



TRABAJO FINAL DE GRADO

“Reflexiones sobre la Hipermodernidad y el cuerpo”

Gabriela Pizzani Machado

CI 5.078.781-8

27 de Octubre de 2016

Montevideo, Uruguay

Tutor: Ana María Araújo Felice

Índice

Resumen.....	P- 3
Introducción.....	P- 4
Fundamentación y Antecedentes.....	P- 5
El tiempo, el cuerpo y sus vicisitudes.....	P- 9
Los vínculos y el cuerpo en el tiempo de Narciso.....	P- 14
El cuerpo y la imagen.....	P- 20
La moda, el consumo y el cuerpo.....	P- 24
Reflexiones finales.....	P- 30
Bibliografía.....	P- 33
Anexos.....	P- 36

Resumen

Bauman (2004) denomina a ésta era “la modernidad líquida”, utilizando la liquidez como metáfora de lo frágil, efímero, lo fluido, aspectos que caracterizan la época actual. Destaca que los líquidos, a diferencia de los sólidos, fluyen, por lo que no conservan su forma, no se fijan al espacio ni al tiempo.

Ésta mutación constante por la que está atravesando la sociedad, genera angustia, incertidumbre, incompletud y estrés. Se están construyendo y deconstruyendo subjetividades, constantemente. Ya no se habla de la identidad sino de “procesos identitarios”, formándose continuamente, permitiéndonos existir, a través del cambio y éste nos afecta, para bien o para mal, repercutiendo en nuestra psiquis y cuerpo.

(...) la construcción de la imagen del cuerpo no es un proceso unívoco no predeterminado biológicamente o psicológicamente, sino que es una construcción compleja, constituida por un conjunto de mecanismos de producción de sentido que se da a lo largo de la vida, en un determinado tiempo social, histórico y cultural (Berriel y Pérez, 2006, s/p).

El cuerpo en la hipermodernidad posee consciencia, intenciones y lenguaje. Sobre el cual la cultura tiene impacto en acciones que nos pasan desapercibidas como la alimentación, la limpieza del cuerpo, la postura al caminar, entre otros. Según Bourdieu “el cuerpo es una entidad sin terminar que se desarrolla en conjunto con diversas fuerzas sociales y es parte integrante del mantenimiento de las desigualdades sociales” (Shilling citado por Varga, 2005, p. 226)

El objetivo de dicha monografía, es debatir las repercusiones de la Hipermodernidad en el cuerpo.

Palabras clave: Hipermodernidad – Cuerpo – Consumo - Imagen

Introducción

El contexto de ésta monografía es el de las sociedades de control y de ciber-control, en donde ya no se apunta a la mano de obra, a la calidad y al producto, sino que importa cómo el mercado lo absorba, lo reproduzca y/o lo expulse, para así volver a producir otro producto y ver, luego, nuevamente, como ocurre lo mismo cuando sea puesto en el mercado.

A diferencia de la “sociedad disciplinaria” que planteaba Foucault (1976), en las sociedades de control y ciber-control el poder no se exhibe. Hoy en día, el poder y la vigilancia se ejercen de manera anónima, invisible y automática. Y aquí es donde radica el peligro, ya que la no evidencia de las fuerzas de control nos hace creer que nos hallamos en un mundo libre, cuando, en realidad, existen otras formas de control que nos alienan y nos hacen perder nuestras libertades.

Esta modalidad de vigilancia significa un cambio profundo con relación al universo disciplinario que la ha precedido. Mientras que la disciplina actúa mediante control directo [...] el perfilado, generalmente, se efectúa sin que el individuo se entere, a la vez que no pide participación alguna por su parte. Es invisible, y esta invisibilidad [...] condiciona su eficacia a la vez que explica su banalización. La gran mayoría de los usuarios de las tecnologías de la información y de la comunicación se sienten atraídos por los beneficios de los servicios que ofrecen, sin haber tomado conciencia de que aquellas también son tecnologías de control. (Mattelart y Vitalis, 2015, p. 14)

Cabe destacar que el concepto “perfilado” tomado por los autores, lo definen como: “una forma de control indirecto de los individuos, con el fin de anticipar sus comportamientos, a través de la recopilación sistemática y análisis de sus datos personales, pautas de consumo y desplazamientos *online*” (Mattelart y Vitalis, 2015, p.13).

La naturalización de la vigilancia y el control junto con la organización y la generación de fuerzas capaces de producir y reproducirse no son otra cosa que características del biopoder (“El poder disciplinario descubre a la «población» como una masa de producción y de reproducción que ha de administrar meticulosamente. De ella se ocupa la biopolítica. La reproducción, las tasas de natalidad y mortalidad, el nivel de salud, la esperanza de vida se convierten en objeto de controles reguladores”) (Chul Han, 2014, p. 21), sin

embargo, éste se ve limitado a factores externos relacionados a lo conductual, le es imposible intervenir en factores relacionados con la psyche de la población (Chul Han, 2013). “La psicopolítica es aquel sistema de dominación que, en lugar de emplear el poder opresor, utiliza un poder seductor, inteligente, que consigue que los hombres se sometan por sí mismos al entramado de dominación.” (Chul Han, 2014, p. 68).

La medicalización, por ejemplo, es uno de los dispositivos más utilizado y sofisticado del ejercicio del poder, siendo éste elaborado, transformado y organizado, para así luego actuar sobre las acciones de los otros. “La sociedad del siglo XXI ya no es disciplinaria, sino una sociedad del rendimiento. Tampoco sus habitantes se llaman ya “sujetos de obediencia”, sino “sujetos de rendimiento.” (Chul Han, 2012).

Aparecen nuevas patologías (Moise, 2001), exacerbación de contracturas, enfermedades de la piel, nuevos tipos de alergias, gastritis, tensiones: corporales o psíquicas, que se expresan a través de la mayor frecuencia de los ataques de pánico, los problemas cardíacos, del estrés negativo, del agotamiento crónico, del aumento de insomnios (...) (Araujo, 2013, p 27-28).

Estas nuevas patologías no escapan de los dispositivos de control, ni del comercio capitalista que tenemos. Vivimos en una sociedad que está en continuo movimiento, en construcción y derrumbe, que absorbe todo lo nuevo de manera constante, para así poder alimentar sus mecanismos de reproducción cultural, siendo la moda un ejemplo de ello.

La moda, en tanto fenómeno social, se inscribe en el conflictivo campo de la cultura, haciendo visibles y tangibles las diferencias de clase, al imponer la práctica de rituales, públicos y privados, de reconocimiento recíproco entre pares, que garantizan ilusoriamente al sujeto portador de la indumentaria de moda que es realmente un sujeto concreto, único e irremplazable, al precio de no ser uno más dentro de la manada (o jauría) de iguales con los que se identifica. (Valdés de León, 2012, s/p)

Fundamentación y Antecedentes

El interés por la temática me ha acompañado a lo largo de mi carrera, generándome interés en investigar más sobre la Hipermodernidad y las múltiples repercusiones que ésta tiene en los sujetos.

Ésta monografía se fundamenta en las repercusiones sobre las distintas

dimensiones en las que la hipermodernidad ejerce gran influencia y que la sociedad en la formación de un ideal de belleza, así como la trasmisión de estereotipos mercantiles, afectan a los sujetos en la concepción de belleza, primando la imagen por encima de la realidad misma. Éstos, reciben distintos mensajes que condicionan su accionar y sus vidas. Lo que pretendo aquí es un espacio para una reflexión crítica de nuestra cotidianidad en la hipermodernidad y cómo ésta repercute en nuestros cuerpos.

Trabajaré con autores tales como: Ana María Araújo, Byung-Chul Han, Gilles Lipovetsky, Michel Foucault, Sigmund Freud, Zygmunt Bauman, entre otros.

Foucault (1966) habla sobre mitos, utopías y de cómo fue concebido el cuerpo en las antiguas civilizaciones, como la egipcia, para así también exponer su punto de vista. Comienza así historiando sobre el “mito del alma”:

El alma funciona en mi cuerpo de una manera muy maravillosa. En él se aloja, por supuesto, pero bien que sabe escaparse de él: se escapa para ver las cosas, a través de las ventanas de mis ojos, se escapa para soñar cuando duermo, para sobrevivir cuando muero. Mi alma es bella, es pura, es blanca; y si mi cuerpo barroso —en todo caso no muy limpio— viene a ensuciarla, seguro que habrá una virtud, seguro que habrá un poder, seguro que habrá mil gestos sagrados que la restablecerán en su pureza primigenia. Mi alma durará largo tiempo, y más que largo tiempo, cuando mi viejo cuerpo vaya a pudrirse. ¡Viva mi alma! Es mi cuerpo luminoso, purificado, virtuoso, ágil, móvil, tibio, fresco; es mi cuerpo liso, castrado, redondeado como una burbuja de jabón.

