

Como citar este artículo:

Jiménez, A. L. (2014). Simulacros identitarios en revistas de *glamour*. *Revista Eleuthera*, 11 , 187-204.

SIMULACROS IDENTITARIOS EN REVISTAS DE GLAMOUR*

IDENTITY DRILLS IN GLAMOUR MAGAZINES

ANA LUCÍA JIMÉNEZ BONILLA**

Resumen

“Simulacros de identidad” se refiere a las representaciones de sí y del otro, que cada sujeto social pone en práctica en todo momento de su vida. El seguimiento a dichas representaciones se observa en los procesos de comunicación verbal y no verbal. La teoría se ejemplifica con fotografías de Sara Corrales, invitada a participar en la sección ‘símbolo sexual’, de la revista *Soho* No. 104 de 2008.

La reflexión que aquí se presenta, es uno de los resultados de una investigación más amplia que se llevó a cabo en el 2011, con cuatro revistas: *Soho*, *Fucsia*, *Don Juan* y *Aló*, todas publicadas en Colombia.

Palabras clave: simulacro identitario, identidad, imagen de mujer, representaciones.

Abstract

“Identity Drills” refer to representations of self and the other that each social subject practices in every moment of their lives. The follow up to such representations can be observed in the processes of verbal and nonverbal communication. The theory is illustrated with photographs of Sara Corrales, invited to participate in the *sexual symbol* section of the *Soho* magazine.

The reflection presented here is one of the results of a wider investigation conducted in 2011, with four magazines: *Soho*, *Fucsia*, *Don Juan* and *Aló*, all of them published in Colombia.

Key words: identity drill, identity, image of woman, representations.

* Este artículo recoge parte de la investigación sobre simulacros identitarios, realizada por la autora en el marco del doctorado en Humanidades de la Universidad del Valle, Cali, 2006-2011.

** Licenciada en Literatura, Universidad del Valle. D.E.A., en Estudios Iberoamericanos, Universidad París VIII. Magíster en Educación, Pontificia Universidad Javeriana, Cali. Doctora en Humanidades, Universidad del Valle. Profesora del Departamento de Lenguaje, Facultad de Comunicación Social, Universidad Autónoma de Occidente. E-mail: aljimenez@uao.edu.co.

Los simulacros son simulaciones, puntos de vista, representaciones imaginarias que, bajo la mediación del discurso oral o escrito, ponen en evidencia la identidad de un sujeto que siempre se confronta con los estereotipos de género de la sociedad en la que se vive.

Aristóteles, en *La Retórica*, plantea la estrecha relación que existe entre lo que es dicho y la persona que toma la responsabilidad de decirlo. A partir de lo expresado por el orador el auditorio teje la credibilidad en el discurso -no cuenta si lo dicho es verdadero o falso. Interesa que lo dicho sea plausible y verosímil-. Desde esta perspectiva, Aristóteles circunscribió el interés en la relación que el orador establece con el auditorio durante determinada interacción, determinando así claves estratégicas para que aquel lograra la adhesión de su público. Para la retórica, la construcción de la imagen de sí está presente en todos los discursos que circulan en el espacio social. No obstante, la preocupación del filósofo se ubicó en los grandes auditorios, los cuales debían ser persuadidos por un orador; este, además, claramente, visualizó que tal objetivo se llevaba a cabo con la estrategia de la credibilidad como medio para deliberar y crear un acuerdo a través de la palabra.

Erick Landowski (1993) retoma las nociones de Aristóteles y elabora una perspectiva teórica inscrita en la socio-semiótica y denominada como *simulacro identitario* del sujeto y desde allí expone que la interacción discursiva hace emerger la imagen de sí, la imagen del otro y la imagen del mundo que describe un sujeto particular. Aceptar, entonces, que el discurso es el medio que permite al sujeto construirse a sí mismo e interactuar en el espacio social conduce a una nueva consideración, según la cual, todos los seres humanos otorgan gran importancia a las narraciones para responder preguntas como: ¿quién soy?, ¿qué quiero ser?, y, asimismo, a todas las cuestiones que circunscriben la existencia y su vinculación con las prácticas sociales, las cuales se acopian en discursos sometidos, a su vez, a construcciones determinadas por los géneros discursivos.

