

**ESTUDIOS
DE REFLEXIÓN**

REFLECTION STUDIES

De la cultura del cuerpo al culto del cuerpo*

Nubia Amparo Rubio Moreno**

Recibido: 14 de abril 2012

Evaluado: 11 de mayo de 2012

Aceptado: 1 de julio de 2012

Resumen

El presente artículo retoma las diferentes interpretaciones sobre el cuerpo a través de la historia, para explicar sus incidencias socioeconómicas y culturales. Se inicia con los griegos, pasando por el Medioevo, el renacimiento, la modernidad, hasta llegar a la posmodernidad, lo cual permite develar y analizar, los cambios, procesos y efectos que se han dado sobre la representación sociocultural que se tiene del cuerpo y sus consecuencias. Dicha representación de los cuerpos y los efectos que trae consigo, recaen con mayor rigor en los cuerpos femeninos, debido a la construcción social de los géneros que desde la cultura patriarcal se ha hecho. En la actualidad, afrontamos un modelo de belleza corpórea que ha traído unas consecuencias nefastas en los cuerpos femeninos y que los medios de comunicación han utilizado como la estrategia más efectiva para la venta de sus diferentes productos. Esta instrumentalización de los cuerpos los convierte en el medio para lucrarse, en la mercancía más preciada, pasando bruscamente de una cultura del cuerpo a un culto al cuerpo.

Palabras clave: cuerpo, belleza, género, culto al cuerpo, medios de comunicación.

* Ejercicio individual de reflexión sobre el tema del cuerpo. Docente investigadora sobre el tema de cuerpo, Departamento de Humanidades y formación integral de la Universidad Santo Tomás.

** Socióloga. Magister en Planeación socioeconómica. Diplomada en mujer y género, Universidad Javeriana. Diplomada en Diversidad Sexual y políticas públicas de género, Universidad Javeriana. Docente e investigadora Departamento de Humanidades y formación integral, Universidad Santo Tomás-Bogotá. Correo: nubiarubio@usantotomas.edu.co

Of the culture of the body to the cult of the body

Abstract

This article return to the different interpretations on the body through history, to explain their socio-economic and cultural impacts. It starts with the Greeks, through the middle ages, the Renaissance, modernity, Postmodernity, until allowing unveil and analyze, change, processes and effects that have been given about socio-cultural representation, which is the body and its consequences. This representation of the bodies and the effects it brings with it, fall with greater rigour in women's bodies, due to the social construction of gender, since the patriarchal culture has become. Today, we face a model of corporeal beauty that has brought dire consequences in women's bodies and the media have been used as the most effective strategy for the sale of different products. This instrumentalization of the bodies, make them the environment for profit, the most precious commodity, abruptly from a culture of the body to a cult of the body.

Keywords: Body, beauty, gender, cult to the body, mass media.

Introducción

La construcción social del género ha determinado que históricamente las mujeres y poco a poco (aunque en menor medida) los hombres, sean valorados más por su aspecto físico que por su intelecto. De allí que su cuerpo, como lo ha señalado (Lagarde, 1999) haya llegado a ser el núcleo de poder, de valoración social y cultural. Lo anterior se constituye en una acción demoleadora contra la confianza y seguridad de los sujetos; una desvalorización de la imagen de sí mismos, que hace que las personas se mantengan al margen de gran parte de la combatividad social, muchas veces auto culpándose por estar “fuera del campo del éxito”, minadas en su capacidad de ver

la arbitrariedad de la discriminación de la que son objeto. Se trata de una nueva estrategia de segregación y exclusión social, basada en la obsesión moderna por la perfección de la imagen corporal, que ha llevado a la nueva “epidemia del culto al cuerpo”.

Es aterrador el número de mujeres que desearían estar en el “cuerpo de otra”. Según los expertos en psiquiatría, desear una imagen perfecta o casi perfecta no implica padecer una enfermedad mental; sin embargo, aumenta las posibilidades de que aparezca, y es en la adolescencia cuando este tipo de obsesión se está convirtiendo en una pesadilla, ya que con una personalidad aún no configurada ni aceptada, con unos medios de comunicación que transmiten constantemente modelos de perfección y belleza, sumado a débiles procesos de socialización familiar de autoestima, se sienten en la obligación de ser cuerpos “*Barbie*” sacrificando su salud y llegando hasta las últimas consecuencias en conductas inadecuadas.

Lo anterior surge por muchas variables, una de las más fuertes es la influencia de los medios de comunicación de masas (televisión, internet, radio), la industria de la belleza y de la dieta, de las cirugías plásticas, etc. Los cuales promocionan un modelo estético que está muy lejano a la realidad de la gran mayoría de las mujeres, el que se caracteriza por la delgadez extrema y el rostro terso y sin arrugas, eternamente joven; esta situación, unida a la presión social para ser atractivas, con la intención de ser reinas de belleza, o de lograr un mejor puesto o un buen matrimonio, o en general desear una movilidad social ascendente, para acceder a un status diferente al que se tiene socialmente, produce que las mujeres de todas las edades, realicen desmesurados esfuerzos por alcanzar dicho modelo, ya sea a través de cirugías estéticas, dietas rigurosas, muchas veces con consecuencias tan graves como la anorexia, la bulimia, etc. e incluso muertes por malos procedimientos médicos.

Desde las anteriores variables, se puede entender el imaginario social que hoy se tiene del cuerpo, el cual es considerado como la mercancía más preciada, y para el cual se busca afanosamente el elixir de la eterna juventud. Una imagen corporal “bella y dinámica,” que busca abrir las puertas del éxito, el trabajo y la fama. Constituyéndose en el factor que incide en los problemas derivados de pautas de vida y alimentación, que han ahondando la estigmatización social de quienes se apartan del estereotipo exitoso, convirtiendo la cultura del cuerpo, en un culto al cuerpo. De esta manera,

el cuerpo se convierte en el artificio y el recurso para lograr la perfección, desde la cual la mujer pretende el tan anhelado acenso económico social.

Como es sabido por todos, el cuidado del cuerpo que se requiere en la sociedad contemporánea y que es promovido por los medios masivos de comunicación, se alimenta de recursos tales como: El ejercicio, las dietas, el control de la alimentación, los productos dietéticos, los insumos químicos y las diferentes técnicas que permiten los tratamientos y la transformación del cuerpo para tenerlo adecuado para su exhibición pública.

Se trata de dominar el cuerpo mediante recursos cada vez más válidos en el discurso social, alcanzando niveles que se constituyen en deseables y exigibles, lo que genera procesos de pérdida de identidad, de subjetividad, en donde el cuerpo ya no es la puerta de entrada al mundo de lo humano, sino la vía por la cual se produce el mensaje publicitario, la venta de un producto, la comunicación de una noticia, el moldeamiento del mismo, según unos valores estéticos orientados a obtener una corona que las constituye en reinas, La promesa de que una intervención médica o cirugía estética hará posible el sueño de tener un cuerpo perfecto, según los cánones estéticos de los modelos que se muestran esbeltos y voluptuosos en las pantallas. Afrontamos actualmente la instrumentalización del cuerpo, pasándolo de medio a fin.

