prestigiosa, que es la meta a alcanzar y por la que todos compiten en la institución del consumo. La retórica de la moda tiene el poder de moldear y domesticar el cuerpo, alargarlo, disminuirlo, adelgazarlo, rejuvenecerlo, colorearlo y manipularlo para que, como significante del status social, porte aquellos valores-signos discriminadores y exponentes de la reputación de los rivales. Este cuerpo-signo soñado por cada lector es escindido en fragmentos que, a su vez, se convierten en signos que producen significación y connotan los valores de distinción a consumir promovidos por la moda. Cada cuerpo de moda será una yuxtaposición sistemática de *órganos-signos*: cara, ojos, nariz, boca, piel, cabello,

³ BAUDRILLARD, Jean. *La sociedad de consumo*. Barcelona: Plaza & Janés, 1974, p. 188. Cfr. también, del mismo autor, *El intercambio simbólico y la muerte*. Caracas: Monte Ávila Editores, 1980, p. 117-142.

manos, piernas, busto, etc. y para cada uno de estos fragmentos cercados por la retórica hay cuidados específicos y se prescriben recetas, masajes, cremas, aguas, polvos, medicamentos, dietas, cosméticos y ejercicios cuya necesidad y demanda dieron lugar a toda la industria actual de la moda. Se enseñan todos los secretos del tocador para vencer y aliviar, a toda costa, los terrores surgidos del cruel ultraje del tiempo. Es decir, es el *fashion-group* (“creadores”) el que decide por convención lo que en una temporada significará o equivaldrá a lo bello o a lo feo y las tribulaciones que hay que sufrir para conseguirlo.

El cuerpo, como moderno exponente de prestigio y status social, debe conseguir y exponer, a toda costa, la línea y la silueta de un cuerpo utópico y soñado que se ha impuesto como el modelo de moda a consumir y fuera del cual se es sancionado y marginado por antiestético, indigno y hasta por inmoral. Pero ante la dinámica precipitada de la moda, vestidos, cuerpos y gestos se hacen insoportables en corto tiempo y en mora de ser reemplazados por otros más novedosos. El consumidor de la moda busca alivio y consuelo en nuevos diseños y detalles que, inevitablemente, también se harán fútiles, intolerables y molestos frente a los por venir. De este modo, ninguna moda permanece, ni es bella en sí; su valor estético es transitorio y acorde con una equivalencia lógica de lo aceptado y lo rechazado, actualizada por el *fashion-group* y que se renueva aceleradamente en el intercambio y consumo de valores-signos diferenciadores. A la postre, todas las modas son efímeras, transitorias, grotescas, despreciables y desagradables en cuanto se inscriben en el sistema de la moda como proceso de producción de “náusea estética”, en palabras de Thorstein Veblen.⁴ Es por lo mismo que siempre hay cambio de formas

pero jamás evolución lógica en las modas: “La moda fabrica así continuamente lo ‘bello’ sobre la base de una negación radical de la belleza, sobre la base de una *equivalencia lógica de lo bello y de lo feo*. Puede imponer como eminentemente distintivos los rasgos más excéntricos, más disfuncionales, más ridículos”, se puede concluir con Jean Baudrillard.⁵

Los cuerpos narcisos

Individualidad y libertad parecen ser las mayores conquistas de la cultura moderna, pero ese disfrute sin límites y frustraciones tiende a aislar, atomizar y desintegrar muchos aspectos de la cultura anterior. Durante algún tiempo la cultura de masas hedonista entró en conflicto con el orden tecnoeconómico del capitalismo: el trabajo alienado, impersonal, autoritario y monótono chocaba con el deseo de libertad, ocio, gratificación y realización personal; había un gran divorcio entre las aspiraciones y las satisfacciones reales. Hoy este panorama, aparentemente, ha cambiado. El narcisismo es, según Gilles Lipovetsky, el nuevo estadio del individualismo: “perfil inédito del individuo en sus relaciones con él mismo y su cuerpo, con los demás, el mundo y el tiempo, en el momento que el ‘capitalismo’ autoritario cede el paso al capitalismo hedonista y permisivo”.⁶ En esta “era del vacío”, se trata de un individualismo “puro”, anónimo, indiferente, desprovisto de los valores sociales y morales del *homo economicus*, de la familia, la revolución y el arte clásicos: “el hombre indiferente no se aferra a nada, no tiene certezas absolutas, nada le sorprende, y sus opiniones son susceptibles de modificaciones rápidas”. No obstante, el nuevo individualismo es distinto del hedonismo clásico y el sujeto está dedicado al sólo disfrute del instante presente y a vivir la actualidad

⁴ VEBLÉN, Thorstein. *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica. 4a ed., 1974. Cfr. también, DOMÍNGUEZ Rendón, Raúl. *Vestido, ostentación y cuerpos en Medellín 1900-1930*. Medellín: ITM, 2004.