Los estudios sobre el discurso han demostrado que la capacidad discursiva del sujeto se consolida en el intercambio social; hecho que, a su vez, desarrolla la organización de narraciones en las que el sujeto no solo plantea su punto de vista, sino también su liderazgo, al escoger maneras de decir que, paralelamente, tejen maneras de pensar desde las cuales se refleja la identidad de dicho sujeto. Y al observar que la sociedad contemporánea ha reivindicado la individualidad a ultranza adquieren fuerza las narraciones personales como los testimonios, las crónicas, las historias de vida, las entrevistas y las columnas de opinión en las cuales se expresa la identidad del sujeto que protagoniza la historia.

En palabras de Judith Butler, “ninguna identidad particular puede emerger sin suponer y proclamar la exclusión de otras, y esta exclusión constitutiva o antagonica es la misma exclusión compartida de toda constitución de identidad” (2003, p. 38).

Desde la propuesta semiótica de Serrano Orejuela (2008), durante la enunciación se configuran enunciadador(es), enunciatario(s) y referente(s) que se corresponden con simulacros, representaciones, imágenes o versiones discursivas del escritor o hablante, del lector u oyente, así como del mundo. Esta concepción nos permite hacer claridad no solo con respecto al proceso de enunciación, pues también discurre sobre el sentido del texto o enunciado presuponente como aparato semiótico enunciativo, enuncivo y referencial (Cf. Arévalo, 2008, p. 7).

El enunciado presuponente implica la existencia de un escritor o de un hablante que ha ejecutado el discurso, es decir, ha expresado enunciados que se reflejan en el plano enuncivo que sirve de mediación con la referencia o el mundo referenciado. En los procesos de comunicación eficientes, el sujeto que enuncia tiene la intención de convencer al otro o, en otras palabras, ganarlo para la causa propia. Si el enunciadador no logra cumplir con su objetivo convincente, entonces, ha fracasado como argumentador y resulta necesario un nuevo proceso contra-argumentativo. Este reinicio, del mismo modo, puede fracasar y establecer una relación polémica en la que los sujetos de la interacción no logran situarse en el acuerdo. Dependiendo del nivel de la interacción, en el nivel privado (como el de la familia) o público (como el de las instituciones formales), los sujetos siempre se adhieren a una tesis, a una creencia o a una práctica, que desde la oposición pueden generar identidad entre los oponentes. En los procesos de interacción social, tanto en los ámbitos democráticos como los autoritarios, los sujetos se inscriben en una dinámica de poder que, a su vez, desarrolla la polaridad poder/antipoder o bien aceptación/rechazo.

Los medios de comunicación dominantes en las sociedades democráticas se agrupan y reiteran el discurso que conviene al control hegemónico y reproducen el orden social, político y económico. La lectura de los simulacros identitarios de los medios de comunicación, incluidas las revistas de *glamour* o de *tendencias*, como también se las denomina, permite reconocer a un sujeto enunciadador que promueve valores hegemónicos puestos en juego al enunciar la relación que como sujeto tiene con esos valores (de aceptación o negación), al igual que la manera en cómo los correlaciona con el macro o micro mundo social en el cual interactúa.

Así, en épocas pasadas, el modelo de madre y ama de casa era un estereotipo reiterado por la prensa femenina. Hoy en día, como resultado de los procesos de liberación sexual iniciados por las mujeres a mediados del siglo pasado, el estereotipo dominante en los medios masivos de comunicación es el de mujer sensual. Esta categoría prioriza las relaciones de pareja sin ataduras, condena los celos y la posesión recíproca. Y conforme a esta concepción, el amor no sería un condicionante para la práctica de las relaciones sexuales.

Existen otros estereotipos que marcan una ruptura con el modelo tradicional de feminidad, y uno de ellos lo constituye el de la mujer bella, que ha evolucionado en el marco de la sociedad patriarcal. En la actualidad, la belleza es un valor vinculado con la industria cosmética y del

vestido difundida por diversos medios de comunicación. La belleza de la mujer propuesta en el marco del sistema capitalista industrial, conduce a un desplazamiento que va de lo natural a lo cultural; de allí que se propongan diversas estrategias quirúrgicas y cosméticas para estabilizar la juventud, suprimiendo los signos de vejez. No se trata solo de eliminar las arrugas del rostro, sino de mantener un cuerpo erguido y llevado con elegancia, frescura y jovialidad.

