

Universidad del Zulia

Estética del Cuerpo: Esbozo de un Análisis Semio-Antropológico

Categoría: [Artículos en español](#)

Publicado el Lunes, 17 Septiembre 2012 19:29

Visto: 1159



Estética del Cuerpo:
Esbozo de un Análisis Semio-Antropológico
 Conferencia inaugural en el 8va Jornada de Odontología
 "Arte y Ciencia: Buscando la belleza"
 Universidad del Zulia, Facultad de Odontología.
 Maracaibo, 1 al 3 de Noviembre, 2001.

"Beauty brings copies
 of itself into being"
 E. Scarry

José Enrique Finol
 Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas (LISA)
 Universidad del Zulia Facultad de Ciencias Maracaibo Venezuela Apartado 526
joseenriquefinol@cantv.net
www.joseenriquefinol.com
 Telf. (58 - 261) 7428891

1. Introducción

La Estética es una disciplina humanística, hasta hace poco considerada una rama de la Filosofía, que estudia la belleza... y la fealdad o, en una definición más moderna, la experiencia estética y los valores estéticos. Fue creada por Alexander Baumgarten, filósofo que en 1735 publicó su libro fundador *Reflections on Poetry*. La Estética no sólo se ocupa, como a menudo se piensa, del arte, -de la música o de la pintura, del teatro o de la literatura, de la danza o de la fotografía, del cine o de la arquitectura-. La estética se ocupa también de los objetos del mundo natural y social, puesto que la experiencia estética se realiza en la vida cotidiana de manera continua, permanente, constante. A mi entender, el sentimiento estético responde a una necesidad natural, psico-biológica del individuo que conduce a una búsqueda social y cultural constante. Cómo, si no, entender el enorme esfuerzo físico, intelectual y económico que el hombre, sin cesar, a través de la historia realiza para tener objetos que no sólo sean útiles, sino también bellos; objetos que no sólo respondan a necesidades pragmáticas de satisfacción de necesidades, sino también al placer de la contemplación y el goce estéticos. Incluso el hombre primitivo, en medio de sus terribles limitaciones, no sólo se conforma con fabricar un cuchillo afilado, de tamaño adecuado para su propósito, matar un animal por ejemplo, sino que además se esmera laboriosamente en adornarlo, colorearlo, tallarlo, con el único propósito de hacerlo bello, en este caso agradable a la vista y al tacto de su usuario. Más aún, no le bastan los sonidos de la naturaleza sino que inventa la música para recrear sus oídos.

El nacimiento de la Estética es producto de una reacción al pensamiento lógico y científico, a la elaboración intelectual abstracta, que los filósofos racionalistas Leibniz y Descartes consideraban como la única forma legítima del conocimiento verdadero. En efecto, Baumgarten reivindica la trascendencia de lo que él llama cognición sensorial y perceptiva, formas de relación con la realidad, -sea ésta física o biológica, cultural o espiritual- que originan un conocimiento, una experiencia que, en la tradición hedonista griega, permite encontrar placer y satisfacción en las cosas. Esa concepción hedonista de la experiencia estética será desarrollada plenamente por George Santayana en su libro *The Sense of Beauty*, publicado en 1896. Otras concepciones y desarrollos de la Estética, como disciplina de conocimiento de la experiencia estética, se desarrollarán a lo largo de los siguientes siglos y no es mi propósito detenemos en ellas pues exigiría demasiado tiempo. No obstante, permítanme señalar que tradicionalmente la experiencia estética ha sido relacionada con la noción de placer, concepción según la cual

es bello todo aquello que es agradable y nos produce placer, sea éste un placer visual o táctil, gustativo, olfativo o auditivo. Kant lleva el análisis de esta problemática un paso más allá al afirmar que la belleza es un valor derivado de placeres que están muy por encima de lo meramente agradable.).

