



UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

Facultad de Psicología

Ciclo de Graduación

TRABAJO FINAL DE GRADO:

*“La imagen corporal femenina y la belleza como
producción cultural y subjetiva”*

Tutor: Prof. Adj. Claudia Martínez

Modalidad: Trabajo monográfico

Fernanda Lago

C.I: 4.252.399-9

Montevideo, Junio 2017

*A todos los que conforman ese gran Otro en mi vida,
Que han sido sostén y me han enseñado sobre el verdadero valor
De la belleza humana y de mi belleza como mujer,
La cual no se compra ni se consigue
Sino que se construye a partir de quien es uno.*

Índice

Resúmen.....	4
Introducción.....	5
1- El cuerpo a través de un recorrido histórico.....	7
2- La conceptualización histórica de la <i>belleza</i> en el marco femenino.....	10
3- El cuerpo hoy.....	13
3.1- El cuerpo: contra el paso del tiempo.....	17
3.2- El cuerpo: medio de escritura.....	20
3.3- El cuerpo: epicentro del mercado.....	23
4- Posibles sentidos sobre los que se asienta la lógica “imagen Corporal - consumo”.....	27
5- Imagen y esquema corporal.....	32
Consideraciones finales.....	39
Referencias bibliográficas.....	42

Resumen

El presente trabajo monográfico pretende abordar, a través de distintos ejes teóricos, la complejidad que gira en torno a una temática tan controvertida como lo es, la imagen corporal, con especial énfasis en la figura femenina ligada a aspectos tales como la belleza, la juventud y el consumo.

A partir de la intersección de tales ejes conceptuales es que se invita a la reflexión

propiciada por un recorrido histórico sintetizando los aspectos más relevantes acerca de la imagen del cuerpo y sobre la construcción sociocultural de la belleza, hasta derivar en lo que acontece con la imagen corporal femenina en la actualidad, abordando las principales vicisitudes por las que es atravesada.

Valores y modelos socioculturales, efectos de la globalización, diversidad de ideologías, la cultura de consumo, entre otros, serán elementos más que pertinentes a tener en cuenta para la comprensión de dicho abordaje, el cual se realizará desde el marco de la complejidad en lo que implica a la construcción y estructuración de la imagen corporal. Así como también, de aquellos aspectos inconscientes y primarios que remiten a los inicios de la vida del sujeto y a la imagen de sí que siempre se va construyendo junto con un otro.

Palabras clave: imagen corporal, belleza, cuerpo femenino, cultura.

Introducción

Es el objetivo de esta monografía, desplegar la reflexión en torno a la cuestión principal que versa sobre la imagen corporal femenina, abordando aquellos aspectos que juegan un papel de forma crucial para su constitución desde lo socio-histórico, lo cual permite interrogar los movimientos del sujeto en el proceso de su estructuración psíquica. Lo que da como resultado la perspectiva de la persona en relación a su proceso de apropiación subjetivo a partir de los elementos simbólicos que la cultura de su tiempo le ofrece.

Es por tanto que, a modo de enriquecer la comprensión y la mirada sobre la misma, se introduce la temática realizando un recorrido por los principales períodos históricos con el fin de interiorizarse en la cosmovisión acerca del cuerpo femenino y las consideraciones sobre la belleza que cada contexto situado en un tiempo y espacio específico otorgan.

Si se observa detenidamente el contenido manifiesto que expresa el mercado publicitario en relación al cuidado y aspecto físico, se puede advertir que la mayor motivación por la que se “invita” al consumo de tratamientos invasivos y no invasivos, productos estéticos, artefactos que remodelan al cuerpo, y alimentos “light” y/o 0 calorías, asienta sus bases en un mensaje que lejos de enfocarse estrictamente en la salud y la promoción de bienestar general de la persona, utiliza un lenguaje que muchas veces atribuye un juicio negativo al cuerpo que no cumple con la norma de estar: delgado, tonificado, joven, enérgico.

La salud parece quedar hoy relegada a un segundo plano y en cambio, la imagen física queda posicionada en el plano primero de la preocupación volviéndose así, motivo de ocupación, donde la publicidad ha contribuido a la convicción de que la más leve imperfección física debe provocar alarma y malestar.

Al culminar el recorrido histórico, se propone analizar las vicisitudes por las que es atravesada la imagen del cuerpo femenino en la actualidad. Dando cuenta en parte, de los pilares simbólicos sobre los que se proyecta dicha imagen mediante lo promovido socialmente, las creencias en torno a la dualidad juventud/envejecimiento, la cultura industrial y de consumo y su alcance gracias (entre otras cosas) a la globalización y sus efectos a nivel de lo vincular, estilos de vida, etc.

Ahora bien, la imagen corporal tiene también su correlato en el origen de la vida del sujeto. Desde la más tierna infancia, y aún desde la vida intrauterina, comienza a formarse sobre el individuo, una mirada cargada de deseo (o falta del mismo), expectativas, y una historia familiar que serán el espejo, sobre el cual el niño en su desarrollo, se irá apropiando (de una forma u otra) para reconocerse a sí mismo,

identificarse, y por tanto ir estructurando junto con un otro la imagen de sí que remite a aspectos de carácter inconsciente y que forman parte de la vida psíquica del mismo. Si bien esa primer figura, suele ser la figura materna, cabe mencionar que Freud en sus primeros escritos, también se refirió a un *prójimo*, un prójimo que salva de la indefensión, acude, humaniza, etc. (Freud, (1950 [1895]).

El presente trabajo fue elaborado desde el paradigma de la complejidad, en cuanto a los aportes de las distintas disciplinas que serán expuestas: psicología y principalmente el Psicoanálisis, sociología, filosofía y antropología; mediante los autores que se irán citando e incorporando. Lo cual da cuenta de las múltiples posibilidades que ofrece el diálogo entre disciplinas, al interrogar reflexivamente la interrelación entre aspectos conscientes e inconscientes, propios y del medio, para la constitución de la imagen corporal de sí.

1- El cuerpo a través de un recorrido histórico

Al incursionar la mirada a través de distintos periodos históricos donde la cultura, los valores e ideologías se enmarcan en un tiempo y contexto determinado, se puede apreciar la influencia de dichas variantes en la cosmovisión de la figura humana a nivel de salud, rendimiento físico, cuidado personal, esteticismo, relacionamiento, etc. Dicha cosmovisión facilita la comprensión sobre los patrones de imagen, estéticos y apreciaciones sobre la belleza que las sociedades han construido y avalado o reprobado desde tiempos remotos hasta nuestros días.

Iniciando un breve recorrido por las épocas más destacadas, se halla que, en la Antigua Grecia las principales ideas antropológicas de época giraban en torno a la relación entre el cuerpo humano y el alma, lo cual será el inicio de la afamada dicotomía cuerpo-mente, sobre la que numerosos filósofos la encarnarán como centro de sus postulados ideológicos. Tal es el caso del filósofo Platón, quien planteaba al cuerpo como una cárcel del alma en donde lo real y primero es la existencia de las ideas, es decir que se marca un límite entre la realidad anátomo-fisiológica de la mental-espiritual. (Carro, S. & De la Cuesta, P. 2007)

En el período denominado Edad Media, se reivindica al dualismo cuerpo-alma de la antigüedad así como la idea del cuerpo como una carga que lleva al ser humano al sufrimiento si este se deja llevar meramente por sus pasiones y deseos. Sin embargo, el “cuerpo popular” se mantenía al margen de la filosofía eclesiástica, entregándose a los placeres de las fiestas típicas de época en las que eran característicos los excesos.

Con la denominación de Renacimiento, al período histórico que abarca los siglos XV y XVI, el elemento de cambio radica en la nueva modalidad de abordar y entender el cuerpo humano, muy distinta a la configurada en la Edad Media. El cuerpo renacentista se vuelve objeto de estudio, de análisis, de disecciones, de una búsqueda del saber anatómico. En base a este nuevo conocimiento del cuerpo humano es que toda actividad corporal pasa a ser entendida y explicada como el funcionamiento de una máquina, en que el ser humano pasa a ser reducido en su concepción corporal bajo leyes cuantificables. (Capra, F. 1982)

Con el estallido irreversible del avance tecnológico, se da pie a la renombrada Revolución industrial, donde el cuerpo cartesiano que se planteaba anteriormente pasa a estar consumido por su propia metáfora (el ser máquina), el sujeto se vuelve súbdito del trabajo en serie donde la exigencia industrial es desproporcional en cuanto a resistencia física y mental se podría considerar. La película *Tiempos modernos* (1936), protagonizada por el actor y director de la misma, Charles Chaplin, es un

reflejo claro de un cuerpo enajenado por las exigencias de un sistema capitalista en auge, donde se muestra, a través de una gran hipérbole de alto contenido simbólico, como un obrero metalúrgico termina siendo tragado literalmente por la maquinaria con la que trabaja de forma sistemática y monótona, en que su labor diaria se resumía de forma repetitiva y enloquecedora en maniobrar un único movimiento durante toda su jornada.

A través del paso del tiempo y de forma creciente, en la era hipermoderna, se abre el camino para lo que el filósofo y sociólogo francés Gilles Lipovetsky en sus reconocidos libros *La era del vacío* (1983) y *Tiempos hipermodernos* (2004), proclama como la revolución individualista. Esta primer revolución post siglo XVIII rompe con todo una estructura de valores sociales hasta ese entonces trazados, en donde se edita una nueva forma de socialización con predominio de lo individualista. Posteriormente denominará “proceso de personalización” a lo que considera la segunda revolución individualista que irrumpe a su entender en las últimas décadas del siglo XX:

El ideal moderno de subordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean por lo demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente. (Lipovetsky. 1986. p.7).

Plantea en su descripción del modelo social actual, un narcisismo colectivo con su premisa discursiva en la reducción de esfuerzos para conseguir aquello que se desea y en lo *idéntico a uno mismo*, limitándose la interacción con otros en círculos basados en intereses específicos y que no contraríen los propios. Plantea el pasaje de la modernidad a la hipermodernidad comparándolo al pasaje de la producción y revolución al de la información y expresión, describiendo lo que considera un híper avance tecnológico que acorta las distancias y los medios de comunicación donde lo que separa a dos personas que están en distintas partes del mundo no es más que un “clic” de distancia y, donde el cuerpo ya no es un obstáculo ni “necesario” para el encuentro con un otro, produciéndose una desterritorialización y descorporeización de los vínculos.

Por su parte, el antropólogo y sociólogo francés, David Le Breton, realiza un estudio comparativo de los periodos históricos y la cosmovisión de estos en relación al cuerpo, observando que, en las sociedades tradicionales el cuerpo no era visto de

forma independiente a la comunidad de la que forma parte, tampoco se le asignaba un sustrato superior de interés por sobre la persona en sí y se lo entendía como el medio tangible para materializar el vínculo con las demás personas, lo que daba sentido a la propia existencia.