La belleza femenina como estereotipo, trae consigo estándares para el cuerpo entre los cuales se encuentran la esbeltez y la salud. Los rituales de conservación de una figura delgada y saludable pasan por regímenes de adelgazamiento, masajes, deporte, entre otros, como muestra la actividad física y de control de sí misma; esto, junto al consumo de fármacos que balancean ciertas vitaminas y minerales.

A manera de ejemplo, se analiza a continuación una secuencia fotográfica de Sara Corrales, actriz colombiana, invitada por la revista *Soho*¹ a su sección 'símbolo sexual' (edición No. 104, diciembre de 2008).



Imagen 1. Secuencia fotográfica de Sara Corrales.
Fuente: versión digital de la revista *Soho*, No. 104, diciembre de 2008.

¹ La revista *Soho* es editada por publicaciones Semana y aparece en el mercado en febrero del año 2000 (su público está conformado por hombres entre los 18 y 40 años), con un lema muy particular: "revista prohibida para las mujeres".

‘Símbolo sexual’ difunde el modelo estético de mujer bella cuyo canon dominante promueve la delgadez y la juventud prolongada más allá de los 50 años, el cual se encuentra posicionado en la actualidad como el modelo del anti-peso y anti-envejecimiento. ‘Símbolo sexual’, sin proponérselo de manera deliberada, promueve la sustitución de la belleza natural por una cultural; esto es, la transformación del cuerpo biológico recibido por uno construido en el gimnasio, en el quirófano o mediante masajes.

Al revés de lo que ocurre con un dispositivo arcaico, el culto contemporáneo de la belleza debe comprenderse bajo el signo moderno de la no aceptación de la fatalidad, de la creciente pujanza de los valores triunfantes de apropiación del mundo y de uno mismo. (Lipovetsky, 1999, p. 132)

El universo referencial construido por la revista *Soho* tiene la intención de /hacer creer/ a los lectores que el modelo ‘símbolo sexual’ se atribuye a las mujeres en general. Sin embargo, la selección de la modelo para la sección indica que la escogencia sigue ciertos parámetros como el de presentar a una mujer joven, conocida o no en el medio artístico, que posee un cuerpo ‘anti-natural’ y el cual, no obstante, se presenta como ‘naturalmente’ hermoso y susceptible de despertar el deseo erótico.

Al analizar las fotografías tomadas por *Soho*, a Sara Corrales, semióticamente se puede recurrir a la semántica visual que organiza figuras, temas y valores. Así que si el tema tratado es el del símbolo sexual, las figuras que lo apoyan remiten a cierto tipo de mirada, labios carnosos, boca entreabierta, cuerpo delgado y tonificado, senos y glúteos prominentes y redondos, cabello largo, por lo general liso, y con rayos iluminados con tintes de dos colores. Todo esto acompañado de ciertas poses corporales que, en desnudo o semidesnudo, exhiben el cuerpo. Los valores derivados son eróticos y con una amplia promesa de placer sexual.

Mediante la construcción de simulacros, *Soho* contribuye a la formación de un imaginario colectivo relacionado con lo que es ser un símbolo sexual -lo cual no equivale estrictamente a lo que significa ser mujer-. El símbolo sexual promueve la idea de mujer sensual, joven, delgada, opuesta a la imagen de una mujer maternal. ‘Símbolo sexual’ está diseñado para mostrar un cuerpo femenino con escasa ropa: bikini completo; otras veces, solamente con *topless* y, otras, completamente desnudo. Todas esas actitudes y características reproducidas por Sara Corrales le otorgan el rótulo de símbolo sexual, mientras que el enunciatario/lector, instruido por este tipo de medios de comunicación, identifica y aprueba la imagen de mujer que se le presenta.

Cabe anotar que el enunciatario que construye la imagen de mujer símbolo sexual, no es solo el destinatario-hombre que ha concebido la revista, es también la destinataria-mujer que no solo comparte las imágenes de la revista, sino que asiste, de manera atenta, como

observadora y protagonista en la construcción de ese imaginario colectivo que reiteran los medios de comunicación y que fácilmente se encuentra en la vida cotidiana. El ‘símbolo sexual’ es un modelo de mujer que promete goce sexual tanto para sí misma como para los otros con los que ella comparte. Producto de lo anterior, la industria bioestética contemporánea produce y recibe ganancias por la elaboración de instrumental quirúrgico y prótesis, así como la construcción de especialidades médicas; mercado que crece cada día, dejando ganancias económicas enormes.