Algunos antecedentes históricos

A través de la historia, el hombre y la humanidad han rendido culto a algo: Fenómenos atmosféricos (Dios del Viento o Dios del Trueno), espíritus, dioses, religiones, etc. Dentro de estos múltiples elementos, el cuerpo tal y como no lo describe (Brohm, 1972), también ha ocupado un lugar de veneración, en la medida que ha tenido que enfrentar un mundo lleno de peligros, en los que le ha sido imprescindible tener cuidado de sí para subsistir en el enfrentamiento con la naturaleza, buscando la satisfacción de las necesidades vitales. Recuérdese que desde la teoría de la adaptación solo el más fuerte sobrevivía.

Con los griegos, el hombre empieza a preocuparse además del vigor y el rendimiento bélico, por la estética corpórea, la belleza corpórea, así como por las competiciones y el rendimiento deportivo, tratando de semidioses

a los ganadores de las pruebas más significativas (Brohm, 1972). Basta recordar que en la antigua Grecia la belleza era un ideal propio de Apolo y Afrodita. Cronológicamente, hacia la Edad Media en Europa y con base en las creencias religiosas, al cuerpo se le resta importancia, tratándolo como nuevo portador del alma, la cual pasó entonces a constituirse en el núcleo fundamental y el cuerpo quedó reducido a puro vehículo del alma. Cabe anotar que en la Edad Media, las mujeres no tenían alma.

Después de varios siglos de dicha edad, fue hasta el advenimiento del Renacimiento donde el hombre de Vitrubio dictó las proporciones exactas, quienes no se adecuaban a ellas, no eran bellos sino feos. Es en el Renacimiento cuando se retoma la idea del cuerpo y el conocimiento del mismo, especialmente por medio del arte y la medicina; dicha reaparición se ve fortalecida por las ideas de la modernidad, en las que se le concede un nuevo valor a la capacidad de pensar por sí mismo, al uso de la razón kantiana para tomar las decisiones requeridas, que propiciarían el progreso.

Esta línea se mantiene a lo largo de toda la época moderna, en la que poco a poco se fue revalorizando el concepto del cuerpo humano, hasta en estas últimas décadas, como lo afirma el gran pensador (Cagigal, 1996, p. 26): *“El protagonismo que el cuerpo ha alcanzado le ha hecho pasar del banquillo de los acusados al pedestal de los dioses adorados”*.

Como resultado de este devenir histórico y como portadores de nuestro cuerpo, deberíamos saber cómo es, cómo lo debemos tratar, qué le podemos exigir. El repetido tópico de *“lo importante es la salud”* es, sin duda, una premisa fundamental para vivir mejor y poseer una mayor calidad de vida; y razón suficiente para una adecuada cultura corporal. Para (Verdú, 2012), el cuerpo es todo lo que tenemos. Sin embargo, lo que se puede advertir es que el cuerpo es uno de los fenómenos de la naturaleza que más desconocemos y que más problemáticas presenta.

Las últimas décadas

Continuando la exposición, véase cómo a mediados de los años cincuenta aparece en los Estados Unidos la generación *Beat* (roto), en ella se reunieron la tradición bohemia con su estilo de vida disipado y su anti-puritanismo y la tradición radical estudiantil con su protesta política y cultural, que en la

poesía rompieron con la tradición victoriana y en la cultura implantaron un modo de vida escandaloso para la época (Heller, 1988), sus objetivos estaban orientados a hallar una expresión propia y una forma de vida opuesta al puritanismo dominante. Fueron un grupo de intelectuales y artistas que aspiraron a crear una contracultura con sus propias reglas y valores, su estilo se centraba en la expresividad, la creatividad, la experimentación poética y sexual, la marihuana y el jazz, el nihilismo y el misticismo, según (Feixa, 1994) políticamente eran pacifistas, proclamaban el amor como solución al sufrimiento humano y al dolor, reconocían la belleza en toda la naturaleza y en cada uno de los actos humanos, aunque también es de suma importancia reconocer que la denominación *Beat* era ambigua, tal y como lo explica (Randal, 1993), dando cuenta de esta dualidad de movimiento: *Beat* (roto) como *beaten*, cansado, contrario a la alienación a la que conduce la súper sociedad; y *beat* como *batitude* (beatitud) angélico, santo inocente.

Prolongando la trayectoria histórica, se puede advertir que los años sesenta y setenta fueron sinónimo de revuelta, de interpretación, de escándalo, de búsqueda de libertad. Fue una época que se caracterizó por la aparición de diversas manifestaciones contraculturales (Heller, 1988), de grupos radicales que impugnaban el orden existente con sus actitudes, manifiestos y proclamas, no solo eran movimientos contestatarios, su reacción contra el sistema estaba acompañada de un nuevo estilo de vida, de cuño libertario y una búsqueda estética y experimental (en el cine, la literatura, la música, el teatro, las artes plásticas), eran parte de este proceso los grupos que demandaban igualdad social, racial, sexual, el feminismo, el movimiento gay, hoy llamado LGBTI y el *black power*, los movimientos pacifistas contra la guerra del Vietnam quienes asumían como bandera la idea de la contra violencia, el movimiento naturalista y el retorno a la vida campesina entre otros.

Propuesta de un nuevo sistema de valores

El objetivo que se plantearon todos aquellos grupos con sus llamadas de atención era la protesta vigorosa en contra de la deshumanización y el deterioro del medio ambiente, la exigencia de una revolución sexual, con su propuesta de un nuevo código sexual, desde la libertad y el movimiento *hippie*, palabra tomada según (Raicionero, 1983) del argot negro americano,

que no significa otra cosa que despierto, entonado, en resonancia lúdica con el entorno, estos retomando de los *beats*, el estilo de vida bohemia, la experimentación psicodélica y sexual, el orientalismo, el nomadismo y el culto a la espontaneidad, se enfrentaron al autoritarismo, a todo lo establecido: Su propósito era en palabras de (Feixa, 1994, p. 14) “transgredir con actitudes y maneras el sistema de valores”.

Impugnaron el puritanismo y el utilitarismo, el trabajo alienante, el ahorro y la sobriedad, los ideales consumistas, el afán de lucro, la competitividad y la violencia que la sociedad generaba por su propia dinámica: El conformismo y la apatía, el tecnocratismo, la vida urbana y estandarizada. En su afán de cambiar la vida extendieron la experiencia humana hacia áreas tabú: El ideal en el manejo del cuerpo consistía en una sexualidad suelta y espontánea, que siguiera a los deseos, con la consigna de: “No se reprima”, hacemos el amor y no la guerra.