2. La estética del cuerpo

En las más antiguas sociedades humanas la búsqueda de la belleza ha sido siempre una constante, como se señaló anteriormente. Sin embargo, esa búsqueda de valores estéticos, aún en los más cotidianos haceres del trabajo humano, no se limitó a los objetos fabricados, a los utensilios y vestimentas, sino también a las viviendas. Los hallazgos de las cuevas de Lescaut, en Francia y de Altamira (en España), revelan que el hombre quería una morada no sólo para descansar, protegerse de la intemperie, alimentarse y procrear. Una parte considerable de sus energías estaba también dedicada a embellecer su entorno. Si bien muchas de las pinturas rupestres eran símbolos que representaban valores y creencias importantes en su microuniverso religioso y cultural, no es menos cierto que tales símbolos eran también expresiones de experiencias estéticas que, de algún modo, contribuían al bienestar individual y grupal.

Pero más allá aún de la vivienda y de los utensilios, el hombre y la mujer antiguos hacían un esfuerzo considerable por el embellecimiento del propio cuerpo, considerado hoy escenario fundamental de la belleza humana. A través de peinados, pinturas faciales y corporales, collares, aretes, pulseras y muchos otros, el cuerpo humano se convierte en sujeto y objeto de la necesidad estética. Este embellecimiento frecuentemente implicaba pasar por el dolor físico. Esta relación entre /dolor/ y /belleza/ es de larga tradición en diversas culturas humanas. La niña Yanomami que atraviesa finas varillas de madera en sus orejas, en su boca y en su tabique nasal, soporta el dolor estoicamente porque ello le permitirá lucir más bella ante su comunidad. Esa misma y otras prácticas estéticas que a muchos de nosotros nos parecen “salvajes”, son las mismas que nosotros aplicamos a nuestros bebés cuando a escasos días y a veces a horas del nacimiento perforamos los lóbulos de las orejas de las niñas para colocarles aretes. Hoy esa práctica se ha extendido a zonas del cuerpo que nunca habríamos imaginado hace diez o veinte años. El llamado piercing, por ejemplo, es una técnica de realización de agujeros en los labios, en la parte superior de las orejas, en el ombligo e incluso en la lengua para colocar aros. La extracción de los pelos del cuerpo, la llamada depilación parcial o total, tan común hoy en nuestra cultura, incluso entre muchos hombres, utiliza a menudo procedimientos extremadamente dolorosos, que además implican riesgos de enfermedad, si no se hace con la asepsia adecuada. La cirugía estética, que ha conocido un desarrollo vertiginoso en los últimos treinta años y que la ha llevado a superar límites inimaginables, implica procedimientos no sólo costosos sino también dolorosos e incómodos, que suponen una buena capacidad de sacrificio y limitaciones físicas importantes. Frente a esas prácticas hoy corrientes, las limitadas tecnologías de belleza corporal practicadas por los Yanomami son irrisorias y, no obstante, éstas nos escandalizan. Nuestra propia civilización contemporánea, de la que tanto nos enorgullecemos, marcada por la ciencia y la tecnología y por un esfuerzo considerable por evitar el dolor, continúa practicando ritos de belleza que repiten los componentes esenciales del rito sacrificial primitivo: dolor y abstinencia.

¿Por qué la práctica Yanomami nos parece “salvaje” o “brutal” y no somos capaces de observar nuestras propias prácticas como tales? Sin duda, se trata de lo que los antropólogos han llamado, con acierto, etnocentrismo, un proceso de autoconservación cultural que nos conduce a ver nuestra cultura y nuestras prácticas sociales, religiosas y políticas como las “buenas”, “adecuadas” y “normales”. El etnocentrismo nos conduce justamente a ver todo lo “otro”, las otras culturas y religiones y las prácticas derivadas de ellas como “raras”, “malas”, “anormales”. De allí se han derivado los asesinatos en masa que se producen al querer imponer al “otro” nuestra particular visión del mundo.