En Cali, Colombia, tiene sede principal la revista *Imagen*, de distribución mensual gratuita. Dicha revista es respaldada por la industria estética nacional, conformada por clínicas de cirujanos plásticos con sede en Cali, Bogotá y Medellín, así como por escuelas y centros de estética que llevan a cabo enseñanza y procedimientos muy variados para rejuvenecer, adelgazar y embellecer a la mujer contemporánea. Por otro lado, un evento que ha contribuido al fortalecimiento de las clínicas y centros de estética es el “Cali Exposhow”, promocionado a nivel nacional e internacional, el cual se realiza cada año en el Centro de Convenciones del Pacífico. Allí, cirujanos, productores de cosmetología y aparatología médica estética se dan a conocer, al tiempo que las clínicas aprovechan la oportunidad para promover los resultados de las intervenciones estéticas que realizan los especialistas de este rango.

Indudablemente, la industria cosmética ha encontrado en la publicidad el mejor medio de difusión de un cierto modelo de belleza femenina, determinado en nuestros días por la juventud, como opuesto a la vejez; la delgadez, como opuesto a la gordura; la alimentación *light*, como opuesto a la grasosa; así se puede continuar la lista, que incluye el rostro, el cabello, los vellos del corporales, entre otros.

Lourdes Ventura (2000) considera que todos los artilugios industriales y publicitarios inciden en la transformación del valor de belleza femenina, al punto de que la mujer que no se inscribe en este canon, termina siendo relegada socialmente. La preocupación, que antes del siglo XIX se limitaba al rostro, se extendió al cuerpo. “Hoy es el cuerpo y su mantenimiento lo que moviliza cada vez más las pasiones y la energía estética femenina” (Lipovetsky, 1999, p. 121). En este orden de ideas, conviene tener en cuenta que hoy en día no se trata solo de tener un cuerpo delgado, pues es preciso fabricarse un cuerpo musculoso y firme; sin perder de vista, además, que ese cuerpo debe resaltar los senos y los glúteos como elementos diferenciales del sexo femenino.

La modernidad induce a las mujeres hacia la atracción por la esbeltez como muestra de dos elementos: uno, el control sobre la persona y, el otro, la emancipación de las mujeres con respecto a su destino tradicional de madres internadas en el hogar. El cuerpo de Sara Corrales es un ejemplo del mantenimiento y cuidado con evidentes prácticas de una alimentación balanceada, gimnasia de fortalecimiento y tonificación de músculos. Una muestra de la técnica

del bio-poder que se incorpora en los cuerpos. Los gimnasios, por ejemplo, se constituyen en espacios de poder, en los cuales un instructor impone a los y las clientes una rutina de ejercicios físicos, atendiendo al grupo de músculos que todos poseemos. Pasado un mes, el entrenador evalúa la eficacia de la rutina física, de acuerdo con las marcas que se manifiesten en el cuerpo de los y las practicantes. El gimnasio como espacio físico no tiene una estructura de edificio circular con una torre en el centro desde la cual un guardia vigila los movimientos corporales. El gimnasio se decora con espejos que circundan las salas de máquinas y los espacios de prácticas aeróbicas. Los espejos son para mirar y mirarse, es decir, para auto-vigilarse y ser vigilado por el instructor, quien interviene en el momento en que es necesaria la corrección del ejercicio.

Otra estrecha relación del cuerpo con el bio-poder la constituyen las cirugías de implantes estéticos cuya pieza artificial: sustancia acuosa, se introduce en el cuerpo, en un tejido o en un órgano, mediante una técnica bio-tecnológica promovida por el sistema capitalista. Todos estos avances tecno-científicos evidencian la manipulación del orden natural, con el propósito de instaurar un orden cultural en el que la modernidad define el 'ser bello'.