Le Breton advierte un cambio en este paradigma cuando con el arribo de la modernidad el intercambio social pasa a regirse por una lógica con predominio de lo individualista y en que se pasa de *ser* un cuerpo a *tener* un cuerpo, con una infraestructura ideológica de relevante connotación posesivo-materialista. (Reisfels, 2005).

Hasta aquí, se puede alcanzar una noción de las características principales sobre la visión y concepción sobre el cuerpo y como este fue vivido en distintos momentos históricos, siendo el mismo, objeto de diversas formas de pensamiento y creencias (cosmovisiones) que han dependido y dependen aún hoy de cada tiempo y espacio en el cual se lo circunscribe.

Ocurre lo mismo con el constructo del término *belleza* y de lo que para cada sociedad, desde la antigüedad hasta nuestros días, ha sido calificado como bello y qué argumentos, patrones, características, conductas, imágenes, etc., quedan por fuera de ella.

Remitiéndose al significado concreto del término, La Real Academia Española define la belleza como una cualidad y también como “Persona o cosa notable por su hermosura.” (2001). Pero el significado de la palabra queda relegada a las variables tiempo y espacio, por ello, a continuación se abordará la implicancia sobre la belleza desde el siglo XVI hasta nuestros días, en base a los autores George Vigarello, Valerie Alvarado y Kristel Sancho, ya que sus trabajos versan sobre el estudio de los distintos componentes históricos y los sentidos atribuidos sobre el cuerpo a un nivel sumamente descriptivo.

2- La conceptualización histórica de *belleza* en el marco femenino

La belleza como tal, explica el historiador y sociólogo francés George Vigarello (2005), es una construcción social atravesada por el tiempo y contexto además de por factores culturales, económicos, políticos, sociales que, en general, tuvo y tiene como foco al cuerpo femenino, el cual desde tiempos remotos ha sido objeto de inspiración para pintores, músicos, escultores y todo tipo de obras artísticas. Lo que muchas veces ha mostrado al cuerpo erogenizado como objeto de deseo en sí.

Y así como el concepto del cuerpo se ha ido modificando y tomando diversas dimensiones en el transcurso de los períodos históricos, así mismo ocurre con el concepto de belleza, el cual Vigarello recorre teóricamente desde el siglo XVI hasta la actualidad, el cual se presenta a continuación poniendo de relieve los aspectos más destacados de cada siglo:

En el transcurso del siglo XVI, el foco de belleza femenina apuntó hacia la parte superior del cuerpo, haciendo hincapié en lo que respecta a ojos, labios, cuello, pecho y manos con especial cuidado en la tez, mientras que a la zona inferior del cuerpo se le atribuían aspectos demoníacos por ser considerada la zona de mayor intimidad y proximidad sexual. Por otra parte, la moral era un aspecto a considerar dentro del hito de lo bello, no reduciéndose exclusivamente a lo físico y visual sino que también la espiritualidad era considerada una cualidad atractiva a cultivar.

En el siglo XVII el gran protagonista en indumentaria femenina pasa a ser el corsé el cual marcaba y resaltaba el busto mientras afinaba la cintura y enmarcaba el tronco, se suma a este componente, el comportamiento actitudinal y la mirada como el realce del foco estético. El significado del término “corsé” proviene del francés “cors” que era un diminutivo de “cuerpo” (Real Academia Española, 2001), es así que la belleza pasa por un cuerpo modificado en sus formas.

El corsé también fue un distintivo de estatus social ya que solo mujeres de clase alta podían acceder a obtenerlo y este dato será corroborativo de lo que filósofos y sociólogos contemporáneos hacen como crítica al mercado de la estética ya que el factor económico es lo que muchas veces desafía a la accesibilidad o no de su consumo. Solo hacia mediados y finales de siglo es que se accedía a él sin que la distinción de clase fuese un impedimento.

Es menester mencionar que el uso del corsé fue también fuente de daños a nivel físico principalmente en la zona donde se encuentran las costillas y el esternón, por la rigidez con la que solía ajustarse para que estrechara la cintura y levantara el busto de forma más pronunciada. Este panorama invita a reflexionar sobre los alcances que pueden llegar a tener ciertos elementos y/o procedimientos que,

utilizados en *pro* de un patrón estético de “moda”, resultan dañinos y perjudiciales para la salud y hasta qué punto se está dispuesto a correr riesgos.

La característica principal en torno al siglo XVIII fue el giro que toma la conceptualización acerca de lo que significaba la belleza y su repercusión a nivel social y cultural:

Se produjo una nueva modificación en los criterios de la belleza: lo inteligible cedió su lugar a lo sensible. Se buscó una belleza sensible y real, es decir, la belleza no sólo debía ser más funcional sino también debía tener una finalidad práctica: la maternidad. Se transformó la imagen anatómica de la mujer, la cadera adquirió relevancia debido a que se asociaba con la reproducción. El corsé perdió rigidez, pues la belleza requería de mayor movilidad. Los procedimientos de embellecimiento de la mujer se diversificaron y su práctica comenzó a generalizarse, pese a la condena de la moral religiosa que no aprobaba los artificios estéticos. Se glorificó el baño corporal para la limpieza del cuerpo y para generar un efecto tónico y excitante, además se promovió la caminata como un medio de fortalecer las fibras y de lograr la flexibilidad en el movimiento. (Alvarado, Sancho. 2011. p.p. 12-13).

En el siglo XIX la belleza corporal, fija su potencial en el destaque de la cadera y en la indumentaria la cual pone su mira en crear la imagen de piernas estilizadas y largas. El parámetro físico idealizado, consistía en destacar el busto, la cintura marcada, el vientre plano y los muslos delgados. El maquillaje fue uno de los elementos de auge del que se vale para “corregir errores” en la piel y de *pronunciar la belleza natural*.

A mediados del siglo XX y comienzos del XXI lo que se auguraba en el siglo pasado, se potencia de forma ineludible: aumenta notablemente la diversidad en propuestas para el público (fundamentalmente femenino) en cuanto a productos de belleza y cuidado corporal así como de centros y tiendas enfocadas en el cuidado y embellecimiento físico tales como spa, centros de estética, gimnasios, peluquerías, perfumerías y líneas cosméticas, entre otros.

Este boom de alto impacto crea un mensaje en el que de forma más o menos consciente se establece que la feminidad queda supeditada a lo visual, es decir, lo que se muestra y cómo se muestra y en consecuencia lo que los otros ven, y así como describen Alvarado y Sancho (2011) la belleza pasa bajo el filtro de lo que se vuelve provocador y sexy.

A partir de este breve recorrido teórico donde se plasman las características más enfáticas sobre las cuales gira el ideal de belleza y su puesta en práctica para alcanzarla, es que se puede tener una mayor comprensión sobre algunos aspectos de la historia del cuerpo femenino y sobre lo que gira en el eje de lo potencialmente bello en su búsqueda y deseo.

Es así que en algunas épocas la indumentaria se vuelve el centro de ajuste corporal y lo que define y realza o disimula las líneas del cuerpo. Aquello que se vuelve deseado mostrar como la parte superior del pecho con el uso del corsé, cobra un giro hacia el siglo XVIII, donde el ideal de belleza gira más en torno a un rol como es la maternidad y se le permite al cuerpo desligarse de posturas estructuradas. Se visualizan las modificaciones en los estilos y en los procedimientos de los que hacían uso las mujeres, pero también se deja ver como la mujer parece haber “*precisado*” históricamente, algún recurso material (determinadas prendas de vestir, cosméticos, etc.) o un rol que la dignifique para ser menester de ser considerada bella. El dilema que surge, vale aclarar, no es la categorización sobre el uso o no de cosméticos, de tratamientos corporales, de determinada indumentaria, etc., sino que, la complejización de la escena histórica pareciera revelar, aunque muy sutilmente, que la mujer sin el uso y/o consumo de esos elementos no fuese suficiente, como si le faltase siempre algo más que la podría hacer *ver mejor*.

A continuación se profundizará sobre el cuerpo actual; qué pasa hoy con el cuerpo en relación a los cánones de belleza, qué hay de certero y que no en relación a la idea anterior sobre una *aparente necesidad* de consumo de un ideal de belleza femenina que parece reducirse notablemente a un modelo de medidas físicas y de imagen. Se procede entonces a una reflexión teórica justificada en los aspectos caracteriales acerca de la imagen corporal que se vuelven figura en la actualidad.

3- El cuerpo hoy

Piñón y Cerón (2007) describen claramente lo que en el último siglo se ha entendido, predominantemente, por lo que es la belleza física:

Ser bella significa (...) lucir atractiva de acuerdo a los juicios y aceptación de ambos sexos, donde ser bella significa ser: delgada, lucir joven, mantener un cuerpo firme y una apariencia saludable. Sin embargo, ser bella parece una meta inalcanzable, hay una preocupación constante y sentimiento de insatisfacción, pues siempre se puede lucir mejor; es decir, a pesar de que los estereotipos de belleza pueden ser revalorados y adaptados a su realidad, representan una exigencia que las jóvenes no pueden cumplir. (p.132)

Esta perspectiva acerca del cuerpo, lo deja sujeto a un ideal considerablemente rígido sobre lo que es reverenciado como categóricamente bello, desvalorizando de forma más o menos sutil, toda diversidad física que se salga o no cumpla con los atributos valorados.

Pierre Bourdieu (2000) plantea que son los esquemas sociales los que establecen y evalúan las propiedades corporales ideales y a las que por ende, se aspira (ser delgado, ser bonito, etc.), excluyendo por defecto, la contrapartida. Explica, que, las mujeres puntualmente, han interiorizado una imagen (una medición social) compuesta de ciertas exigencias en cuanto a propiedades estéticas aceptadas y promovidas.

Se ha apuntado a convertir la belleza en un estereotipo rígido y estructurado que invalida, de forma más o menos evidente, todos aquellos rasgos y formas que no entren en la norma de la moda, creando así una necesidad de acoplarse a la misma, bajo el coste que sea (económico, emocional, somático) lo que en muchos casos va emparentado o deriva en, por ejemplo, trastornos alimenticios. Así lo menciona Correa, (2000) citado por Cabrera, Y. (2010):

Se pasa así de unas prácticas de belleza, en principio triviales y productoras de bienestar, a una situación de malestar en la que prevalece el rechazo del propio cuerpo, tal y como nos es genéticamente dado, a favor del deseo de alcanzar un cuerpo delineado según los modelos vigentes. (p.224).