El tiempo de las caricias

Luego en sus protestas, los movimientos estudiantiles mezclaron el juego amoroso y el heroico: La revolución fue una vez más un encuentro y un abrazo, con el que intentaron romper el dualismo tradicional masculino-femenino, las funciones activo-pasivo y las relaciones monogámicas de pareja. En este marco inclusive entró en juego la irresponsabilidad, como una reacción al mundo controlado, lo importante era vivir “el aquí y el ahora”, tal y como lo describe (Héller, 1998), se vestían; elemento también de protesta, con prendas elaboradas artesanalmente o fabricadas con productos naturales, con prendas folclóricas (de inspiración India, piel roja, afgana o marroquí) engalanaron con adornos sus cuerpos, llevaron largos el pelo y la barba, y practicaron técnicas corporales y de meditación oriental, su cuerpo era el vehículo de protesta.

Se produjo entonces lo que nos describe (Brohm, 1972), una liberación de las costumbres y de la sexualidad que dio como resultado: El erotismo semiológico de los *mass-media*, el nudismo, las múltiples atracciones sexuales *striptease* de barrio, concursos de sexo, reinados de belleza, las incontables mercancías sexuales, las actividades físicas en los campos de naturaleza erótica, el relajamiento físico pasivo en las instalaciones de camping popular,

la desnudez en las playas, el turismo de fin de semana, el libertinaje juvenil en las piscinas, el flirteo masivo en los bailes, la insinuación sugestiva en las danzas modernas, todo ello testimonia la liberación del cuerpo y la liberación de lo que las religiones denominan tentaciones.

La reacción

En la década de los ochenta, se impone al contrario de la década de los setenta y su revolución sexual, una disciplina rígida del cuerpo, no es un fenómeno contracultural, ni es la propuesta de un grupo humano que cuestiona la sociedad desde fuera; esta nueva generación se inserta en el orden social. Frente al relax y el hedonismo de la generación anterior, se promueve un culto al cuerpo, a la vida disciplinada, al deporte, a la fortaleza muscular y a la salud. El placer ilimitado, el desenfreno, el desorden de los sentidos, y el entusiasmo psicodélico como propuestas vitales entraron en decadencia. Se instauró en la sociedad el culto al desarrollo espiritual y deportivo, a la vida simple en convivencia con la naturaleza y la ecología. La edad heroica del hedonismo ha pasado, el placer se vacía de su contenido subversivo, sus contornos se desgastan, se banalizan como lo describe magistralmente en su libro: *La era del vacío* (Lipovetsky, 1986).

Actualmente, en la búsqueda de las respuestas a las preguntas por el cuerpo, la sociedad posmoderna no exalta el valor del intelecto (parece que únicamente ha servido para hacer la guerra y generar tragedias), es una sociedad en palabras de (Maffesoli, 1980) somatófila: Ama el cuerpo, exalta el cuerpo y lo revaloriza, es una nueva cultura que afirma el equilibrio, el retorno a uno mismo, la vigilancia y el cuidado del cuerpo (sus biorritmos), una sociedad neoespartana que solo cree en los fuertes y en los que exhiben un cuerpo sano, empiezan a proliferar los gimnasios en cada ciudad, en cada barrio. La medicina, por su parte, irrumpe con un nuevo lenguaje: Medicinas alternativas; la bioenergética, la homeopatía, la medicina natural, la acupuntura, la hidroterapia, la geoterapia, las esencias florales, etc. se instalan en el orden social y dictan nuevas normas y preceptos de conducta para el cuidado del cuerpo.

Una cultura contradictoria

Dentro de la anterior lógica, la publicidad abandona los derroteros del placer y se instala en un mundo de la salud y de la ecología. Los productos alimenticios se dirigen más al cuidado del equilibrio y del buen funcionamiento del cuerpo, que a la búsqueda del placer (Tuberet, 1992). El hedonismo epidérmico y exterior de la generación anterior es remplazado por un hedonismo intestinal o arterial (la fibra acaricia el intestino), los aceites naturales no producen colesterol, mantienen flexibles las arterias y hacen más fácil la circulación por el placer que experimenta un organismo que funciona sin romper el equilibrio natural, empiezan a proliferar las tiendas naturistas, en todo lugar, en cualquier esquina.

Pero este mensaje social del cuidado y equilibrio del cuerpo, es acompañado por otro tipo de mensajes alternos, que crean una cultura contradictoria tal como no lo explica (Beritain, 1996); por un lado, los medios de masas incitan al consumidor a comer y por el otro; enfatizan la importancia de estar delgado. Los medios de masas reafirman por otros caminos un hedonismo alimenticio, el valor de la abundancia y la variedad de alimentos junto con la despreocupación al comer, pero por otro lado, el azúcar y las grasas son los enemigos públicos. No es solo cuestión de estética, es una cuestión de supervivencia. Se come con temor y a la vez con vergüenza. Al hecho de comer, lo acompaña la inquietud del efecto que puedan producir los alimentos; después de comer, se va al laboratorio para verificar la normalidad en cuanto a los niveles de calorías, de colesterol, de carbohidratos, el uso continuo de la báscula para comprobar el peso, etc.

Nuevo campo semántico

El comer con temor también está relacionado con el hecho de que cada vez más los productos alimenticios pierden su condición natural, y cada día su procedencia se haga más abstracta, lo que origina la desconfianza al comer; se le teme a los colorantes, a los preservativos, a las hormonas, a las sustancias químicas que se emplean para producir la apariencia y durabilidad que requiere el mercado, los productos más inofensivos pueden ser cancerígenos. El sistema productivo fabrica una gama cada vez más amplia de productos

para controlar el peso, conservar la línea, bajar el consumo de grasa y no engordar, empiezan a proliferar restaurantes *light*, orgánicos, de comida yurvédica, etc... Los sucedáneos se han adueñado del mercado de la alimentación.

Siendo así, los valores estéticos que exalta la publicidad (Guyot, 1994), radican precisamente en el extraordinario parecido con el producto natural al que reemplazan, no hay privación del consumo, simplemente se reemplazan por su equivalente. La sacarina sustituye al azúcar, los cafés descafeinados al café, la leche descremada a la leche entera, el agua natural por el agua mineral embotellada que contiene poderes adelgazantes. La publicidad implanta un nuevo campo semántico, que en el nuevo lenguaje alude a la naturaleza, la vida y la salud: *Nutrasweet*, biodegradable, contaminantes, renovables, ecosistema, naturista, revitalizador, fibra, dietético, calorías, etc. En los comerciales el mensaje lingüístico es el medio para proclamar el nuevo credo. Alude a los ideales básicos: De un lado a la búsqueda de la salud, el cuidado de la forma, y de otro, al cuidado de la naturaleza.