Los griegos de Homero no tenían una palabra para designar la unidad del cuerpo. Por paradójico que sea, delante de Troya, bajo los muros defendidos por Héctor y sus compañeros, no había cuerpo, había brazos alzados, había pechos valerosos, había piernas ágiles, había cascos brillantes por encima de las cabezas: no había un cuerpo. La palabra griega que significa cuerpo no aparece en Homero sino para designar el cadáver. Es ese cadáver, por consiguiente, es el cadáver y es el espejo quienes nos enseñan (en fin, quienes enseñaron a los griegos y quienes enseñan ahora a los niños) que tenemos un cuerpo, que ese cuerpo tiene una forma, que esa forma tiene un contorno, que en ese contorno hay un espesor, un peso, en una palabra, que el cuerpo ocupa un lugar. Es el espejo y es el cadáver los que asignan un espacio a la experiencia profunda y originariamente utópica del cuerpo; es el espejo y es el cadáver los que hacen callar y apaciguan y cierran sobre un cierre —que ahora está para nosotros sellado— esa gran rabia

utópica que hace trizas y volatiliza a cada instante nuestro cuerpo. Es gracias a ellos, es gracias al espejo y al cadáver por lo que nuestro cuerpo no es lisa y llana utopía. Si se piensa, empero, que la imagen del espejo está alojada para nosotros en un espacio inaccesible, y que jamás podremos estar allí donde estará nuestro cadáver, si se piensa que el espejo y el cadáver están ellos mismos en un invencible otra parte, entonces se descubre que sólo unas utopías pueden encerrarse sobre ellas mismas y ocultar un instante la utopía profunda y soberana de nuestro cuerpo. (Foucault, M. 1966)

También plantea que: “todas las cosas han sido hechas, y pueden ser deshechas a condición de que sepamos cómo han sido hechas” (Foucault, 1983, p.449).

“Las características de dicho momento se agrupan como una versión social del inconsciente descrito por Freud (1914): atemporal, sin negativo, con sus propias reglas (que no son las de la consciencia), móvil.” (Soria, H & Orozco, M., 2014, p. 122). Varios conceptos desarrollados a lo largo de la obra de Freud como el inconsciente, el narcisismo y el Yo, entre otros.

De Lipovetsky tomaré su concepto de “la era del vacío” del que hablaba en la década de los 90’s, afirmaba que: “estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis” (Soria, H & Orozco, M., 2014, p. 124)

Por otra parte, teniendo como antecedente la obra de Bauman, se puede decir que nos encontramos en una permanente transformación del contexto socio-histórico-cultural. Transformación que se da en forma acelerada, en exceso. Se ha pasado de una modernidad con verdades absolutas donde no había posibilidad de cuestionamiento a una hipermodernidad o modernidad líquida denominada por Bauman (2004), donde todo fluye, nada es estático, todo es efímero, por lo que hay un cambio en los modelos y estructuras sociales por ende hay un cambio en la subjetividad del individuo hipermoderno. Predominando un hiper-individualismo y un hiper-narcisismo.

Dicha monografía se sitúa en la hipermodernidad, ésta es una continuidad de la modernidad pero en exceso, por eso el término “híper” al comienzo. Estamos inmersos en una sociedad en donde se busca el beneficio permanente, encontrar un goce en todo lo que se hace y el cumplimiento inmediato del deseo.

Cabe destacar que la concepción del cuerpo con la que me gustaría trabajar, no está influenciada por la dialéctica mente-cuerpo, sino que ve al cuerpo como una unión de la

mente y el cuerpo. “La concepción de que la mente y el cuerpo se influían recíprocamente, pero que no estaban directamente relacionados, se deja ver aún en muchos de los sistemas docentes actuales en los que, aun se separan la educación física y la mental. Si mente y cuerpo son uno; ambos deberían ser simultáneamente educados, y educación física y mental deberían formar parte de una unidad” (García Jiménez, s.f., p.7).

La hipermodernidad, muchas veces lleva a perder el control sobre el cuerpo, sobre los pensamientos, controlar y ser controlados todo el tiempo es muy agotador, hoy en día se debe rendir sin importar las condiciones. Pero también el control se auto-internaliza, lo que quiere decir que nos autocontrolamos permanentemente, generando una continua exigencia y control. Debido a la aceleración del ritmo de vida, se hace muy difícil poder conectarse con el propio cuerpo, hay una desconexión de las señales que éste nos envía y, ante la advertencia, se recurre a medicamentos que, muchas veces, suelen disfrazar los síntomas de manera instantánea pero no curarlos completamente. Como consecuencia de esta aceleración, muchas personas sufren depresiones, problemas de ansiedad, angustia o simplemente tristeza. Aunque no estemos constantemente conscientes de ello, nuestras emociones están totalmente vinculadas con nuestro cuerpo.

[...] la cultura del exceso y de la urgencia consolida un clima propicio para que las personas sean más angustiadas, débiles, individualistas y consumistas y, así, individuos más aislados de la colectividad. El consumo [...] fuente de placer y sufrimiento que centra en las sensaciones del cuerpo los objetivos de la existencia. El culto de las sensaciones y emociones [...] el vivir como forma de experimentación momentánea enfocada en el presente consumista. (Clerton de Oliveira Martins, Rhoden & Flores Pinheiro, 2011, p. 110).

Se sustituyen los valores humanos y sociales por valores económicos y materiales, en donde se encuentra placer en la obtención, acumulación, ostentación y exhibición (Clerton de Oliveira Martins, Rhoden & Flores Pinheiro, 2011).

En la hipermodernidad todo vale y la moral es una moral subjetiva, narcisista-hedonista, todo queda relativizado al sujeto y a cada momento. Se evita o ignora el sentimiento de culpa y se provoca un individualismo hedonista y narcisista, en donde importa más la estética que la ética, lo que hace que se carezca de base firme.

También se eliminan los aspectos negativos porque representan obstáculos para la comunicación acelerada.

En este largo proceso de sacralización del cuerpo como valor exponencial, del cuerpo funcional, vale decir, que ya no es ni «carne» como en las visiones religiosas, ni fuerza de trabajo como en la lógica industrial, sino que ha sido retomado en su materialidad (o en su idealidad «visible») como objeto de culto narcisista o elemento de táctica y de rito social, la belleza y el erotismo son dos leitmotiv esenciales (Baudrillard, 2009, p.159).

El tiempo, el cuerpo y sus vicisitudes

“¿Qué es el tiempo? La sucesión continua, inexorable, del pasado, el presente y el avenir.” (Araújo, 2011)

En la hipermodernidad reina la indiferencia, el pasado y el futuro no se consideran o asimilan, esta sociedad quiere vivir en el aquí y ahora. No tiene ídolo, ni tabú, estamos regidos por el vacío. Amplía el individualismo al diversificar las posibilidades de elección, anular puntos de referencia, destruir sentidos únicos y valores superiores; es una cultura despersonalizada.

Se trata de vivir en el presente perdiendo así, el sentido de continuidad histórica. Vivimos para nosotros mismos, sin preocuparnos por el otro y la posterioridad, es así como el sentido histórico se olvida de la misma manera que se olvidan los valores e instituciones sociales.

Chul Han (2009) dice que la crisis temporal de hoy no se basa en la aceleración, afirma que esta aceleración es solo un síntoma de la dispersión temporal. La crisis de hoy se basa en la disincronía y la responsable principal de ésta es la atomización del tiempo “el tiempo pasa más rápido que antes”. La disincronía es un concepto que el autor Chul Han (2009) utiliza para dar cuenta de que cada momento es idéntico, monótono; de que no existe sentido y/o significado. El tiempo huye debido a que nada concluye, todo es efímero y fugaz, y la muerte tampoco concluye.

La identidad se nos presenta como el resultado de un proceso continuo de

construcción en el que participan una multiplicidad de discursos, los cuales determinan el comportamiento de las personas en tanto que constructores de las limitaciones y obligaciones de éstas (Cubells, 2004).

La identidad ya no existe porque la idea de tener una sería como si fuéramos un constructo definido y sin mutación, en cambio hoy se hablan de procesos identitarios. No somos seres definidos sino que estamos “siendo” en cada momento, en constante movimiento en construcción e inacabados.

“Soy construcción incompleta en un devenir incierto, más aún, mucho más aún en este universo, en cambio, en estas sociedades nuestras que nos proyectan hacia una fuga constante” (Araújo, 2013, p. 16).

La sociedad construye para poder desconstruir, destruir, para luego reciclar y que el mismo proceso recomience una y otra vez.

Los vínculos (otra construcción) para conformar una familia, tener hijos, pertenecer a una misma empresa, toda o buena parte de su vida, ya no es algo viable; lo ideal ahora está en seguir subiendo a un lugar que promete pero no se sabe cuál es. Pero es ese lugar el que creemos que nos hará personas felices y completas, por eso es que aceptamos resignar otras cosas. Usamos y descartamos las relaciones cuando estas “ya no nos sirven”.

Al tiempo no lo poseemos porque nosotros somos el tiempo y éste tiene, a su vez, cuatro dimensiones que nos atraviesan en nuestra cotidianidad. (Araújo, 2011).

El primero es *el tiempo subjetivo* que es pautado por el inconsciente y el deseo, por lo que son los encargados de generar actos y palabras que se arraiguen a nuestros primeros modelos identitarios y nuestros primeros vínculos. Éste tiempo es único para cada sujeto, porque como su nombre lo dice, es subjetivo.

El tiempo social, ha sido distinto en la antigüedad, en la edad media, en la modernidad y en la hipermodernidad, ya que los signos y símbolos han ido cambiando con el correr del tiempo. Éste se ha hecho virtual y se ha tecnologizado, por lo que nos hace cohabitar con las maravillas de los avances hipermodernos pero a la vez vivimos con un *cyber* control del tiempo y de nuestra existencia.

