

La fotografía-digital, la *exasperación de los posibles* y la biopolítica de la “belleza”. La dimensión del retoque de la imagen y el canon de lo “bello”.

Jorge Couto *

* Licenciado en Comunicación Social con orientación en publicidad y opinión pública de la Universidad de Buenos Aires-. Maestrando en Comunicación y Cultura en la Universidad de Buenos Aires. Docente de la Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.

Abstract

La intención del proyecto será la de reflexionar sobre la *exasperación de las posibilidades* que acarreó la aparición de la imagen *fotográfica-digital* y las tecnologías de “retoques” que aportaron los programas de diseño (Photoshop, Corel Draw, entre otros) en la construcción del cuerpo “bello” llevada a cabo por la *industria cultural*, particularmente en las imágenes de las tapa de las revistas de *Maxim, Caras, Paparazzi, Hombres, Rolling Stone y Playboy*. Proponemos así que en lo *visual* y en las *técnicas* de manipulación de imágenes se dejan analizar los conflictos y cambios sociales que rigen las nuevas formas de considerar la belleza, el cuerpo y la subjetividad. En estas imágenes, los cuerpos de mujeres y hombres son producto de un diseño que se desarrolla de forma *virtual* (se efectúa retoques digitales sobre las imágenes). También, esto será central, se espera indagar el funcionamiento de las relaciones de poder ejercidos por una *biopolítica* que es *estética* (se nutre de fotografías de diseño), que interpela al conjunto de la *Población* para constituirse a ser sujetos “bellos”, como objetos de deseo y como forma paradigmática de la constitución de sí. Señalamos también que no se trata de hechos aislados, la misma estetización se da en todos los medios masivos de comunicación. Así las imágenes nos interpelan a deseárlas, estas revistas exhiben los cuerpos en los horarios de protección al menor y sus imágenes desnudas inundan los quioscos de revistas y la vía pública sin ser tapados. Son cuerpos utópicos, porque no tiene lugar en la materialidad, sino que existen sólo como imagen; sin embargo incita a ser perseguida aunque por definición es inalcanzable para el *propio cuerpo*.

Palabras clave: imagen digital – biopolítica – cuerpo – industrias culturales – belleza – imagen virtual – biopolítica estética.

Estado actual del conocimiento sobre el tema

Presenciamos una contemporaneidad donde las *imágenes-digitales-retocadas* exhiben unas infinitas posibilidades, generan imágenes de cuerpos y una “belleza” que son imposibles de convertir en cuerpos por fuera de las imágenes. Estas fotografías seducen al ojo del *voyeur* a correr detrás de un cuerpo-imagen que sólo existe en el plano visual. En ese sentido se reflexionará sobre la importancia de la foto-digital y cómo puede incitar un canon de belleza que sólo existe en el plano visual y sin embargo se exhibe como perseguible y en realidad es inalcanzable para la *carne*. Aquí se presentan “al paso” relaciones de poder que se ejercen, en parte, en un plano virtual.

Con respecto este plano de las posibilidades que abrió la fotografía-digital, hay autores como Hans Belting que plantean un “crisis referencial”; según él “la llamada post-fotografía quebranta en la actualidad el sentido establecido del medio. En lugar de crear imágenes análogas al mundo, amplía el poder de disposición sobre las imágenes al campo de lo virtual” (Hans Belting, 2009: 61), así la distancia entre la imagen y el referente (cosa o modelo) se acrecienta a un nivel sin precedente.

Para ampliar lo último, si vemos las tapas de revistas los cuerpos que se exhiben tiene pieles homogéneas, uniformes y totalmente lisas, los cuerpos se hacen superficiales y borran digitalmente la profundidad de los rostros; las arrugas, las marcas de la piel, el bello, la celulitis, la adiposidad, las ojeras, las várices son “expulsadas” de las imágenes; las colas, los pechos son redondeados y los músculos son marcados e hinchados, así cuerpo “bello” se hace más digital y menos *carnal*, las imágenes generan una belleza que es exclusiva a los ojos ya que no se puede hacer una *trasposición* de la imagen digital a los cuerpos. De esta forma también el retoque digital genera un canon de belleza que es tan exigente que se transforma en *u-tópico*, ya que es imposible traducirlo en los cuerpos propios. “Esos cuerpos se nos ofrecen al modo de espectáculo (...) es un cuerpo virtual, un cuerpo despojado de su materialidad, convertido en pura imagen; sin embargo posee poderosos efectos de verdad marcadamente materiales” (Pía López, 1997: 155). Obviamente que esta tensión contemporánea es tan profunda que genera un malestar por el cuerpo carnal y su imposibilidad de ser “perfecto”.

En la última década se ha acrecentado la exposición masiva de cuerpos intervenidos “estéticamente”; se exhiben en tapas de revistas tales como: Maxim, Papparazzi, Hombres, entre otras y también en afiches y gigantografías publicitarias. A priori se puede vislumbrar que hay una profundización de una sociedad voyeurística, los cuerpos son operados y se anexan prótesis-visuales para ser vistos y su difusión los convierte en “vidrieras” para los ojos de los demás. Los pechos se “levantan” quirúrgicamente y por retoques digitales para que se proyecten directamente a los posibles voyeurs (que comprenden todas las edades y sexos). De esta forma, son cuerpos diseñados para las pupilas de la población y por eso todas las transformaciones se “proyectan” hacia el horizonte donde suele estar la mirada del espectador; así la búsqueda del “otro” se hace privilegiando ciertas partes: pechos, músculos, bíceps, colas, pómulos, labios, entre otros.

Entonces, se reflexionará sobre las imágenes de las/los modelos, su alta y “democrática” difusión y cómo pueden construir cánones de belleza que dan lugar a posibles transformaciones por parte de los espectadores.

Un fenómeno central para el proyecto radica en que la imagen digital de las revistas es “retocada” por programas informáticos (como el Photoshop) generando un cuerpo que no tiene un referente externo, o mejor dicho su referente es la propia imagen digital y no un/a modelo, de esta forma proponemos pensar que el nuevo canon de lo bello es, en parte, una construcción virtual desde la imagen fotográfica. Así se puede generar un paradigma a seguir pero que a la vez es imposible de ser logrado, debido a que su “parte” digital no es *posible* para la *carne* (las caras sin arrugas y las colas “perfectas”, son en parte diseñadas por un “manipulador de imágenes”). De ésta forma pareciera que en la difusión de las imágenes de algunas fotografías digitales alimentan una *biopolítica estética* que genera cánones de belleza que son de difícil o imposible imitación y aquí radica un problema irresoluble de *trasposición* de lo digital a lo “material” (fenómeno que son descriptos por

los cirujanos plásticos)[†]. Así el ejercicio del poder en la *biopolítica estética*, ligada a la industria cultural, interpela a la población desde lo digital y hay que destacar que aquí radica un tipo de control novedoso, debido a que establece ejes de normalidad desde lo digital y lo material. Ésta biopolítica se encuentra en el pliegue de lo material y lo virtual generando un canon de belleza que es extremadamente exigente. La *imagen-digital* genera infinitas e indeterminadas posibilidades de subjetividades, ya que es un cuerpo que exhibe su *no-lugar* (ya que solo es imagen) y desde su *u-topía* ejerce una relación de poder a toda la Población.

Con respecto a la biopolítica comenzaré explorando la concepción clásica de Foucault, en la cual indica que se trata de un poder que está destinado al conjunto de la Población y que busca la administración de la vida de toda la especie. Foucault describe como ejemplo las medidas sobre la salud, el fomentar la longevidad, las campañas de vacunación o impulsar la buena alimentación. Éstas intervenciones impulsan la “buena” circulación de los cuerpos, de determinados cuerpos, en contraposición a una “mala” (por ejemplo: a los enfermos se los desplaza a las instituciones de encierro, como los hospitales). Todas las medidas establecen una *norma* que indica los parámetros de la *normalidad*. Dicha biopolítica de Foucault, que aquí he descrito de forma esquemática, ha sufrido transformaciones debido a que ha cambiado, en parte, quién la ejerce. Como he indicado anteriormente, Sibila da cuenta de la cómo las empresas privadas comenzaron a ejercer el poder sobre la vida y todas las modificaciones que trae que la lógica del mercado ingrese en el funcionamiento del biopoder generando a la Población como consumidores, tentándolos a construir y perseguir en el *propio cuerpo* una “belleza” que siempre está en fuga y es *u-tópica* o su *topía* sólo existe en tanto imagen-digital.

[†] Algunos cirujanos indican que muchos pacientes van con fotos de “personalidades famosas” con mucho trabajo de *photoshop* para que la opere de esa forma y ellos le tienen que informar que eso no se puede copiar porque son cuerpos digitales.

Entonces, se indagará la lógica y el funcionamiento de la *biopolítica estética* de la seducción que interpela a los espectadores como consumidores, acción que ocurre en el plano material y digital.

Teniendo en cuenta todo lo indicado en este proyecto de investigación, los interrogantes a analizar serán:

¿Cómo es la interpelación de la fotografía-digital? ¿Cómo este tipo de imágenes abre los *posibles* de ser imagen? ¿Actualmente se puede hablar de una *biopolítica estética*? ¿Cómo funciona ésta *biopolítica* y qué particularidades presenta? ¿Qué se comprende por cuerpo “bello” actualmente? ¿Cómo se interpela a los espectadores para ser observadores de los cuerpos o futuros pacientes del diseño quirúrgico? ¿Nos dirigimos hacia una sociedad *vouyerística*? ¿Cuál es la importancia de las imágenes de estos cuerpos en el funcionamiento de la *biopolítica estética*?

¿Por qué el cuerpo “bello” se ha extendido al mundo virtual?

Objetivos

Objetivos generales:

- 1.- Aportar al campo de los estudios acerca de la imagen y su función en la constitución de la subjetividad.
- 2.- Explorar y analizar los usos de las imágenes corporales en la sociedad actual.

Objetivos específicos:

- 1.- Reflexionar acerca de la especificidad de la *imagen-fotográfica-digital* y la *apertura de los posibles* que produjo en la concepción de la belleza.

2.- Indagar el funcionamiento de la *biopolítica-estética*, las concepciones que desarrolla y sus particularidades.

3.- Conformar un *corpus* de imágenes, de los medios señalados y analizarlo en función de la hipótesis propuesta.

Hipótesis

Como hipótesis plantearemos que hay una *biopolítica-estética* ejercida por la industria cultural y que construye *un* tipo de cuerpo como bello, es el *cuerpo-prótesico-digital-plástico-(im)posible*. Para lo cual es fundamental reflexionar acerca de la imagen-digital y la *apertura de los posibles* que generó junto con el advenimiento de la tecnología de “retoques”. Como toda biopolítica, interpela a toda la *Población* como especie (como ya dijimos no segmenta en edad ni sexo) y define, gracias a la regularidad de las imágenes exhibidas, cuáles son los ejes de normalidad y anormalidad en los cuerpos “bellos”. Por ende nos detendremos en analizar cómo en la circulación de este tipos de imágenes se genera una relación de poder biopolítica que se sustenta (en parte) en el mundo de la *imagen-digital-virtual*.

Justificación

El proyecto es pertinente Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, debido a que está compuesta por carreras que ven la imagen como algo medular para la cultura contemporánea, tales como: todas las carreras de diseño, fotografía, cine, publicidad, periodismo, moda y comunicación (con las posibilidades de orientación que cada una tiene dentro).

Este proyecto se enmarca en el UBACyT (código 20020100100954) *Imagen: comunidad de sentido* dirigido por Felisa Santos, cuyo objetivo principal es explorar el rol y la importancia de las imágenes. El proyecto propone indagar el campo de las imágenes desde

una perspectiva no semiótica, haciendo hincapié en la noción de uso. En ese marco, mi aporte específico es trabajar los usos de las imágenes de los cuerpos bellos en la constitución de la subjetividad contemporánea en el doble registro de la manipulación de imágenes-registro virtual- y la construcción- registro real- de los cuerpos y su inter-acción.