⁵ BAUDRILLARD, Jean, *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI Editores, 1982, 4a ed., p. 75ss.

⁶ LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama, 1986. p. 50.

emancipada de cualquier marco trascendental o de alguna memoria histórica o referente étnico. Se trata de un proceso de personalización y conquista de libertad individual basado en el deseo de ser “alguien” y de ser “diferente” a como de lugar.

En este contexto, el cuerpo se convirtió en objeto de culto por medio de prácticas cotidianas que tratan de vencer la angustia por la vejez y la fealdad; obsesionado por la salud, la higiene y la “línea”, es sometido a múltiples cultos y rituales de control y de mantenimiento: superconsumo de servicios y equipos médicos, de literatura y productos farmacéuticos, de chequeos y masajes, de baños y deportes, de dietas y regímenes. De ese modo, se construye la imagen de un mundo de ganadores sin pieles arrugadas ni cuerpos cansados, sin gérmenes ni caries, sin objetos feos o de baja calidad, sin comidas insípidas o bebidas sin aroma, sin gentes pobres o atrasadas. Claro que, obviamente, la publicidad y la moda no son todopoderosas y a veces producen imprevisibles reacciones, contrarias a las previstas. Es la época de los sistemas y culturas “a la carta” donde proliferan técnicas de expresión y comunicación, de gimnasia y meditación; de la promoción del ecologismo y del pacifismo, de filosofías orientales y lenguas menores, de tradiciones populares y minorías culturales, de medicinas alternativas y naturalistas; del renacer de cultos e iglesias, del neomisticismo y el esoterismo, de la astrología y la angelología, entre muchos otros.

Los desórdenes de tipo narcisista son la fuente de la mayor parte de los síntomas y trastornos psíquicos de la actualidad; ya no se trata tanto de los síntomas de las neurosis clásicas del capitalismo autoritario y puritano (histerias, fobias, obsesiones) sino de los desórdenes narcisistas, aún imprecisos e intermitentes, vagos y difusos, de una sociedad más permisiva

donde el control del deseo consiste en canalizarlo más que en reprimirlo. El placer mismo se ha vaciado de su contenido subversivo, se ha desgastado y banalizado en los medios y en la publicidad. Se podría hablar, en esta lógica narcisista, de un paulatino proceso de desustancialización. Los individuos aspiran al desapego emocional, “en razón de los riesgos de inestabilidad que sufren en la actualidad las relaciones personales. Tener relaciones interindividuales sin un compromiso profundo, no sentirse vulnerable, desarrollar la propia independencia afectiva, vivir solo, ese sería el perfil de Narciso”.⁷ El individuo contemporáneo está abierto a las novedades y está dispuesto a cambiar de modo de vida sin mayores resistencias; como en el *zapping*, ya no hay fidelidades estéticas, sólo intensidades efímeras.

Moda, diseño, publicidad y *mass-media* se hacen cargo de la vida cotidiana del individuo, la cual queda incorporada al proceso de obsolescencia acelerada que permea todo el sistema: “la realización definitiva del individuo coincide con su desustancialización, con la emergencia de individuos aislados y vacilantes, vacíos y reciclables ante la continua variación de los modelos”.⁸ Signos de este proceso: cambios acelerados en los gustos, valores y aspiraciones; ética tolerante, antiautoritaria y permisiva; explosión de síntomas sicopatológicos: estrés y depresión, ansiedad y angustia. Escisión polimorfa de la personalidad en multitud de “yos” contrarios combinados e intentando coexistir. Un ser heteróclito informado en ciencia y tecnología pero permeable a esoterismos, misticismos, parapsicología, *mediums* y *gurus*.

Extraño narciso que sueña con multiplicarse mediante una fórmula de reproducción genética (clonación), sujeto que se diferencia de otros hasta el infinito desde la manipulación de las

⁷ Ibid. p. 76.

⁸ Ibid. p. 107.

imágenes y las pantallas. Aquí se corroboran y se generalizan las teorías de Andre Leroi-Gourhan y Marshall McLuhan sobre los medios como las “extensiones del hombre”: todo el ser humano, su cuerpo animal y muchas de sus funciones biológicas, han pasado paulatinamente a las prótesis electromecánicas. “Cuerpos simulacro” habitando un mundo imaginario y semiúrgico, “cuerpos virtuales”, en fin, conectados a la gran red *mass-mediática* por la que circula la cultura.