En concordancia con esta línea de análisis, la psicoanalista, Leticia Glocer (2001) reflexiona sobre el intento de perfección física al que se aspira mediante las

cirugías estéticas, de las cuales critica el modelo de repetición que se aplica en pos de resultados, por los que se pierden los caracteres que son propios y originales de la persona.

A su vez, el modelo físico de medidas estandarizadas, que asocia una determinada imagen corporal con calidad de vida y valores asociados a ésta, suele plantearse en términos de dualidad opositora, como por ejemplo “éxito-fracaso”, cuyos efectos de sentido se traspolarían a las demás áreas de la vida de la persona. Cabe así interrogarse acerca de los valores que simbólicamente operan a través de la cultura en un momento dado. El éxito, circunscrito a la imagen corporal, y los sentidos con los que una comunidad lo tramita, se verán materializados en los intercambios sociales, las prácticas de la vida cotidiana, etc.

A la persona que es capaz de “controlar y moldear” su cuerpo, bien sea a base de ejercicio, dieta o tratamientos estéticos se le presuponen unas características beneficiosas y un mayor dominio sobre diferentes parcelas como la laboral, la personal o la social y se le asocian mayores logros. Sin embargo, se considera que las personas que son incapaces de controlar su propio cuerpo, trasladarán estas inseguridades o debilidades a los diferentes ámbitos de su vida. (Cabrera, Y., 2010, p. 229).

La idea de belleza está finamente asociada a una idea implícita, en algunos casos, (en otros se deja ver de forma totalmente desinhibida) de poder. Poder no sólo en cuanto al ejercicio de rigurosidad y dominio sobre el propio cuerpo sino que también refiere al poder por lo que se logra mediante la propia imagen.

Ahora bien, los medios de comunicación audio-visuales (programas televisivos, campañas de ropa interior, cartelería en edificios con publicidad de perfumes, bebidas, etc. Que muestran mujeres y hombres musculosos y tonificados) han tenido un papel preponderante en lo que a esta cosmovisión del cuerpo se trata. Es así que comienza a mostrarse un ideal tiránico y un esquema del “deber ser” en cuanto a imagen corporal que comienza a propagarse con un mensaje subliminal en el que se asocia a la imagen de cuerpo atractivo, delgado, tonificado, ideales sobre la felicidad y el éxito, lo que promueve un alto impacto en la subjetividad y un peligroso condicionamiento en la autoestima, siendo la población adolescente probablemente, la franja etaria de mayor vulnerabilidad.

La gran crítica que realiza Cabrera (2010) apunta a los medios publicitarios en cuanto al bombardeo de imágenes con personas de cuerpos trabajados, musculatura firme, estatura y talles proporcionados, dentadura perfecta, cabello dócil, piel lisa y

tono uniforme, donde se muestra un modelo estandarizado de lo que es considerado bello o estéticamente aprobado, excluyendo de tal “aprobación” los talles que no se ajustan a lo promocionado, la variedad en las tonalidades de la tez (lo que depende de la genética y procedencia geográfica de las personas), sin mencionar todos los rasgos que quedan tajantemente por fuera de los modelos estandarizados como las arrugas (asociado a uno de los temores de época como lo es el envejecer mencionado en un apartado anterior), el acné, las estrías, la celulitis, la calvicie, los lunares y pecas, el cabello definitivamente rizado, desproporciones de rasgos físicos en relación al resto del cuerpo, etc.

Todo esto, explica Cabrera, genera un alto monto de ansiedad y un fuerte impacto en el autoestima y su construcción (esto último más que nada en el grupo adolescente) ya que se llega a luchar contra la propia identidad en muchos casos ya que la genética y los rasgos de la persona van “en contra” o no se asemejan a la imagen redituable y asociada a factores como lo bello, lo deseado, lo digno, lo exitoso, etc.

Pérez y Sánchez (2001) retoman los aportes del sociólogo Chris Shilling (1993) quien concibe tres efectos principales que arrojó la hipermodernidad y el cambio de paradigma en relación al cuerpo y su imagen. En un primer punto señala *La secularización del mundo occidental* con lo cual remite a la reestructuración social europea con su punto de algidez en el siglo XX. Esta transición radica principalmente en el cambio de mentalidad donde la “autoridad” religiosa es relegada por el auge y primacía del conocimiento científico.

De los valores estables se ha pasado a una vida sin imperativo categórico en la que lo que prima es el individualista e indefinido mensaje de *ser feliz*. Por otra parte, el auge y expansión de los medios de comunicación audiovisuales sitúan simbólicamente ese mensaje de felicidad individual en la imagen del cuerpo o, mejor dicho, de determinados modelos de cuerpo (...) No es extraño que en torno a este creciente protagonismo existencial de lo corporal haya nacido una pléyade de creencias que a su vez generan nuevas idolatrías englobadas bajo el título genérico de *culto al cuerpo* (Devís, 2000; Devís y Molina, 1998; Tinning, 1990). El culto al cuerpo se basa en ciertos dogmas y consensos sociales sobre el funcionamiento y la apariencia que sirven para homogeneizar los valores en torno a lo corporal. (Pérez, Sánchez. 2001. s/p)

Como segundo punto plantea el *Proyecto idealizado sobre el cuerpo*, donde este se vuelve un lienzo sobre el cual giran principalmente dos intereses: la salud y la apariencia, con mayor énfasis en esta última, en que el enfoque en esta y la elaboración de planes para cumplir con los objetivos estipulados por el sujeto, vuelve al cuerpo y su imagen un fin en sí mismo.

El tercer efecto de la postmodernidad, Shilling lo denomina *la Incertidumbre sobre el concepto del cuerpo*. Con este término explica que así como para “tener” el cuerpo idealizado este se ha vuelto objeto de una planificación en la que se incluyen modificaciones de diverso tipo, por ese mismo motivo es que surge la paradoja conceptual sobre “qué es el cuerpo en realidad” (2001) y cómo manejar la diversidad de ofertas en cuanto a opciones y posibilidades, siendo la gran meta ejercer el control sobre el propio cuerpo donde la estructura de esta nueva ideología tiene estrecha relación con factores no solo culturales, sino también sociales y especialmente económicos.

Bajo este panorama de desconcierto y eclosión de contenidos diversos, se crean mensajes confusos ya que se habla de salud pero de una forma estandarizada y apuntalada hacia un prototipo de objetivos que conducen de forma casi irremediable al consumo: “En este contexto confuso y contradictorio la exclusiva preocupación técnica por mejorar el cuerpo resulta demasiado simplista si no viene acompañada de reflexión acerca del significado y las implicaciones éticas de dichas mejoras.” (Pérez, Sánchez. 2001. s/p).

El abordaje hasta aquí realizado, promueve una profundización sobre determinados aspectos a través de tres ejes temáticos que se desglosan de la cosmovisión sobre los nuevos estilos de vida que hacen del cuerpo y su imagen el centro de preocupación y ocupación. Estos ejes son: el temor a envejecer, el mercado como la infraestructura que promueve y potencia el consumo ofertando lo requerido en pos del ideal de belleza, y por último, el cuerpo que queda a merced de las circunstancias de cambio, donde media el proceso de simbolización en la incorporación de los dos ejes anteriores.

3.1- El cuerpo contra el paso del tiempo

Las prácticas que comprenden cirugías estéticas, lipoaspiraciones, y todo lo que a remodelación corporal respecta, sumado al consumo alimenticio de lo que sea “light” y “cero calorías”, conllevan como objetivo ulterior un intento de detener el paso del tiempo en el cuerpo y de “eternizar la juventud”. En palabras de la psicóloga Ana María Araujo (2013), sobre todo cuando ese estilo de vida se impone mediante una exigencia a consecuencia de un ideal en el *deber ser* que se motiva y se instala desde el medio socio-cultural.

Esta lucha a contrarreloj, deja entrever el temor ulterior, que es el temor a lo que conlleva envejecer, es decir, la muerte. Y en este punto vale recordar la metáfora del cuerpo-máquina de Descartes, ya que en el presente el cuerpo se ha vuelto objeto de modificaciones y de un estilo de vida consumido por restricciones y prácticas estrictas haciendo del cuerpo una máquina que se pretende dominar y ajustar para moldear a gusto personal.

Como expresa el sociólogo y filósofo Bauman (2007), el cuerpo y más que nada, el rostro, es el reflejo del paso del tiempo en la persona, es lo que muestra los estados anímicos, lo que da indicio de salud o enfermedad y es por ello que el esfuerzo cada vez mayor reside en disimular y corregir cuanto desperfecto físico se halle y cuanto rastro de envejecimiento amenace. A su vez, es la mirada del otro productora de sentido:

El sentimiento abstracto de envejecer nace, por lo tanto, de la mirada del otro. (...) aniversarios, una separación, ver crecer a los hijos, verlos irse, ver llegar a los primeros nietos, la jubilación, la súbita desaparición cada vez más frecuente de los amigos, etc. El sentido que se le atribuye a estos acontecimientos, su valor, remite a una axiología social y a la manera personal que el sujeto tiene para acomodarse a ellos. El sentimiento de envejecer viene siempre de otro lado, es la marca en uno de la interiorización de la mirada del otro. (Le Breton, 2002, p.149).

A su vez, el autor también revela que el juicio social sobre el envejecimiento, recae de forma distinta en hombres y en mujeres, desarrollando el ejemplo de la diferencia en la percepción entre los sexos femenino y masculino sobre la aparición del cabello blanco. Por un lado, la mirada social hacia la mujer revela que esta comienza a perder sensualidad y la esencia de la juventud mientras que en el hombre puede ganar un valor de seducción pese a la edad que transite. Mientras que en las

mujeres las marcas del paso de la edad parecen reducir cualitativamente su atractivo, en los hombres en cambio, muchas veces parece potenciarlo:

Se habla de “un seductor con las sienes grises”, de un “lindo viejo”, pero nunca se asociarían estos calificativos a las mujeres. Una mujer que siguiera intentando seducir a un hombre mucho más joven que ella, atraería sobre sí un juicio nada complaciente de la sociedad, pero la situación inversa se admite a la perfección y demuestra el límite extremo del “vigor” del hombre. (Le Breton, 2002, p.147).

Históricamente ha sido presentada una imagen social que irrumpe, inauguralmente en la Edad Media denominada como *la bruja*. En esta categoría se incluía aquellas mujeres sospechosas de llevar a cabo prácticas relacionadas con el misticismo y lo demoníaco particularmente. También se incluía aquí, a mujeres de edad avanzada que no constituían una familia propia, que no formaran parte en un convento, ni que aportaran fuerza de producción. A este perfil se suman a su vez determinadas características como la pérdida de la belleza por el paso de la edad, el no poder concebir hijos y prácticas sexuales por fuera de la norma. (Glocer, 2001).