Actualmente me encuentro ejerciendo la coordinación de la publicación de un número del *Cuaderno del Centro de estudios en Diseño y Comunicación* (ISSN 1668-0227), de la Universidad de Palermo que se presentará en unos meses. Se titulará *las imágenes: sus dimensiones, alcances y modificaciones*, y la intención del número será poder reflexionar acerca de la imagen, haciendo foco en algunas tensiones que son centrales en la cultura contemporánea.

Por ende, todas mis publicaciones (ver currículum de publicaciones en el anexo del final), las que todavía no lo están, mi coordinación de la revista de la UP, y mi futura tesis de maestría en comunicación y cultura (en la UBA) que estoy escribiendo se encuentran en esta línea de reflexión.

Metodología

En una primera etapa se conformará un *corpus* de tapas de revistas de: *Maxim*, *Paparazzi*, *Hombres*, *Caras*, *Rolling Stone* y *Playboy* (se las ha elegido porque exhiben cuerpos casi totalmente desnudos que interpelan a toda la población y esos cuerpos son protésicos y digitales) para efectuar un análisis de las imágenes fotográficas de los cuerpos que se exponen. Se tomará las tapas de revistas por su alta difusión y porque sus imágenes de cuerpos de diseño alcanzan, como ya quedó asentado, al conjunto de la *Población*, no tienen ningún tipo de censura para los menores, por lo que los cuerpos protésicos desnudos son “aptos para todo público”. Por ende, con el *corpus* se dará cuenta del diseño de los cuerpos en el plano digital (por *photoshop*) y, secundariamente, material (por implantes y modificaciones corporales). Las fotografías de las tapas de revistas serán mis materiales porque allí se inscriben las transformaciones políticas y culturales relacionadas con el

funcionamiento de la *biopolítica estética* alimentada en parte por las imágenes-digitales y las *aperturas* que generaron los programas de diseño.

Marco teórico

Como adelanté anteriormente mi marco teórico se encontrará en el diálogo constante entre los estudios sobre la imagen y los de la biopolítica. Sobre la imagen, reflexionaremos acerca de los escritos de la época de la fotografía-“analógica”, en particular ensayos de Barthes y Sontag; incluyendo por su pertinencia, la visión de Pasolini sobre la imagen en el cine-“analógico”. Luego de esto los pondremos en “conversación” y tensión con autores que escriben sobre la fotografía-digital, tales como: Hans Belting, Didi-Huberman, José Luis Brea y Guillermo Yáñez Tapia (éstos dos últimos proceden de los estudios visuales).

Por otro lado, partimos de la concepción en la cual las imágenes no son “islas” sueltas en nuestra visibilidad, sino todo lo contrario, se encuentra en el entramado de relaciones de poder, que en parte son biopolíticas. Ya que esta biopolítica está basada en la seducción visual de los creadores privados que hacen circular *imágenes-digitales-(im)posibles* (debido a que son utópicas para la carne) interpelando a la Población a perseguir lo inalcanzable. En este sentido, como aclaramos más arriba, partiremos del concepto de biopolítica a lo largo de la obra de Foucault y las nuevas lecturas planteadas por Agamben y Espósito. En la misma línea, bucaremos los conceptos que se desbordan del famoso ensayo, *postdata a las sociedades de control* de Deleuze.

Plan de trabajo y/o cronograma de actividades:

En una primera etapa, que ya está avanzada, se trabajará sobre el material teórico relativo a la reflexión sobre las imágenes y la biopolítica.

En una segunda etapa se conformará un *corpus* de tapas de revistas de: *Rolling Stone*, *Maxim*, *Paparazzi*, *Hombres*, *Caras*, y *Playboy* (se las ha elegido porque exhiben cuerpos

casi totalmente desnudos que interpelan a toda la población y esos cuerpos son protésicos y digitales) para efectuar un análisis de las imágenes fotográficas de los cuerpos que se exponen.

Capítulo I

I

Para comenzar habría que describir algunas nociones y concepciones de la fotografía anteriores al ingreso de lo digital y sus tecnologías asociadas (por ejemplo: el Photoshop). Para iniciar este apartado tomaremos el último y emblemático ensayo de Roland Barthes titulado *la cámara lúcida*. Ese texto hace hincapié en que la relación entre el referente y la fotografía es muy estrecha, de hecho están “pegados”. Para Barthes, no se puede reflexionar sobre la fotografía sin dar cuenta de la relación que tiene con su referente, porque la fotografía muestra la “cosa real” que estuvo delante del objetivo de la cámara. En contraposición a dicho fenómeno, en la pintura no era necesario que el referente de la imagen haya estado delante de la muñeca del pintor sino que podía surgir de la imaginación del artista. Se podía negar que el pintor haya estado en frente del referente pictórico, pero con la con la imagen fotográfica la situación es otra. Desde el nacimiento de la cámara su característica técnica (una máquina generaba la imagen una vez que el operario la disparaba frente a lo que quería retratar) junto con el devenir de la sociedad se generó un imaginario social de “cuasi-transparencia”[‡] Al ser una imagen técnica, la/el modelo o “la cosa” tuvo que posar delante de la cámara. Según Barthes esta relación no puede ser negada y por eso “el nombre del noema de la Fotografía será pues: “esto ha sido”” (Barthes, R: 2009). La “cosa” representada en la imagen ha estado, en un tiempo y espacio específico delante del gatillo de la cámara que lo retrató, entonces en la fotografía descripta por Barthes el noema

[‡] La aclaración puede ser obvia pero nos encontramos en la obligación de hacerla, la cámara nunca fue neutral, no reviste de esa cuasi-transparencia, es solo una construcción en el imaginario de la sociedad occidental. Ya que detrás de la técnica se encuentra un cuerpo humano que la genera y dispara el aparato.

es “esto ha sido” y también “esto ha estado ahí”. A esa “cosa” hecha imagen Barthes prefiere denominarla *spectrum*, ya que es un concepto que denota una relación con el espectáculo. Con respecto al cuerpo fotografiado Barthes indica que “no soy ni sujeto ni objeto, sino más bien un sujeto que se siente devenir objeto: vivo entonces una microexperiencia de la muerte (del paréntesis): me convierto verdaderamente en espectro” (Barthes, R: 2009). A nuestro parecer este concepto es el más rico de Barthes, cuando él utiliza la noción del *espectro* para definir que la imagen genera siempre una relación espectral y difusa con relación a los cuerpos carnales, está diciéndonos que la fotografía es inherentemente una distancia con el referente, en una figura que se escapa, que es vaga, una especie de humo que “parece” un cuerpo pero son meros espectros. Desde el nacimiento de los dispositivos técnicos de generación de imágenes (incluyendo el daguerrotipo, entre otros) el producto que fabrican es una *imagen-en-distancia, distanciada de la carne*. Podemos pensar a la imagen fotográfica como una visualidad que se distancia del referente ya que la carne es siempre inasible; construye una mirada o punto de vista pero no exhibe “lo real” (no en el sentido lacaniano). De esta forma, comprenderla como un espectro del referente nos indica que es un diseño que de forma difusa exhibe algo de él.

Las imágenes hacen un recorte del *continuum temporal* y de los cuerpos, estableciendo una experiencia cuasi mortuoria, y a su vez detiene la vida produciendo una negación de lo precedido; de esta forma, se encuentra en el umbral entre la vida y la muerte, y así las fotografías pueden mostrar personas fallecidas cuando vivían y el observador no puede saberlo.

Por su parte, Susan Sontag describía, un tiempo antes, que “una fotografía pasa por prueba incontrovertible de que sucedió algo determinado. La imagen quizás distorsiona, pero siempre queda la suposición de que existe o que existió algo semejante a lo que está en la imagen” (Sontag, S: 2007). La fotografía disfrutaba en ese entonces de un imaginario social (en el sentido de Castoriadis) relacionado con la veracidad y era un “certificado” de que algo había acontecido. Sontag y Barthes dan cuenta de que la imagen fotográfica gozaba de una “autoridad” y una “cuasi transparencia” (vuelvo a aclarar: esta afirmación hay que matizarla) con respecto la *cosa* mostrada. Lo que la cámara exhibe puede ser distorsionado,

pero el *spectrum* continúa fuertemente relacionado con el referente. Según Sontag la autoridad que tiene la imagen fotográfica reside en las características técnicas de la cámara que imprimen situaciones y muestra vestigios directos de los objetos. Hay que tener en cuenta que esa “autoridad” forma parte del imaginario social, debido a que no existe objetividad en la técnica, ya que hay un operador que selecciona con su dedo la detención del continuum temporal, los enfoques y los planos, pero si debemos rescatar que la noción del *espectro* reviste de utilidad para reflexionar sobre la *imagen-de-la-carne* y el *propio cuerpo*.

Con respecto a las fotos de las/los modelos en esa época sus cuerpos tenían un trabajo de luz y poses, pero ninguna modificación de la imagen. Susana Giménez en la revista *Gente* de los años setenta o Moria Casán se mostraban con maquillajes e iluminación especial pero el *spectrum* estaba presente y había una relación de cuasi-transparencia entre imagen y referente o dicho de otro modo el espectro no poseía una *distancia* abismal y no era tan difusa.

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías digitales todas estas nociones comienzan a estructurarse de otra forma, es un momento de crisis y de fuertes tensiones.

II

El eje de estos capítulos es indagar los cambios que produjo los avances digitales en las imágenes fotográficas, más que nada en las tapas de las revistas de “interés general” (*Rollingstone*, *Paparazzi*, *Susana* y *Gente*) y las catalogadas como “didáctica y divulgación para adultos” (*Maxim*, *Hombres* y *Playboy*) y a su vez, haciendo hincapié en los impactos que tuvo en la subjetividad. Por otro lado, no es al azar la selección de las tapas de revista como unidades de análisis, de hecho en este tipo de revistas las tapas son exhibidas sin cobertor ni folio que censure los cuerpos expuestos, por lo cual la tapa de revista funciona como una publicidad de “vía pública”, y como tal alcanza a todo el que lo ve (mayores y menores de edad y no segmenta en el sexo). La Población entera (salvo los que tengan impedimentos visuales) es convertida en *voyeur* en el momento que el kiosquero pone el número de dichas revista en sus aparadores. Es interesante recordar que

hace un poco más de diez años ese tipo de tapa era identificada como la de una revista pornográfica, por lo cual debía tener un folio que tapara la imagen y hoy es una imagen más como la de un magazine de autos, esto nos muestra el síntoma de que la sexualidad y la sexualización de la población (incluido los menores) ha cambiado y se ha convertido en más masivo, por ende aquí hay un riquísimo cambio en la subjetividad y en cómo se vive la sexualidad actualmente. Es una sexualización de la que todos tenemos que participar, en este caso impulsado por empresas privadas, o en última instancia, por la industria cultural.