El modernismo se ordenaba, de acuerdo con Lipovetsky, alrededor de la coexistencia de dos lógicas antinómicas: “una rígida, uniforme, coercitiva, otra flexible, opcional, seductora”; una lógica disciplinaria, jerárquica y autoritaria de un lado, un proceso flexible, plural y personalizado por el otro. La sociedad posmoderna, por su parte, tiende a “rechazar las estructuras uniformes y a generalizar los sistemas personalizados”, a promover las opciones, la participación, la conexión, la descentralización. En síntesis, individualismo nihilista donde lo único que justifica y da sentido al individuo es su propio bienestar y felicidad, su “calidad de vida” entendida como utópico y efímero consumo de objetos e imágenes promovidos por la moda y la publicidad.

Los cuerpos mediáticos

La representación y percepción de la propia imagen ha pasado progresivamente, y cada vez a menos costo para el usuario, por su reflejo en el agua, en el espejo, en la pintura, en la fotografía, en el video y en la *web*. Antes era muy escasa la posibilidad de apreciar la imagen pues los medios de representación estaban en manos de unos pocos; en cambio hoy, son abundantes las imágenes que tenemos de nosotros mismos. En ese sentido, el fenómeno del narcisismo no se da de la misma manera en todas las épocas. En un cara-cara mediatizado es necesario hablar de otra

intersubjetividad corporal en términos de la representación o la imagen de mi cuerpo que se hacen los demás y la que nos hacemos de la de los otros. La cámara trastorna la mirada y altera toda voluntad e intencionalidad; no hay acción que no desee ser fotografiada, filmada, grabada y virtualizada, existir en las pantallas y hacerse eternamente reproducible en la memoria. Mientras que el protagonista en el espejo es el sujeto y su imaginario, ante el objetivo y en la pantalla es el mundo entero el que se da como espectáculo y se hace virtual. La vida cotidiana transcurre, principalmente, en dos tipos de momentos: trabajo y ocio. Pero los cuerpos parecieran estar destinados a ser valorados y juzgados sólo en la ceremonia, en el espectáculo y en la exhibición sin fin. Y en ese ambiente urbano que se constituye en pasarela para “ver y ser visto”, el cuerpo se ha vuelto signo de todo y válido para todo, pero esa sobresignificación y sobreexposición lo lleva, precisamente, a la insignificación y al vacío simbólico.

Los medios occidentales del nuevo milenio — revistas, noticieros, publicidad, cine, concursos, videojuegos, *reality shows*, *video clips*, *web*, etc.— ponen en escena unos cuerpos mediáticos y refractarios: sin olor, sin temperatura, sin peso, sin textura y sin carne. Unos cuerpos ahistóricos, desacralizados, descarnados, inorgánicos y asexuados. Nos piden aspirar a poseer unos cuerpos de una belleza perfecta, imposible, inalcanzable, artificial, antinatural-contranatura, “anormal” y hasta monstruosa, como la de la *Barbie* de medidas imposibles en la vida real. Y nos topamos con cibercuerpos, en tanto simbiosis de cuerpo-máquina (*ciborgs*, androides, robots), logrados con la tecnología cibernética y la medicina cosmética. Cuerpos sin rostro y fragmentados, escindidos, descuartizados y remendados como *Frankenstein*. Cuerpos andróginos inmersos en una estética unisexi y bisexual donde, para bien o para mal, cada vez

es más difícil determinar que es la feminidad y la masculinidad. Y para conseguir ese cuerpo ideal, en medio de una supuesta democratización de la belleza, la opción está en intervenirlo y someterlo a cambios drásticos y modificaciones costosas, desde la ingeniería genética y la cirugía estética, en principio sólo asequibles a una elite pero cada vez más “democráticos”. Intervenciones exhibidas por televisión desde el quirófano y puestas en escena vía *reality*, en un culto desenfrenado a lo siniestro, monstruoso, sangriento y carnicero. Estamos hablando de verdaderos cuerpos “gloriosos”, en palabras de Rolan Barthes, que pretenden exhibir una juventud y una belleza eternas. Apuesta por la inmortalidad desde la pretensión de rechazar, expulsar y engañar a la vejez, la muerte, la imperfección, la decadencia y el trabajo. Especie de racismo joven que condena y torna ridículos a la vejez y la obesidad, la cual es sancionada por la retórica seudomédica de la moda como una patología detestable. Esto explica la mala conciencia de la propia imagen que tienen muchos sujetos y que se expresa en una profunda culpa, insatisfacción, rabia y frustración con su cuerpo real. Ya no es dado tener la consoladora certidumbre de que el cuerpo es frágil, precario, vulnerable, corruptible, degradable, penetrable e indefenso y, entonces, se le somete, se le humilla y se le tortura como en el caso de la cirugía, la gimnasia y la anorexia.