A nivel cinematográfico y dentro del mundo de las fábulas y cuentos infantiles, la figura de la *bruja* ha sido emblema de temor tanto en adultos como en niños a través de películas y animaciones infantiles, al decir de la autora:

(...) la protagonista es habitualmente una mujer de mediana edad, gris, solitaria y desdeñada por los hombres, agobiada por el temor de ser invisible para ellos y ser aislada sexualmente. A través de una metamorfosis pasa a convertirse en un ser vengativo, horroroso y cruel (Sobchak, 1994): se produce una transformación de mujer asustada en mujer que asusta, bajo la forma de cuerpos decadentes que se acercan a un hombre que retrocede con terror. Esto estaría representando el horror al envejecimiento en una cultura que apuesta a la inmortalidad y a la belleza, y que localiza ese horror en la mujer que pierde sus atributos. (Glocer, 2001, p.76).

La confrontación con algunos caracteres de este personaje emblemático, explica la autora, que afecta tanto a hombres como a mujeres cuando se encuentran transitando la mediana edad. Recayendo en la imagen de este personaje, todo signo de rechazo donde desde lo sociocultural se le proyecta lo abyecto, repudiado por ser todo aquello que va en contra de la imagen que se deseada, o al menos que la sociedad (el otro) dicta que se debe repudiar.

El cuerpo es el medio usado como carta de presentación, al decir de Lipovetsky, ya no se indaga en los aspectos profundos de la subjetividad ni propia ni ajena, sino que este es el destinatario de todo posible cuidado, atenciones e inversiones alcanzando así la meta de la seducción como valor implantado bajo el estandarte de la juventud, escondiendo y ocultando todo rastro temporal, de cansancio y huellas físicas como ojeras, párpados caídos, líneas de expresión, “kilos de más”, etc.

3.2- El cuerpo: medio de escritura

Cuando la identidad personal está cuestionada a través de los incesantes cambios de sentido y de valores que marcan a la modernidad, cuando los otros se vuelven menos presentes, cuando el reconocimiento de uno se vuelve un problema, aun cuando no sea a un nivel muy grave, queda, en efecto, el cuerpo para hacer oír una reivindicación de existencia. Se trata de convertirse en una escritura, por medio de los signos del consumo o, peor, por medio de la somatización. (Le Breton, 2002, p 172).

Aquí el antropólogo alude a una carencia en el área de lo representacional y la falta de simbolización, como también menciona Ana María Araujo, de la aceleración del tiempo, de ocupar el mismo con un cúmulo de actividades que no dejan tiempo para el disfrute, ni para crear o profundizar vínculos de calidad, y donde el sentido del valor personal parece estar adosado a “logros” en el *tener* o en el *ser* desde lo que ha sido socialmente idealizado. El cuerpo deriva en un escenario de tensiones en el marco de la demanda desde lo socio-cultural, lo que muchas veces produce una desubjetivación en los componentes de la vida del sujeto.

Las autoras Janin y Kahansky (2009) abordan la temática sobre tatuajes y marcas permanentes en el cuerpo, dilucidando que ante la aceleración y vertiginosidad de los tiempos modernos, la producción de dichas marcas cumplirían principalmente dos funciones al menos en una primer instancia: por un lado, la pertenencia que genera a un grupo como elemento identitario, particularmente en la franja etaria perteneciente a la adolescencia. Por otro lado, plantean que el tatuaje remite a lo permanente, lo que se fija, términos que contrastan con la vertiginosidad del cambio en las últimas décadas y que es la intención de búsqueda del mismo: con el tatuaje se crea una ilusión temporal donde este quede detenido en algo constante y por consiguiente quedaría desplazado el “fantasma de muerte”.

Si se compara la función que cumple un tatuaje de dejar marca, (no cualquier marca sino una con la que el sujeto en mayor o menor medida pero que se identifica a sí) de forma más o menos, consciente, se podría relacionar a la marca que de alguna forma, el otro, la sociedad y la cultura van realizando en la psique del sujeto. Lo que derivará en una co-construcción de su historia en la medida que él mismo pueda ir a su vez, armando pero también deconstruyendo eso que recibe del entorno para poder rearmar algo de lo que pueda apropiarse y con lo que pueda identificarse.

Piera Aulagnier (2011) trata sobre las implicancias en el trabajo vincular y los requisitos necesarios para constituirse en vínculo. Sobre esto explica que hay dos exigencias básicas para su fundación provenientes desde lo cultural y desde las personas implicadas en el vínculo:

(...) requiere de la trasmisión generacional de las legalidades básicas de la cultura y de los imaginarios necesarios para la pertenencia social y cultural. (...) supone la instalación de un pacto denegativo que pueda posibilitar el armado de un vínculo, en interjuego con el contrato narcisista. (Aulagnier, 2011, p.63).

Por pacto denegativo, la autora explica que refiere a todo aquello que de alguna forma es necesario para la fundación del vínculo. Implica el mantener en lo irrepresentado y en lo imperceptible todo aquello capaz de cuestionar la formación y el mantenimiento de ese vínculo y las cargas de las que es objeto. Por otra parte, el contrato narcisista (que tiene como signatarios al niño y al grupo que lo recibe al nacer) da cuenta de una especie de intercambio inconsciente en que el grupo asegura cuidado y soporte al niño mientras éste continúe con la línea generacional y las particularidades que conforman al mismo.

Es necesario comprender el panorama en su complejidad, para entender bajo qué modelos la persona crece, se desarrolla y se encuentra inserta a nivel social y cultural, porque es desde ahí que absorberá, transformará y/o adoptará los parámetros para comprender al mundo que le rodea pero también para comprender y verse a sí mismo y por ende también a los demás.

Cuando la subjetividad no puede dar un sentido a lo que acontece (pues fallan o son endeble los soportes a la simbolización), hay algo que parece desbordarse traduciéndose en una necesidad de colmar la angustia, de llenar el vacío representacional, y como plantea Le Breton, un medio frecuentemente pero engañoso de colmar dicho vacío, es el consumo. A su vez, las exigencias de tiempo y rendimiento que las últimas décadas demandan en forma creciente (aquí se puede recordar la idea del cuerpo-máquina mencionada en un comienzo) y el impacto consecuente en todas las áreas que abarcan a la persona, llevan muchas veces a un desajuste orgánico entendiéndose como posible reflejo de un desequilibrio interno ante la exigencia de los nuevos desafíos y la falta de recursos psíquicos para afrontarlo:

En la vida social, el cuerpo se vive, frecuentemente, como una molestia, un obstáculo, fuente de nerviosismo o de cansancio, más que como alegría o como si se escuchase una posible música sensorial. Las actividades del sujeto consumen más energía nerviosa que energía corporal. De aquí la idea, muy común actualmente, del “buen cansancio” (vinculado con las actividades físicas) y del “mal cansancio” (vinculado con el desgaste nervioso). (Le Breton, 2002, p.162)

Cuando, a falta de poder controlar la existencia en un mundo que se presenta cada vez más acelerado y cambiante, se pretende tomar el control del cuerpo y cuando este proyecto de control falla o se ve truncado ante la exigencia que implica, el cuerpo toma el *control* por sí y como vía de escape deriva en por ejemplo, la somatización.

3.3- El cuerpo: epicentro del mercado

Zygmunt Bauman al igual que Lipovetsky son dos autores que retratan en sus libros una crítica al estilo de vida actual el cual tiene sus cimientos en torno a la propuesta del mercado a nivel de consumo en cada área que el cuerpo, la imagen y el prestigio social estén implicados:

Hay demasiadas áreas en las que deberíamos ser más competentes, y cada una de ellas requiere “una salida de compras”. Salimos a “comprar” la capacitación necesaria para ganarnos la vida y los medios de convencer a los potenciales empleadores de que poseemos esa capacidad; a “comprar” la clase de imagen que nos convendría usar y el modo de hacer creer a los otros que somos lo que usamos; (...) maneras de atraer la atención y maneras de ocultarnos del escrutinio (...) maneras de ganarnos el amor del amado y de terminar de la forma menos costosa esa unión cuando el amor se esfuma y la relación ya no nos complace; o “comprar” la mejor manera de ahorrar dinero para las malas épocas y de gastarlo antes de ganarlo, a “comprar” los recursos necesarios para hacer más rápido lo que tenemos que hacer y las cosas destinadas a llenar el tiempo que nos ha quedado libre; a “comprar” los alimentos más exquisitos y la dieta más efectiva para librarnos de las consecuencias de haberlos comido (...) Sin embargo, por larga que sea (la lista), no incluye la opción de no salir de compras. (Modernidad líquida, Zygmunt Bauman, 2000, p. 80)

Lipovetsky en su libro *El imperio de lo efímero* (2002) en relación al consumo masivo explica que la pretensión social y el status no sería el motor principal de este, sino que el consumo de indumentaria, artículos de belleza, de tratamientos corporales, etc., es la búsqueda de nuevas sensaciones, de seducirse a uno mismo y no tanto por deslumbrar a los otros. Es así que el deseo es movido por lo que los objetos, productos y servicios brindan, la vigencia de los mismos se mantiene hasta que se acaba su uso o función, hasta que “surge” algo que supera a lo anterior en calidad, en innovación pero más que nada que supere la vivencia de las sensaciones.

Es así, expone el autor, que estas nuevas formas de vincularse con los objetos expanden a lo que denomina como “individualismo narcisista” el cual “corresponde no solo el desarrollo de furor psíquico y corporal, sino una nueva relación con los demás y con las cosas”. (p. 196). Se instaura de esta forma el culto a las emociones y sensaciones, por las cuales se retroalimenta la búsqueda de lo novedoso y de todo aquello que, mediante el cuerpo, produzca en el sujeto la sensación de “sentirse vivo”.

Conviene aquí, aclarar sobre el tipo de narcisismo del que habla Lipovetsky que remite a un narcisismo trófico que se diferencia del narcisismo patológico ya que mientras en este último el interés se reduce de forma exclusiva a uno mismo, en el primero (que es del que da cuenta Lipovetsky) ese interés además abarca metas y actividades. (Hornstein, 2010).