En la década del 90' la imagen digital comienza a irradiar nuestro mundo perceptivo, se expande en las películas y en las fotografías (tanto de revistas como en publicidades de vía pública, ambas con un alcance masivo). La imagen digital inunda a toda la población con su seducción, volcándose a la *industria cultural* y la publicidad. Así los cuerpos de las/os modelos comienzan a ser modificados por el diseño del un operador, los rostros se crean lisos y sin arrugas, las colas redondas a niveles extremos, los pechos son levantados y también redondeados y los abdómenes masculinos se (re)marcan digitalmente. Las nuevas tecnologías se abren paso, tales como: *el Corel draw, el Photoshop, el Illustrator*, y tienen el objetivo de modificar los referentes fotográficos. Al llegar al 2013 es casi imposible encontrar una imagen difundida por la *industria cultural* que no haya sido "retocada" de forma digital. Si nos centramos en la tapa de la revista *Susana* del número aniversario de Septiembre del 2009 veremos al cuerpo de Susana Gimenez exhibido sentada en una parte lateral de una estrella. Se encuentra vestida con una pollera muy corta que deja visible sus piernas, el vestido no tiene mangas pero ella usa guantes dejando al desnudo sus hombros. Su rostro presenta facciones uniformes con la ausencia absoluta de arrugas. Las piernas no tienen un gramo de grasa, al igual que sus brazos y parecen los de una veinteañera. En la tapa de la misma revista pero de Septiembre del 2010, vemos a Susana parada y en una pierna con un gesto de felicidad, allí la vemos totalmente juvenil con las mismas piernas esbeltas, sus diminutos brazos y su cara totalmente lisa. En estas dos tapas Susana interpela

al observador con una belleza que no tiene un referente “material”[§] ya que no es la de su cuerpo sino que ha sido retocado digitalmente, entonces el referente de la imagen es la misma imagen virtual y no su cuerpo material.

Hans Belting indica que en la actualidad hay una *crisis de la referencialidad*, con el advenimiento de la tecnología digital el referente material (*spectrum* o la cosa fotografiada) tiene un trabajo o un diseño y por consiguiente, la imagen pierde la “autoridad” que supo tener. Las tapas de revistas exhiben cuerpos que poco tienen que ver con el “verdadero” referente, la cara de Susana es casi cómicamente modificada, y es tan marcada la metamorfosis que tiene una vaga relación con la conductora “material”. Estos ejemplos de las imágenes de Susana son un poco extremos pero también funciona con las Afroditas o Adonis de turno, si nos centramos en tapas de revistas como *Maxim*, *Playboy*, *Hombres*, *Paparazzi* o *Caras* veremos cuerpos sin celulitis y rostros tan lisos que casi “no son humanos”. De esta forma la relación que supo tener la imagen fotográfica y su referente se empezó a desdibujar e hizo tambalear bruscamente la autoridad de la cámara y así el noema que describió Barthes: “esto ha sido”, comienza a ser arcaico. Así pareciera que la fotografía actual muestra un cuerpo que indica: “esto no ha sido, esto puede no haber sido o esto no ha ocurrido jamás” sin embargo te exhibe un espectro. Sontag explicó que en la sociedad moderna parecía que la fotografía tenía una “autoridad virtualmente ilimitada” (Sontag, S: 2007) pero con la digitalización esta autoridad comienza a convulsionar porque los cuerpos no son “tomados” por un artefacto y exhibidos, sino que son fotografiados y son creados por los retoques digitales.

La *revolución digital* impulsa un cambio en la subjetividad, muchos espectadores no tienen en claro que las imágenes contemporáneas son modificadas y que su relación con el referente se distancia y así adquiere una fisonomía mucho más espectral que antes. Las imágenes corporales son diseñadas y generan un canon “estético” que no es posible de ser

[§] Uso este término para no decir cuerpos “reales”, debido a que es un concepto muy complejo después de las concepciones psicológicas y por no encontrar un significante más adecuado.

perseguido o traducido en los cuerpos. Así el *spectrum* de la imagen digital es más lejano y confuso. El *spectrum* se convirtió en más espectral que nunca, por ende si bien la imagen fotográfica es casi por definición una imagen y una construcción *en-distancia* o *distanciada-de* su referente en el cosmos de la imagen digital el espectro es más difuso y la distancia entre ésta y el referente es por momentos abismal.

“La llamada post-fotografía quebranta en la actualidad el sentido establecido del medio. En lugar de crear imágenes análogas al mundo, amplía el poder de disposición sobre las imágenes al campo de lo virtual” (Hans Belting: 2009). Hans Belting es consciente que las modificaciones digitales dejan casi sin efecto las nociones sobre la fotografía descrita por Sontag y Barthes, por eso utiliza el concepto de *post-fotografía*. El ingreso digital a las imágenes y las modificaciones de las que se hacen en las revistas abren los *posibles* de lo *visual* y así va más allá de la posibilidades de los cuerpos; y ahí radica el peligro, ya que la industria cultural interpela a sus observadores con una estética imposible para la *carne* y que sólo puede existir en la imagen. Las nuevas tecnologías digitales de diseño dan lugar a lo que “no ha sido”, abren el plano de los posibles y virtualidades. Lo que “ha sido” es cambiado, por lo tanto lo que “no fue, puede ser imagen” y por consiguiente, esta nueva posibilidad de la fotografía trae consigo mutaciones en la subjetividad.

Si no centramos en las revistas, damos cuenta como exhiben imágenes acorde a los nuevos cánones de belleza. Por ejemplo, en la tapa de *Playboy* de Julio del 2011 se encuentra a Floppy Tesouro en la cual expone su cuerpo casi totalmente desnudo, solo tapa su parte baja con un guante de cocina; podemos ver sus pechos redondos que buscan los ojos de los observadores, toda la piel de su abdomen, brazos y rostros es totalmente lisa debido a las modificaciones digitales y sus dientes son uniformemente blancos y brillosos. Al igual que en la mayoría de las imágenes que usa la industria cultural, aquí damos cuenta de la ausencia de la celulitis, las varices, la adiposidad y las arrugas, entre otras. Esta deriva imaginal contemporánea genera umbrales o cánones de belleza para que, a través de la seducción, sean seguidos por los espectadores pero con la limitación de que son imposibles de ser imitados debido a que sólo tiene una existencia como imagen. Es un fenómeno por medio del cual las imágenes interpelan a los sujetos a desear las figuras virtuales, son

cuerpos diseñados para ser vistos pero no pueden ser traducidos en el *propio cuerpo*. Esa belleza es diseñada para los ojos pero no para ser carne y de esta forma se muestra lo que no puede ser copiado más allá del mundo virtual. Debemos hacer hincapié en que desde su nacimiento la fotografía estableció una “autoridad”, que con el surgimiento de las tecnologías digitales entró en un profundo conflicto. Si bien hace varias décadas que hay fotógrafos que juegan con la posibilidad de un abismo entre la imagen y el referente, usando imágenes engañosas que “truquean la realidad”, pero con las nuevas técnicas de diseño las fotografías difundidas por la industria cultural son todas “retocadas” masivamente y el abismo entre la imagen y el referente crece considerablemente. Teniendo en cuenta este tipo de fotografías digitales damos cuenta que “sus retratos son ficticios no sólo porque establecen que son copia de una ficción, sino porque demuestran que el sujeto es una ficción, luego de que la imagen ha sido desprovista referencias” (Hans Belting, 2009). En esta cita Belting nos indica que la actual imagen fotográfica posee una gran ficcionalidad porque están muy distanciada de la/ el modelo. Tomando como partida nuevamente los conceptos de Barthes, la imagen fotográfica construye una relación siempre-*espectral* con su referente, ese espectro está, tal como lo explicamos antes, *en-distancia* o *distanciado-de* la cosa o la/el modelo, pero con la generación de la tecnología digital se empieza a producir una *exasperación* de la relación con el espectro producido. En los casos que nos hemos detenidos tratamos de rastrear un poco ese canon del cuerpo bello de la actualidad de las tapas de revistas y las posibilidades de la imagen que son abismalmente diferentes que las del mundo de los cuerpos propios.

Si nos detenemos en la tapa de Noviembre del 2009 de Rolling Stone nos toparemos con Bono y “the Edge” de U2, sus rostros no son los de hombres de más de cincuenta años sino que gracias a los retoques digitales parecen de treinta; nos topamos con arrugas borradas y superficies lisas. Básicamente la tapa de esta revista nos *con-mueve* o nos *mueve-con* una imagen con figuras tan espectrales que son totalmente u-topicas (entendemos al concepto utópico como la negación del lugar, o sobre algo que no tiene lugar). Lo “bello” en el magma digital es posible de ser perseguido para los cuerpos (de hecho la industria médica, los laboratorios construyen un discurso que incita a poder transformarse y evitar, por

ejemplo, las arrugas) pero jamás es alcanzable ya que es inasible. Así la “belleza” del diseño digital de las revistas no tiene lugar en los cuerpos porque de hecho es un espectro que sólo tiene una *topía* como imagen, para decirlo un poco más burdo, ninguna persona de 50 años puede tener el rostro del espectro de Bono o, esto es un poco extremo, la fisonomía de las tapas de Susana. Los *posibles* de la imagen digital crean un canon inasible-inaprensible y que no se puede aprehender. Por consiguiente la “belleza” en lo digital está en fuga y ningún cuerpo propio la presenta *encarnada*, ni siquiera la/el supuesto portador, por ende, repetimos, es un canon propio del *no-lugar* o mejor dicho su lugar es sólo en tanto imagen. Sin embargo, esto hay que decirlo, mientras la industria cultural produce también una imagen u-tópica para la carne, la industria médica seduce a tratar de alcanzar lo que por definición es imposible, trata de asir lo que siempre se nos aleja y escapa. Un cirujano se encuentra en imposibilitado de borrar todas las arrugas, marcar al extremo la musculatura o borrar del cuerpo las adiposidades.

III

En la tapa de la *Rolling Stone* de Enero del 2007 se muestra a Luisana Lopilato, o “algo que se desprende de ella”, hay una marcada mixtura entre los retoques digitales y la modelo. Ella está con el abdomen descubierto y por comer una “paleta dulce”, si nos detenemos a ver la figura del cuerpo damos cuenta que es diseñada digitalmente y casi no tiene relación con su torso “material o real”. Por consiguiente las tapas de las revistas exhiben un *spectrum* muy especial, alejado de la referencialidad pero al mismo tiempo también algo cercano (con esto me refiero que la “base” de la imagen sigue siendo un/ a modelo).

Actualmente las fotografías no pueden ser pensadas bajo la concepción de autoridad o veracidad de las imágenes. Con el uso del *Photoshop* se anexan a las/ los modelos *prótesis visuales* y ya es anacrónico hablar del cuerpo de la/el *star* como un real material, en realidad es un cuerpo ubicado en el umbral entre lo material y lo virtual. La frontera de éstos dos planos han sido transgredidas y fracturadas y el cuerpo está construido en el pliegue de ambos. En las tapas de revista se exhibe un *spectrum* que no puede ser catalogado como un referente de una modelo, dados sus retoques digitales, y tampoco se la

puede indicar como algo ficcional debido a que la imagen nace de la “base” de la modelo. Si vemos la tapa de la revista de los *Rolling Stone* de Septiembre del 2004 donde aparece Florencia de la V. Su cuerpo está totalmente desnudo, se está tapando parte de sus pechos y exhibe una exuberante panza de embarazada. En esta imagen podemos dar cuenta como el plano digital y de invención virtual se pliega con la imagen del “cuerpo propio”, así a la carne fotografiada se le anexan prótesis visuales en la que resalta su gran panza.