Sin embargo, en esta búsqueda de ideales estéticos y saludables, la satisfacción de necesidades crecientes para grupos sociales cada vez más extensos, ha llevado ineludiblemente a que el hombre realice una verdadera depredación de la naturaleza, sobreexplotando sus recursos e interrumpiendo cadenas y ciclos vitales sin miramiento alguno. Pero en última instancia, la humanidad queda sometida a las leyes fundamentales de la materia, que se harán dolorosamente manifiestas cuando el agotamiento de recursos y desarreglos masivos de los sistemas ecológicos, pongan a los seres humanos frente a la escasez irreparable y la erosión irremediable, es decir, cuando el ser humano perciba su obra completa de aliado de la muerte y del desierto (Bauman, 2002). Por otro lado, y desde la paradoja, hay un interés de retorno a la naturaleza, al equilibrio perdido, la industria trata de recuperarla, de imitarla: Carros ecológicos, gasolina verde, Kumis Tim, productos orgánicos cultivados en granjas, *slogans* publicitarios tales como: Cultivar la naturaleza es cultivar la vida, siembra por la vida, hojas verdes, los peligros de las talas de árboles etc. En este sentido, surgen entonces toda una serie de interrogantes que serán los que tenemos que solucionar de manera inmediata en los próximos años: ¿Cuál es la relación de esta realidad con nuestros cuerpos? ¿Cómo se debe cuidar el cuerpo? ¿A quién debemos prestarle atención? ¿Cómo apropiarnos racionalmente de una cultura sana para el cuerpo? ¿A quién creerle? ¿Con qué criterios cuido mi cuerpo?

Un ideal al que hoy se le huye

A través de la historia, los ideales de belleza han estado ligados a símbolos de poder, de riqueza y de identidades sociales. El cuerpo delgado y esbelto, es un ideal de belleza reciente; hasta las primeras décadas de este siglo, el ideal de perfección del cuerpo estaba ligado con la corpulencia, la cual denotaba no solo un estatus de privilegio económico, sino que en el caso de una familia cualquiera, indicaba que la identidad masculina que estaba determinada por la capacidad de proveer satisfacción económica de las necesidades básicas a todos los miembros de su familia, se estaba llevando a cabo satisfactoriamente por parte del padre (Lerner, 1990), una mujer delgada en aquel tiempo, denotaba una mala provisión económica, específicamente de alimentos por parte del hombre, lo cual ocasionaba un escarnio público para este padre de familia, al que se le tildaba de no estar asumiendo de manera correcta sus obligaciones económicas. En otro sentido, la delgadez también constituía un despropósito por contraste con la pobreza y la apariencia miserable de los obreros y desempleados que padecían hambre y dificultades económicas, puesto que la obesidad expresaba la buena vida o las condiciones óptimas de salud.

El ideal contemporáneo

En la sociedad actual, el cuerpo atlético y delgado, la forma esbelta, es un signo de juventud de salud y dinamismo, además de ser un medio de emancipación y de búsqueda de mayor libertad, es el territorio donde se realiza una nueva sacralización. La obsesión por perder peso, es una nueva mística tal y como no lo describe (Baudrillard, 1974), es la expresión de un nuevo deseo de inmortalidad, la necesidad de lograr un estado de juventud, de perfección corporal, la lógica del sistema capitalista exige una doble vía, por un lado, el sujeto debe ser capaz de reprimir y diferir la gratificación inmediata de sus deseos y cultivar una ética del trabajo: El ahorro y la moderación, por el otro como consumidor debe dejarse llevar por el deseo y ceder ante los impulsos, buscar la satisfacción constante e inmediata, ceder permanentemente ante la tentación. De forma diferente y de acuerdo con el lugar, la sociedad está pasando de una cultura de conocimiento corporal, de

consciencia corpórea, de cuidado de su cuerpo, de la salud del cuerpo, al culto al cuerpo, a su fetichización, a una esclavitud inherente a su cuidado, que implica idolatría del mismo, en donde se revierte el sentido y fundamento mismo del cuerpo, cosificándolo socialmente; ya el cuerpo no se constituye en el vehículo que permite ser en el mundo, sino que es a través del cuerpo como adquiero lo que deseo materialmente, el fin justifica los medios.

De lo anterior tenemos como resultado, toda una serie de problemáticas contemporáneas que las diferentes disciplinas intentan resolver, entre ellas: La obesidad y la anorexia, estados corporales que se sitúan en ambos extremos, la obesidad que es el signo del consumo y la anorexia que representa al sujeto controlado (Foucault, 1996), que somete el deseo, se inhibe, se reprime y sigue al pie de la letra un mundo de prohibiciones que le impiden alimentarse de una manera correcta y muchas más que van apareciendo como epidemias o nuevos virus sociales.

Las nuevas epidemias

En pleno siglo XXI nuevas epidemias se van extendiendo entre las sociedades industrializadas, y afectan sobre todo a los adolescentes. Esta legión de personas que se va incrementando peligrosamente comienza a alarmar a especialistas en medicina, sociología, psicología, psiquiatría, etc. Han empezado a aparecer trastornos dismórficos, obsesivo compulsivos, problemas emocionales y de conducta, se trata de una obsesión moderna por la perfección del cuerpo, es la nueva epidemia del culto al cuerpo (Serrano, 1999).

Esta plaga de la búsqueda de la perfección tiene distintas formas de manifestarse y algunas de ellas difieren notablemente entre sí. Hay trastornos de tipo alimentario como la anorexia y la bulimia nerviosas, que vienen de la mano de la denominada cultura de la delgadez. Otra como la vigorexia, que no es otra cosa que la obsesión en torno al culto del músculo, la cual ha ocasionado la aparición proliferante de gimnasios en cada una de las esquinas de la ciudad (Cartoccio, 2004), una más es la dismorfia corporal que conlleva una obsesión reiterada por alguna parte del cuerpo, aunque no exista ningún defecto, el espejo siempre dirá lo contrario, la ortorexia que consiste en consumir solo alimentos orgánicos, sin químicos, sin preservativos, cultivados en granjas especializadas.

Todos estos trastornos comparten varios síntomas en común, desear una imagen corporal perfecta según los cánones sociales y distorsionar la realidad frente al espejo (Tuberet, 1992). Esto ocurre porque en las últimas décadas, ser físicamente perfecto se ha convertido en uno de los objetivos principales de las sociedades desarrolladas. Es una meta impuesta por nuevos modelos de vida en los que el aspecto parece ser el único sinónimo válido de éxito, felicidad y por supuesto longevidad y salud.

Así, en una reciente encuesta realizada en EE.UU a 30.000 personas y publicada en el *Psychology Today*, se destaca que un 93% de las mujeres y un 82% de los varones interrogados están preocupados por su apariencia y trabajan para mejorarla. Se sienten en la obligación de ser cuerpos “*Danone*”, sacrificando su salud y llegando hasta las últimas consecuencias en conductas inadecuadas.

Los concursos de belleza femeninos como moldeadores del cuerpo

Antiguamente los concursos de belleza estaban relacionados con las festividades populares y rurales para celebrar el inicio de las cosechas, la feria del pueblo, el inicio del carnaval entre otras, Pero la posterior urbanización de las ciudades motivó un cambio en los certámenes, convirtiéndolos en eventos primero de representación de las clases acomodadas, posteriormente en la irrupción de las nacientes clases medias, ritos de representación de la región y de la nación y en la posterior espectacularización del evento con la irrupción de la televisión y el reino de la imagen del cuerpo y la mercadotecnia (Salamanca, 2006).