El tiempo cultural es aquel que se conforma de “los mitos y los símbolos, el imaginario social cambiante, las creencias, los valores y los *habitus* transmitidos de generación en generación están atravesados y atraviesan el concepto del tiempo cultural” (Araujo, 2013).

Y, por último, tenemos a *el tiempo corporal*, gran enemigo (para algunos) que se expresa por medio de las transformaciones de nuestros cuerpos. El tiempo corporal no va a ser el mismo para una mujer de 40 años de la Edad Media, que el de otra de la misma edad pero en la modernidad, a eso se le suma la posición social, entre otros aspectos. Hoy en día lo que se pretende es eternizar la juventud, detener el paso de del tiempo en nuestros cuerpos, por lo que se aprovecha en el comercio a brindarnos libros de autoayuda, comidas light, distintas formas de bajar de peso de la manera más rápida y fácil posible. Ser joven como sinónimo de ser feliz. Se busca eternizar la juventud y detener el paso del tiempo en nuestros cuerpos.

Nuestros cuerpos son verdaderos analizadores del pasaje de tiempo subjetivo, social y cultural.

El cuerpo de una mujer de 40 años en la Edad Media, y las marcas del tiempo en ella, son bien distintas al cuerpo de una mujer de 40 años, hoy. Pero también los cuerpos agotados de un obrero de la construcción de hoy y de un exitoso abogado de clase media alta, también de hoy, parecen ser abismalmente distintos (Araújo, 2013, p.35).

El paso a lo desconocido da miedo y angustia, la instantaneidad se convierte en entusiasmo, lo rápido, lo efímero, se descarta cualquier distancia o alejamiento, se hace lo posible para tener todo a disposición aquí y ahora, permitiendo el cumplimiento inmediato del deseo, por cual, lo que no se puede hacer presente, no existe. Lógica tal que forma parte de la “ética utilitaria” (Araújo, 2013), en donde lo que no se usa, no nos sirve y por ende no existe. Todo debe estar presente. Según Chul Han (2009) solo existen dos estados: nada y presente. No existe el intermedio. El ser es mucho más que la presencia, la vida es precaria sin cualquier intermedio. Frente a las utopías de la modernidad, la hipermodernidad opta por el presente. Predomina el subjetivismo, lo que cada uno quiera hacer y decidir, el pasado y el futuro no moderan, ni proyectan, sino que es el presente, el instante concreto en el que se vive; la razón ya no mueve el actuar sino

que lo hacen los sentimientos y el placer nos impulsa a hacer las cosas, no el deber, como ocurría en la modernidad.

En el marco de la actualidad es difícil transitar, por ejemplo, un duelo, definido como: “La etapa que aparece al desaparecer una persona. Se caracteriza por un sentimiento de tristeza y sufrimiento por la pérdida de una persona que ha fallecido”. Por lo que es importante pensar, entre otras cosas, acerca de la concepción que tenemos sobre el cuerpo, la muerte y el tiempo.

¿Actualmente la muerte sigue siendo considerada un tabú?

Para intentar dar respuesta a esta interrogante se debe empezar definiendo qué significa la palabra Tabú, para ello trabajaré con el texto “Tótem y Tabú” de Freud (1913), donde la prohibición misma del tabú tiene como resultado una ambivalencia de sentimientos ya que contiene el placer y el deseo de violar el tabú, aunque también el miedo de sufrir el castigo por haberlo hecho. Los tabúes son prohibiciones muy antiguas, impuestas a la sociedad, que se mantienen por que el placer que dio origen a esa prohibición continua existiendo. En relación con el tabú de los muertos, antiguamente recaía sobre la persona que mataba a otra, esta se consideraba impura y la civilización le imponía ciertas restricciones, por lo que para purificarse se realizaban distintas ceremonias, también se les tenía un gran temor al espíritu de los muertos, ellos eran considerados como poderosos. El Tabú se considera como algo prohibido, no se debe entrar en contacto con él y se debe mantener alejado, en este caso a la muerte o mejor dicho la descorporización de la persona fallecida.

Hoy en día ubicados en la sociedad hipermoderna, en la época del empuje de la felicidad, a lo que hace referencia la autora Liliana Cazenave (2010), se tiene en torno a la muerte y al dolor que ésta ocasiona, una actitud en la cual no hay que demostrar tristeza, pena, se ha vuelto vergonzoso exteriorizar el sufrimiento que provoca la misma.

La muerte (al igual que el cuerpo) se ha transformado en un objeto de consumo, siempre y cuando sea la del otro. Las empresas privadas de servicios fúnebres la embellecen con palabras que sugieren la eternidad, el bienestar y el cuidado de los seres

queridos que mueren, pero esto es para mercantilizar no sólo a la muerte por medio de los cuerpos sin vida, que luego generarán un costo económico permanente para las familias pero que, a su vez, alimentan al comercio. No sólo existen éstas empresas, sino que también están los cementerios privados, en donde nos ofrecen bellos, cuidados y exclusivos jardines para nuestros seres queridos que ya no están, ataúdes, urnas, placas, estatuas y lechos, a los cuales van a tener más acceso y opciones de elección, las familias que paguen más.

Por otro lado, la medicina ocasionó todo un cambio en el mundo hipemoderno que ha modificado las diferentes concepciones sobre la vida y la muerte u el cuerpo. Tanto la posibilidad de poder controlar las enfermedades físicas y mentales por medio de la medicalización, extender la vida por medio de máquinas, como lograr la “juventud eterna” a través de las cirugías estéticas, permitieron que se ocultara la temática de la muerte.

Con el pasaje de la modernidad a la hipermodernidad se llega a la negación y extinción del luto en la sociedad occidental. El hombre niega la muerte porque ésta le provoca incertidumbre, pensar o hablar sobre ella movilizaría aspectos que nos cuestionarían nuestro ser, hasta se ha eliminado el luto, por ello el no hablar o pensar sobre ella se vuelve pieza fundamental en nuestras vidas actuales, permitiendo que llevemos el estilo de vida hipemoderno. Dado que para el duelo ya no se considera un tiempo prudencial y necesario sino que, se ha vuelto un estado morboso que hay que eliminar, la muerte hoy es no permitir que la vida social, a causa de ella, se vea interrumpida ni un momento, tampoco la actividad laboral. La sociedad nos exige con su tiempo, mientras que nosotros tenemos un tiempo interno que, tal vez, sea más lento o distinto que el anterior. Viéndonos así en una conflictiva de tiempos externos e internos, que atraviesan nuestras vivencias del cuerpo.

En el cuerpo se depositan anhelos, deseos, metas, sueños y éste pasa a ser una extensión de la vida misma, por lo que el afán de querer verse siempre joven (por medio de dietas, ropa, accesorios, operaciones, etc.) es una forma de negar la muerte y ser inmortales, por más que en el fondo sepamos que esto no es así. Y también “son todos testimonios de que el cuerpo hoy ha llegado a ser objeto de salvación. Ha sustituido literalmente al alma en su función moral e ideológica” (Baudrillard, 2009, p.155).

El cuerpo también es tabú, sobre todo el femenino. Hoy en día, por ejemplo, se encuentra en debate el tema de amamantar en público. Si es un atentado al pudor o no. Pero lo cierto es que no hay nada biológicamente sexual en el pecho femenino, puede que si lo sea en un sentido emocional, cultural y hasta psicológico, pero no biológico. Considerar el pecho como “objeto sexual” es fundamentalmente una construcción cultural y simbólica. También está la mutilación genital femenina, muy común en África, la cesenación del clítoris en las mujeres para que no sientan placer a la hora de tener relaciones sexuales, entre otros.

“Vivimos en un mundo donde nos escondemos para hacer el amor, mientras la violencia se practica a plena luz del día” John Lennon.

Los vínculos y el cuerpo en el tiempo de Narciso

“Una relación transparente es una relación muerta, a la que le falta toda atracción, toda vitalidad” (Byung Chul, 2013, p.16).

¿Qué quiero decir cuando hablo del tiempo de Narciso? Primeramente considero fundamental definir al narcisismo siguiendo la línea de Sigmund Freud, éste lo define como: “...conducta por la cual un individuo da a su cuerpo propio un trato parecido al que daría al cuerpo de un objeto sexual; vale decir, lo mira con complacencia sexual, lo acaricia, lo mimó, hasta que gracias a estos manejos alcanza la satisfacción plena” (Freud, 1914, p. 65).

La libido, así, se la retira del mundo exterior y se la dirige hacia el cuerpo mismo del sujeto, a su salud, bienestar, sus metas, deseos y todo lo que se relacione con el mismo.

Los vínculos se producen entre dos o más sujetos, que se unen por motivos conscientes e inconscientes. Estos despiertan y generan ansiedades en los sujetos frente a ese otro que posee una faceta no conocida. El saber del otro no es suficiente. Los sujetos son heterogéneos, por lo que a la hora en que se crean los vínculos, se tiene que “negociar” con las similitudes y diferencias que se tienen con el/los otro/s.

Al vincularnos se internalizan contenidos del mundo exterior y se proyectan o externalizan contenidos propios al mundo. En la hipermodernidad esto sigue ocurriendo pero se da una desterritorialización y una descorporización de los vínculos, en donde podemos conectarnos con cualquier persona en cualquier parte del mundo, y sin tener un contacto físico.

“Los cuerpos son constantemente afectados. Y lo que afecta a los cuerpos siempre es otro cuerpo” (Gonçalvez, 2004, s/p).