Guillermo Yáñez Tapia entiende con respecto a la imagen digital que “la estética de este tipo de imágenes deviene distinta; más abierta en apariencia, pero también más cerrada sobre sí misma” (Yáñez Tapia, G: 2010), aquí nos detendremos un instante en la otra dimensión de la fotografía digital, a saber la dirección a sí misma. Estas imágenes no *hablan* tanto de la cosa o el/la modelo sino que *hablan* de sí mismas, precisamente como ya hemos anticipado la imagen fotográfica genera una relación *en-distancia* o *distanciada-del* referente; de esta forma la *explosión de los posibles* que propone la digitalización y el diseño, produce que estalle también el imaginario de lo visible. Volviendo un poco a Yáñez Tapia, en esa relación de distancia, la imagen comienza a *hablar* sobre sí misma y se aleja como nunca del referente, así la imagen que vemos es *casi*, por momentos, tan *espectral* que entra en una zona de indistinción, dificultando discernir cuál es una imagen de arte digital y cuál es una fotografía con diseño digital. Aquí surge la pregunta: ¿El referente existe por fuera de la imagen tal cual la muestra ésta? En este punto todo se torna un poco más complejo y difuso y para eso nos remitimos a los desarrollos de Yáñez Tapia, “la máquina visual se sitúa como superficie que dirige la mirada hacia sí misma, la hace sentido en la apertura de esta superficie como mundo autosuficiente” (Yáñez Tapia, G: 2010), él propone que al distanciarse cada vez más del referente y al diseñar las imágenes, éstas comienzan a entrar en una zona de *autosuficiencia*; lo que proponemos nosotros en referencia a estas reflexiones es que el canon de lo bello existe en tanto imagen y no en tanto en la *carne*. Por eso volviendo a la última tapa de revista, podemos ver a Florencia de la V con un profundo embarazo de varios meses, el canon de belleza existe sólo en el plano de la imagen ya que es posible en la imagen pero imposible en los cuerpos propios, es en ese sentido que el autor indica que la máquina visual digital construye un mundo más

autónomo que se cierra sobre la propia imagen, por ende también se cierra excluyendo el mundo material.

Todo este proceso que hemos pintado en pocas páginas toma más fuerza y relevancia en nosotros cuando lo pensamos en dirección al canon de la “belleza” ¿Qué ocurre cuando se *con-mueve* o *mueve-con* una imagen que está cerrada sobre sí misma en su *espectralidad*? Entre la fotografía y el referente existió un diálogo pero con los programas de diseño digital la imagen comenzó a producir un *monólogo* y se fue distanciando, esto llevó a algunos autores, como por ejemplo Hans Belting, a plantear directamente que nos encontramos en el mundo de la *postfotografía*. Él, al igual que otros no pueden pensar la *fotografía-actual-digital-diseñada* bajo la categoría de fotografía por eso decide poner el prefijo *post* para marcar la ruptura.

A modo de cierre proponemos pensar que el canon de lo bello expresado en las tapas de revistas es tan exigente que se convierte en *u-tópico*, pretende exhibir la imagen de una persona pero *en-realidad* muestra una imagen que no tiene carne (la concepción de la autoridad de la imagen fotográfica que supo construirse en los imaginarios sociales se encuentra en convulsión). Esa “belleza” que se propone es pasible de ser perseguida pero por su carácter espectral es imposible de asir, se encuentra en una fuga constante.

A los fines del cierre de estos desarrollos que se caracterizan precisamente por la *apertura*, abría que indicar que muchas veces (según algunas entrevistas en los diarios) los cirujanos plásticos tienen que aclarar que por más intervención que un paciente se realice no podrá transformar su cuerpo en la imagen sin celulitis, con explosión muscular, sin arrugas o con una uniformidad extrema en la piel. Precisamente porque los posibles de las imágenes no se condicen con los posibles para la carne.

Capítulo II

Con este segundo capítulo del proyecto de investigación pretendemos detenernos en algunas reflexiones de la Teoría Crítica de la escuela de Frankfurt particularmente en el concepto de *industria cultural* para más adelante relacionarlo con el ejercicio de la *biopolítica-de relaciones privatizadas- no estatales*. Estamos convencidos que es necesario poder pensar la relación entre las imágenes y el ejercicio del poder. A su vez también nos proponemos dar cuenta, por medio de algunos teóricos, de lo que comprendemos por *exasperación de los posibles* que habilita e incita la industria cultural con el uso de la imagen digital y la tecnología del diseño. La intención de este apartado será dar cuenta la construcción del cuerpo “bello” llevado a cabo por la *industria cultural* en la actualidad, particularmente de las imágenes de las tapas de algunas revistas, tales como: *Maxim*, *Paparazzi*, *Hombres*, *Caras*, *Rolling Stone* y *Playboy* (solo se seleccionará unas pocas como paradigmáticas debido a que no se pretende un análisis exhaustivo, sino un ensayo exploratorio). Tomaremos como unidades de análisis algunas tapas de estas revistas por su amplia difusión, ya que allí se exponen cuerpos, que en muchos casos están casi totalmente

desnudos, a su vez, son expuestos en los quioscos de revistas sin ningún tipo de cobertor, por ende presentan cuerpos desnudos apto para todo público debido a que no se discrimina en edad o sexo; todos son espectadores de esos cuerpos “bellos”.

I

Para ya adentrarnos un poco en el análisis diremos que la imagen digital de las revistas es “retocada” por programas informáticos (como el *Photoshop* o *Illustrator*) generando un cuerpo que no tiene un *referente externo*, o mejor dicho su referente es la propia imagen digital y no un/a modelo carnal, de esta forma proponemos pensar que el nuevo canon de la belleza es, en parte, una construcción-*virtual*. Por consiguiente, se diseñan cuerpos “estéticos” que pueden ser una meta a ser perseguidos por otras personas, es decir, son un paradigma a seguir pero que a la vez no puede ser logrado, debido a que su “parte” digital no es *traducible* para la *carne* (las caras sin arrugas, los cuerpos muscularmente marcados y las colas “perfectas”, son en parte diseñadas por un “manipulador de imágenes”). De ésta forma pareciera que la *industria cultural* genera cánones que son difíciles o imposibles de ser imitados y aquí radica un problema irresoluble de *trasposición* de lo digital a lo “material” (fenómeno que son descriptos por los cirujanos plásticos)**; generando un canon de belleza que es extremadamente exigente y ejerciendo un poder de normalización sobre la población que es intrínsecamente imposible.

Nos encontramos en una sociedad que es predominantemente visual, donde muchos fenómenos de la comunicación “pasan por los ojos”, entonces es fundamental tratar de profundizar como la “industria cultural” argentina construye actualmente a los cuerpos “bellos” (en un plano protésico y otro digital) y dar cuenta qué cuerpos “tienen” que ser visibles por ser “bellos” y cuáles no poseen la posibilidad de convertirse en *imagen*; la tensión parece dividirse (cuando no) entre lo visible y lo invisible.

** Algunos cirujanos indican que muchos pacientes van al consultorio con fotos de “personalidades famosas” con mucho trabajo de *Photoshop* para que la opere de esa forma y ellos le tienen que informar que eso no se puede copiar porque tienen “arreglos” digitales.

Las *industrias culturales* de las revistas y la televisiva hace circular imágenes de cuerpos con *prótesis plásticas*, (colágeno, bótox, anexos siliconados, etc) con *intervenciones* (con liposucción, rinoplastías) y con *prótesis visuales-digitales*, estas últimas con utilización del Photoshop y Corel, (entre otros) para el diseño corporal masculino o femenino. No hay que olvidar la injerencia de la industria de la gimnástica que a veces tiene pliegues con la farmacéutica, y seducen para auto-construirse un cuerpo de hinchazón muscular con el uso de aparatos mecánicos y con la ayuda de anabólicos. En tanto imagen, la situación se complejiza, ya que con el advenimiento de las tecnologías digitales la industria cultural y la publicidad *con-mueven* o *mueven-con* cuerpos sin adiposidades, “sin gramos de más”, con pieles absolutamente lisas, dientes homogéneamente blancos y simétricos, sin poros o imperfecciones, con ausencias de arrugas, celulitis, varices o vello y por último, también vemos cuerpos sin panza, salvo los músculos abdominales que en esos casos “tienen que estar” marcados, definidos e hinchados.

Se generan umbrales o cánones de belleza para que, a través de la seducción, sean perseguidos por los espectadores pero con la limitación de que son imposibles de ser imitados debido a que sólo tiene una existencia como imagen. Es un fenómeno por medio del cual las imágenes interpelan a los sujetos a desear las figuras-virtuales, son cuerpos diseñados por un *operario* para ser vistos pero no pueden ser traducidos en el *propio cuerpo*. Esa belleza es diseñada para los ojos pero no para *encarnarse*, sólo vive en el mundo virtual y visual. Aquí es importante rescatar el diseño post-fotográfico ya que allí radica la imposibilidad como canon de belleza.

El diseño *virtual-digital-utópico* genera por medio de su circulación una *normalidad* o un proceso de normalización de *un* tipo de cuerpo (con las características que nombramos); ejerce un poder enraizado en lo virtual pero con marcados efectos en la subjetividad y en la materialidad, produciendo así posiblemente un intento de normalización ultra exigente e inasible.

II

A través de este apartado proponemos hacer una revisión del concepto de *industria cultural* y *cultura de masas* desarrolladas por la *Teoría Crítica* de la escuela de Frankfurt. La idea de este desarrollo será reivindicar algunos puntos relevantes para empezar a analizar la industria de las revistas catalogadas como de “interés general” o de “divulgación para adultos”, que exhiben cuerpos diseñados en quirófanos, gimnasios y de forma digital. Esta industria cultural, que se nutre de la tecnología de diseño, necesita ser pensada nuevamente usando las primeras concepciones teóricas de los filósofos de Frankfurt para dar cuenta de las rupturas y continuidades de sus desarrollos teóricos y haciendo hincapié en la construcción de los cuerpos “bellos” y la inclusión de la tecnología digital.

Si nos remontamos al texto titulado *teoría crítica*, Horkheimer habla de la potencia de la escritura de Shakespeare, Goethe o Proust porque “evocan el recuerdo de una libertad ante la que los cánones dominantes parecen limitados y bárbaros” (Horkheimer, M: 2003). Aquí Horkheimer pone en contraposición a maestros de la escritura con la *cultura de masas*, con sus productos y con la intención de masificarlos, sin embargo por ese afán de “democratizar” sus productos culturales se centran en cánones que pretenden ser racionales y presentan una profunda y violenta irracionalidad. Si nos avocamos a la industria cultural de las tapas de revistas detalladas, estas presentan cuerpos con un canon de belleza tiránico, exhiben pieles lisas y uniformes, sin arrugas, ni celulitis, con músculos hinchados y *(re)marcados* en exceso por el *Photoshop*. Este canon irracional desborda todas sus tapas y seduce con la *imposibilidad y lo utópico*, con características que no pueden ser imitadas por los espectadores ya que son en parte producto del labor del retoque digital. El canon de belleza es *limitado y bárbaro* debido a que, primero que nada exhiben *un* tipo de belleza, que es el que podría ser catalogada como “belleza plástica” (con implantes, colágeno en los labios, toxina botulínica, metacrilato en las nalgas entre otras) y digital, pero hay una ausencia absoluta de otro tipo de bellezas, por ejemplo: caras con arrugas, narices prominentes, panzas que no sean firmes o cicatrices, entre otras (sin embargo, el arte pictórico barroco español-italiano-holandés del siglo XVIII precisamente se nutría fuertemente de estos rasgos que actualmente parecen estar en las sombras hasta llegar a una invisibilidad).