En un inicio se consideraba un peso ideal en dichos reinados, de 60 kilos para 1.60 metros de estatura, para cambiar posteriormente a 55 kilos para la misma altura. De hecho, una diosa de la pantalla de plata como Marilyn Monroe, sería hoy severamente criticada pues sus medidas corresponderían hoy a lo que se entiende por “estar llenita” o “pasadita de peso”. Hoy, una modelo de pasarela internacional mide fácilmente 1.80 metros y pesa alrededor de 54 kg.

El primer concurso de Miss Mundo, rival de Miss Universo (Salamanca, 2006), exhibió a las concursantes en bikini, debido a la reciente

introducción de esa prenda en su momento, por supuesto que las medidas cambiaron al año siguiente, porque este nuevo traje de baño generó inconformidades en el público. El fenómeno se volvería más certero, con el ascenso de la “objetividad” y “neutralidad” que brindan los pesos y medidas, desarrollándose así la famosa dictadura de las medidas, que surge poco a poco desde los años 20, pero se consolidan definitivamente hasta los años 50 y 60.

La “objetividad” de las medidas perfectas adquirió importancia suprema, pues implica dos cosas como mínimo. Por una parte, cambia la relación entre estar gorda o “bien”, estar en línea o pasadita de peso por la otra, significa que de ahora en adelante la belleza es algo que se puede pesar y mensurar (Vigarelo, 2004).

Los primeros concursos de belleza modernos nacionales tuvieron sus orígenes en los años 20, pero no será sino hasta después de la II Guerra Mundial en que se institucionalizan plenamente. Miss Universo se establece en 1950 y Miss Mundo en 1951. El anglicismo “*miss*” confirma la expansión de la cultura americana vehiculada a través de la imagen (por películas, revistas y portadas de discos). *Miss* es la expresión abreviada de *Mistress*, y en español se suele agregar el indicativo del plural “es” para hablar de *Misses* (Finol, 1999). En ciertos países como México aún se emplea el término “señorita”, que en su acepción cotidiana, implica cierta moralidad y buenas costumbres pues también se emplea como sinónimo de virgen, no casada, de buena familia. Si bien los concursos de belleza han perdido parte de su encanto, siguen siendo, no obstante, un ritual muy difundido. Aquí el cuerpo se convierte en un espectáculo y se alienta entre las concursantes el ejercicio físico, la dieta y la vigilancia permanente sobre el propio cuerpo. Simbólicamente estos concursos encarnan una imitación de las viejas monarquías europeas a través del uso de coronas, capas, báculos y títulos; Reina, Princesas, Damas de Compañía, Corte de Honor (Finol, 1999).

El cuerpo como espectáculo

Un motivo recurrente por el que las chicas participan en estos concursos es que lo ven como una entrada al mundo del modelaje y la televisión, acompañado de un tren de vida rutilante: Viajes, cenas, vestidos de noche,

maquillajes, joyería, relaciones importantes, contratos publicitarios y premios. Cada una de las chicas que ha logrado la admisión como candidata, cumpliendo los respectivos requisitos que cada organizador marca, es enseñada a caminar, sentarse, sonreír, conservar la línea mediante dietas, modales de etiqueta y maquillaje, como lo relata (Maus, 1979), seguir una rutina de ejercicios varias horas al día, y deben firmar contratos con la organización estipulando sus deberes y esta se encargará de llevarlas a los distintos concursos internacionales. Hasta hace muy pocos años, las bases de los distintos concursos de belleza estipulaban que las candidatas deberían tener una belleza “natural”, hoy ese criterio ha cambiado y ya se permiten las cirugías plásticas pero solo para corregir pequeños “defectos”, para alcanzar la “perfección”, nunca para realizar un cambio radical. Aunque incluso en ese aspecto, las cosas tienden a cambiar dramáticamente según las últimas noticias.

Osmel Sosa, organizador del concurso Miss Venezuela, declaró a un periodista en 1983: “Te podrás imaginar el cuadro: Veinte narcisistas, una sola gana y el resto pierde. Las perdedoras se ofenden y empiezan a criticar para quedar bien ellas” (citado en Finol, 1999). En el concurso de Miss Universo 2008 fue noticia internacional que la candidata de tal país afirmó que su vestido de noche fue impregnado con pimienta antes del desfile respectivo (Hoyas, 2008). A propósito, no podemos dejar de citar la comedia norteamericana “Muérete bonita” (Drop Dead Gorgeous, 1999), que muestra los golpes bajos que se dan entre sí las concursantes de un certamen regional.

El ritual de los concursos de belleza, según (Finol, 1999), sigue varias etapas: Entre ellas el de dotarlos de cierta dignidad y respetabilidad cultural, alejándolo de la mera representación carnal. Cada aspirante debe ser entrevistada para resaltar su dominio de idiomas, estudios realizados, autores favoritos, pasatiempos y sus deseos para mejorar el mundo. Aparentemente las concursantes son todo sonrisas y camaradería, las imágenes nos las muestran en distintos eventos divirtiéndose y apoyándose, alegres y despreocupadas. Pero, tras la máscara del consenso y el compañerismo se encierra una fiera competencia, envidias y golpes bajos. Las perdedoras deben simular con su sonrisa que están conformes, aplauden a la ganadora y la felicitan en medio de abrazos y besos. Por su parte, los jurados suelen ser representantes de los distintos sectores sociales interesados en el concurso:

Empresarios, patrocinadores, políticos, publicistas, directivos de medios, *ex-misses*, actores, actrices. Los animadores anfitriones median entre las candidatas, los jurados y el público.

Ellos orientan y dirigen todo el proceso, presentan a las candidatas, las interrogan, marcan los cortes publicitarios, generalmente se trata de un hombre y de una mujer y suelen vestir de etiqueta y traje de noche. A veces se cuenta con comentaristas de televisión para enfatizar distintos aspectos de la velada y hacer pronósticos sobre las favoritas. El público presente es entusiasta, muchos de ellos son familiares o co-terruños de alguna de las concursantes y organizan porras para animarlas, de forma análoga se podría decir que el reinado de belleza es para una mujer, lo que un triunfo electoral para un hombre, pero tanto el primero como el segundo, mediados por lo que representa económicamente y socialmente para los medios de comunicación.