Tenemos múltiples y nuevos medios de comunicación, los cuales nos permiten acceder a nuevas formas de vincularnos, de comunicarnos y de vivir.

Los vínculos se vuelven frágiles y no se pueden solidificar. No tienen trascendencia, por lo que no hay una continuidad en éstos, los mismos son un “touch and go”, generando tensión y angustia. Al otro ya no se lo ve como un par, sino como una competencia u opositor al cual se le debe ganar. “... las relaciones son una bendición a medias. Oscilan entre un dulce sueño y una pesadilla...” (Bauman, 2009, s/p.)

“Hemos depositado en el otro esperanzas tremendas, pero el otro se nos escapa, no lo poseemos, cambia y nosotros cambiamos” (Lipovetsky, 2008, p. 39). Lo que nos lleva al individualismo en el que vivimos hoy en día, junto con las múltiples ofertas, el debilitamiento de los vínculos y el *boom* de la tecnología.

Según Bauman, el “fetiche tecnológico” (p.119) nos deja en un lugar de pasividad, de contemplación, en donde no tenemos que asumir determinadas responsabilidades, porque la tecnología las asume por nosotros. Y aquel que no maneje la tecnología queda excluido.

Muchos de los vínculos que se forman, carecen de contacto físico ya que éstos se crean en redes sociales y, a su vez, por medio de éstas estamos en contacto con “viejas amistades”, sustituyendo las reuniones y encuentros con éstos, ya que las redes sociales dan la idea de estar comunicados pero no siendo de la misma manera que el contacto humano. Dándose así una descorporización del vínculo, por lo que el tacto y el olfato, dejan de estar tan estimulados como lo estarían si se produjera un encuentro cara a cara, la imagen versus cuerpo.

El anonimato, fomentado muchas veces por lo digital, es parte de la liquidez y el

carácter efímero de los vínculos. Esta “digitalización” del vínculo y el ocultamiento de los cuerpos, limitan nuestros lazos afectivos familiares, fragmentando nuestros espacios de relación cotidiana y el contacto corporal. (Vazquez, 2013). Produciéndose así la desterritorialización y descorporización en los vínculos, en donde ya no hay fronteras porque éstas se rompen para poder comunicarnos y no es necesario verse cara a cara para formar vínculos.

Las imágenes nos permiten mostrar lo que queremos mostrar de nosotros y de nuestros cuerpos. Si algo no nos gusta, lo podemos editar y por medio del photoshop estas imágenes se pueden transformar y encarnar entonces los deseos y anhelos de uno mismo, de cómo le gustaría ser y verse. Realidad-ficción.

Hoy, el Yo es muy pobre en cuanto a formas de expresión estables con las que pudiera identificarse y que le otorgaran una identidad firme. Hoy nada tiene consistencia. Esta inconsistencia repercute también en el yo, desestabilizándolo y volviéndolo inseguro. Precisamente esta inseguridad, este *miedo por sí mismo*, conduce a la adicción al *selfie*, a una *marcha en vacío del yo*, que nunca encuentra sosiego. En vista del vacío interior, el sujeto del *selfie* trata en vano de *producirse a sí mismo*. El *selfie* es *el sí mismo en formas vacías*. Estas reproducen el vacío. (Chul Han, 2015, s/p)

Chul Han (2013), habla de los modelos actuales en ésta sociedad y dice que no transmiten ningún valor interior, sino que todo es exterior y basado en la apariencia, en lo que se ve y en lo que el sujeto muestra como persona. Se sospecha de aquello que no es visible, o directamente no existe porque no se ve. No hay cercanía, reina la individualidad, lo cual hace más difícil la construcción de vínculos.

El internet y las nuevas tecnologías, como dos de los más grandes cambios en la historia, hacen que el establecimiento de relaciones por este medio sea tan viable porque nos da la capacidad de conectarnos y desconectarnos en cualquier momento y lugar; acá nuevamente se puede ver la incertidumbre.

Las tecnologías permiten la formación de vínculos desde el anonimato debido a su característica fundamental de ausencia física. Es así que podemos expresarnos sin exponernos, al menos físicamente, habiendo una ausencia del cuerpo real.

Este tipo de vínculos, al igual que todos los de este tiempo hipermoderno, rompe con las barreras de tiempo y espacio. El contexto físico se vuelve menos importante a cambio de estar todo el tiempo disponible.

“Las tecnologías también se ponen al servicio de una cultura narcisista que se rige sobre tres postulados permanentes: a) Una ilusión de inmortalidad, b) Un frenesí de omnipotencia y certeza, y c) Un anhelo vehemente de perfección” (Soria, H & Orozco, M., 2012, p. 78). Perfección que se aspira a llegar por medio del cuerpo, que éste sea perfecto para así nosotros sentirnos plenos, el foco de la preocupación está puesto en el exterior, en vernos bien para sentirnos bien. ¿Qué costo se está dispuesto a pagar para ese cuerpo perfecto? Ello dependerá de cada persona, de su posición económica, entre otras variables. Lo que no se puede negar es que hoy en día abundan los casos de cirugías plásticas fallidas (que en algunos casos han muerto en el quirófano o han contraído complicaciones de salud de por vida), del borrado láser de tatuajes y de “covers up” (cubrirse tatuajes con otros tatuajes).

Siguiendo los planteos de Soria, H y Orozco, M., estos autores plantean que hoy en día el hombre no cree más en Dios, sino que lo hace en sí mismo, reemplazándolo. “No es posible dejar vacío ese lugar de ser-inmortal divino. Se lo reedita bajo la presencia de un Yo que encuentra en la ciencia, en las tecnologías, el respaldo para creer que está en sus manos un poder creacionista o de reparación transformacional” (2012, p. 78)

Tenemos la necesidad de adaptarnos a las nuevas situaciones que se nos presentan. Los cambios nos obligan a recrear nuestros vínculos, requiriendo su cuota de elaboración y esfuerzo.

Para Bauman (2009) en estos “tiempos líquidos” las nuevas tecnologías posibilitan la flexibilidad y fragmentación en las relaciones sociales.

Las relaciones interpersonales de hoy en día, están caracterizadas por la falta de solidez, calidez y por una tendencia a ser cada vez más fugaces, superficiales, etéreas, frágiles y con menor compromiso. Hay miedo a establecer relaciones duraderas, más allá de meras conexiones. Miedo es el nombre que le damos a nuestra incertidumbre, a nuestro desconocimiento e ignorancia con respecto a la amenaza y a lo que hay que hacer frente a la misma. (Bauman, 2008). El temor a seguir o aceptar una mala decisión

tiene un gran peso en la mentalidad del consumidor moderno. Bauman (2009) enfatiza que “el principio de realidad parece ser culpable antes de poder demostrar lo contrario” (p. 8).

El amor está en crisis, en parte por la excesiva y continua oferta de otros, también porque el narcisismo es excesivo a tal punto que el otro va desapareciendo ante nuestros ojos y pasa a ser un objeto excitante. El otro ya no es una persona, sino un objeto de deseo y de consumo. El objeto de amor es como uno mismo y (como exponía Freud en “Introducción al narcisismo” (1914)), y en caso en donde no hubiera ninguna perturbación, el sujeto elegía su posterior objeto de amor según el modelo de la madre.

“El que ama ha sacrificado, por así decir, un fragmento de su narcisismo y sólo puede restituirse a trueque de ser-amado” (Freud, 1914, p. 95)

En la hipermodernidad se generan satisfacciones efímeras, debido a la mutabilidad de estas, y angustias no reconocidas en el sentido de que no nos tomamos tiempo para saber qué las causa y poder pensarlas. Lipovsky (1998) dice que en el *narcisismo colectivo*, nos vinculamos con el otro porque nos parecemos, porque estamos sensibilizados por los mismos objetivos existenciales, con una necesidad de reagruparse con sujetos idénticos. Instalándose una empatía frívola.

En el tiempo de Narciso, la enfermedad más común es la depresión. Ésta lo que hace es que el sujeto se vuelque aún más hacia sí mismo. Lo opuesto a la depresión es el Eros, que hace que el sujeto deje de replegarse en sí mismo y en vez de ello, se dirija hacia los otros, hacia el exterior.

La sexualidad es otro aspecto de la vida que se controla por medios como, por ejemplo, los anticonceptivos, permitiéndoles a sus consumidores tener sexo sin remordimientos. La sexualidad se encuentra desligada a la reproducción, solo tiene función gratificante momentánea. Sin embargo esta gratificación está muy lejos del placer y seducción. Para la seducción es necesario tiempo para demorarse ante la imagen y la producción de fantasías. En cambio, la transparencia obliga a que todo sea inmediato y sin ambigüedades. Ésta tiene como fin la pornografía. La desnudez pierde su encanto. La transparencia genera un cambio en todos los sucesos sociales, los acelera, los hace prácticos y previsibles sin lugar al asombro, donde no se tramita nada.

“El modo temporal de lo pornográfico es *directo y sin ambages*. Demora, ralentización y distracción son las modalidades temporales de lo erótico. Lo *deíctico*, mostrar de forma directa el asunto, es pornográfico. La pornografía evita rodeos. Va directamente al asunto” (Chul Han, 2015, s/p).

Ésta es un claro de la pasividad en la que quedamos colocados por la tecnología. ¿Por qué?, porque el sujeto queda en lugar de observador, en vez de ser partícipe de ello, de actuar y ser él, el protagonista de su propia película.