3. La tecnología de la belleza

Ahora bien, el mundo moderno, por razones menos filosóficas e intelectuales, ha hecho de la búsqueda natural de la belleza una búsqueda incontrolada, casi obsesiva. Miles de millones de dólares se invierten hoy en las más insólitas, variadas y sofisticadas técnicas de belleza, originadas todas en el deseo irreprimible de tener una imagen corporal que podamos aceptar, con la que podamos vivir y sentirnos satisfechos, y, por supuesto, en la búsqueda de aceptación social. Esos dos procesos adaptativos -aceptamos nosotros mismos y ser aceptados por los otros-,

nos llevan a esfuerzos a veces desmesurados, esfuerzos que no siempre ponemos en otros objetivos que incluso consideramos más “nobles” o más “pertinentes” o de mayor jerarquía ética, cultural, científica o, incluso, religiosa. Las múltiples técnicas destinadas a parecernos al modelo de belleza previamente establecido por los medios de difusión masiva, gracias a una publicidad que busca vender esas técnicas, obedecen a un patrón universal de lo que ser bella o bello significa.

Un inventario rápido de las técnicas contemporáneas más conocidas para alcanzar la belleza corporal incluye

- ejercicios físicos
- jogging
- piercing
- cirugía estética (liposucción, peelings, estiramientos de piel, agrandamiento o reducción de partes corporales)
- dietas
- perfumes, cremas y desodorantes
- vestimenta (ropas, calzados, correas, carteras, etc.)
- adornos (zarcillos, collares, pulseras, anillos, prendedores)
- masajes y baños
- tratamientos de la piel, del cabello, de las uñas
- técnicas del caminar y del modelaje
- depilación (piernas, cejas, sexo)
- tatuajes
- maquillaje
- odontología buco-facial

Todas esas técnicas, y muchas otras que se me escapan, conforman lo que he llamado en otra parte la tecnología de la belleza, toda una serie de conocimientos, métodos, instrumentos y habilidades de trabajo destinados a construir a una mujer o un hombre según un modo específico de ser bella o bello, y que tiene que ver con ese modelo transnacional de la belleza que gigantescas corporaciones mundiales han impuesto en buena parte del orbe terráqueo.

Pero el ejemplo más perfecto de la realización concreta de esas estrategias propias de la estética corporal son los concursos de belleza, que en Venezuela tienen una presencia avasallante. No hay feria de escuela o feria agraria, carnaval escolar, municipal o regional, no hay evento festivo y social que no exija una reina de belleza. Gracias a esa influencia dominante de la cultura que se escribe en inglés, ya hemos dejado de llamarlas “reinas” o “señoritas”, como en otros tiempos, para llamarlas Miss, no importa si cuando nos referimos a ellas en plural creamos un híbrido lingüístico y las llamamos misses, con lo cual un morfema de plural español, –es, se une a un sustantivo inglés que le es totalmente ajeno.

4. El modelo internacional de la belleza

Gracias a esa pasmosa tecnología de la belleza, el cuerpo humano se convierte en escenario de diversas operaciones artificiales que lo invaden y lo transforman. Así, la oposición entre la /naturaleza/ del cuerpo y la /artificialidad/ de esta tecnología desaparece para dar paso a una suerte de creación corporal que, como ya dije, busca llevarnos a aceptar nuestro propio cuerpo y a que éste sea aceptado por los miembros de nuestro entorno social. Pero esta doble aceptación pasa necesariamente por nuestra adecuación a ese modelo transnacional de la belleza que tiene características morfológicas fáciles de inventariar:

BELLO FEO
 /delgado/vs/gordo/
 /alto/ vs/bajo/
 /blanco/ vs/negro/
 /joven/ vs/viejo)