Las técnicas corporales

El antropólogo francés Marcel Mauss denominó como “técnicas del cuerpo” los recursos a través de los cuales nuestro cuerpo aprende, encarna y hace cuerpo, nuevas habilidades y aprendizajes de forma que parezcan “naturales” y no aprendidas, algo “innato” antes que algo que requirió de inversión de tiempo, esfuerzo y dinero. Así aprendemos nuevos pasos de baile, a andar en bicicleta, a nadar o montar a caballo. Al principio el cuerpo es torpe y a medida que aprendemos y practicamos introyectamos el saber y lo hacemos propio (Mauss, 1979). Esta idea es importante, pues en los concursos de belleza las participantes aprenden múltiples técnicas del cuerpo para dominarlo mejor y hacerlo parecer como natural. Hay dos tipos de técnicas del cuerpo que otorgan distinción: La educación y la imitación prestigiosa (Mauss, 1979). Una de estas técnicas la vemos en acción en los desfiles, se aprende y se imita la forma de caminar de los modelos de pasarela: Desplazamiento lento, ondulación de las caderas, torsión de los hombros y de la cabeza, adelantamiento de una pierna sobre otra, etc. No en vano, algunas madres hacen que sus hijas incursionen en el aprendizaje de pasarela a muy temprana edad, como un ritual de preparación para el espectáculo de su vida, son partícipes de la tragedia.

La presentación del cuerpo y los recursos para perfeccionarlos (cuidados, rutinas, disciplinas, ejercicios y artificios) lo presentan como algo natural, vía lo artificial, lo que legitima el consumismo desde los productos y los procesos (perfumes, ropa, alimentos dietéticos, maquillajes, hidratantes, jabones, afeites, etc.).

El desfile en traje de baño sirve para medir el cuerpo (tasar, ponderar, pesar y mensurar la medida de la perfección, lo que incluye la edad, es decir, antes de ser “viejas” o “viejos” de más de 22 o 24 años). El cuerpo es visto en movimiento y de él se juzgan sus magnificencias, ondulaciones, gracia y movimientos, así como la forma de las extremidades, cintura y cadera. La estatura y el peso son otros criterios contemporáneos para sopesar la belleza, pues a unos y otros se les exigen mínimos de estatura y el peso debe ser rigurosamente controlado. Mientras que las medidas “objetivas” permiten controlar, divulgar y reforzar patrones supranacionales de belleza que, si se tienen, abren las puertas al competitivo y efímero mercado internacional de la belleza; además de abrirles el mundo laboral de la presentación y del modelaje sin un previo estudio.

En efecto, los concursos de pasarela corporal son fenómenos complejos; mapa de las representaciones sociales, imagen de la nación, de momentos históricos de construcción de la identidad femenina nacional, ilustran disputas, conflictos y tensiones, las cambiantes reglas e imaginarios sobre lo que debe ser bello y cómo medirlo, las técnicas necesarias para conservarlo, la invasión del marketing corporal, imagen del éxito y de la movilidad social, explotación del nacionalismo, disputa de los preceptos religiosos y morales, reflejo de la modernidad alcanzada por una nación, la visibilidad o invisibilidad social, rectitud moral, laxitud individual, etc.

El concepto de belleza en el mundo contemporáneo

De lo anterior se desprende uno de los mayores problemas, que la imagen de la mujer ha quedado ligada a la belleza física, lo cual ha generado numerosas críticas por sus numerosas implicaciones, entre ellas la eugénesis social. La eugénesis busca el “mejoramiento” de la raza al buscar ciertas características deseables y la eliminación de otras mediante los genes (la genética). En efecto, los concursos de belleza, la publicidad y los medios

de comunicación proyectan modelos físicos específicos como ejemplo para los demás, generando así una eugénesis ya no genética sino social. Se ha destacado la influencia que durante el siglo pasado ejerció, en los países latinoamericanos, la biotipología italiana, cuyo creador, Nicola Pende, apeló a los estudios antropométricos del artista del Renacimiento Alberto Dureró como fuente para su aspiración de “modelar al hombre perfecto” (Vallejo, 2007, p. 31).

Ante estas similitudes, con todo, no resultan menos significativos los contrastes entre ambos complejos de poder/saber. Si los proyectos eugenésicos de ciertos regímenes populistas de la primera mitad del siglo XX respondían a la razón biopolítica de la intención estatal modernizadora, la actual tendencia a modificar la morfología del cuerpo propio funcionaría, según la lógica del consumo individualista de las “tecnologías del yo” (Foucault, 1990) comercializadas en el mercado de masas. Por otra parte, los concursos de belleza y pasarela física rompen con el paradigma de cuerpo-mente, privilegiando el cuerpo. Ambos constituyen la puesta en escena del espectáculo del cuerpo, pura exhibición objeto del escrutinio de la mirada humana y de la cámara. Esta última tiene la posibilidad de observar el cuerpo desde distintos ángulos, en todos sus movimientos y atuendos que lo cubren y lo des-cubren. El cuerpo femenino aparece como descerebrado, pues poco importa la palabra de las concursantes, mientras menos hablen mejor, son cuerpos mudos hechos solamente para ser contemplados, sin discurso ni reivindicaciones, son cuerpos conformes, cuerpos domesticados, satisfechos de sí mismos, instrumentalizados.

El espectáculo del cuerpo femenino es aquí, objeto de admiración y vanagloria, expresión máxima de la tecnología corporal contemporánea, de la presencia y de la belleza. El cuerpo femenino aquí, es vehículo y expresión de la tecnología de la belleza, del lenguaje de las apariencias, del look, del modelaje, de las técnicas de caminar, sonreír, gesticular, pararse y moverse para resaltar ciertas partes. Cuerpos fabricados, amaestrados y expuestos. No hay personalidad, solo apariencia que entra por los ojos, cuerpos idealizados objeto del deseo y contemplación social (Mauss, 1979).

Cirugías plásticas

Los anteriores planteamientos han sido alimentados social y económicamente por el mundo de las cirugías plásticas, las modificaciones corporales y la proliferación de centros de estética y embellecimiento corporal, que anteriormente constituían una costumbre ancestral, pero de diferente índole, presente en sociedades premodernas y comunidades primitivas y aun en las llamadas modernas, como es el caso de las modificaciones de los pies en las japonesas, con la intención de que no crezcan, lo cual es sinónimo de belleza, ligado a sus valores estéticos culturales, en estos casos, sin embargo, eran prácticas enmarcadas en contextos ritualizados y sancionadas por la tradición. En tanto que en nuestros días se trata más bien de acciones reguladas por las volátiles prescripciones de la moda y los valores estéticos imperantes de la sociedad. Asimismo, si bien los regímenes corporales de la Edad Media presentaban un nivel de preocupación por la carne, análogo al de los actuales regímenes dietéticos, en aquel caso obedecían a la autoridad religiosa y apuntaban a restringir el deseo, mientras que en este reciben su legitimidad del saber médico y buscan promover y conservar el deseo sensual (Turner, 1991). Otros antecedentes históricos de este afán por (y creencia en la superioridad de) la construcción artificial de la subjetividad, pueden ubicarse en la figura del hombre renacentista arquetípicamente encarnado por Pico Della Mirandola, o del *dandy* del siglo XIX (cuya manifestación más representativa es la celebración de la belleza artificial, en detrimento de la natural por Baudelaire).