“Las imágenes se hacen transparentes cuando, liberadas de toda dramaturgia, coreografía y escenografía se vuelven pornográficas” (Chul Han, 2013, s/p).

No hay una base sólida ni un anclaje emocional estable, todo se desliza en una indiferencia. Es así que buscamos la cantidad a falta de calidad que ya no nos brinda sostén. Permanecer en movimiento es una obligación para seguir existiendo en la modernidad, y el tema vínculos no se escapa de ello.

Según lo que plantea Bacci (2010), la liquidez de los vínculos se encuentra estrechamente relacionada con la facilidad de los individuos para realizar sus duelos, lo cual no quiere decir que éstos sean procesados satisfactoriamente. A lo largo de las diferentes etapas de la historia es posible identificar diversas formas de realizar los procesos de duelo y no es sorpresa que en tiempos hipermodernos, los vínculos se constituyen con una fluidez tal que les sea más fácil desprenderse del objeto perdido. La muerte deja de ser un evento destacable en tanto la sociedad no valora el vínculo, los cuerpos son en tanto producen y cuando dejan de producir y consumir son descartados, olvidados. De todo esto se desprende que la transparencia exagerada hace que la existencia del sujeto se reduzca a su corporalidad, dejando a la muerte como un objeto a consumir.

La individualidad genera un sentimiento de soledad en el sujeto, por lo que las redes sociales muchas veces funcionan como una contención, como otro medio para que se pueda expresar y compartir su angustia con otros. Al mismo tiempo, estas redes sociales generan angustia y sentimiento de soledad, estos sentimientos pueden ser conscientes o inconscientes.

Los vínculos son necesarios y primordiales en la vida del sujeto, ya que somos seres sociales. Necesitamos de los otros para llegar a la vida, para sobrevivir, para educarnos, para progresar, siendo la familia el primer grupo al cual pertenecemos y nos educa.

La estimulación temprana de la madre con el infante es esencial para la formación del Yo. El sujeto nace vinculándose y lo va a seguir haciendo a lo largo de su vida.

En la actualidad, los vínculos se dan de manera vertiginosa, por lo que el sujeto debe poder adaptarse a los tiempos en donde los vínculos cambian constantemente. Estos se vuelven efímeros, superficiales.

Lo público se ve invadido por lo privado. En el espacio público se verán y se sabrán cosas de la vida privada como objetivos personales, secretos, preocupaciones, que ya no permanecen resguardados u ocultos, por decirlo de una manera. Hoy todo está expuesto y visible al otro. Lo privado cambia de sentido, expuesto únicamente a los deseos cambiantes de los individuos.

Uno de los principios de ésta lógica hipermoderna es que tiende transformar a las personas y a las relaciones en objetos de consumo, por lo que las ajusta para que encajen en los ideales económicos de hoy en día.

El cuerpo y la imagen

Kant en el siglo XVIII, hablaba de “el ideal de lo bello” y decía que éste:

Se sustrae a todo consumo. No permite «a ningún estímulo sensorial que se mezcle en la complacencia en su objeto», y «sin embargo permite tener un gran interés por ello». En relación con el ideal de lo bello, el juicio va más allá de lo meramente estético, va más allá del mero gusto. Es un «juicio de gusto intelectualizado» que se basa en el «acuerdo del gusto con la razón, es decir, de lo bello con el bien». No todos son capaces de exponer y juzgar esta belleza. Para eso se necesita el poder de la imaginación, que es capaz de visualizar las ideas morales, de las que uno se hace partícipe gracias a una formación superior. Con el ideal de lo bello, Kant concibe una *belleza moral* o una *moral de lo bello*.

Históricamente, la belleza solo fue relevante en la medida en que era expresión de moral y

de carácter. Hoy, la belleza del carácter deja paso totalmente al atractivo sexual o *sexyness* (Kant citado por Chul Han, 2015, s/p).

El cuerpo en la Hipermodernidad es la única posesión segura que tiene el sujeto (teniendo en cuenta que éste está fluyendo permanentemente hacia la vejez y por lo tanto, hacia la muerte) y sobre el cual se experimenta, muchas veces rozando a la muerte.

“El sujeto mismo es marcado por su discurso, anclado en lo corporal, poniendo al cuerpo en primer plano, como superficie narrativa de lo que hace historia, de lo que marca diferencia subjetiva y permite salir de la igualdad de lo imaginario” (Soria, H & Orozco, M., 2014, p.122)

Las nuevas tecnologías desarrolladas en la Hipermodernidad, como por ejemplo el *Photoshop*, permiten al sujeto manipular su cuerpo e imagen a gusto del consumidor. Se crea así el llamado cuerpo virtual del que habla Varga (2005). Éste cuerpo es inmortal, no tiene emociones y puede ser rejuvenecido, por lo que se materializa y se científica.

Las marcas en el cuerpo, no son una nueva tendencia. El *body painting* y los tatuajes, por ejemplo, tienen una función social porque marcan la pertenencia de una persona a un grupo étnico, para manifestar una postura frente a algún hecho social, entre otros. Hoy en día si bien estas marcas siguen siendo usadas para estos mismos fines, el mercado las ha tomado y transformado en otra nueva forma de consumo, perdiendo así muchas veces, el significado profundo y personal para la persona, la pertenencia a un grupo étnico y la toma de una postura frente a un hecho social. Hoy en día, las marcas en el cuerpo sin significado, sólo para estar a la moda y pertenecer a la sociedad. Predominando el no sentido y el no significado pero más allá de esto, los cuerpos hablan, nos hablan, sin utilizar palabras. “La palabra del sujeto hace enlace de su historia con la historia que relata su cuerpo para intentar subjetivar lo hasta entonces no subjetivado” (Soria, H & Orozco, M., 2014, p.123).

El auge de las cirugías estéticas muestra la intervención externa que influye sobre los cuerpos, el poder de las imágenes que nos muestran, influyen en el querer alcanzar ese cuerpo de deseo, inalcanzable para algunos.

“El dominio del cuerpo es una extensión del afán moderno de someter a la naturaleza,

pero también de alterarla y subvertirla” (Soria, H & Orozco, M., 2012, p.79) Para así satisfacer al Yo Ideal que cada uno posee, siendo el cuerpo recreado constantemente por medio de injertos, piercings, tatuajes, entre otros.

Desde la Bioenergética se plantea que el sujeto y su cuerpo son uno mismo, una unidad y que; *“Si tú eres tu cuerpo y tu cuerpo eres tú, este expresa quien eres”* (García Jiménez, s.f., p.6).

Por otra parte, Foucault (1966) problematiza al cuerpo como un actor y como tal, utiliza máscaras, maquillaje y tatuajes, planteando así:

También el cuerpo es un gran actor utópico, cuando se trata de las máscaras, del maquillaje y del tatuaje. Enmascararse, maquillarse, tatuarse, no es exactamente, como uno podría imaginárselo, adquirir otro cuerpo, simplemente un poco más bello, mejor decorado, más fácilmente reconocible; tatuarse, maquillarse, enmascararse, es sin duda algo muy distinto, es hacer entrar al cuerpo en comunicación con poderes secretos y fuerzas invisibles. La máscara, el signo tatuado, el afeitado depositan sobre el cuerpo todo un lenguaje: todo un lenguaje enigmático, todo un lenguaje cifrado, secreto, sagrado, que llama sobre ese mismo cuerpo la violencia del dios, el poder sordo de lo sagrado o la vivacidad del deseo. La máscara, el tatuaje, el afeitado colocan al cuerpo en otro espacio, lo hacen entrar en un lugar que no tiene lugar directamente en el mundo, hacen de ese cuerpo un fragmento de espacio imaginario que va a comunicar con el universo de las divinidades o con el universo del otro. Uno será poseído por los dioses o por la persona que uno acaba de seducir. En todo caso la máscara, el tatuaje, el afeitado son operaciones por las cuales el cuerpo es arrancado a su espacio propio y proyectado a otro espacio.

Pero hay también una utopía que está hecha para borrar los cuerpos. Esa utopía es el país de los muertos, son las grandes ciudades utópicas que nos dejó la civilización egipcia. Después de todo, las momias, ¿qué son? Es la utopía del cuerpo negado y transfigurado. La momia es el gran cuerpo utópico que persiste a través del tiempo. También existieron las máscaras de oro que la civilización micénica ponía sobre las caras de los reyes difuntos: utopía de sus cuerpos gloriosos, poderosos, solares, terror de los ejércitos. Existieron las pinturas y las esculturas de las tumbas; los yacientes, que desde la Edad Media prolongan en la inmovilidad una juventud que ya no tendrá fin. Existen ahora, en nuestros días, esos simples cubos de mármol, cuerpos geometrizados por la piedra, figuras regulares y blancas sobre el gran cuadro negro de los cementerios. Y en esa ciudad de utopía de los muertos, hete aquí que mi cuerpo se vuelve

sólido como una cosa, eterno como un dios. (Foucault, M. 1966)

Lipovetsky argumenta que: “en la Hipermodernidad todo es como si viera la luz una nueva prioridad: la de ser eternamente joven” (Lipovetsky citado por Soria, H & Orozco, M., 2014, p.123).

El cuerpo pasa a ser un templo, algo sagrado para cuidar, adornar, para distinguirse y, a la vez, pertenecer a una comunidad, sociedad. Sobre el cual se invierte más tiempo y dinero que en tiempos pasados.