Si nos detenemos por un instante en la tapa de la revista Maxim de Junio del 2008, vemos a **Mónica Farro** desnuda aferrada a un respaldo de una silla y dándole la espalda al espectador (como habíamos aclarado son todos los transeúntes que rondan por los quioscos de revista y la ciudad). Lo extraño de este cuerpo es que tiene una piel con una uniformidad llamativa, es perfectamente lisa y sin arrugas o marcas superficiales. Es un cuerpo que aguarda la mirada de un *voyeur* y está a la acecho de los ojos. “Lo que hoy en día se conoce con el nombre de entretenimiento popular, responde en realidad a una necesidad creada artificialmente por la industria de la cultura, manipulada por ella y, por consiguiente, depravada” (Horkheimer, M: 2003). En este planteo de Horkheimer podemos entender como la industria de la cultura crea productos culturales para su exposición en masa y dichos productos al ser diseñados y al no ser creadas por la “espontaneidad”^{††} tiene un funcionamiento *depravado*. Teniendo cuenta nuestro trabajo, la “depravación” tiene sede en los cuerpos, la industria cultural de las tapas de revistas establecen “tiránicamente” (ya que los dueños y directivos de las empresas crean las tapas) qué cuerpos son considerados “bellos”. Así el canon *diseñado* es restringido a los cuerpos protésicos y con retoques digitales, el grupo editorial de la revista decide en cada tapa que *Venus* de turno o que *Adonis* formarán parte de la portada, en ese gesto y en su repetición mensual se va “proponiendo” el canon de la “perfección”. En esa repetición se produce una creación de *una-belleza* que pertenece al plano de lo digital por ende es una creación sin-topías para la carne se produce un una canon de lo bello que pertenece a la fuga constante, lo inaprehensible, la fluidez y a lo inmaterializable por fuera de la imagen misma; esto nos es interesante a fin de cuentas porque en dicho fenómeno se construye un tipo de relación de poder novedosa que reside en exhibir cuerpos que son tan *espectrales* que están sumamente *en-distancia* del referente corporal sin embargo esa “belleza” gobernada por la *imposibilidad* seduce a ser perseguida aunque por definición no se pueda alcanzar nunca precisamente porque es una especie de humo que se filtra incansablemente. Para no ampliar más (ya que rodearemos el tema en los capítulos que vendrán más adelante) diremos que la

^{††} Si es que existe algo tal.

industria cultural de las revistas analizadas ejercen un poder biopolítico que en su construcción visual de las imágenes incita a la autointervención digital y plástica de la Población en pos de rozar por un momento esos cuerpos “bellos”.

En el número 39 de la *Playboy Argentina* se encuentra Eugenia Ritó donde también hay una llamativa ausencia de arrugas y hasta una inexistencia de pliegues en la piel, también damos cuenta de un ombligo extrañamente alto. Esta imagen muestra un cuerpo intervenido con material plástico y con un gran diseño digital, así se exhibe un cuerpo que es un *espectro* de la modelo, ya que el *design* es tan marcado que la modelo se “desdibuja”. Antes del ingreso de la tecnología digital la industria de la cultura tenía una relación más “directa” con el referente (como ya vimos en el capítulo anterior con Barthes y Sontag, entre otros).

Si nos detendremos en algunas figuras masculinas, por ejemplo, en la tapa de *Gente* de Marzo del 2011 veremos al actor Mariano Martínez, él nos mira a los ojos y se levanta la remera, aquí vemos un diseño que explota en abdominales, bíceps, tríceps y cuádriceps hiper-marcados. A través del “pincep” del diseño se borró todo tipo de marcas en la epidermis (al igual que en los casos de las mujeres analizadas) aunque aquí hay una presencia del vello axilar.

Por otro lado, en la *Paparazzi* de Septiembre del 2010 vemos a *espectro*^{‡‡} de Ricardo Fort plagado de *prótesis plásticas y visuales* (digitales). A su lado se encuentra Joaquín Starosta, ambos están sin remera, con músculos marcados por uso “*gimnástico-injertos plásticos-modificación digital*”, a diferencia del anterior, en estos casos hay una absoluta desaparición del vello corporal. Al igual que el caso de las mujeres analizadas los cuerpos exhiben una homogenización pictórica de la piel, así las marcas *profundas* de la piel son cambiadas por una superficialidad ficcional.

III

^{‡‡} Siguiendo la concepción de Spectrum de Barthes desarrollada en su ensayo *la cámara lúcida*.

Para seguir explorando la fuerza de las imágenes y el funcionamiento, por momentos perverso de la industria cultural, tenemos que hacer una caracterización que se desprenderá en parte del famoso apartado de Adorno sobre la industria cultural. El autor indica que el siglo XX y el Capitalismo generan una industria que se dedica a la “manufacturas” culturales para las masas o como marcaría Marcuse con intenciones “democratizadoras”. Esta producción del entretenimiento tiene la función de *aceptar* la realidad material de la vida y del mundo dado y así evitar precisamente la mirada crítica de la realidad. Estos productos unifican a la sociedad y favorecen la aceptación de las relaciones de explotación, (en cambio de problematizar la propia existencia), las relaciones de poder, la pobreza, la plusvalía, la posición de subalternidad, etc., así se genera una falta de conflicto y por ende, una falsa armonía. Un síntoma de esto es el *star system* y la importancia que se focaliza en el culto a las “estrellas”, los amoríos de los actores, la cantidad de film que hace y la belleza de su rostro; Adorno parece por momentos asqueado del carácter poco problematizador de la mayoría de los productos de la industria cultural y por pasajes considera casi “obsceno” el impulso que genera hacia la aceptación del estado de las relaciones sociales.

Adorno indica a la *estandarización* y a la *reproducción* casi como los pilares de esta industria, en nuestro caso las tapas de las revistas, al igual que el resto de los productos culturales, impulsan un estándar de *belleza-plástica-músculosa-digital* y con poses sexuales: de cola a la cámara o con los pechos de frente en el eje de la mirada del observador/*voyeur*, y en el caso de los hombres con los bíceps, pectorales o abdominales muy definidos. Ese estándar, exigente e imposible, se va construyendo cada vez, forma parte de un proceso de repetición de imágenes que se da en el fluir de las tapas. Las variaciones de posturas, poses y la exhibición con poca ropa, forman parte de una “carrera armamentista” para exhibir una tapa más desnuda y sexual que la de la otra revista. Por eso si vemos las tapas de fines de 90´ que eran catalogadas de pornográficas son muy similares a estas actuales, con la diferencia que las pornográficas de antes estaban tapadas con folio y se “reservaban” exclusivamente al comprador, mientras que ahora la sexualidad abraza a las masas independientemente si tienen o no dinero para “hacerse” de ellas; evidentemente han sido democratizadas y junto con ello el estándar de lo “bello”.

Por otro lado, “el concepto de estilo auténtico se evidencia en la industria cultural como equivalente estético del dominio” (Adorno, T y Horkheimer, M: 2007) en nuestras unidades de análisis la belleza se debe construir, el cuerpo es equivalente a una porción de arcilla que debe ser moldeado por un artesano con bisturí, con un lápiz óptico o mouse. Las tapas muestran a Salazar, Ritó, Farro, Tesouro, entre otras o Mariano Martinez, Fort o Cristian Sancho, todos sus cuerpos con prótesis plásticas moldeadas de diversos materiales o formados por el trabajo muscular en los gimnasios, la industria decide que cuerpos exponer, (con esto no queremos decir que existe algo así como un cuerpo en estado natural). El estilo construido está basado en la *transformación corporal y la intervención digital*, para que alguien pueda ganar el espacio de la tapa debe entrar en ese canon violento de implantes; a su vez la repetición es tan sostenida que ha generado un *adiestramiento* en el espectador que espera que aparezcan esos cuerpos para sentir una vacía satisfacción de haberse anticipado a la previsibilidad de las revistas. El espectador, tal como lo describe Adorno cuando indica el funcionamiento del cine en el apartado de la industria cultural, anticipa sin ver la tapa como será esta, y esto es gracias a que por la repetición se genera un cánón: violento, imposible y tiránico, pero reconocible. Así “la ley suprema es que los individuos no alcancen de ningún modo lo que desean y justamente con ello deben reír y contentarse” (Adorno, T y Horkheimer, M: 2007). En la actualidad, en estas revistas esta situación se hizo más extrema, con las herramientas digitales los cuerpos adquieren formas, uniformidad en la piel, desaparece la celulitis, la grasa, las arrugas y marcas. Si nos detenemos en la tapa de Maxim de Enero del 2010, por decir un ejemplo, veremos a **Silvina Escudero** o un *espectro* similar a ella, desnuda y mostrando su cola al *espectador virtual*. Si observamos su espalda y su cara daremos cuenta que su piel ha sido “esfumada” digitalmente al extremo de ser “irreal” o utópica para la *carne*, sólo es una imagen que no tiene referente por fuera de la propia imagen. En ese sentido los espectadores (que como indicamos no son sólo los comparadores) son seducidos por la repetición de lo imposible y pueden tener, a grandes rasgos, dos tipos de reacciones: una sería ver la “*belleza*”-*plástica-digital* y devolverle la sonrisa por la imposibilidad de seguir el canon y la otra opción, la más trágica, sería tratar de seguir el estilo de belleza intentando traducir parte o el total del estándar o de aferrando lo que es por sí inaferrable; para lo cual un posible efecto sea la

insatisfacción por la imposibilidad de la *traducción*. Así las palabras de Adorno adquieren mayor relevancia, ya que la industria cultural seduce y ofrece cuerpos que son imposibles de ser perseguidos, sólo son para ser vistos y de ahí es que quizás seamos sólo *voyeurs*.

IV

Marcuse describe a la *cultura afirmativa* como un fenómeno desarrollado en la época burguesa, donde se generan valores universales que son abstractos y de carácter idealistas; un ejemplo de esto podría ser: la moral, la ética (como la entiende Weber en la ética protestante) o la belleza. Esto formaría una especie de *aporía* (al estilo de las trabajadas por Derrida) que consistiría en que al generar *valores idealistas* que sentimos que estamos “obligados” a seguir, profundizamos una servidumbre a lo que está “más allá de lo cotidiano” y así creamos una afirmación de lo materialmente existente. Con la cultura afirmativa se desarrolla el hecho de perseguir valores que no tienen lugar dentro de la vida cotidiana, material y “real” y por ende de un carácter utópico. Nos empeñamos en entregarnos a las ideas abstractas, como por ejemplo la ética, y así permitimos la *afirmación* de nuestra “vida material”. En la actualidad, la “belleza” es entendida como un *sin-lugar*: como indicamos los cuerpos con retoques digitales no son posibles en los cuerpos carnales, debido a que su posibilidad reside sólo en la imagen y sin embargo seduce a ser perseguida aunque es imposible alcanzarla por su fluidez digital. En ese sentido es idealista al estilo de la *cultura afirmativa* (porque en realidad es parte de ella), y a su vez, es idealista en el hecho en que la interpelación que hace incita a pensar que el “problema” radica en los cuerpos, por lo tanto para seguir el canon hay que intervenirlos de forma digital, plástica y gimnástica. Nos devela su “secreto”: incita con una “belleza” llena de *vacíos*, es perseguible pero no es alcanzable, siempre está en fuga y es inasible, sin embargo, seduce a correr esclavizado detrás de ella. Según Jameson “la arquitectura más reciente - como muchos de los otros productos culturales - (...) se yerge por lo tanto como algo parecido a un imperativo de desarrollar nuevos órganos a fin de expandir nuestros sentidos y nuestros cuerpos, va ciertas nuevas dimensiones, hasta ahora solo inimaginables y acaso, en última instancia, imposibles” (Jameson, F: 1999). Estas *nuevas dimensiones* de la que habla el autor, en nuestro análisis serían: *“lo digital, lo imposible y lo utópico”*,

entonces esta *industria cultural* seduce a la **Población** a seguir y *construir(se)* en el **propio cuerpo** algo que le es imposible. Interpela desde su **no-lugar** o desde una topia despiadada y enraizada en lo virtual y desde ese no-lugar de figuras digitales imposibles “presiona” a la *carne* para generar una espacialidad en ellos. Seducen a producir una traducción siempre fallida y parcial, que busca producir en los cuerpos “materiales” lo que sólo es una posibilidad digital.

A fin de cuentas, su *carácter afirmativo* radica en que establece que lo que se puede modificar para el “progreso” es la “superficialidad del cuerpo” y no las relaciones sociales de explotación y la vida cotidiana, entonces lo propuesto es el cambio a nivel de la piel y no en la profundidad de la sociedad. La *cultura afirmativa* “habla de la dignidad del hombre sin preocuparse de una efectiva situación digna del hombre” (Marcuse, H: 1970), en este sentido, la industria cultural de las revistas habla de *una-belleza* (podría ser otra^{§§}) de la mujer o el hombre sin preocuparse en que es imposible concretarla.