Sara Corrales muestra en su cuerpo todas las marcas del bio-poder y la bio-tecnología en la que se ha apoyado para moldearlo. Ahora bien, el deseo narcisista que impulsa a Sara a posar "once horas seguidas", haciendo *pole dancing*, podría llevar a pensar que se trata de una mujer emancipada tanto laboral como sexualmente. Sara aparece como dueña de su tiempo y con plena disposición para vivir y asumirse como símbolo sexual de *Soho*. En cuanto a la emancipación, Sara muestra su cuerpo desnudo con autonomía individual, liberada de servidumbres domésticas, procreadoras o vestimentarias. No obstante, la liberación que aparenta Sara no se traduce en una autonomía, sino que es otra forma de sometimiento, en la cual el otro es un juez judicador integrado en su interior; de este modo, el sometimiento se ejerce a merced de la disciplina capitalizada en el cuidado corporal.

Al minar psicológica y físicamente a las mujeres, haciéndoles perder la confianza en sí mismas, al atraerlas en preocupaciones estético-narcisistas, el culto de la belleza funcionaría como una policía de lo femenino, un arma destinada a detener su progresión social. Al suceder a la prisión doméstica, la presión estética permitiría reproducir la subordinación tradicional de las mujeres. (Lipovetsky, 1999, p. 126)

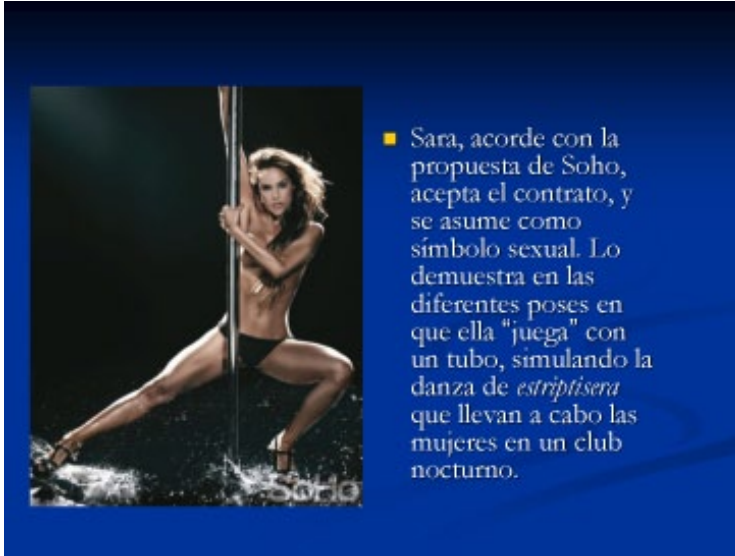


Imagen 2. Secuencia fotográfica Sara Corrales. Fuente: versión digital de la revista *Soho*, No. 104, diciembre de 2008.

El análisis de la imagen de Sara Corrales permite inferir que ella representa, simultáneamente, el modelo de mujer bella, sensual, erótica y profesional. Como mujer bella, muestra unas curvas que enfatizan su cuerpo, un tono de piel determinado (incluye el color bronceado) y la juventud; todo enmarcado dentro de los parámetros establecidos en la modernidad, en la cual, como se ha dicho, la belleza es más un producto cultural que natural. En cuanto al modelo de mujer sensual, la mirada, la boca entreabierta, las poses del cuerpo, sugieren la disposición de Sara Corrales para disfrutar la vida sexual, haciendo una equivalencia entre el tubo erguido y el falo. En cuanto al modelo de mujer erótica, en esta investigación, se ha entendido como el tipo de mujer que excita el apetito sexual tal como lo define el DRAE en su versión digital. La valoración del enunciador se centra en las fotos y, por tanto, en su discurso asume el rol de instructor que guía la mirada de los lectores:

[...] si usted la mira muy bien (su piel tensa, sus músculos sensualmente contraídos), se dará cuenta de que estuvo posando con una de las cosas que más le gusta hacer: el vertical, lo cual no es poco. Once horas seguidas estuvo posando para nosotros, como si estuviera en el gimnasio, explotando lo más provocativo de cada movimiento. (*Soho*, 104)

En esta configuración discursiva que el enunciador hace de Sara, se encuentran los detalles que la posicionan como una mujer erótica, es decir, aquella que alimenta el apetito sexual de manera deliberada porque se siente feliz de proyectar esa imagen hacia los hombres.