La opción de la salvación se ha desplazado: en la antigüedad y el medioevo, el cuerpo era medio de realización personal, templo de la “belleza interior” cuya carne era necesario doblegar. Pero desde el siglo XX, el cuerpo es fin en sí mismo, fuerza de producción y de consumo a la vez que mercancía y valla de la “belleza exterior”; es ya instrumento de transacción e intercambio con los demás pero sometido a las reglas del mercado: compra, venta y consumo. La salvación ya no reside pues en el alma y la trascendencia sino en un cuerpo que se

pretende y se sueña inmortal “aquí y ahora”. En suma, triunfo de los valores “débiles” (artificio, frivolidad, fugacidad, materialidad) y la banalidad (ser como apariencia) sobre los valores “fuertes” (autenticidad, bondad, justicia, espiritualidad) y la trascendencia (ser como sustancia).

El ser en nuestro tiempo es un “ser-hecho-de-apariencias”, es decir, que aparece y desaparece simultáneamente a través de su imagen espectacular y volátil. Ser alguien es ocultar, como un camaleón, el yo minúsculo tras una serie de máscaras, actuaciones, gestos, “obras” y un nombre. El yo se juega en el estilo, el gusto, el glamour y el *look*. Disponer de un estilo personal se ha vuelto una necesidad vital: “estilizarme”, adoptar una especie de retórica personal que me de singularidad. El estilo propio se busca desesperadamente en la oferta de la moda, el *look* “propio” es una imagen prestada, reciclada, rediseñada y magnificada. El estilo dejó de ser algo personal e implica renunciar a la propia manera de pensar y de ver las cosas. Se presenta un choque entre lo que soy (yo-imagen para los otros) y lo que creo ser (yo-idea, voluntad de ser alguien). Así, “ser alguien” es un proyecto ilusorio que no se cumple, reducido a devenir temporal, vagabundeo, errancia: pura virtualidad. Ese cuerpo es pantalla móvil, espectáculo y apariencia sin nada detrás; tenemos un “yo” espectral sin esencia, signo vacío y flotante a la deriva. Detrás de la pantalla no hay nada, la envoltura de la imagen es la imagen misma y su contenido es quizá otra imagen. Cultura *light* por doquier, pura transparencia y superficie, nulo espesor y profundidad.

Bibliografía:

- BARTHES, Roland. *El sistema de la moda*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
 BAUDRILLARD, Jean. *La sociedad de consumo*. Barcelona: Plaza & Janés, 1974.

BAUDRILLARD, Jean. *El intercambio simbólico y la muerte*. Caracas: Monte Ávila Editores, 1980.

BAUDRILLARD, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI Editores, 1982.

CALABRESE, Omar. *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra, 1989.

DOMÍNGUEZ Rendón, Raúl. *Vestido, ostentación y cuerpos en Medellín 1900-1930*. Medellín: Instituto Tecnológico Metropolitano, 2004.

FOUCAULT, Michel. *Vigilar y castigar*. México: Siglo XXI Editores, 1978.

LEROI-GOURHAN, Andre. *El gesto y la palabra*. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1971.

LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama, 1986.

LIPOVETSKY, Gilles. *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama, 1990.

LOOS, Adolf. *Ornamento y delito y otros escritos*. Barcelona: Gustavo Gili, 1972.

MARMORI, Giancarlo. *Iconografía femenina y publicidad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1977.

MAUSS, Marcel. *Técnicas y movimientos corporales*. En *Sociología y Antropología*. Madrid: Tecnos, 1991.

MC LUHAN, Marshall. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México: Diana, 1977.

SALABERT, Pere. *Estética del todo o teoría de lo "light"*. Valencia: Fundación Instituto Shakespeare/Instituto de Cine y RTV, 1989.

VEBLEN, Thorstein. *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica, 1974.

WOOLLEY, Benjamín. *El universo virtual*. Madrid: Acento Editorial, 1994.



La anarquía que amenaza a una sociedad que se envilece no es su castigo, sino su remedio.

"Escolios a un Texto Implícito" de Nicolás Gómez Dávila