V

“La teoría esbozada por el pensar crítico no obra al servicio de una realidad ya existente: solo expresa su secreto”(Horkheimer, M: 1970), en el caso analizado su secreto consiste en que seduce con cuerpos imposibles pero incita para que se los persiga, interpela a la modificación superficial del cuerpo individual y no a la transformación social profunda, el estándar de la industria cultural es creado artificialmente por unos pocos actores, por ende está violentamente centralizada la exhibición de la “belleza” (el canon “tiene dueños”).

Por consiguiente, lo que escupe en la cara el pensamiento crítico es lo irracional de la razón, donde la belleza es un mero *spectro* inasible y se encuentra en fuga constante, y a su vez, este canon de belleza para la Población es diseñado por pocas manos concentradas.

^{§§} Tener en cuenta específicamente el cuadro de Rubens: *Venus en el espejo*. Liechtenstein Museum. 1615; donde figura Venus con un cuerpo robusto, rostro redondeado y sin firmeza muscular. Si revisamos el canon de belleza de Rubens, en general veremos que está inmerso en una sensualidad que se contrapone con la de las tapas de las revistas.

VI

Hasta aquí esto sería una observación *parcial* del fenómeno y es hora de profundizar más la situación. En este sentido, es interesante como Adorno y Horkheimer citan a Tocqueville: “bajo el monopolio privado de la cultura <<la tiranía deja el cuerpo va derecha al alma. El amo ya no dice: “pensad como yo moriréis”. Dice: “Sois libre de no pensar como yo (...) pero a partir de ese día seréis un extraño entre nosotros>>” (Adorno, T y Horkheimer T: 2007). Adorno está de acuerdo en que la industria cultural genera, en la repetición, un estándar de belleza para ser perseguido y esto mismo denuncia como *extraño o extranjero* a los que no están dentro de esa “normalidad”. Esto podría ser pensado como una *aporía*: el cuerpo que no se ajusta al canon de belleza está por fuera de la “armonía” construida por dueños de la Industria cultural, aunque esa “armonía” es también intrínsecamente *un-vacio-en-sí-mismo*, o dicho de otro modo: lo irracional de la belleza creada denuncia que lo que no se “alinea” a ella como irracional. Pero es Adorno en el mismo texto que indica que “el esfuerzo desesperado de esta repetición es el único signo de la esperanza de que la repetición sea inútil, de que nada podrá nunca apoderarse de los hombres” (Adorno, T y Horkheimer, *opus cit*), para él, al igual que para nosotros, es obvio que si hay tanta producción de la repetición estandarizada es porque la resistencia es constante o como diría Foucault si hay poder es porque hay resistencia. La producción cultural se fabrica basada en la *repetición* debido a que la concepción de belleza fluye constantemente y la industria cultural trata de encauzarla en algunas. La industria cultural no *impone* cánones sino que los “estabiliza” por medio de la seducción constante, sin embargo hay personas que los exceden al estilo del Bartleby de Herman Melville y su incisivo: “I would prefer not to” (preferiría no hacerlo) (Melville, H: 2002). En este cuento, cada vez que su jefe le indica que haga algo él le contesta que preferiría no hacerlo y no lo efectúa. Algo similar describe Marcuse como el *gran rechazo*: es “la protesta contra lo que es” (Marcuse, H: 1985), él autor indica que ese rechazo despliega *otra dimensión* del pensamiento que revierte con una fuerza subversiva *lo-que-es* construido por la cultura de masas. En nuestros casos, en la deriva de las imágenes se exhiben ciertas partes del cuerpo como bellas, esto genera una dimensión con una *armonía totalitaria* pero cuando alguien prefiere no seguirla “abre la

puerta” de esa razón autoritaria y muestra otras posibilidades, o dicho de otra forma disuelve el “falso cierre” y la “armonía”. Sin embargo, siguiendo a Marcuse, el Capitalismo tardío ha adquirido un gran dinamismo y es muy versátil, por eso es que tiende a absorber estas fuerzas disruptivas. En los casos del canon de belleza que diseñan las revistas hay personas que producen un *gran rechazo* y prefieren no seguir lo *imposible* o solo tratan de continuar ciertas partes del canon (por ejemplo el cuidado intensivo de la piel).

VII

A los cambios “materiales” hay que sumarle los *retoques digitales*, a un rostro intervenido quirúrgicamente se le suma la intervención digital y el rostro alcanza así un alisamiento extremo, dejando lejos sus “rastros humanos”. Un ejemplo de este fenómeno es la tapa número 60 de la revista *Playboy*, en la cual se ve a Claudia Fernández desnuda y tapándose los pechos, a su vez su rostro está casi oculto por la visera de un gran sombrero. Por tanto retoque digital su rostro tiene un liso extremo en las mejillas y en los párpados, al punto de que parece un maniquí de plástico. Si nos detenemos en la tapa de Noviembre del 2009 de Rolling Stone nos toparemos con Bono y “the Edge” de U2, sus rostros no son los de hombres de más de cincuenta años sino que gracias a los retoques digitales parecen de treinta; nos topamos con arrugas borradas y superficies lisas.

El rechazo corporal es tan marcado que el cuerpo se “escurre” hacia lo digital para alcanzar algo que no puede en el mundo material. Así, en la actualidad el goce estético está regido por un “goce de la destrucción y la modificación”, con el objetivo de una nueva producción en el propio cuerpo. La contemporaneidad parece indicar que el *cuerpo no debe ser violentado* por fuerzas penitenciarias o policiales (ver los desarrollos de Foucault en *vigilar y castigar*), pero la excepción es la laceración con un fin estético o para el cuidado de la salud siguiendo así a la industria cultural. Entonces, el cuerpo de las/os modelos de las tapas de las revistas tienen un doble diseño, uno *material* (a través de los quirófanos) y otro *digital*, donde los cuerpos se acoplan de nuevos anexos virtuales que modifican lo que era una “copia” de su carne. Esta industria cultural exhibe cuerpos que fueron intervenidos con implantes plásticos y ella se ocupa de los retoques visuales. De esta forma las/os modelos entienden su propia destrucción y modificación corporal como una experiencia estética que

acarrea una mejora con el objetivo de transformarse en un cuerpo bello, aunque nunca lo consiguen debido a que la noción de belleza es muy fluida y siempre se puede intervenir el cuerpo en búsqueda de esta belleza inalcanzable e inasible.

A modo de palabras finales del capítulo comentaremos que cada vez más fuerte resuena la fórmula Surrealista: “rasgar el velo de la razón lógica y contemplar el abismo”. Gran parte de este ensayo trató de analizar como la *industria cultural* seduce con un canon de belleza que superficialmente se exhibe como una “armonía racional” producida en gran parte por la imagen digital y el diseño que implica, pero cuando se *rasga ese velo* damos cuenta de todas sus contradicciones y así esa supuesta armonía muestra su rostro autoritario y tiránico.

Capítulo III

I

A modo de introducción de este apartado debemos aclarar que explicaremos una postura teórica basada en los desarrollos de Foucault sobre su concepto de biopolítica y algunas lecturas actuales que se dieron sobre el para poder dar un sustento teórico de los apartados anteriores.

Foucault rastrea un tipo de poder que él denomina Soberano, en el cual la figura del soberano, por ejemplo en la Edad Media, tenía la potestad de ejercer una relación de poder en el momento en que estaba en juego *su* territorio o su propio cuerpo en el cual podía captar los cuerpos de sus súbditos y enviarlos a pelear por él (primer caso) o asesinarlos como castigo si se sentía amenazado por ellos (segunda posibilidad). Era un tipo de poder focalizado en la defensa del espacio y de la carne del Soberano que era ejercido en la muerte, debido a que el derecho Soberano tomaba cuerpos para dar la muerte o exponerlos a ella. Esta forma de ejercer el poder se nutría en la posibilidad de asesinar, por esta razón Foucault la sintetiza con la frase “hacer morir y dejar vivir”, precisamente porque en la exposición de los súbditos a “la Parca” el poder del soberano vive en su plenitud. Un

ejemplo sencillo de las dos formas de este derecho, sería: en el caso de una invasión a sus tierras el soberano, ejercía un poder convocatorio de los que moraban sus campos, sus ejércitos, pobladores, campesinos, etc. los hacía formar filas en su defensa, los exponía a las cortaduras, amputaciones, agonía, dolores y a la matanza propia y ajena. Por otro lado, si había ladrones que robaban en el espacio del soberano poniendo en jaque sus propias reglas y en última instancia su figura de autoridad, el soberano tenía la potestad de captar nuevamente los cuerpos teniéndolos a su antojo para castigarlos públicamente mostrando al resto de la población lo que ocurre con los que ponían en duda las leyes del soberano y su figura. Él ejercía un poder basado en el espacio y en la capacidad de dar muerte a sus pobladores o exponerlos a esta en defensa de su propio cuerpo, figura de autoridad y su territorio, a fin de cuenta lo que hacía era protegerse a sí mismo por lo tanto era una relación de poder centrada en la defensa, no buscaba potenciar derechos sino potenciar su autoridad y evitar su destrucción, debilitamiento u objeciones a sus mandatos, de esta forma ejercía su poder en la muerte, o en el hecho de empujar a alguien a ésta o al peligro de los desmembramientos y las heridas. Era soberano del territorio, pero también de los cuerpos, la muerte y las heridas, esos eran sus derechos y precisamente los plasmaba en la captación haciendo lo que desee con lo que habita su espacio, normalmente cuando él, su autoridad y su derecho se ponía en disputa, de esta forma su poder podría ser traducido en lo que Foucault conceptualizó en “hacer morir y dejar vivir”.

En el accionar del devenir de las relaciones de poder comienzan dos nuevas formas de comprender y dirigirse a los súbditos, Foucault reconoce que hacia principios del siglo XVIII aparece un poder que se centra claramente en el cuerpo (entendido como individual), hacia sus manos, sus piernas, sus dedos, ojos, etc. Son relaciones de poder que se concentran en controlar y convertir al cuerpo en dócil y útil para el capitalismo industrial emergente de ese entonces, con el advenimiento de los establecimientos industriales se comenzó a diagramar disciplinas individualizadoras que trataban de hacer, por ejemplo, dóciles las manos de esos primeros obreros “corrigiendo” sus posturas para adaptarlas a las herramientas fabriles que eran distintas a la del campo, todo sus cuerpos debían adaptarse a los tiempos maquínicos del reloj y a sus “cuantificaciones” autoritarias, trabajar hasta el

horario de los talleres y no hasta sentirse cansados, por esta razón comienzan las disciplinas que buscan “domesticar” los cuerpos y adaptarlos a los movimientos de las máquinas. Generando un poder que trataba de regular los cuerpos y era capaz de corregir sus movimientos y desplazamientos con la intención de moldearlos a la tarea a realizar. Estas técnicas disciplinarias Foucault las aglutinó en lo que denominó **Anatomopolíticas**, precisamente porque era un poder que se adentraba en la carne. A ese poder que surgió a principios del siglo XVIII, él indica que se le suma otro para fines del mismo siglo pero que en vez de ser individualizador apunta a toda la Población, y la denomina **Biopolítica** debido a que es un poder que penetra en los procesos biológicos de la especie, a diferencia del anterior este poder es masificado por ende busca entrar en los procesos de la vida de la Población; creemos que este es un punto donde nuevas y actuales lecturas de Foucault como por ejemplo la de Agamben en sus libros *Homo Sacer* (I, II y III), él explica que existe una vida biológica llamada *Zoé* (que compartimos con los animales) y un poder que genera identidades y existencias políticas a la población por medio del derecho que denomina *Bíos*, aquí él explica que el ejercicio del poder tiene la capacidad de generar y retirar existencias políticas, una vez que se producen este tipo sustracción reduce a los cuerpos en *nuda vida* que o vida desnuda esa población es reducida a la mera vida biológica o *Zoé*, esa sería la figura del “musulmán” (son las personas que en los campos de concentración de los nazis estaban entregadas a la muerte, según los testigo parecían que nos les interesaba la vida ni nada y caminaban como zombis, no comían ni hablaban) que se detalla en *Homo Sacer III* como concepto de los campos de concentración nazis. Ahora bien, adentrándonos en algunos ejemplos del autor diremos que cuando Hitler califica a los judíos, antes de la generación de la horrorosa “decisión final”, como “piojos” o el “cáncer alemán que se debía extirpar”, Hitler claramente verbalizaba uno de los mecanismos de poder más atroces del nazismo (aunque también de todas las relaciones de poder posibles) precisamente este partido generaba redes de poder centradas en la vida especie pero entendiendo a ésta bajo la concepción creada por ellos del “alemán de raza aria” (debemos ponerlo obviamente entre comillas porque es una cadena de conceptos diseñados e inventados por ellos) y en contra posición a una idea del resto de ciudadanos de Alemania, a saber: judíos, extranjeros, gitanos, personas con necesidades especiales, entre otros. Esta