“Uno administra su cuerpo, lo acondiciona como un patrimonio, lo manipula como uno de los múltiples significantes del estatus social” (Baudrillard, 2009, p.157).

La vanidad se puede relacionar con la cultura del vacío en la que estamos inmersos. Ésta cultura se caracteriza por la saturación de las imágenes que sorprenden, impactan, muestran y exhiben cuerpos alterados de jóvenes y no tan jóvenes, que con todas sus modificaciones corporales parecen crear una protección de la incertidumbre permanente por la que estamos rodeados. Modificaciones corporales solo por la vanidad predominan en la Hipermodernidad.

El sujeto trata así de dominar y controlar a su cuerpo por medio de operaciones, implantes, tatuajes, piercings, lentes de contacto de distintos colores, pelucas, extensiones, entre otros tantos.

Según Varga (2005) el cuerpo individual ya no existe, porque fue transformado en el cuerpo colectivo, un cuerpo social que se ve influenciado por normas, valores y, a su vez, es manipulado por la sociedad.

La subjetividad pasa a ser una “hipersubjetividad” sobre la individualización de los sujetos que actúa como una especie de velo para cubrir el sutil control que se ejerce sobre nosotros, como en la creación de deseos, de la “opinión pública”, etc.

Este panóptico digital en el que vivimos, hace que la vigilancia y el control se encuentren naturalizados, sabemos en tanto formamos redes de comunicación que nos proporcionan información sobre aquello que los individuos quieren mostrar de sí en el

marco de la transparencia imperante y la positividad exacerbada, en donde el cuerpo se vuelve transparente también. (Chul Han, 2012).

“El lenguaje hablado, corporal, escrito, genera vínculos fundantes para el desarrollo del ser humano, de nuestra experiencia.” (Araujo, 2013, p. 25).

El cuerpo es utilizado por la Hipermodernidad y por los sujetos, como una forma de expresión, de comunicación, de transformación y de acción, por medio del lenguaje corporal. ¿Por qué ocurre esto? Una posible respuesta es que el cuerpo podría llegar a ser la única posesión segura que se tienen hoy en día, por lo que se juega con los límites (éstos no están marcados ni definidos) y se ejercen prácticas de poder sobre el mismo.

Los cuerpos pasan a ser textos que están insertados en contextos. Dichos textos están relacionados a las estructuras sociales concretas y a modelos culturales hegemónicos, que van a definir de tanto en tanto y en cada espacio, lo que es bello y lo que no lo es (Muñoz, 2007).

Lipovetsky reflexiona sobre lo que nos generan las modificaciones que sufren nuestros cuerpos por el paso del tiempo y el ideal de cuerpo aceptado. Provocando así:

(...) angustia de la edad, obsesión por la salud, por la “línea”, por la higiene, rituales de control y de mantenimiento, cultos solares y terapéuticos, superconsumo de los productos farmacéuticos. El cuerpo ya no es res extensa, es nuestra identidad profunda, nuestro self corporal (Lipovetsky citado por Tamés, 2007, p.48).

La moda, el consumo y el cuerpo

Según Gustavo A. Valdés de León (2012):

Por Moda se entiende el conjunto de pautas de conducta, modales y comportamientos privados y públicos, hábitos de consumo, convenciones lingüísticas, artísticas, ideológicas y políticas compartidas por un grupo y que se van modificando constantemente en función del desarrollo económico y cultural de las sociedades. En ese contexto, la moda, la renovación periódica de indumentaria y accesorios que impone la industria y los medios de comunicación siguiendo el decurso de las estaciones, no son sino un aspecto, el más frívolo y visible de un

fenómeno más amplio que exige ser abordado desde una perspectiva transdisciplinar. En el contexto del capitalismo tardío y su expresión cultural, el posmodernismo o hipermodernidad, la rapidez de los cambios se ha acelerado exponencialmente (s/p).

Dicho autor plantea, a su vez, que la moda posee dos modalidades, una activa y otra pasiva. La primera la define como la que “designa al objeto o la tendencia que está de moda, trátase de hábitos o modismos, de autores, de personajes, de lugares, de indumentaria o de accesorios” (Valdés de León, 2012, s/p). Y por último, la modalidad pasiva: “remite al sujeto, individual o colectivo, que está a la moda, sea cual fuere la práctica a la cual está referido el término. En la práctica social los usuarios no crean la moda” (Valdés de León, 2012, s/p).

Bauman (2006) define al consumo como:

Un cúmulo de actitudes y estrategias, disposiciones cognitivas, juicios y prejuicios de valor, supuestos explícitos y tácitos sobre el funcionamiento del mundo y sobre cómo desenvolverse en él, imágenes de la felicidad y maneras de alcanzarla, preferencias de valor y relevancias temáticas, todas ellas variopintas, pero estrechamente relacionadas (p. 112).

Continúa diciendo:

(...) narra el proceso de la vida como una sucesión de problemas eminentemente “resolubles” que, no obstante, precisan (y sólo pueden) ser solucionados por medio de instrumentos que sólo están disponibles en las estanterías de los comercios” (p. 199)

La hipermodernidad se podría caracterizar por ser, como Lipovetsky (2006) denomina, “hipernacisismo”: “en donde los sujetos no consumen tanto por razones de confrontación simbólica –por distinción- como por simple placer de hacerlo (Muñoz, 2007, p. 15).

Si la satisfacción personal a través de un cuerpo bonito es ahora un ideal de las masas, el Yo está profundamente vinculado a la idea de un consumo personal ilimitado. El cuerpo se presenta como un recurso más a movilizar en el proyecto autobiográfico de la identidad y su reflexión no puede separarse del consumo. (Muñoz, 2007, p. 14)

El consumo ya no pasa tanto por la satisfacción de las necesidades, sino que también significa dominación y manipulación. Éste pasa a ser una forma de capital físico y mercantilizado en las sociedades hipermodernas, formando parte del ocio, siendo parte

de la producción y se convierte muchas veces en capital cultural. Como capital cultural, el cuerpo incorpora lo que adquirimos en la educación, conocimiento y acceso a esas instituciones que transmiten el conocimiento y la cultura. Cabe aclarar que el poder acceder a éstos distintos capitales no es algo igual para todos y la diferenciación de clases se hace notar. .

El internet ha cambiado la forma habitual de consumir, ya que se puede comprar distintos artículos desde la comodidad de la casa, el trabajo o mismo estando en la calle. Con ésta nueva e innovadora forma, la imagen cobra aún más trascendencia de la que ya tiene en la vida cotidiana de los sujetos. La vista es el sentido más estimulado hoy en día, dejando de lado los otros sentidos como el tacto, el gusto y la audición.

La diversidad, lo distinto y lo novedoso van desapareciendo por los modelos totalizantes que son impuestos hoy. La crítica y la rebelión pasan a ser parte fundamental para que el sistema funcione porque los absorbe. Las formas de trasgresión y desobediencia van a formar parte del aparato cultural dominante, estando al servicio del interés comercial (Peris, 2011). El deseo se enlaza al cuerpo y el goce inmediato se da a través del consumo.

Inmersos en un tiempo vertiginoso, donde queremos todo ya y ahora, no tenemos tiempo para reflexionar y pensar de manera crítica. Estamos permanentemente recibiendo información del exterior, siendo "bombardeados" por imágenes, que nos dicen qué cosas comprar, cuándo y en dónde, para consumir y, formar parte de la sociedad

Por medio de las distintas tecnologías y de los medios de comunicación, se ha naturalizado la idea y la necesidad de cambio, que proviene desde la modernidad. También, por medio de éstos, se ha creado al consumidor: "un sujeto cuyo ser se consume en el acto del consumo de bienes y servicios, y que ya no adquiere mercancías en tanto tales sino marcas" (Valdés de León, 2012, s/p) y sumado a esto: "la sobreproducción de mercancías, resultado de una mayor productividad, obligan a las empresas a estimular la velocidad de su consumo para no perder rentabilidad" (Valdés de León, 2012).

La publicidad y el mercado son los que hoy en día regulan al cuerpo y crean una “homogeneización cultural” (Muñoz, 2007, p. 7), teniendo como consecuencia el que todos tengamos el mismo ideal de cuerpo y para conseguirlo, se deben adquirir ciertos productos, ropa, objetos, accesorios, alimentos y hacer rutinas de ejercicios para así poder estar más cerca de ese ideal y sentirnos mejor con nosotros mismos. El cuerpo pasa a ser sumamente importante a la hora de configurar las identidades, ya que es una realidad material y física para la cual y sobre la cual se trabaja para su mantenimiento.

Chul Han (2015) dice que nuestros cuerpos son comercializados, utilizados para mantener el comercio:

La industria de la belleza explota el cuerpo sexualizándolo y haciéndolo consumible. El consumo y el atractivo sexual se implican el uno al otro. Una identidad personal basada en resultar sexualmente deseable es un producto del capitalismo de consumo. La cultura de consumo somete cada vez más la belleza al esquema de estímulo y excitación. [...] Lo bello se vuelve liso y pulido y se somete al consumo.

La ciencia se ha unido al mercado brindando la eficacia científicamente probada por distintos expertos, formando parte de una estrategia de venta. Habiendo así, una gran variedad de estudios y expertos que nos van a aconsejar para mantenernos jóvenes, delgados, intensificar nuestra actividad sexual, regular el tránsito intestinal, disminuir el colesterol, entre otros tantos. (Muñoz, 2007).