Asociado a la idea de individualismo narcisista que plantea Lipovetsky, la psicóloga Liliana Denicola refuerza esta idea en base a los intereses que gira esta forma de apropiación del cuerpo:

El avance del individualismo es radicalizado por el tecnicismo, éste junto a la aspiración del buen parecer (predominancia de la mirada) y alimentado por el ideal del bienestar que excluya todo sufrimiento, hacen al núcleo imaginario moderno del cuerpo. De ser el cuerpo se pasa a tener un cuerpo, signo de posesión con lo que el cuerpo es incorporado a la cadena de los productos de consumo. (Denicola, 2013, p.284)

Explican las autoras Oliveira y Flores (2011) que el consumismo es uno de los aspectos centrales del estilo de vida posmoderno y que es en el cuerpo donde se ancla el placer por el mismo en el que de una forma cada vez más evidente el sujeto consigue aquello que desea con un esfuerzo cada vez menor. Este es el caso de productos que prometen hacer “desaparecer/consumir” las adiposidades de distintas zonas del cuerpo utilizando solamente un aparato o faja sin necesidades de dietas ni ejercicio. Se crea a nivel cuasi ilusorio la idea de mérito con el mínimo esfuerzo, donde los tiempos para los procesos y la paciencia como virtud, carecen cada vez más en más áreas de la vida contemporánea de algún atractivo redituable a nivel del mercado, pero también de interés a nivel del consumidor.

Las autoras realizan una crítica a las relaciones que parecen guiarse bajo premisas mercantiles, no solo con los objetos en sí, sino también para con las demás personas, degenerando así la calidad de los vínculos interpersonales en los que prima el interés por el provecho que se puede sacar del otro, el descarte y desinterés de los mismos, etc.

En palabras de Ana María Araujo, se refuerza la idea anterior al decir: “Privado del tiempo y de la duración que exigen los sentimientos, nos podemos preguntar si el individuo contemporáneo puede, todavía, experimentar otra cosa más que no sea pura sensación.” (Araujo, 2013, p.153).

Por otro lado también, Araujo manifiesta que la reflexión y el tiempo dedicado a la vida misma y el sentido que cada persona le atribuye, ha caído en la lógica del sinsentido afirmando que la cotidianidad cargada de actividades, donde no hay lugar para la profundización, el silencio, y el estar en movimiento constante, se vuelve la marca registrada de la vida huyendo de la angustia que genera el presente.

Lipovetsky, en consolidación con las ideas expuestas hasta aquí, afirma que la cultura del mercado en la hipermodernidad ha convencido al sujeto de que la felicidad está fuera de uno y se desprende por tanto, de dicha premisa que se la busque a través del consumo. Felicidad que dura tanto como durará la emoción del primer momento, hasta que haya que ir en búsqueda nuevamente de algo que reviva esa sensación de falsa felicidad.

En estrecha relación, Bauman postula que ese mismo velo efímero en búsqueda de la felicidad mediante el consumo (no solo en lo que respecta a lo material), desmantela el círculo vicioso que yace bajo el paradigma de “estar en forma”, ya que no solo trata sobre el *estar* sino también sobre el *mantener* dicha forma, con el costo energético que implica a nivel físico pero también a nivel psíquico, donde el desafío es con uno mismo pero también con los otros ya que el cuerpo idealizado comienza a ser comparado con los estándares y logros ajenos y aquí es claro ejemplo de vínculos banalizados y superficiales, donde el otro es visto como competencia:

Como todos los estados subjetivos, la experiencia de estar en forma es notablemente difícil de articular de manera adecuada para la comunicación interpersonal, y más aún para la comparación interpersonal. La satisfacción y el placer son sentimientos que no pueden aprehenderse en términos abstractos, sino que deben ser “experimentados subjetivamente”, vividos. (...) A diferencia del cuidado de la salud, el esfuerzo por estar en forma no tiene un fin natural. Solo es posible definir una meta parcial, en una determinada etapa del esfuerzo interminable... y la satisfacción producida por cumplir una meta parcial es meramente momentánea. En la búsqueda de estar en forma, que insume toda la vida, no hay tiempo de descansar, y la celebración del éxito parcial es tan solo un breve recreo antes de que empiece otra etapa de esfuerzo. (...) Es un estado de perpetuo auto escrutinio, auto reproche y auto desaprobación, y por lo tanto, de ansiedad constante. (Bauman, 2000, p. 84)

Al decir de Lipovetsky, se podría sintetizar el cambio de paradigma que tuvo a nivel de implicancias los efectos de la hipermodernidad, aludiendo a los siguientes puntos: a la falta de integración simbólica en relación a los cambios acelerados en los

procesos socio-culturales y el impacto que ello ha tenido y tiene en la subjetividad individual y colectiva.

Numerosos autores, como Baile, J. Lipovetsky, G. Raich, R. entre otros, concuerdan en que el epicentro de la publicidad sobre la belleza como valor en sí, se dirige predominantemente al público femenino. Desde los contenidos publicitarios, clínicas estéticas a través de procedimientos quirúrgicos invasivos y no invasivos, se ha creado la necesidad de estar “en forma” transformando los cuerpos en lo social y subjetivamente “deseado”. Se refuerza así, lo planteado por autores como Bauman y Lipovetsky en cuanto a que la salud en sí no es lo prioritario sino que el mayor afán de perseguir un modelo físico es la forma por encima de cualquier otra cosa, lo que lleva a que muchas veces se confunda la idea de estar y sentirse saludable con la de la imagen corporal estéticamente perseguida y avalada por el entorno.

Luego de haber realizado un recorrido sobre los distintos ejes temáticos por los cuales se ve atravesado el cuerpo femenino con los sentidos y discursos que se ofrecen en pos de la imagen corporal deseada, resulta más que pertinente abordar el o los posible/s origen/es sobre la *aparente necesidad* de consumir un ideal de belleza prefijado. Para ello entrarán en diálogo dos posturas distintas entre sí sobre este enfoque, de la mano de la antropóloga Elsa Muñiz y el filósofo y sociólogo Gilles Lipovetsky.

Si bien el eje de reflexión temática gira en torno a la población femenina (población sobre la cual se encuadra el presente trabajo monográfico), vale aclarar, que numerosos estudios y constataciones socio-culturales arrojan a luz que la población masculina también se ha vuelto foco de atención y consumo en relación al mismo eje temático. Lo que de alguna forma, al menos en la actualidad, abre un nuevo abanico de perspectivas, posturas y reflexión sobre el fenómeno analizado.

4- Posibles sentidos sobre los que se asienta la lógica: *imagen corporal-consumo*

La doctora en antropología y especialista en Estudios de la Mujer, Elsa Muñiz (2014), refuerza con sus postulados e investigaciones, el enfoque ideológico desde el cual se vale Cabrera (2010) en relación a la utilidad y ligazón del mercado con la publicidad que enaltece la estética como epicentro de la preocupación y ocupación femenina, mayoritariamente.

En uno de sus artículos, Muñiz realiza las siguientes preguntas que invitan a la reflexión: “¿Por qué estamos descontentos con la nariz, con los labios, con los senos, la cadera...? ¿Con quién nos estamos comparando para saber qué queremos de esta o de aquella forma el mentón o los pómulos?” (párr. 33).

Como panorama explicativo, en un posible intento de acercarse a una respuesta, expone que son los centros de medicina estética-corporal y los cosmetológicos, quienes se valen y sacan provecho del descontento e insatisfacción de las personas en relación a su propio cuerpo ya que utilizan la producción de una necesidad creada (como se mencionaba anteriormente) en relación a algo que a su cuerpo le *falta*, le *sobra* o que hay que *disimular/corregir* según parámetros estandarizados, que la industria explota y propaga.

Otra de las críticas que realiza, emparentadas con el planteamiento de Cabrera sobre la estandarización de la belleza y los discursos que lo avalan, es sobre la discriminación de lo no contemplado por los caracteres fenotípicos de las mujeres que no son representadas por el modelo de belleza que se luce en los medios. Su fundamento es que, en la singularidad estandarizada se pierde la diversidad y se desdibuja la marca de lo identitario, ya que un modelo de mujer no puede ser jamás representativo de todos los colores de piel ni de todos los rasgos existentes. (Muñiz, 2007).

Siguiendo esta línea de reflexión, plantea que hay un ideal con el que las mujeres acarrearán que remite a una sensación sobre el “deber ser” que las encadena a un déficit de no llegar a ser todo lo buenas y/o bellas que se requiere y en el intento por desligarse de dicha sensación, caen en un falso empoderamiento de sus cuerpos sometiéndolos a las normas de belleza que terminan por esclavizarlas.

En cuanto a los juegos de poder que giran en torno a la temática, agudiza la mirada hacia la perspectiva de género y las relaciones de jerarquía que embisten a la misma, y plantea que la industria de la belleza es algo más que el mero consumo capitalista, alegando que la cosmovisión que se juega en torno al género femenino

pasa a ser un gran distractor y foco de atención que consume gran parte del tiempo y energía:

Bordo (2003) señala la importancia de considerar la historicidad de las prácticas de belleza para vincular la individualidad a un contexto más amplio de poder y jerarquías de género, pero analizando el complejo y contradictorio trabajo de los discursos acerca del cuerpo, el control y la feminidad. Bordo muestra por qué las mujeres son especialmente susceptibles a los señuelos del sistema de belleza. Las prácticas de belleza no son simplemente un artefacto de consumo capitalista, de la feminización de la cultura o de las contradicciones de la modernidad, es central a la reproducción de relaciones de dominación y subordinación, al perpetuar las limitaciones y los efectos disciplinarios de la feminidad. (Muñiz, 2007, párr.57.).

En cuanto a relaciones de dominación y sometimiento, autores como Pierre Bourdieu y Bonino Méndez son más que pertinentes para abordar dicha temática. Por su parte, Bourdieu habla sobre el poder simbólico y Bonino sobre violencias invisibles, que si bien ambos exponen un enfoque particular, en términos generales los puntos comunes que se encuentran en ellos aluden a una estructura común que es reconocida como el “poder”.

Desde esta estructura de poder se enfocan en una de las tantas aristas que sugiere el tema, que en este caso será sobre la violencia simbólica que el poder muchas veces produce. Bourdieu define el poder simbólico como un “poder invisible que no puede ejercerse sino con la complicidad de los que no quieren saber que lo sufren o que lo ejercen.” (Bourdieu, 1973, s/p). Como bien explica, este poder simbólico es una forma transformada de lo que típicamente se define como un poder clarificado y evidente, ya que aquí lo que paradójicamente se evidencia (cuando se lo llega a reconocer) son los elementos de *disimulación* y de *transfiguración* lo que da como resultado el desconocimiento de la violencia que las relaciones de fuerza encierran. (Bourdieu, 1973).

Es así que emparentando esta visión, con lo expuesto acerca del ideal tiránico en imagen que se proyecta hacia el cuerpo, puede hablarse de una violencia simbólica que se juega en el propio cuerpo de la mujer, que la mayoría de las veces pasa inadvertida ya que se consume y justifica bajo el amparo de la moda, la publicidad, etc.