población que se excedía del concepto de “ario” ya dejaba de ser Población, lo que se ponía en juego en realidad sería el concepto de Población unido a la idea de relevante, al no considerarlos así se los desnudaba de sus identidades y existencias políticas, de esa forma el estado alemán los considera insectos o tumores que deben ser asesinados dentro de su lógica, precisamente sus redes de poder los han reducido a la mera Zoé o vida biológica donde, siguiendo la figura del derecho romano del Homo Sacer, cualquiera podía darle muerte sin por eso ser un asesinato. Creemos que lo importante es desasnar qué considera por Población el Estado, la Población debería ser el conjunto total de las personas que habitan un territorio pero el nazismo y cualquier poder actual demuestra lo contrario. Lo importante de la conceptualización de Agamben es que las relaciones de poder pueden generar identidades políticas con derechos y obligaciones pero también las puede reducir y precisamente ese mecanismo que ejerció el nazismo no es una excepción dentro del siglo XX sino que es la regla; de hecho estamos rodeados de *vida desnuda(da)*, por decir un ejemplo en frente al Congreso de la Nación, nuestros políticos debaten mientras que en la plaza congreso y sus inmediaciones hay familias enteras bajo la línea de pobreza viviendo en situación de indigencia, las acciones estatales no tienen en sus cálculos estas personas que son reducidos a la mera Zoé o son ayudados con estúpidos “paliativos”, de esa forma son personas abandonadas a la muerte. Con esta incursión en los desarrollos de Agamben buscamos dejar en claro que en las relaciones biopolíticas siempre está en juego la Población, qué se entiende por ella y qué ocurre con las personas que se las deja de lado como relevantes.

Volviendo a los planteos netamente foucaultianos, como ya aclaramos la biopolítica se centra en la vida biológica de la población con la búsqueda de potenciar sus procesos, regulando así a las masas, por ejemplo a través de mecanismos de control de natalidad, campañas de vacunación, campañas de higiene, controles periódicos médicos, entre otros.

Dando la palabra a Foucault: “Me parece que uno de los fenómenos fundamentales del siglo XIX fue y es lo que podríamos llamar la consideración de la vida por parte del poder (...) un ejercicio del poder sobre el hombre en cuanto ser viviente, una especie de estatización de lo biológico o, al menos una cierta tendencia conducente a lo que podría

denominarse la estatización de lo biológico” (Foucault, M: 2010). Aquí hay otro de los elementos claves para nuestra postura conceptual, cuando Foucault plantea el concepto de biopolítica lo entiende como un poder ejercido mayoritariamente por el Estado, por eso habla de una estatización, una especie de lucha por control biológico y regulación de las masas para lograr una homeostasis o un equilibrio global.

El poder del soberano, reclamaba cuerpos individuales para darles la muerte o exponerlos a ella y uno de sus objetivos era el suplicio público (ver el caso de Damiens descrito en el principio de su libro *Vigilar y castigar*) ya que el derecho del soberano debía ser visto por el resto de los pobladores, era para ser presenciado, exhibido y hasta disfrutado en los espacios para tales fines. Por su parte la biopolítica es un poder que se dirige a la Población, va hacia las masas seduciendo o asustándolas para que adopten las medidas que potenciarán su vida biológica, que los harán más duraderos, menos vulnerables a las enfermedades, que las patologías duren lo menos posible, aumentar el nivel de salubridad, reducir la mortalidad en ciertos rangos etarios, a fin de cuentas fabricar una población sana y útil para el sistema productivo capitalista. Según Foucault, tenemos “dos series: la serie cuerpo-organismo-disciplina-instituciones y la serie población-procesos biológicos-mecanismos regularizadores-Estado” (Foucault, M: 2010), tal como ya lo comentamos el poder que comienza en el siglo XVIII básicamente ejerce dos mecanismos: uno que es **disciplinario** que se centra en el cuerpo y se produce en las instituciones de encierro (por ejemplo, la escuela, los hospitales, las fábricas o el sistema penitenciario) y Foucault denomina **anatomopolíticas** y su objetivo es **docilizar** los cuerpos. En otro nivel (aunque articulados entre sí) se encuentra los mecanismos regularizadores del poder que se centran en la población como una especie biológica que hay que regularizar y normalizar, en cambio de ser ejercida en lugares de encierro, esta es producida mayoritariamente por el Estado, es como si el Estado buscara estatizar los “destinos biológicos” de la población, ya que a fin de cuentas el sistema productivo necesita fervientemente que las masas sean saludables, potenciando los procesos biológicos de la población, el Estado potencia también a los empleados del sistema capitalista y a los que todavía no los son pero lo serán.

“Una de las transformaciones más masivas del derecho político del siglo XIX consistió, no digo exactamente sustituir, pero sí completar ese viejo derecho de soberanía -hacer morir o dejar vivir- con un nuevo derecho, que no borraría el primero pero lo penetraría, lo atravesaría, lo modificaría y sería un derecho o, mejor, un poder exactamente inverso: poder de *hacer vivir y dejar morir*” (Foucault, M: 2010). En términos un poco marxista se asegura una fuerza productiva sana y un ejército de reserva momentáneamente improductivo pero preparado para ingresar a las jornadas laborales.

Toda la caracterización que genera Foucault del siglo XVIII en adelante necesita unas actualizaciones porque el proceso histórico ha cambiado profundamente y ese será el objetivo del segundo apartado.

II

Primero que nada queremos retomar la palabra de Paula Sibila con respecto a pensar la biopolítica y sus transformaciones post-foucault. “Las compañías privadas hoy cumplen un papel fundamental en la construcción biopolítica de cuerpos y de modos de ser, desplazando la antigua primacía de los Estados y sus instituciones de secuestro, para impregnarlo todo con su contagiante “espíritu empresarial”” (Sibila, P: 2009). Ella entiende que a partir de los 80’ aproximadamente el Estado empiezan una retirada sobre el ejercicio del biopoder y los sectores privados comienzan a generarlo, así estos se adentran en los procesos de la vida de la especie.

Ella reconoce que se presenta así una forma de privatización del ejercicio de poder centrado en los procesos biológicos de la población. En su libro *el hombre postorgánico* da como ejemplo de punta pié inicial de este proceso el registro matriculado de algunas bacterias por parte de los científicos y laboratorios. Quizás podríamos aventurarnos a pensar que la retirada del Estado (que nunca es total, es sólo eso un retroceso) forma parte una matriz del pensamiento de la época propia del neoliberalismo, en donde se entiende a grandes rasgos que el enorme Estado de bienestar (o sus leves intentos latinoamericanos) deben ceder el paso a la “libertad” de mercado y a la “autoregulación” de sus fuerzas. La cosmovisión neoliberal da cuenta sobre el florecimiento de un nicho de mercado y que intrínsecamente

es una forma de control, es así que los laboratorios privados, las clínicas, las farmacias, entre otros actores comienzan a ejercer poder sobre la vida: campañas de vacunaciones por fuera del calendario estatal, control de natalidad, acciones de fertilización, venta de medicamentos que presuntamente prolongan la vida; a su vez, con promesas de: manipulación genética, clonación, uso de células madre, escaneo genético, entre otras.

El foco interesante del planteo de Sibila al respecto, es que el ingreso al ejercicio del biopoder por parte de los privados trajo consigo su lógica del mercado: vender productos o servicios que potencian la vida de la Población. Ella aquí hace una pausa, para nosotros inteligente, debido a que ya no sería población el objetivo sino que los presuntos consumidores, y en esa transformación de población a consumidores en realidad está recortando el universo entre los que pueden llegar a comprar el servicio o el producto que viene a “mejorar la vida”. En ese sutil pero decisivo movimiento, el biopoder privatizado busca impactar no a toda la especie sino a la que tiene el dinero necesario, así la población se dividiría entre la relevante (la que tiene el dinero) y la que no es un objetivo que es desnudada de sus identidades políticas. Un ejemplo muy claro de dicho proceso es el calendario estatal de vacunación obligatorio de los niños y todas las extra que se pueden inocular en institutos privados los niños con obra sociales o dinero para costearlas, en teoría esta parte de la población más pudiente potenciaría más su vida al evitar las *posibles* enfermedades.

El último punto que nos interesa de los desarrollos de Sibila es la lógica del mercado trajo consigo la del consumo, con esto queremos decir que en el ejercicio del poder *biopolítico-privado* convierte a la población en virtualmente enferma, todos estamos potencialmente cerca de un peligro que atenta contra la vida por ende ellos tienen la solución o el paliativo. Para ver un ejemplo, nosotros hace algún tiempo que centramos la atención en la comunicación de la Serenísima, una empresa láctea y si pensamos rápido podríamos decir que nada tiene que ver con la biopolítica, sin embargo hace años que sus productos prometen mejorar la vida. Para los yogures sus Calciplus, “los huesos con el tiempo “pueden” (acá está el potencial) debilitarse, así que si querés huesos fuertes mejor

Calciplus”, a este producto habría que sumarle, el Lactobacilus GG, Vidacol (para bajar el colesterol) y Actimel para subir las defensas.

Todas las biopolíticas buscan potenciar la vida de la Población pero con el fuerte ingreso de los sectores privados, se trata de potenciar los procesos biológicos de la *población-relevante (consumidores)*, mientras que la *biopolítica-Estatal* es más abarcativa. Los sectores privados buscan nichos de mercados con una lógica de seducción que se basa en apelar a los peligros potenciales y sus miedos.

III

Nosotros creemos que la noción misma de la vida se ha asociado al imperativo de la *juventud* y la *belleza* y esto se produjo en parte por las lógicas del neoliberalismo y la privatización de la biopolítica. Por medio de los capítulos anteriores vimos como las *imágenes-intervenidas-digitalmente* generan una belleza *u-tópica* para la carne, ya que es imposible su traducción en el cuerpo propio, se la puede seguir (con todas las armas de los sectores privados: operaciones “estéticas”, bótox, limado de huesos, extirpación de costillas, entre otras) pero es por definición inasible por su *espectralidad* que surge de la imagen virtual. Las tapas de las marcas de revistas analizadas exhiben un cuerpo digitalizado, con una doble intervención, primero plástica (rinoplastias, implantes, liposucción, lifting, etc.) y en segundo lugar por una digital, ya que son “photoshopeadas” (les quitan las arrugas, las marcas de la piel, las ojeras, se alisan los cuerpos y se hacen más protuberantes algunas partes, en el caso de los hombres se marcan los músculos y en el caso de las mujeres el busto y su parte trasera).