La cirugía plástica estética designa (tal como la define la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica -ISAPS) a “los procedimientos quirúrgicos que representan una combinación de arte y ciencia”. Datos de la Sociedad Norteamericana de Cirugía Plástica (ASAPS) dan cuenta de un aumento del 203% en el número de intervenciones de este tipo realizadas en Estados Unidos entre 1997 y 2003. Acertadamente se ha asociado este auge y consecuente “normalización” de las cirugías plásticas, la mayoría de ellas estéticas, con la desregulación y comercialización de la medicina en ese país (Brooks, 2004).

La cirugía plástica es una especialidad quirúrgica con dos facetas: una procura restablecer la funcionalidad y normal apariencia de partes corporales afectadas por patologías o traumatismos –cirugía plástica

reconstructiva—, la otra busca exclusivamente el embellecimiento: La cirugía plástica estética (fuente ISAPS: www.isaps.org).

Según datos registrados por un informe especial de la revista *The Economist*, la industria global de la belleza corporal activa flujos de 160 mil millones de dólares al año (estos datos corresponden a 2003, pero las previsiones a futuro eran de crecimiento). Dentro de esta industria, una de las áreas más dinámicas es la que se ha conformado a partir del encuentro de productos cosméticos y medicamentos sin prescripción; convergencia para cuya designación se acuñó el neologismo de “*cosmeaceuticals*”. En cuanto territorio aledaño a esta línea de innovaciones, son consignadas las cifras estimativas del mercado mundial de las “cirugías cosméticas” (las *cirugías plásticas estéticas*) y actividades relacionadas con lo que ha llegado a denominarse “bienestar total” (tratamientos integrales de belleza, ejercicio y dieta, asistencia a *spas*, clubes y centros especializados): Que mueven alrededor de 20 mil millones de dólares por año. De esta cifra, aproximadamente 11 mil millones corresponderían al consumo de cirugías plásticas estéticas solo en Estados Unidos, país ubicado en el primer puesto del ranking mundial de realización de esta clase de procedimientos, confeccionado por la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica (ISAPS).

La remodelación del cuerpo desde la cirugía estética

Estudiar el mercado de las cirugías estéticas en tanto campo exigiría reconstruir el sistema de relaciones objetivas que se trama dinámicamente entre agentes productores (los cirujanos) y agentes consumidores (quienes deciden contratar los servicios de estos últimos) (Bolívar, 2007). En esta articulación de una trama de relaciones entre productores y consumidores, aparece como fundamental el papel de los medios de comunicación de masas. También será imprescindible, en consecuencia, analizar la representación social del “cuerpo legítimo” y del “cuerpo operado”, tecnológicamente modificado como firme candidato a dicha legitimidad. Se concibe esta representación como una estructura simbólica determinada, en parte, por la interrelación dinámica de los efectos del campo de las cirugías estéticas, escenario de prácticas “expertas” que, en la medida en que se conforma como una región especializada del campo médico, se beneficia de la autoridad

epistémica de este y la penetración colonizadora de los medios electrónicos de comunicación en el mundo de la vida. En este punto ejerce particular atracción la función inicial del cuerpo del agente social, en tanto signo del espectro más o menos estereotipado de los estilos de vida exitosos. Esto importa al abordar la representación del cuerpo en la cultura de consumo (Alonso, 2005), o más específicamente, la oferta mediática de técnicas de transformación corporal como un vehículo, literalmente encarnizado, de “violencia simbólica”.

Por supuesto, el fenómeno en cuestión también permite y diríamos, *exige* ser enmarcado por determinados procesos económicos y culturales centrales en la sociedad contemporánea. Los autores catalanes (Duch & Mèlich, 2005), en este sentido, evalúan que la configuración posmoderna del cuerpo admite ser interpretada como un síntoma de los cambios radicales de orientación social que estarían aconteciendo en Occidente desde hace 30 o 40 años. No sorprende que en semejante contexto socio-histórico, la cuestión del cuerpo, tanto individual como colectivo, tienda a deslizarse hacia el centro de problemas dominantes en el plano personal e institucional. Lo que advertimos es que esta vivencia habitual de una subjetividad corporizada, propiciada por la actitud natural del mundo de la vida, está expuesta a tensiones estructurales crecientes.

En una sociedad contemporánea cuyo rasgo distintivo muchos identifican con la expansión del “riesgo”, indeterminable en cuanto a sus responsables, no limitable en el tiempo ni el espacio, incalculable respecto a sus efectos, el cuerpo propio, como dice (Le Breton, 1992) adquiere por cierto el estatuto metafórico de “tabla de salvación”, pero en este mismo sentido, su exposición y vulnerabilidad se acrecientan, promoviendo así su deslizamiento hacia una posición problemática y de extrañamiento. Cuando la experiencia del “riesgo”, en un contexto sociocultural obsesionado por los valores de la salud y la belleza, magnifica la dimensión de dominio del dispositivo médico, la consecuencia subjetiva es el padecimiento de quien se siente alienado de su organismo y deja de experimentarlo como cuerpo propio; dissociado de su subjetividad hasta vivenciarlo como un mecanismo extraño (Beritain, 1996), el cuerpo aparece como una máquina deteriorada, ajena, inhabitable.

Los intereses específicos de los pacientes, por su parte, se orientan a los efectos del auge y normalización de un tipo de intervenciones quirúrgicas

cuyo único fin es el embellecimiento. Este proceso está directamente relacionado con la mediatización y medicalización de nuestras sociedades. Así pues, los valores estéticos en lo femenino, acentúan prácticas discriminatorias y sistemas de exclusión social (Bourdieu, 1998) que algunas veces se pueden reproducir de forma sutil, pero que en otras evidencia marginaciones históricas de etnia, raza y género.

El incremento desbordado de las prácticas de remodelaciones estéticas femeninas, por razones de belleza, reinados, obesidad, gordura, vejez, maternidad, etc. ha colonizado no solo las pantallas, sino las mentes de quienes creen poder acceder a un mundo de probabilidades, de éxito, condicionando la subjetividad, al buscar en estas la conformidad con los patrones impuestos por la sociedad, por lo tanto son el resultado de una intervención ideológica anterior del nuevo sentido de la corporalidad.

Los rituales de pasarela, los reinados de belleza, las cirugías plásticas estéticas, la alimentación *light*, etc. nos informan sobre los nuevos valores que la sociedad espera y desea, al alcance de quien se discipline y consuma los productos que le darán la forma deseada; sujetos de admiración y envidia. El cuerpo, en el mundo contemporáneo, es una arcilla, moldeable a voluntad, donde cada quien (de acuerdo con sus condiciones económicas) puede aspirar a auto-moldearse el cuerpo que desee, a condición de imponerse la disciplina necesaria para lograrlo.