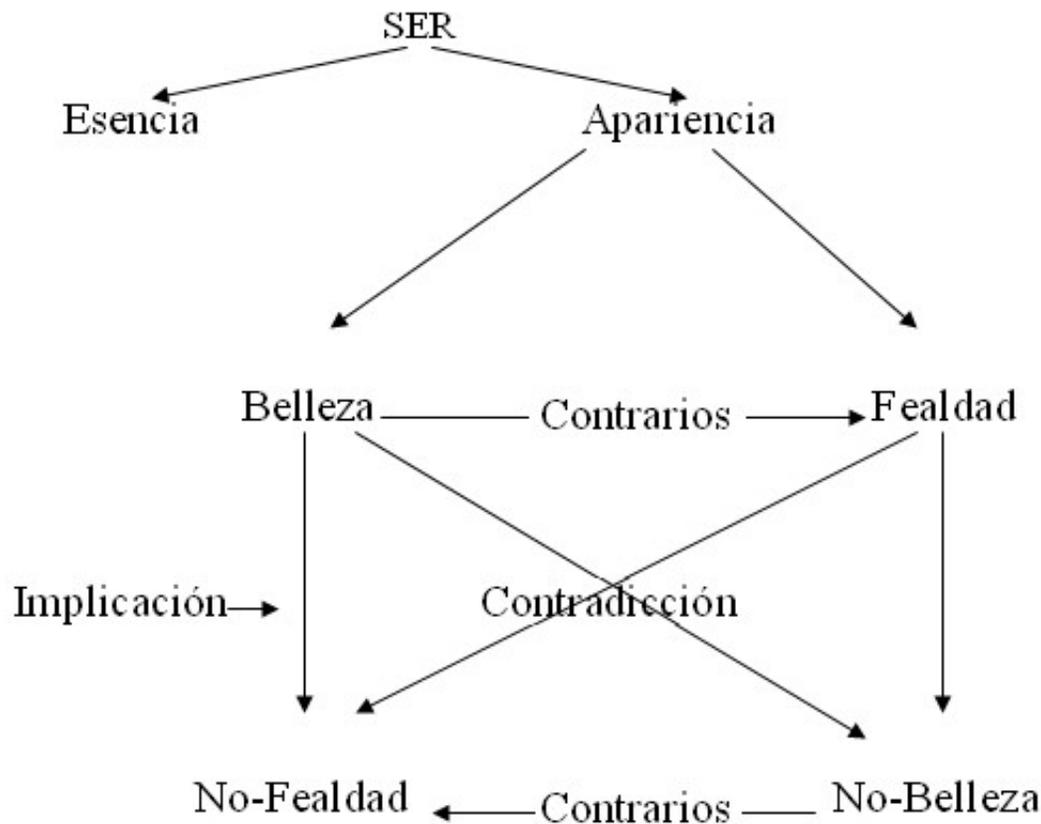
No es difícil adivinar de cuál lado del paradigma físico, aquí brevemente esbozado, se encuentran las características que definen, en lo fundamental, el paradigma de belleza anglo-sajón para el cual las transnacionales de la belleza trabajan.

En el fondo, los procesos y las estructuras que fundamentan la utilización de la belleza como espectáculo trabajan sobre lo que podríamos denominar, para utilizar una vieja categoría, el orden social de la apariencia. El mundo social y cultural de la apariencia es aquel que se origina en nuestra conciencia semiótica, conciencia según la cual el hombre es un signo y según la cual, en consecuencia, los signos como productos y las semiosis como procesos de significación constituyen la cultura. El ser humano está consciente de que todo lo que haga y no haga, todo lo que diga o calle tiene un significado social, puesto que vive inmerso en un mundo de lenguajes que, quiéralo o no, lo marcan, marcan sus conductas y lo significan. Ese mundo de lenguajes, lo que el eminente semiótico ruso Yuri Lotman llamaba la semiosfera, incluye todo nuestro cuerpo, nuestras manos y nuestros ojos, nuestro cabello y también nuestra sonrisa.

Justamente una de las tareas fundamentales de la filosofía contemporánea ha sido la reivindicación del cuerpo, reivindicación que para ser lograda debió vencer los sólidos prejuicios que siempre lo acompañaron. Para las grandes religiones el cuerpo era motivo y objeto del pecado, carne putrefactible sometida a las tentaciones del pecado, obstáculo para la salvación eterna del alma. En esa oposición /cuerpo/ vs /alma/ el primero era despreciado y por ello a menudo flagelado, reprimido e ignorado. También la filosofía racionalista, en particular con Descartes, contribuyó al desprecio del cuerpo humano al privilegiar la mente sobre este último. En esta nueva dicotomía, /cuerpo/ vs /mente/, el primero volvía a ser despreciado: había que cultivar la mente, asiento de la razón, la que, según esta filosofía, nos hacía verdaderamente humanos, mientras que el cuerpo era sólo escenario de instintos animales.