Lipovetsky (2002) explica que desde una perspectiva feminista se ha considerado que el factor que se promueve a nivel sociocultural mediante los parámetros “belleza-delgadez-juventud” es un intento por refrenar el avance en que desde los años setenta, las mujeres han incursionado por una mayor igualdad de

derechos en relación al género masculino, donde lo que realmente se busca en relación a la población femenina es "...reinstalarlas en una condición de seres que existen más por su apariencia que por su "hacer" social." (p.126).

Pero plantea a su vez, una respuesta alternativa a este postulado; expresa que en realidad lo que se está viviendo es la intensificación de un movimiento de "cultura de masas", como le llama, que tuvo su inicial apogeo en la modernidad y que se ha ido instalando con mayor fuerza hasta nuestros días. La moda ha sido y es, según lo explica, uno de los factores cruciales que han promovido la valoración del cuerpo delgado, tonificado y joven, ejemplo de ello son los shorts y las faldas que comenzaron siendo rectas en forma de tubo y en los sesenta las minifaldas que dejan cada vez más descubiertas las piernas, transformándose en el boom de época.

Explica también que las actividades deportivas han alcanzado con el transcurso del tiempo, mayor popularidad al igual que otras actividades de ocio que promueven el "desnudamiento del cuerpo": ropa ceñida y prendas como shorts, tops, el pasaje de la malla cerrada de cuerpo entero a los bikinis, son ejemplo de ello. (Lipovetsky, 2002).

Además, hay otros factores sociales y culturales que han promovido esta transformación en el paradigma femenino en cuanto a la manera de verse y pensarse:

En la raíz de la alergia femenina a los volúmenes adiposos subyace el nuevo deseo de neutralizar las marcas demasiado enfáticas de la feminidad, así como la voluntad de ser juzgada menos como cuerpo y más como sujeto dueño de sí mismo. La pasión por la esbeltez, traduce, en el plano estético, el deseo de emancipación de las mujeres con respecto a su destino tradicional de objetos sexuales y de madres, al tiempo que una exigencia de ejercer el control sobre su persona. (...) Toda mujer que quiere estar delgada manifiesta mediante su cuerpo la volición de apropiarse las cualidades de voluntad, de autonomía, de eficacia, de poder sobre sí misma tradicionalmente atribuidas al varón. Aun cuando el código de la delgadez no ejerza la misma influencia en los hombres y en las mujeres, hay que considerarlo más como un signo de la igualación de las condiciones que como un vector de opresión de la mujer. (Lipovetsky, 2002, p. 129)

Y agrega además que "las mujeres se muestren ávidas de los nuevos productos de belleza no traduce ni un infantilismo ni un hipnotismo colectivo, sino la voluntad más o menos intensa de ser actor en relación con el propio cuerpo." (p. 131).

La fuerza que transmite el último párrafo, refiere a la idea sobre revertir la pasividad del sometimiento en un movimiento activo, en un hacer con sentido

subjetivante. Que a su vez, se va haciendo junto a otros en el escenario de lo colectivo, donde se lleva a cabo el empoderarse del propio cuerpo, que en definitiva, es el slogan citado desde la cultura industrial.

De igual forma, remarca que la ansiedad y la culpa que puede provocar no alcanzar los estándares físicos esperados, no es tan disonante si se contextualizan las lógicas de consumo que se contradicen con el estilo de vida sano que se busca promover: por un lado, describe, que se pone el énfasis en la vida sana, con una alimentación balanceada, ejercicio físico regular y controles médicos pertinentes y por otro lado, la cultura consumista que continuamente a través de distintos medios y formas, promueve la saciedad de deseos *viviendo el hoy*, sin pensar en las consecuencias ni el *mañana* (como si fuese un futuro lejano que no amerita reflexión y mucho menos sentimientos de culpa). Uno de los tantos slogan patrocinados por una marca internacionalmente reconocida que refuerza dicha idea, es el que dice “Just do it”, en su traducción: *Solo hazlo*.

Se puede reflexionar entonces, siguiendo la línea de pensamiento del filósofo francés Michel Foucault (1989) en una nueva versión del cuerpo disciplinado, donde es el propio sujeto quien se exige a sí mismo volcando su fuerza de trabajo para su propio fin amparado en una sociedad que avala dicho *modus operandi*. El postulado foucaultiano que alega que la realidad social quedaba de alguna forma u otra inscrita en el cuerpo de las personas, siendo este mismo el nuevo objeto en el que se enmarca el poder.

Foucault (1992) citado por Reisfeld (2005, p.35) menciona que:

El cuerpo está directamente inmerso en un campo político, lo que va unido a su utilización económica; es decir, está determinado por la ideología. Existe una tecnología política del cuerpo, cuyos mecanismos se ejercen de forma sutil e imperceptible en toda la trama social y que, sin ser aplicados con violencia, apuntan a crear cuerpos productivos a la vez que sometidos. No hay que buscar estos mecanismos en los grandes sucesos sino en los hechos pequeños, discontinuos, fragmentados. Se trata de un poder que no puede adscribirse únicamente a los aparatos de Estado, la clase dirigente o las instituciones, aun cuando éstos hagan uso de él. Es más bien una microfísica del poder que, merced a determinadas tácticas o funcionamientos, encuentra el núcleo de los individuos, alcanza su cuerpo, se inserta en sus gestos, en sus actitudes, sus discursos, su aprendizaje, su vida cotidiana.

Bajo la lógica Foucaultiana, se puede entender al consumo como la nueva forma de disciplinamiento sobre la cual gira la lógica de poder-saber, respaldado por

los mass media que contribuyen a reforzar tal estructura. Más allá de dichas lógicas y su promulgación socio-cultural, para Foucault el factor que asegura que las ideologías se conserven es el de la vigilancia, lo que actualmente se traduce en los estudios de mercadeo y marketing, control de compras mediante las tarjetas de débito y crédito, encuestas sobre preferencias de consumo, etc, de lo que el cuerpo y la tendencia a moldearlo acorde a la imagen deseada y mantenerlo joven, será destinatario.

5- Imagen y esquema corporal

Al haber realizado este recorrido teórico sobre las distintas vicisitudes y paradigmas bajo los cuales se ha puesto la mirada sobre el cuerpo humano, y concretamente el femenino, se vuelve menester volcar la mirada hacia el aspecto inconsciente en la génesis y estructuración de la imagen corporal y la incidencia del medio en dicho proceso.

La imagen del cuerpo, ha sido y es hoy, una temática abarcada por gran diversidad de autores que han puesto el énfasis en el desarrollo de algunos puntos más que otros según la disciplina desde la que se consolidan (neurología, psicología) pero partiendo de una misma base.

José Baile (2003) explica que la imagen mental es la construcción perceptual que la persona hace de su propio cuerpo a nivel espacial (forma y medidas) pero que implica también aspectos cognitivos, emocionales y conductuales que se relacionan entre sí.

Rosa Raich (2004) explica que desde el psicoanálisis el concepto es entendido como “el límite corporal percibido por cada sujeto.” (p. 16)

Para ampliar y desarrollar esta última concepción, Raich, toma los aportes de Thompson (1990) quien explica el concepto de imagen corporal mediante los tres términos que menciona Baile. Estos términos o componentes son: el perceptual, el cognitivo-afectivo o también llamado subjetivo y el conductual. El perceptual, explica que alude a la “precisión” con la que la persona, como el nombre lo dice, se percibe a sí misma en su totalidad en cuanto a tamaño físico general pero también al de sus componentes (brazos, piernas, tronco, nariz, orejas, etc.) Cuando el componente perceptual es alterado aparece lo que se denomina sobrestimación o subestimación, que es cuando la persona se percibe con proporciones mayores a lo que en realidad son o por el contrario, de tamaño inferior a lo que en realidad son. El componente subjetivo es explicado como las “actitudes, sentimientos, cogniciones y valoraciones que despierta el cuerpo, principalmente el tamaño corporal, peso, partes del cuerpo o cualquier otro aspecto de la apariencia física (ej.: satisfacción, preocupación, ansiedad, etc.)” (p,17). Finalmente, el componente conductual, es el que remite al repertorio de conductas y acciones que la percepción sobre el propio cuerpo provoca, en base a los sentimientos que esa percepción despierta. (Raich, 2004).

Una de las graves consecuencias de las alteraciones en las formas de percibir y entender al propio cuerpo, derivan en por ejemplo, trastornos alimenticios como lo son la bulimia, anorexia, vigorexia, entre otros. Sin embargo, explica Reich, que a través de distintas investigaciones se ha comprobado que muchas personas, sin llegar

a un trastorno propiamente dicho en la percepción de la imagen corporal, han experimentado alteraciones en la misma, siendo los factores más preponderantes la insatisfacción corporal con alguna parte específica del cuerpo o con la forma general de este, lo que mayormente afecta a personas de sexo femenino. (2004).

Ahora bien, desde la perspectiva psicoanalítica se trabaja no solo desde el concepto de imagen corporal propiamente dicha, sino que además se profundiza sobre un aspecto inconsciente de la misma. Serán destacados, sobre este punto en particular, la y el psicoanalista, Françoise Dolto y Juan David Nasio, respectivamente.

Dolto habla de esquema corporal para definir la realidad física, objetivable. Es el contacto e integración a nivel cenestésico, muscular, óseo, neurológico que hacemos sobre nuestra propia realidad corpórea tanto externa (lo visual) como la interna (lo orgánico) donde se sintetizan las “experiencias emocionales.” (Dolto, 1986). A su vez, contrasta el esquema corporal con la imagen del cuerpo, entendiendo por esta última: “(...) refiere el sujeto del deseo a su gozar, mediatizado por el lenguaje memorizado de la comunicación entre sujetos.” (p. 22).

Por otra parte, el concepto de imagen inconsciente, Juan Nasio (2008) lo explica tomando los aportes de Dolto para explicar que la premisa sobre la que se asienta el concepto de Imagen inconsciente del cuerpo, es la propia definición del ser humano, entendiendo por éste “aquel que tiene el deseo irreductible, la voluntad tenaz, de comunicarse con otro ser humano.” (p. 18).

Ahora bien, desde la clínica, para acceder a dicha imagen inconsciente del cuerpo, se vuelve clave la escucha analítica, la cual presta especial atención a las sensaciones que la persona relata tener sobre su cuerpo, los discursos anecdóticos que hablan de las vivencias corporales infantiles, etc. Para acceder a un mejor entendimiento, Nasio define las imágenes inconscientes siendo estas, todas las primeras impresiones (experimentadas a través de imágenes y sensaciones) que quedan fuertemente fijadas a la psique del niño, y en las que la figura materna queda asociada, ya que es un proceso que abarca desde el origen de la vida del bebé hasta aproximadamente sus tres años (2008). Edad, en la que según Dolto, el niño descubre su imagen física, espejo mediante, por lo que, tal y como explica, este descubrimiento conlleva para el infante una “sacudida” psíquica de carácter traumatizante debido a que:

(...) Cuando el pequeño se da cuenta de que la imagen que ofrece a los demás es su imagen del espejo, de que esa imagen no es él y de que los demás sólo acceden a él a través de lo que ven de él, de pronto, da prioridad a las apariencias y desatiende las sensaciones internas. (Nasio, 2008, p.22).