Conclusiones

Los espejos no son solamente esas superficies lisas y pulidas en las que se reflejan los objetos. Son también aquellas escenas, situaciones, sueños, instantáneas, que nos permiten experimentar y confirmar aquello de lo cual no nos damos cuenta ordinariamente o que olvidamos o silenciamos. Ahora bien, utilizando una diversidad de esos espejos, podemos traer a estas líneas algunas de las imágenes que nos pueblan a nosotros cuando evocamos el cuerpo. Son casi siempre imágenes de insatisfacción, de frustración, por no poseer el ideal de cuerpo construido y diseñado al antojo social, cultural y económico. Es aquí cuando nuestro imaginario entra en acción, soñando en obtener aquello que no poseemos, para algún día llegar a obtener aquello que nos posee, el ideal del cuerpo femenino perfecto. Lo gordo, lo feo, lo

viejo, lo desproporcionado, se recuerda y se confirma allí en el espejo; y son interpretadas como anormalidades desde el imaginario social colectivo, por ello, la cirugía estética se plantea como esa posibilidad de devolverles el reconocimiento social, como la entrada segura al reinado de belleza, al mundo deseado. Desde una intervención quirúrgica, podemos permear los ámbitos sociales del prestigio y de la fama, sin olvidar no decaer en los procesos posoperatorios, que nos indican una permanencia continua en los masajes, las cremas, los ejercicios, el gimnasio, la dieta, la alimentación *light*, la revisión de calorías, etc.

El cuerpo como sujeto, al hallarse sometido al registro estético, hace de su narrativa el autocontrol por encontrarse vigilado y puesto a régimen por sí mismo y su deseo, encontrando en la intervención quirúrgica la oportunidad de poder seguir las exigencias de su propia regulación. La cultura del cuerpo se transforma en un culto al cuerpo desmesurado, posesivo, adictivo.

Por otra parte, las narraciones socioculturales del cuerpo, focalizan, fragmentan, segmentan el cuerpo femenino, al centrar la atención en ciertas partes que cobran relevancia en el rol de la mujer en la sociedad, es así como el cuerpo femenino es narrado a través de sus fragmentos en una hiperfeminización que resalta sus atributos sexuales, produciéndose a sí mismo como reflejo de la mirada y aprobación masculina que lo realiza y encuadra y que sustituye su feminidad, por lo que el hombre y su deseo considera femenino, transmutado en la cultura y el consumo, en donde los medios de comunicación juegan uno de los papeles más influyentes como transmisores de dichas narrativas sociales del cuerpo.

Son muchas y variadas las interpretaciones que del cuerpo ha realizado la historia, dentro de ellas la mirada contemporánea amerita un detenimiento especial por su incidencia y repercusión en el ámbito sociocultural. Existe una innegable combinación de elementos visuales, físicos, sociales y sexuales que establecen relaciones sociales que califican la belleza. El cuerpo hoy es ante todo, un fenómeno social y cultural de gran envergadura, objeto digno de ser mostrado, exhibido, visto, comercializado, mejorado, moldeado e incrementado a voluntad. De esta manera el cuerpo se constituye en instrumento de mercantilización y contemplación, vehículo de representaciones colectivas de la nación y de la política, no exento de conflictos y negociaciones, pero sobre todo, lleno de misterios que aún hoy no hemos podido descifrar, y que requieren nuevas miradas de la comunidad

académica para explicarlos de acuerdo con ciertos niveles de coherencia y responsabilidad disciplinar.

Referencias

- Alonso, L.E. (2005). La era del consumo. Madrid: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1974). La sociedad del consumo. Barcelona: Plaza y Janés.
- Bauman, Z. (2002). La modernidad Líquida. En: Vida de consumo. Buenos Aires: F.C.E.
- Britain, J. (1996). El doble 'sentido' de las consecuencias perversas de la modernidad. En: Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, con tangencia y riesgo. Barcelona: Anthropos. pp. 7-29.
- Bourdieu, P. (1998). "La distinción". Criterios y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus.
- Brohm, J.M. (1972). La civilización del cuerpo. Sublimación y desublimación repressiva. En: Partisanas, deporte, cultura y represión. Barcelona.
- Brooks, A. (2004). Under the Knife and Proud of It: An Analysis of the Normalization of Cosmetic Surgery. *Critical Sociology*. 30(2).
- Bolívar, I. J. (2007). *Reinados de belleza y nacionalización de las sociedades latinoamericanas*. *Iconos*, 28, Quito, pp. 71-80.
- Cartoccio, E. (2004). Efectos culturales de la proliferación de los gimnasios en la década de 1990. *EF Deportes*, (10)78. Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd78/gimnas.htm>
- Cagigal, J.M. (1996). Perspectivas actuales de la animación sociocultural. Comité Olímpico Español. Asociación Española de Deporte para Todos. Cádiz.
- Duch, L. y Melich, J.C. (2005). Escenarios de la corporeidad. Barcelona: Trotta.
- Feixa, C. (1994). De las bandas a las culturas juveniles. Estudios sobre las culturas contemporáneas. 5(5), p. 160.
- Finol, J.E. (1999). Semiótica del cuerpo: El mito de la belleza contemporánea. *Opción*, 15(28), pp. 101-124.
- Foucault, M. (1996). Vigilar y Castigar. México: Siglo XXI.
- Lerner, G. (1990). El origen del patriarcado. Traducción: Mónica Tussell, Crítica S.A. Editorial Colección: Crítica Historia y Teoría.

- Guyot, J. (1994). El paradigma publicitario parangón de la modernidad. *Comunicación y sociedad*. 25.
- Hoyas, M. (2008). Miss España 2008. *Crítica 3: Revista de Cultura Popular*. 1.
- Heller, A. (1998). Los movimientos culturales como vehículos de cambio. *Nueva Sociedad*. 96, p.p. 43-44.
- Le Breton, D. (1992). Sociología del cuerpo. Presses Universitaires de France, París.
- Lipovetsky, G. (1986). La era del vacío. Barcelona: Anagrama, p. 117.
- Maffesoli, M. (1980). *Politeía*. p. 10.
- Lagarde, M. (1999). Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia. *Cuadernos Inacabados*. 25, p. 244.
- Mauss, M. (1979). Técnicas y movimientos corporales. *Sociología y antropología*. Madrid: Tecnos, p.p. 335-356.
- Salamanca, J. (2006). Un siglo de soberanas de belleza colombiana. *Credencial Historia*, 196, Abril 2006. Recuperado de: <http://www.lablaa.org/blaavirtual/revistas/credencial/abril2006/belleza.htm>
- Serrano, J. (1999). Cuerpos contruidos para el espectáculo: Transformistas, strip-pers, y Drag Queens. En: *Cuerpo, diferencias y desigualdades*, p.p. 185-198. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Tuberet, S. (1992). Desórdenes del cuerpo. *Revista de Occidente*. 134-135, p.p. 150-153.
- Turner, B. (1989). El cuerpo y la sociedad. Exploraciones en teoría social. México: Fondo de Cultura Económica.
- Verdú, V. (2012). La hoguera del capital: Abismo y utopía a la vuelta de la esquina. ISBN 9788499980980. Editorial: Temas de Hoy, Madrid.
- Vigarelo, G. (2004). Corregir el cuerpo Historia de un poder pedagógico. Buenos Aires: Nueva Visión.