“Los individuos preocupados por su cuerpo están obsesionados por la higiene y la salud y se someten a las prescripciones médicas y sanitarias” (Lipovetsky, 2006, p. 58).

Lo que está de moda varía en un período corto de tiempo y luego devendrá como algo viejo, fuera de moda, por lo que la moda contiene a su propia muerte. También se caracteriza por ser imitativa, ocasionando muchas veces, que se utilicen prendas y accesorios con los que no nos sentimos cómodos del todo, o que realmente no nos gustan y ocurre que se usa algo de lo que se desconoce su origen/significado, volviéndose una tendencia más. Hoy en día tenemos muchos ejemplos, hace pocos meses la tienda de ropa americana Forever 21, se vio envuelta en una polémica cuando

pusieron a la venta unos anillos con la esvástica (cruz que fue emblema y símbolo del nazismo).

Todo se vuelve, en uno u otro momento, publicidad: el arte, la religión, la política, las tradiciones y las tendencias vanguardistas. A través de la publicidad, el ámbito de lo social se reacomoda para integrar cualquier movimiento, por muy avanzado, antisistema o antiglobalización que sea (Peris, 2011, p. 270).

Por lo que el mercado ya no nos ve como sujetos, sino como consumidores caracterizados por la pasividad, el vacío, el “hiper”-narcisismo y sin voluntad propia, limitándonos a escuchar y observar.

“Los individuos están menos ideologizados, pero son más influenciables por las modas; son más abiertos, pero más volubles, más críticos, pero más superficiales, más escépticos, pero menos profundos, etc.” (Alonso Benito y Fernández Rodríguez, 2010, p.336)

Lo anticapitalista no amenaza al sistema porque éste se va a beneficiar de dicho movimiento para poder así llegar a más sectores de la sociedad. Movimientos sociales se van a transformar en una tendencia, sacando su parte política.

Hoy se puede decir que el régimen de producción se ha hecho cargo de la mercantilización de la diferencia; es capaz de adaptarse a las demandas de la singularidad y a una pluralidad de estilos de vida que ya no rebaja y nivela sino que en cierto modo estimula (Francisco Vázquez citado por Peris, 2011, p. 276).

Lipovetsky (2008) también nos habla de un “hiperconsumo”, lo que sería igual al término de consumo que anteriormente hablábamos pero este se vuelve exacerbado, a tal punto que los sujetos que han crecido en un “cosmos consumista” y no pueden acceder a éste, les genera sentimientos de frustración, humillación y fracaso. Se consume por y para uno mismo, para ser felices, para optimar los recursos corporales, para tener una salud ilimitada. Pero no debemos olvidar que ésta felicidad, que muchas veces nos venden, es comercial, por lo que hay que seguir consumiendo sin parar para seguir siendo felices. De lo contrario, el sujeto se queda satisfecho y se frustra, incrementándose las depresiones, las ansiedades e intentos de suicidio.

Hay un mercado que ofrece múltiples cosas y genera grandes expectativas que llevan a vivir en un estado de insatisfacción constante de comprar y tener más. Pero también el consumismo cumple la función de ser un consuelo para las decepciones y frustraciones de la vida diaria.

Otro elemento que toma la lógica capitalista en la cual estamos “sumergidos”, es el ocio. Haciendo que este se asocie al consumo “de servicios y productos de entretenimiento, el ocio se desvaloriza y pasa a estar vinculado socialmente al goce de placeres en la cultura de producción capitalista” (Clerton de Oliveira Martins, Rhoden & Flores Pinheiro, 2011, p. 108).

“La expresión ocio ha sido aprehendido en la contemporaneidad como un conjunto de comportamientos disociados del trabajo y relacionados al descanso y al entretenimiento” (Clerton de Oliveira Martins, Rhoden & Flores Pinheiro, 2011, p. 108). Dándole énfasis a las actividades contemplativas, de observación pero con poca acción. Dichos autores continúan afirmando que:

[...] los ocios contemporáneos también incorporan la lógica del consumo, de la exhibición y de la exacerbación del cuerpo en la búsqueda del placer en sensaciones instantáneas y experimentales, atendiendo las necesidades de los clientes de tener emociones en el tiempo dedicado a sí mismo (Clerton de Oliveira Martins, Rhoden & Flores Pinheiro, 2011, p. 112).

Las emociones tampoco quedan fuera a la hora de consumir:

El capitalismo del consumo introduce emociones para estimular la compra y generar necesidades. El *emotional design* modela emociones, configura modelos emocionales para maximizar el consumo. En última instancia, hoy no consumimos cosas, sino emociones. Las cosas no se pueden consumir infinitamente, las emociones, en cambio, sí. (Chul Han, 2014, p.39).

Para ir finalizando, creo importante tomar una cita de Lipovetsky, sobre la pérdida y conservación de ciertos valores en la sociedad hipermoderna:

No es cierto que estemos sometidos a una carencia de sentido, a una deslegitimación total;

en la era posmoderna perdura un valor cardinal, intangible, indiscutido a través de sus manifestaciones múltiples: el individuo y su cada vez más proclamado derecho a realizarse... (Lipovetsky citado por Tamés, 2007, p. 48)

Reflexiones finales

La hipermodernidad se caracteriza por vivir en el aquí y ahora, por la vertiginosidad del tiempo, de los avances tecnológicos, por el goce inmediato, el bombardeo de imágenes y la descorporización del cuerpo, entre otros. Aquí se desconstruyen y construyen subjetividades, se crean y recrean valores, hábitos. Se plantea una economía mundializada, en donde se hegemoniza el concepto del éxito por lo que acaba con la diversidad y lo distinto. Genera una sensación de nunca poder abarcar los cambios que se producen en nuestra vida cotidiana.

Luis Gonçalvez (2004) reflexiona sobre cómo vive, en parte, el sujeto en la hipermodernidad:

“Imposibilitado de acción presente sólo puede resentirse del pasado y crear ilusiones para el futuro. Y para no arriesgarse a no-ser, prefiere tornarse esclavo de una identidad mayoritaria: moderada, sensata, mesocrática, absoluta, eterna, verdadera, que se opone a lo fugaz, a lo parcial, a lo mutable, a lo finito, a lo intempestivo, a los devenires minoritarios” (s/p).

Esta socialmente instaurado el mandato del “yo puedo todo”, llevándonos a querer más de lo que se tiene, sirviendo como un estimulante para comprar más cosas por el simple hecho de estar a la moda, de pertenecer y no quedarse en el pasado. Y para así formar parte de la “identidad mayoritaria” (Gonçalvez, 2004).

Hoy en día existen nuevas formas de comunicarnos, relacionarnos, de consumir, y como todo lo nuevo, genera miedo en algunos, a la vez que, fascinación en otros. Por lo que se debería tratar de optar y mantener una postura intermedia para no caer en “fanatismos ciegos” del pasado, del presente y del futuro. De ésta manera, también, se podrá hacer una autocrítica, cuestionar y reflexionar sobre lo que ocurre con nosotros mismos y la sociedad.

El cuerpo no escapa de éstos cambios sociales e hipermodernos, siendo uno de los

blancos más apuntados por el consumismo, por ejemplo, en productos de belleza, horas en el gimnasio y cirugías plásticas. Para así, ser permanentemente expuesto en las redes sociales, por medio de selfies y videos. Haciendo que los espacios privados no desaparezcan sino que éstos se amplíen para incluir a los otros.

Pero cabe aclarar que no necesariamente todos los efectos de la hipermodernidad, en general y en nuestros cuerpos, son negativos. Por ejemplo, pienso que el hecho que hoy en día se fomente el cuidar nuestro cuerpo y salud, es algo bueno, siendo el comercio el que nos brinda nuevos y variados productos. También el hecho de poder “moldear” y modificar nuestros cuerpos a nuestro gusto es otra ventaja (siempre y cuando no llevado a un extremo) de la hipermodernidad porque nos permite sentirnos más a gusto y confiados de nosotros mismos. Considero que dichos cambios/modificaciones corporales son una buena idea siempre y cuando los hagamos para nosotros mismos, y no para “formar parte de”, no por que ello sea algo malo, sino que esto podría ser un “círculo vicioso” de cambios sólo para satisfacer a la sociedad, dejándonos de lado.

También la medicina ha avanzado mucho en sus descubrimientos, al igual que las tecnologías. Haciendo nuestras vidas más fáciles, mejores y simples en algunos aspectos pero en otros no. Pienso que ningún tiempo fue mejor que otro, cada uno tuvo sus cosas buenas y malas, es de suma importancia conocer el pasado para comprender el presente y mirar hacia el futuro.

A pesar de la vertiginosidad en la que vivimos, se pueden “generar espacios de crítica, de reflexión y de armonía con uno mismo y el otro” (Araújo, A, M., 2008). Ver al otro como solidario, no como un competidor más. Vivimos con incertidumbre porque no sabemos qué pasará mañana, pero si organizamos espacios de crítica y tratamos de sacar lo mejor de esta hipermodernidad juntos, se podría reflexionar sobre lo que ocurre en nuestra sociedad actual.

La hipermodernidad nos brinda la “ventaja” de ser un proyecto inacabado, por lo que no lo está todo dicho. Se podrían potenciar sus aspectos positivos y minimizar los negativos pero para ello es necesario auto-pensarnos, autocríticarnos, intercambiar y discutir con el otro, ya no “enemigo” u oponente.