La segunda mitad del siglo pasado reivindicó la unidad esencial humana entre cuerpo y mente o, en el plano religioso, entre cuerpo y alma. Se rescató la armonía del ser y con ella la necesidad de reconocer nuestro propio cuerpo como algo precioso, noble y hermoso, digno de cuidados y atenciones, y no como un simple vehículo del alma o de la mente.

No obstante, el interés mercantil ha encontrado en esta reivindicación del cuerpo una nueva y torcida oportunidad de negocios que ha desequilibrado, otra vez, la armonía propia de la unidad del ser. Así, ha dividido de nuevo al ser en /esencia/ y /aparencia/ y, en oposición al desequilibrio anterior, ha privilegiado la segunda porque ello le permite construir y explotar el espectáculo del cuerpo.



Al imponer un modelo de cuerpo humano bello, como el que hemos bosquejado, la publicidad y los medios masivos de difusión, se apoyan en quienes internalizan este modelo como propio y, a su vez, lo reproducen. La reproducción de ese modelo se da igual en la familia como en la escuela, y es reforzada continuamente por los medios de difusión. Tal vez sea oportuno rescatar el concepto de belleza que santo Tomás de Aquino nos proponía. Para santo Tomás la belleza tiene tres condiciones: integridad, proporción y claridad (claritas). La belleza debe ser integral, es decir armónica, debe ser proporcionada, para que haya equilibrio entre el todo y las partes, y debe ser clara, es decir diáfana, transparente.

Afortunadamente cada comunidad, en medio de sus propias condiciones históricas y culturales, está siempre en continuos procesos de reelaboración simbólica, en una mezcla constante de diversas influencias, entre las que destacan, por supuesto, las de los medios masivos de difusión pero también los contenidos de la tradición, usos y costumbres propios de esa comunidad. Es justamente allí donde se produce, continuamente, lo que John Fiske llama cultura popular. "Popular culture is made by the people at the interface between the products of the culture industries and every day life" (Fiske 1989:25). Y es en el marco de la vida cotidiana del pueblo donde sin cesar se cuestionan y negocian los intereses contradictorios que perviven en todas las sociedades.

Creo que para las sociedades y culturas tan diversas que viven en este planeta es una agresión intolerable la imposición de un modelo único de belleza, como lo es también una agresión a la condición humana imponer un solo modo de vida a los demás pueblos, así éste sea el de la sociedad militar y económicamente más poderosa del planeta. La propia identidad, en medio de la rica diversidad que gracias a Dios puebla el planeta, es una de las condiciones primarias de la condición humana.

La búsqueda de la belleza es una tendencia natural del ser humano y, como dije antes, es consubstancial a la especie y abarca todos los ámbitos de la vida individual y social, de la cual el arte es sólo una expresión, tal vez la más sublime, entre muchas otras. Nuestra búsqueda de la belleza, en nuestro cuerpo como en nuestro hábitat, debe respetar nuestra propia cultura... pero también la cultura de los otros. Cada una tiene sus propios valores. Ninguna es mejor que otra. Son sólo diferentes. Y en esa diferencia está, no lo olvidemos, una de las riquezas

fundamentales de la condición humana.

Referencias

- Finol, José Enrique (1999a). Masculinity in men beauty pageant. *Heterogénesis*, VIII-29.
- Finol, José Enrique (1999b). Semiótica del cuerpo: El mito de la belleza contemporánea. *Opción* n. 28.
- Fiske, John (1989). *Understanding popular culture*. Londres: Routledge.
- Scarry, Elaine (1999). *On beauty and being just*. Princeton: Princeton University Press.

Universidad del Zulia. Derechos reservados. Maracaibo, Venezuela.