Resta, visualizar lo que surge de la combinación entre los aspectos conscientes pero también de aquellos más inconscientes y primarios de la persona con respecto a su cuerpo y a la imagen que tiene de sí. Nasio explica que es el Yo quien tramita dichos elementos a nivel psíquico y quien resuelve una respuesta para sí y para los demás sobre su imagen pero que, también esta, es elaborada en base a lo que los demás le devuelven sobre él mismo. Desde este punto se entiende que el reflejo que el espejo le devuelve al niño de su propia imagen se vuelve metáfora de la mirada materna hacia el infante, lo que asienta por tanto que este Yo, es moldeado también por dos variantes como lo son, en sus palabras, “El tiempo y el otro”:

Nuestro yo es la idea íntima que nos forjamos de nuestro cuerpo, es decir, la representación mental de nuestras experiencias corporales, representación constantemente influenciada por la imagen que nos devuelve el espejo. (p.56)

En secciones anteriores de la presente monografía, los autores citados han reafirmado desde el más antiguo hasta el más contemporáneo y pasando por diversas especialidades (psicología, filosofía, antropología, sociología, etc.), la implicancia del tiempo y la construcción socio-cultural (o como dirá Nasio, “el otro”) para la creación de uno o varios parámetros que de alguna forma más o menos directa, más o menos avasallante, apuntan hacia un modelo sobre el *ser* que comienza, como comparten Nasio, Dolto y otros autores, en el inicio de la vida en los primeros contactos físicos, emocionales y psíquicos con quien suele ser la primer figura preponderante en la vida de un niño: la madre o aquella figura que cumple la función materna.

Cristina López sintetiza de forma muy acorde que el nacimiento implica a un cuerpo que se prepara para que pueda salir otro cuerpo de sí, pero a su vez, se requerirán de varios procesos posteriores en varias áreas para que ese nuevo cuerpo tenga noción de sí:

... “se requerirá tiempo para que ese *otro* verificado como una unidad corporal separada sea realmente *otro* para su madre y para sí mismo (...) Nacemos cuerpo, pero para llegar a ser sujetos se requerirá que *seamos* cuerpo. Que nuestras vivencias de ser y existir den cuenta de una encarnadura corporal vivencial propia y única. Para ello deberán tener lugar complejos procesos de diferente orden: biológicos, fisiológicos, neurológicos, psicológicos y vinculares.” (2002. p.p 101).

Donald Winnicott (1962) utiliza el término *personalización* aludiendo al proceso en el que paulatinamente la psique se va apropiando e inscribiendo en el cuerpo y asentando las bases del yo (self), es así que el bebé comenzará a vincular lo que siente, lo que comprende, lo que irá aprendiendo a través de sus funciones corporales, siendo la piel el medio protector que separa el adentro del afuera.

El psicoanalista uruguayo, Daniel Gil (1995), aplica el término identificación primaria para remitir al origen del yo y su proceso de estructuración, el cual es definido como un movimiento de estructura a través de la cual se interrelacionan aspectos que surgen entre el niño y su medio. Son algunos de estos aspectos por ejemplo; los deseos, la maduración de corte orgánico a nivel fisiológico y neuronal, vivencias, acontecimientos, fantasías, entre otros, que no se despliegan ni desarrollan de forma lineal sino que prima el factor dinámico en tal interrelación. A su vez, forma parte del proceso de desarrollo psicológico, el sentido y significado que un otro le den a los actos llevados a cabo por el niño. Como lo explican Nasio y Dolto, la mirada del otro es la que devuelve una imagen de sí al niño, quien la irá resignificando y atribuyéndole un sentido con el que se verá a sí mismo.

En estrecha relación, la atención hacia el infante no puede limitarse a la esfera de lo biológico estrictamente, sino que debe primar una base de cuidado y sostén (holding) de la que Winnicott desarrolló ampliamente. Explica Gil:

(...) es fundamental que estos cuidados conlleven significados y expresiones de amor, que estén dados por las caricias y el sostén, que la piel se constituya como superficie de contacto y como límite que separa e individualiza (...). (p, 48).

Es la piel en su función de “barrera” entre el yo y el mundo exterior, que como Esther Bick (1987) teoriza, será el órgano que limita, y que tiene como función interna la de contener las partes del self. Es así por tanto que el cuerpo se irá diferenciando del otro a medida que se vaya discriminando entre lo propio y lo ajeno, y en la medida de que se vaya cargando al cuerpo de sensaciones y sentidos y que la psiquis vaya asentando lo vivido y sentido a través del mismo, unificando e identificándose con un deseo propio y con determinadas y subjetivas necesidades.

Laura Franco y Silvia Rivera (2012), exponen un fragmento en el que se visualiza la vinculan la incidencia del cuerpo sobre la psiquis y viceversa:

“Una de las primeras menciones al tema de la piel se encuentra en *El Yo y el Ello* (1981, p.p 270) donde Freud propone que “el Yo

es, ante todo, un Yo corpóreo" que deriva de experiencias en la superficie corporal. De este modo, "el Yo debe ser traído a la existencia" (Lafrance, 2009) a través de una variedad de experiencias sensoriales superficiales específicas. Como lo afirma Feldman (2004), el Yo es en sí mismo la proyección mental de la superficie corporal. En este sentido, a través del concepto de *body-ego* (yo-corpóreo) se explica el cuerpo y en particular la piel, como órgano que además de mediar la experiencia con el exterior, es el posibilitador vital de los procesos y partes de la mente (Manning, 2009), siendo la piel la base sensorio-perceptual de la capacidad de pensar del infante (Pollak, 2009)."

Es entonces, que en el desarrollo de la vida, el sujeto, primero infante y posteriormente devenido adulto, se habrá enmarcado (y lo seguirá haciendo a lo largo de su vida) en una diversidad de sentidos e introyecciones que el mundo exterior habrá trazado en relación a su presencia e imagen. De esta conjunción, junto a los preceptos conscientes e inconscientes que el sujeto albergue sobre si es que encaminará sus actos y postura frente a la vida, como lo menciona Nasio (2008): "La Imagen del Cuerpo no solo enmarca nuestras emociones y participa de nuestras fantasías, sueños y síntomas, sino que también determina nuestras decisiones y actos." (p. 106).

El psicoanalista explica que la imagen de sí es el "sentimiento de existir y de ser uno", lo que a su vez la persona puede amar o rechazar, pero que la misma, la imagen, puede ser transformada y cambiar a lo largo de la vida ya que depende de todo lo que la persona ve y siente sobre su cuerpo, por tanto esta mirada replegada variará entre otras cosas, del momento cronológico en que se encuentre la persona (adolescencia, adultez), de las situaciones vividas que han dejado una huella en su vida, y a su vez también dependerá de la mirada que personas significativas (amigos, pareja, familia) le devuelvan.

David Le Breton (1990) indica que las representaciones acerca del cuerpo que la sociedad asigna en un marco cultural determinado, son los cristales por los cuales se mira y da sentido a los diversos atravesamientos que implican al cuerpo, como por ejemplo "conocer su posición frente a la naturaleza y al resto de los hombres a través de un sistema de valores" (p.13) ya que el cuerpo es una construcción simbólica.

Freud (1920-22) manifestaba el hecho de que toda psicología individual es también psicología de las masas ya que todo relato personal implica la presencia de otros: "En la vida anímica del individuo, el otro cuenta, con total regularidad, como modelo, como objeto, como auxiliar y como enemigo (...)" (p, 67). Y asevera que el

comportamiento de un individuo en su forma de pensar, sentir y actuar totalmente distinta de cuando este se encuentra en un grupo social o como lo denomina él, en una masa psicológica.

Freud (1920-22) cita a Le Bon (año, p.13) para explicar este último concepto:

(...) cualesquiera que sean los individuos que la componen y por diversos o semejantes que puedan ser su modo de vida, sus ocupaciones, su carácter o su inteligencia, el mero hecho de hallarse transformados en una masa los dota de una especie de alma colectiva en virtud de la cual sienten, piensan y actúan de manera enteramente distinta de como sentiría, pensaría y actuaría cada uno de ellos en forma aislada. Hay ideas y sentimientos que solo emergen o se convierten en actos en los individuos ligados en masas. (p.70)

Explica que esta masa cobra un poder de autoridad en el que todo acto y sentimiento es propenso a volverse contagioso debido a la sugestionabilidad que la misma suscita aunque sin delimitar el causante de tal fenómeno. Se habla por tanto de una *vida anímica inconsciente*.

La comunicación con el otro y la forma en que esta se produce, deriva de la intersección entre el esquema corporal y la imagen del cuerpo, siendo el lenguaje el medio de simbolización. Paul Schilder (1958) expresó que la imagen corporal es una estructuración que se modifica a lo largo del tiempo y que se proyecta en base a una experiencia social. (Reisfeld, 2005).

Siguiendo esta línea explicativa, las palabras del historiador alemán, Hans Belting (2007) refuerzan el papel que juega el marco social y sus devenires en el sujeto acompañando la palabra de Dolto en cuanto al papel que juega la interacción con otros:

Aunque nuestras imágenes internas no siempre son de naturaleza individual, cuando son de origen colectivo las interiorizamos tanto que llegamos a considerarlas imágenes propias. Por ello, las imágenes colectivas significan que no solo percibimos el mundo como individuos, sino que lo hacemos de manera colectiva, lo que supedita nuestra percepción a una forma que está determinada por la época. (p.27)

De esta forma es que se visualiza el vínculo intrínseco entre la imagen corporal que se proyecta desde la cultura (“el otro” del que refiere Nasio, y la “masa

psicológica” que menciona Freud) y la repercusión en la propia subjetividad y marco perceptual de la persona sobre sí pero también sobre los otros.

Consideraciones finales

No cabe duda que lo que gira en torno a la imagen corporal femenina, abre un vasto abanico de miradas y análisis desde los cuales puede ser abordada y enriquecida por los aportes que otorgan diversas disciplinas como son la antropología, sociología, y fundamentalmente la psicología.