“Redescubrir lo existencial, el registro del mundo vivido, los sentimientos, las emociones, las relaciones afectivas, amorosas, sociales, ese es el gran desafío del momento”. (Gaulejac, V, 2013, p. 148).

Bibliografía

- ✚ Alonso Benito, L., y Fernández Rodríguez, C. (2010, Febrero) Consumo e Hipermodernidad: Una revisión de la teoría de Gilles Lipovetsky. En: Anuario Filosófico. P. 325-351.
- ✚ Araújo, A, M. (2008, Marzo) Antídoto antiestrés. En: La diaria.
- ✚ Araújo, A, M. (2013) Todos los tiempos, el tiempo. Trabajo, vida cotidiana e hipermodernidad. Psicolibros - universitarios. Montevideo.
- ✚ Bacci, P. (2010) La muerte y el duelo en la hipermodernidad. Querencia Revista de Psicoanálisis, número 13. Recuperado Octubre, 2015: http://www.querencia.psico.edu.uy/revista_nro13/pilar_bacci.htm
- ✚ Baudrillard, J. (2009) El objeto de consumo más bello: el cuerpo. En: La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras. Siglo XXI de España Editores. P.155-183.
- ✚ Bauman, S. (2009) El amor líquido. Ed. Paidós. Barcelona.
- ✚ Bauman, S. (2007) El miedo líquido. Paidós. Barcelona.
- ✚ Bauman, S. (2004) Sobre la dificultad de amar al prójimo. En: "Modernidad líquida". (pp. 105-154). Ed. Paidós. Barcelona.
- ✚ Bauman, S. (2006) Vida líquida. Ed. Paidós. Barcelona.
- ✚ Berriel, F., y Pérez, R. (2006). Imagen del cuerpo y producción de sentidos. Estudio con adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores de la ciudad de Montevideo, Uruguay. *Revista Iberoamericana de Psicomotricidad y Técnicas Corporales*.
- ✚ Chul Han, B. (2015) La salvación de lo bello. Herder Editorial. Barcelona.
- ✚ Chul Han, B. (2012) La sociedad del cansancio. Herder Editorial. Barcelona.
- ✚ Chul Han, B. (2013) La sociedad de la transparencia. Herder Editorial. Barcelona.
- ✚ Chul Han, B. (2009) El aroma del tiempo. Herder Editorial. Barcelona.
- ✚ Chul Han, B. (2014) Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. Herder Editorial. Barcelona.
- ✚ Clerton de Oliveira Martins, J., Rhoden, I. y Flôres Pinheiro, K. (2011) El ocio en la hipermodernidad. En: Uaricha. Revista de Psicología (Nueva época). P. 102-103. Facultad de Psicología de la Universidad Mochoacana de San Nicolás de Hidalgo. Recuperado de: http://www.revistauaricha.umich.mx/Articulos/uaricha_0817_105-123.pdf

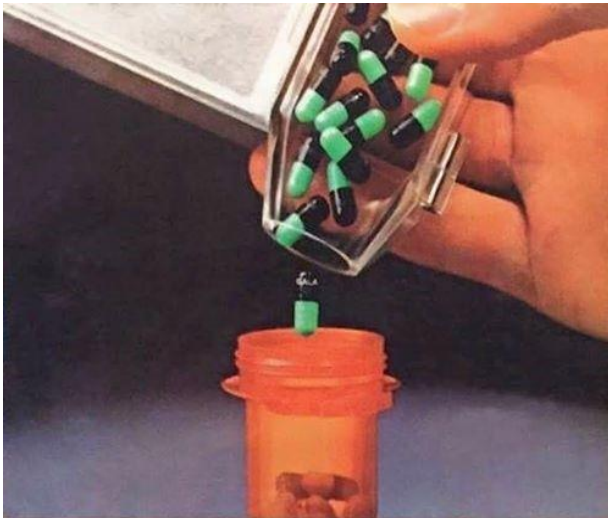
- ✚ Cubells, J. (2004) Gestión de identidades en la práctica jurídica. Athenea digital, núm.6, 89-112.
- ✚ Foucault, M (1966) El cuerpo utópico. En: El cuerpo utópico. Las heterotopías, de reciente aparición. Ed. Nueva Visión.
- ✚ Foucault, M. (1983). El sujeto y el poder. (Epílogo). Traducción: Santiago Carassale y Angélica Vitale. En: H. Dreyfus, & P. Rabinow, Michel Foucault: beyond structuralism and hermeneutics (pp. 1-31). Chicago: Chicago University Press.
- ✚ Freud, S. (1914) Introducción del narcisismo. En: Obras completas. Buenos Aires: Amorrortu Editores, Volumen XIV.
- ✚ Freud, S. (1913-1914). Totem y Tabú. En: Obras completas. Buenos Aires: Amorrortu Editores, Volumen XIII.
- ✚ García Jiménez, J. (s.f.) La Bioenergética; el cuerpo, la expresión y la terapia. Universidad Complutense. American Psychiatric Association. Recuperado de: http://www.aibarra.org/apuntes/ciencias_alternativas/bioenergetica.pdf
- ✚ Goncalvez, L. (2004). Ética, Estética y Política en la clínica social. Recuperado de: http://www.iztacala.unam.mx/errancia/v1/PDFS_1/POLIETICAS5_%20ETICAESTE TICAYPOLITICAENLACLINICASOCIAL.pdf
- ✚ Mattelart, A., y Vitalis, A. (2015) *De Orwell al cibercontrol*. Ed. Gedisa.
- ✚ Muñoz González, B. (2007) Conocimiento experto, consumo y cuerpo: Relaciones “en” y “para” la hipermodernidad. En: *Ágora para la EF y el Deporte*. Vol 4 (5). P. 7-19.
- ✚ Lipovetsky, G. (1998) *La era del vacío*. Ed. Anagrama. Barcelona.
- ✚ Lipovetsky, G. (2008) *La sociedad de la decepción*. Ed. Anagrama. Barcelona.
- ✚ Lipovetsky, G. (2006) *Los tiempos hipermodernos*. Ed. Anagrama. Barcelona.
- ✚ Peris, P. S., (2011, Febrero) Publicidad y cultura: La comercialización de la protesta. En: *Zer*. Vol. 16. Núm. 30. P. 267-278.
- ✚ Soria Escalante, H., y Orozco Guzmán, M. (2014, Marzo) El sujeto y el dominio corporal en la Hipermodernidad. En: *International Journal of Good Conscience*. Vol 9 (1). P.122-128.
- ✚ Soria Escalante, H., y Orozco Guzmán, M. (2012, Junio) Violencia al cuerpo en la adolescencia. Narcisismo e Hipermodernidad: Una mirada desde el Psicoanálisis. En: *Psicogente*. Vol 15 (27). P. 73-84.

- ✚ Tamés, E. (2007, Octubre/Noviembre) Lipovetsky: Del vacío a la hipermodernidad. En: Revista Casa del Tiempo. Vol I.
- ✚ Valdés de León, G (2012, Setiembre) Filosofía desde el placard. Modernidad, moda e ideología. En: *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*. Vol.Nº42. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232012000400009&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1853-3523.
- ✚ Varga, I. (2005, March) The body- The new sacred? The body in hipermodernity. *Current Sociology*. Vol. 53 (2). www.sagepublications.com
- ✚ Vásquez, A. (2013) Filosofía. Individualismo y modernidad líquida y desilusión hipermoderna. De Bauman a Sloterdijk. Recuperado Octubre, 2015: <http://rinabrundu.com/2013/03/23/filosofia-individualismo-y-modernidad-liquida-y-desilusion-hipermoderna-de-bauman-a-sloterdijk/>

Anexos



LO QUE NO
TE MATA
TE HACE
MÁS GUAPA

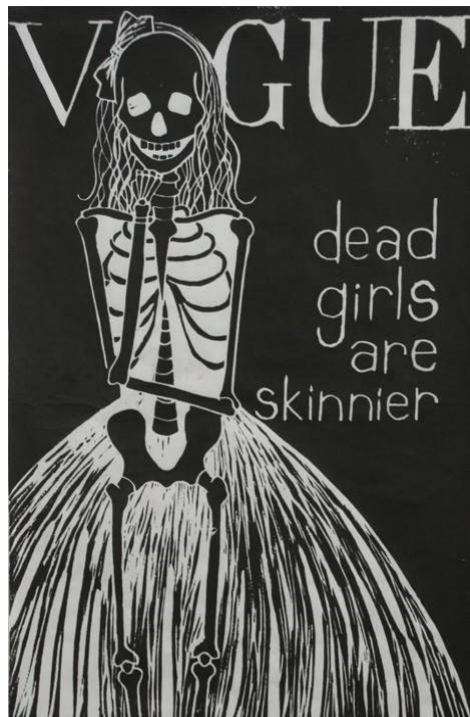


be normal.

Your Physician Can
Medicate Your Mood
Swings To Help You
Adjust To The New
Economy.

D&D
ADVERTISING

5-mg, 10-mg, 25-mg capsules



Dove Real Beauty Campaign



VICTORIA'S SECRET Love My Body Campaign



ARE YOU BEACH BODY READY?

Protein World
HIGH PERFORMANCE

THE WEIGHT LOSS COLLECTION™

MEAL REPLACEMENT & SUPPLEMENT

EXCLUSIVELY AVAILABLE ONLINE AT PROTEINWORLD.COM