Como marcábamos más arriba un rasgo interesante para este escrito es tratar de discernir cómo las relaciones de poder centradas en los procesos biológicos son ejercidas por los sectores privados, en este caso la industria cultural del diseño digital de las imágenes ejercen un poder que se centra en “proponer” por medio de la exposición de los *cueros “bellos”-virtuales-utópicos* un tipo de *normalidad* que se concentra en su propia imposibilidad, es una “belleza” que sólo es para los ojos y no para los cuerpos. Aquí se presenta uno de los núcleos más importantes, en esta normalidad que se construye en las

tapas de las revistas se ejerce un poder sobre la población que es seducido a seguir una “belleza” que se fuga siempre, entonces las implicancias en los procesos vitales se traducen en que exhiben presuntos cuerpos y un canon de belleza *(im)posible* o mejor dicho posible sólo para las imágenes, esto es aprovechado por otros actores privados (instituciones clínicas, laboratorios, médicos, esteticistas, entre otros) que ofrecen la panacea de productos y servicios que prometen la posibilidad de autogestionarse el cuerpo para parecerse y perseguir el canon propuesto.

La industria cultural que estuvimos analizando en los capítulos anteriores ejerce de forma seductora una propuesta de lo bello anclada en lo virtual que como comentamos está reinada por su *espectralidad*, sin embargo otros sectores privados ejercen un biopoder que promete la traducción (siempre imposible) del canon de belleza en los *cuerpos propios*. A lo largo de la investigación fuimos versando en las implicancias biopolíticas que ejercen las tapas de las revistas seleccionadas, ya que generan imágenes de rostros y figuras que por medio de la seducción pueden generar en algunos individuos de la población la necesidad de correr detrás de esos rasgos que a fin de cuenta son píxeles. Todo lo dicho nos lleva a pensar que podemos indicar que se genera una biopolítica que es estética (de ahí el nombre de la investigación), que es producida por la industria cultural de las revistas y que su materia prima es la imagen digital. Entendemos que lo novedoso de este poder es que tienen sus raíces en la *virtualidad* de la imagen intervenida digitalmente ya que propone un canon de normalidad y normalización que está gobernada por su imposibilidad intrínseca, es una especie de normalización que se puede perseguir pero jamás alcanzar, en ese sentido el poder normalizador (de ajustarse a la norma que se propone como “bello”) está signado por el *espectro* y la fuga, esto es por la imposibilidad de generar la normalización que se propone visualmente.

Capítulo IV - (¿)Conclusión(?)

A modo de palabras finales comenzaremos con unas tapas de revista que muestran un poco todo el diagnóstico que hemos detallado hasta aquí. En la tapa de Caras de Septiembre del 2008 aparece un primer plano Luis Miguel, ahí podemos ver el *(un)* rostro del cantante, claramente hay un uso intensivo de los programas de diseño, donde los pinceles borraron

las marcas de su piel, las arrugas de la frente y los pliegues de los ojos. Entonces, a las intervenciones quirúrgicas de su rostro se le suma el diseño de post-producción que lo metamorfosea y genera un *espectro-distante* del cantante.

Por otro lado, en la tapa de Febrero del 2014 de la revista Caras aparece Cauá Raymond (actor de la telenovela *Avenida Brasil*) podemos ver un plano americano de él, con el torso desnudo y caminado por una playa, está en una supuesta foto “robada” o captada de una forma “natural”. Sus músculos pectorales y abdominales están marcados, hinchados y definidos de forma digital. Ambas fotografías construyen *espectros* diferentes, el primero borra, quita y alisa mientras que en el segundo caso hincha, marca y define diferentes músculos. Las dos fotografías exhiben un *espectro* difuso que se distancia de lo carnal para abrir la puerta a un diseño digital que simula la respiración. Ya lo hemos aclarado pero es importante insistir en que no estamos afirmando que la fotografía digital es la que distancia la fotografía del referente retratado, sino todo lo contrario somos conscientes que la imagen fotográfica nace distanciada de lo que retrata. Lo que sí sostenemos es que los procesos de digitalización producen una distancia mucho más abismal y lejana que la fotografía “analógica”. Volviendo al caso de Luis Miguel, vemos un rostro que parece de una persona que tiene veinte décadas y no sus 44 años (hablamos de estos casos para no caer en las obviedades de Mirtha Legrand y Susana Giménez). Recapitulando un poco, el *espectro* masculino construido por las revistas diseñan musculaturas definidas e hinchadas y borramientos de arrugas y de marcas en la piel.

Para continuar nos detendremos en la tapa de Rolling Stone de Julio de 2006, aquí vemos el cuerpo casi completo de Florencia de la V, ella está desnuda tapándose los pechos y su parte baja con la pierna levemente cruzada, la imagen tiene un *punctum* (en el sentido definido por Barthes) que nos toca y nos llama a reaccionar, está luciendo una hermosa panza de embarazada. Aquí resulta claro el intención original del título del proyecto disciplinar: ***la exasperación de los posibles***, con esta frase sintetizamos el universo de la imaginación que genera la apertura de lo digital; precisamente podemos ver a Florencia de la V con un enorme embarazo y con un nivel de perfección en el diseño que no parece una

prótesis visual plegada y que sin embargo es del orden de lo imposible para el cuerpo de ella.

En la tapa de la revista Hombres de Junio del 2012, podemos ver a Andrea Rincón posando de espalda a la población, su trasero redondeado digitalmente presenta una forma casi *imposible* para la carne y su piel presenta una uniformidad parecida a un plástico industrial, no hay venas, marcas, arrugas, moretones ni adiposidades; lo que si hay es una redondez perfectamente diseñada, por ejemplo, por **Photoshop**. Estas características que acabamos de marcar se extienden a todo su cuerpo.

En la última revista de Maxim del 2007 podemos ver a Wanda Nara de frente a los *espectadores-voyeurs* (como ya aclaramos en los capítulos anteriores: toda la Población), ella muestra casi de forma total su pechos protésicos, con una marcada uniformidad de los tonos de la piel y la redondez de ellos. Wanda observa directamente a la posición de los ojos que la verán, como invitando a la mirada y al disfrute de la tapa. Se exhibe también la aureola y se tapa el pezón con una etiqueta digital que dice: “raspe”. Pareciera así que el pezón es el último velo antes del desnudo total de los pechos (si hacemos un recuento de la década de los noventa daremos cuenta que todo el complejo areola-pezón era sector que no debía mostrarse si no se deseaba genera un desnudo de la parte superior).

A diferencia de esta tapa, que el *spectrum con-mueve o mueve- con* los pechos y su rostro formado digitalmente, podemos dar cuenta que la de Andrea Rincón *con-mueve-con* la espalda y sus nalgas que se proyectan a los *voyeur-virtuales*. Todo su cuerpo posee un uso intensivo del “alisado” del **Photoshop** que borra lo que se entiende como “imperfecciones” (toda marca en la piel que no permita verla como un todo uniforme). Aquí también se presenta el diseño de una etiqueta que tapa al pezón pero deja desnuda la aureola, se invisibiliza las facciones de la cara generando una especie de rostro plástico que sólo se puede hallar en una imagen.

Por medio del capítulo anterior dimos cuenta cómo podemos ver mecanismos **biopolíticos**, que se centran en los procesos de la vida y que tienen implicancias “estéticas”, a su vez este poder es ejercido desde sectores privados así el fluir de las imágenes “bellas” *im-possibles*

(que son la negación del posible, o la afirmación de que es posible únicamente en el plano de la imagen, aquí la tapa de Flor de la V aporta absoluta claridad) pueden impulsar un movimiento del *cuidado de sí*.

En el devenir de las imágenes que inundan la vida cotidiana los sectores privados dueños de las revista analizadas proponen en sus tapas *un* tipo (tiránico y violento) de circulación de la belleza, entienden que lo “bello” está dominado por homogeneidad de la piel, cuerpos con **prótesis plásticas** y **prótesis visuales**, estas últimas agregadas por **Photoshop**.

Los fenómenos sociales también hablan mucho por sus silencios, en las tapas de las revistas hay una ausencia de celulitis, adiposidades, arrugas, vello corporal, cuerpos claramente adultos o ancianos, y si llegan a aparecer están intervenidos para parecer jóvenes.

Hemos detallado que en cuanto al mundo de las imágenes se presenta un punto de cruce o una unión entre las concepciones de *salud-belleza-juventud*, las imágenes que merecen aparecer en las tapas de estas revistas deben claramente ser saludables o por lo menos no parecer que tienen rastros de una enfermedad, deben ser “bellas” dentro del canon que hemos reconstruido, y jóvenes o por lo menos parecerlo.

Una parte que creemos que es muy interesante fue definida como las imágenes *im-posibles*, las fotografías de diseño que muestran un cuerpo que se puede “admirar” que podemos ver pero no podemos alcanzar. Hemos detallado la imposible traducción de la imagen a la carne del observador, que puede ser seducido a generar una *intervención de sí* (en este punto la ciencia médica en general que se relaciona al *cuidado de sí* se posiciona sobre esta angustiante frustración de ser atraído por lo que nunca se puede tener o ser, ofreciendo igualmente una panacea de productos e intervenciones para acercarse a lo que siempre estará lejos) aunque nunca podrá alcanzar y generar en su cuerpo lo que exhibe la imagen fugaz y espectral.

Desde este punto claramente vemos el ejercicio de relaciones de poder que penetran las imágenes digitales analizadas, y que a su vez la medicina de la “belleza” se pliega intrínsecamente para seducir a la población a autoconstituirse con intervenciones y ajustar su carne lo más cerca posible de esa normalización por definición inalcanzable. Esta

medicina construye y se apoya en la identificación de la *no-“belleza”* descrita como una enfermedad o patología que la Población que se debe combatir, aunque en realidad serían únicamente los que tienen el poder adquisitivo para consumirla.

Para terminar, como bien aclara Sibila, la biopolítica ejercida por sectores privados (no gubernamentales) construyen su poder de una forma sensual y atractiva ya que deben generar primero consumidores y luego lograr el interés a la compra del producto o servicio.

A modo de palabras finales nos gustaría terminar con uno de libros más interesantes de Herman Melville, **Bartleby**. La historia comienza con un abogado de New York que contrata un copista legal llamado Bartleby. Al tercer día de trabajo el abogado le pide revisar juntos un escrito, a lo que Bartleby le contesta con vos suave y firme: “preferiría no hacerlo”, luego de ese primer episodio el copista responde a cada pedido de su empleador de la misma manera hasta que el abogado decide mudarse de la oficina dejándolo abandonado allí ya que Bartleby ante el pedido de que se retirara de la oficina le confirmó que “preferiría no hacerlo”, la historia luego continua pero nos proponemos quedarnos aquí. Lo relevante para nosotros es que ante la insistencia externa de hacer algo siempre existe la posibilidad de ser Bartleby y contestar como él.

Bibliografía

- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: AKAL, 2007.
- Barthes, R (2009). *La cámara lúcida: nota sobre la fotografía*. Buenos Aires: Paidós.
- Belting, H (2009). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz.
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de la reproductividad técnica: en ensayos* tomo I. Madrid: editora nacional, 2002

- Buck-Morss, Susana. *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Buenos Aires: Interzona, 2002.
- Foucault, M (2007). *Seguridad, territorio y población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M (2010). *Defender la sociedad*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Horkheimer, Max. *Teoría crítica*. Buenos Aires: Amorrortu, 1990.
- Jameson, Fredric. *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*. Buenos Aires: Manantial, 1999.
- López, M. P. (1997). *Mutantes: trazos sobre los cuerpos*. Buenos Aires: Colihue.
- Marcuse, Herbert. *Cultura y sociedad*. Buenos Aires: Sur, 1970.
- Marcuse, Herbert. *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad avanzada*. Barcelona: Planeta Agostini, 1985.
- Melville, Herman. *Bartleby, the scrivener*. Versión digital en: <http://www.hn.psu.edu/faculty/jmanis/melville.htm>. 2002.
- Sibila, P (2009). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Yáñez Tapia G. (2010). *Imagen digital: la "suspensión" de la distancia categorial moderna*.