Desde lo trabajado a través de la presente monografía, se ha hecho hincapié en una mirada actual del tema (si bien se partió de un raconto histórico sobre el cuerpo y la belleza), ya que el periodo social actual denominado hipermodernidad ha sido el marco en el cual se desplegaron los aportes de los autores aquí citados. La hipermodernidad es entendida como un movimiento cultural (Lipovetsky) caracterizado por asentar sus bases sociales en un individualismo agravado y por el predominio de lo tecnológico abarcando cada vez más áreas de la vida cotidiana, lo que favorece a la globalización. Es entonces que desde este marco sociocultural se proyecta una especie de fanatismo por la *imagen* y lo visual, lo cual implica un cambio de paradigma en la forma de entender al mundo pero también de entenderse a sí mismo, y la imagen corporal, cobra el papel protagónico.

La producción de la imagen corporal ha sido atravesada por distintos desafíos socio-históricos, lo que fue comprendiendo determinadas formas de entenderlo, apreciarlo, cuidarlo, etc. sin embargo, las características sociales en la hipermodernidad y sus efectos, parecen haber potenciado aquellos aspectos que giran en torno al ideal de imagen física, a un prospecto con determinadas características sobre el cuerpo, y a la prioridad que se le otorga a todo ello.

Si se quiere comprender cómo se constituye la imagen corporal, cuáles son los sentidos atribuidos en dicha constitución, en base a qué parámetros se la comprende, qué elementos son prioritarios en la escala de valores en cuanto a lo que se aprueba o reprueba, será imprescindible observar y analizar el contexto en tiempo y espacio. Las formas estéticas, a través de las cuales el cuerpo y la belleza se construyen, dan cuenta o son, expresiones de los valores y juegos de fuerza imperantes en una determinada época y lugar (coordenadas de tiempo y espacio), de los conflictos que los sujetos encarnan en la vida social con otros, y en la construcción de su propia subjetividad. Por tanto, esas manifestaciones son expresiones a interpretar, las claves simbólicas de la sociedad y la cultura que habitan.

La mujer, con especial énfasis en su cuerpo, pasa a formar parte de un recorte limitado en la publicidad, en el que se presume “representar” a todo el género, pero esto carece de sentido ante la imposibilidad de que una serie delimitada y concreta de

patrones estéticos y físicos logren representar los caracteres físicos de un género completo. Lo que además, si fuese así, se estaría reduciendo a la mujer a un modelo único de imagen y de belleza. Este tipo de propaganda se torna un arma de doble filo cuando se le intenta hacer creer al mundo, que la mujer está siendo representada “en su totalidad”. Al creer esto como cierto, toda mujer que no se asemeja a la imagen corporal promocionada y avalada desde el medio (fundamentalmente desde la cultura imperante), se encuentra en riesgo de creerse y sentirse por fuera de su propia representación, lo cual promueve un criterio errado de belleza que queda circunscripta a un molde de determinadas características y proporciones físicas, excluyendo de forma más o menos sutil a quienes no entren en la norma. De ahí que al promover un sentimiento de incompletud en la imagen de sí, se busca que en un intento de que la mujer “remedie” tales faltas, consuma aquello que se *vende* como *solución* a todo lo que se le hace creer que debe odiar evitar y más que nada solucionar: cualquier rastro de envejecimiento y cansancio, kilos agregados, músculos no tonificados, marcas naturales de la piel como lo son las estrías y la celulitis, etc.

Es curioso notar que el mismo mercado que denuncia una carencia o abundancia física (dentro de lo que define como umbral estético) como un “problema” ofrezca la “solución” a través de medios mercantiles. Se puede resumir este panorama como “el remedio y la enfermedad”.

Por otra parte a su vez, hay aspectos inconscientes de la imagen de nuestro cuerpo que también forman parte de los lentes por los cuales se fijan las experiencias corporales desde los primeros años de vida en adelante. Y dichos aspectos dan cuenta de posibles sentidos a la hora de explicar cómo cada persona se ve a sí misma. En relación a la imagen corporal femenina, mediante la escucha analítica (en el ámbito clínico) como plantea Nasio, es que se puede arribar a la comprensión de aquellos aspectos profundos de la persona que dan cuenta de la singularidad con la que vive su cuerpo, las formas en que este se expresa a través de las emociones, de los actos, de las ideas.

El cuerpo de hoy, se ha transformado más que nunca, en un lienzo sobre el que se plasma todo aquello que por distintos motivos se ha visto impedido de ser simbolizado: tatuajes, enfermedades psicosomáticas, trastornos alimenticios, cirugías remodeladoras, piercings, tratamientos anti envejecimiento”, etc. Dichos motivos, o al menos los más visibles, han sido abordados aquí como el protagonismo del mercado y la industrialización que se ha hecho de la belleza; los valores y antivalores que se sugieren desde una perspectiva que endiosa a la juventud y que plantea como un derrotero (por ende) a su contracara: el envejecimiento. Y ya más en un plano

circunscripto a lo singular y personal en cada uno, la mirada consciente de la persona sobre su imagen pero también su correlato psíquico inconsciente que se remonta a la génesis de concepción y nacimiento de un cuerpo que se irá desarrollando en simultáneo a su propia historia.

El niño y su psique, que primero comienza siendo un yo corporal, a medida que crezca y se desarrolle se encontrará con un mundo que le irá transmitiendo determinados saberes acerca del cuerpo del otro y de su propio cuerpo. Serán relevantes aquellos aspectos que den cuenta sobre qué se le enseña, qué se omite, cuánto se lo estimula y cómo, qué conceptos y arraigos culturales de la época y el contexto quedan impresos con mayor fuerza y cuáles no, qué lectura contienen las miradas que le son devueltas al niño (aprobación, rechazo, amor, indiferencia, etc). Qué se le enseña y qué aprende sobre los límites en su propio cuerpo y hacia el del otro, qué se le transmite por belleza física, cómo esto impacta en su subjetividad.

Estas son algunas posibles interrogantes, que, en el tránsito de ir encontrando /construyendo/armando sus posibles respuestas, se hallará la intersección entre, la historia personal del sujeto, el recorte de las variables tiempo-espacio en que se ubica y el diálogo que se entreteje con lo socio-cultural.

Como fue mencionado por algunos de los autores trabajados, el fenómeno que se ha generado a nivel estético con el cuerpo, abarca no solo a las mujeres sino que también cada vez más al género masculino en relación a la imagen de sí. Sin embargo, es en el cuerpo femenino donde recae un mayor peso social por el cuidado del mismo y el valor de seducción que parece quedar cuasi exclusivamente adherido al cuerpo y su imagen, siempre y cuando esa imagen sea el reflejo de mujer que desde el mercado industrial se vende.

Referencias bibliográficas

- Alvarado, V. & Sancho, K. (2011). La belleza del cuerpo femenino. *Escuela de Psicología*. 6 (1), 9-21. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3988978>
- Aulagnier, P. (1997). *La violencia de la interpretación*. (158-185). Buenos Aires. Ed. Amorrortu.
- Araujo, A. (2013) Todos los tiempos el tiempo. Ed: Psicolibros
- Baile, J. (2006). Evaluación de alteraciones de la imagen corporal en hombres. *Dialnet*. (4), 45-58. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2247780>
- Baile, J.I. (2003). ¿Qué es la imagen corporal?. *Revista de Humanidades*
- Bauman, Z. (2007). Miedo líquido: la sociedad contemporánea y sus temores. Bs. As. Paidós.
- Belting, H. (2007). Antropología de la imagen. *Medio-imagen-cuerpo*. Bs. As. Katz.
- Bourdieu, P. (1973). "Sobre el poder simbólico", Conferencia. Chicago.
- Bourdieu, P. (2000). La dominación masculina. Barcelona. Ed: Anagrama.
- Cabrera, Y. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad. *Ícono*. 8 (3), 223-243.
- Capra, F. (1992). El punto crucial. *La máquina newtoniana del mundo*. Bs. As. Troquel
- Cardona, J. (2015). Cánones de la belleza: la alienación femenina. *Revista de Filosofía Ariel*. Recuperado de <https://hernanmontecinos.com/2015/06/03/canones-de-la-belleza-la-alienacion-femenina/>
- Carro, S. & de la Cuesta, P. (2007). Introducción a las Teorías Psicológicas. Montevideo: Ediciones Trápiche.
- Cuadernos del Marqués de San Adrian, 2, 53-72.
- Dolto, F. (1986) La imagen inconsciente del cuerpo. Bs. As: Paidós.
- Foucault, M. (1989). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Franco, L. & Rivera, S. (2012). La función de la piel y de las modificaciones corporales en la constitución del Yo. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 30 (1), 159-169. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/apl/v30n1/v30n1a13.pdf>
- Freud, S. (1950 [1895]) Proyecto de psicología. En *Publicaciones prepsicoanalíticas y manuscritos inéditos en vida de Freud*. Vol. I. (375-376) Bs. As. Ed. Amorrortu.

- Freud, S. (1920-1922). Más allá del principio de placer, Psicología de las masas y análisis del yo y otras obras. Vol. XVIII. (63-136). Bs. As. Ed. Amorrortu
- Gil, D. (1995). El yo herido. Montevideo. Ed. Trilce.
- Glocer, L. (2001). Lo femenino y el pensamiento complejo. (58-63). Bs. As. Ed: Lugar editorial.
- Gomel, S. Matus, S. (2011). Exigencias de trabajo y fuentes de sufrimiento vincular. En: Conjeturas psicopatológicas. Bs. As. Ed: Psicolibros
- Le Breton, D. (2002). Antropología del cuerpo y modernidad. Bs. As. Nueva Visión.
- Lipovetsky, G. (1990). El imperio de lo efímero. Barcelona: Anagrama
- Lipovetsky, G. (1986). La era del vacío. Barcelona: Anagrama
- Lipovetsky, G. (2002) La tercera mujer. Barcelona: Anagrama.
- López, C. (2002). El cuerpo: habitación-construcción-creación. *Revista Uruguaya de Psicoanálisis*. 96, 101-108.
- Muñíz, E. (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. *Scielo*. 29 (2). Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922014000200006
- Nasio, J. (2008). Mi cuerpo y sus imágenes. Bs. As: Paidós.
- Piñón, M & Cerón, C. (2007). Ámbitos sociales de representación del cuerpo femenino. *Scielo*. (27), 119-139. Recuperado de <http://www.scielo.cl/pdf/udecada/v15n27/art07.pdf>
- Raich, R. (2004). Una perspectiva desde la Psicología de la salud de la imagen corporal. *Avances en Psicología Latinoamericana*. 22 (1), 15-27. Recuperado de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/apl/article/view/1261>
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.ªed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>
- Reisfeld, S. (2005). Tatuajes: una mirada psicoanalítica. Bs. As. Paidós.