El modelo de mujer profesional se encuentra explicitado por el enunciador *Soho*:

[...] su carrera actoral no empezó a partir del recordado reality show *Protagonistas de Novela*, como piensan muchos. Antes de eso, Sara estudió teatro durante siete años con una compañía en Medellín, tiempo en el que alcanzó a montar hasta dos obras por año. Luego incursionó en la presentación de un magazín en Teleantioquia, y desde que terminó su participación en *Protagonistas de novela* hasta el día de hoy, ha actuado en cuatro telenovelas. Actualmente, en su quinta participación, aparece como antagonista en *Vecinos*, pero ese ya es otro cuento. (*Soho*, 104)

La presentación que el enunciador *-Soho-* hace de Sara, aunque meramente descriptiva y procesual, pone en evidencia el ascenso de la actriz a lo largo de su vida como profesional. Si bien el enunciador no evalúa el */hacer/* de Sara, al presentar la trayectoria, reconoce en ella la competencia adquirida y, además, */hace-saber/* al destinatario/lector aspectos de la carrera profesional de Sara, que él debe suponer son desconocidos por sus lectores. Sara, en tanto modelo de mujer profesional, es configurada por el enunciador *-Soho-* como una persona que prioriza la vida profesional y que no desconoce que su cuerpo, bien torneado, es un objeto de valor reconocido por ella, y, en concordancia con su valoración, lo expone a la evaluación de los lectores.

Conclusiones

La sección ‘símbolo sexual’ promueve el modelo de mujer sexualmente reivindicada. Este excluye, de manera contundente, el modelo de mujer madre dado que en ninguno de los artículos en los que aparece la categoría de mujer reivindicada sexualmente, las mujeres hablan de sus hijos o de sus inclinaciones maternas. Pareciera que un modelo y otro se opusieran o se eliminaran mutuamente porque la reivindicación requiere libertad de decisión y ninguna o poca atadura familiar.

La mujer reivindicada sexualmente se presenta como aquella que decide con quién, cuándo y dónde tener una relación. Esto demuestra el derecho que tendrían las mujeres a disponer de ellas mismas, de autogobernarse, de ser sujetos de su propia existencia. La mujer reivindicada sexualmente es una mujer habitada por sus propios deseos, opuesta a la ‘mujer deshabitada’, como llama Lourdes Ventura a las mujeres que conoció como amigas de su madre, quienes nacieron a principios del XX: “en cierto sentido, algunas de aquellas mujeres anestesiadas, expatriadas de sus propios cuerpos, cargaban con sus vidas sacrificadas con el mismo orgullo con que se exhibe un valioso trofeo” (2004, p. 17).

Al modelo de mujer sexualmente reivindicada, le sigue el modelo de mujer liberada como resultado de la puesta en marcha de la independencia económica y afectiva de la mujer de mediados del siglo XX. La mujer liberada es, entonces, beneficiaria de la lucha por la revolución sexual, así como también lo es la mujer reivindicada sexualmente. La diferencia radica en que esta última testimonia y, por tanto, narra en primera persona sus aventuras, expresa abiertamente lo que le gusta y le disgusta de la relación sexual; hecho contrario al de la mujer liberada, que es narrada por un otro, y, en esa medida, no es testimonial, sino referida.

La mujer liberada es económicamente independiente y ha tenido la experiencia de relaciones de pareja anteriores, con las que pudo romper, viviendo así la liberación del peso de un matrimonio desavenido. Obviamente, una mujer reivindicada sexualmente puede ser también una mujer liberada, pero pareciera que no toda mujer liberada es o se vive sexualmente reivindicada. Se entiende, así las cosas, que la mujer liberada es redimida de una carga de la que ha decidido deshacerse.

La mujer sensual es la figurativización de la mujer que se presenta como deseable ante el otro y articula la promesa de una extraordinaria satisfacción sexual. No obstante, la pose, la mirada, la manera de llevar cierto tipo de vestido, tematizan una sensualidad que, indudablemente para la revista *Soho*, se constituye en un valor positivo difundido como modelo a seguir por otras mujeres.

Según Gil Calvo (2000), la imagen femenina es valorada en dos aspectos: capacidad de provocar atracción sexual y virtud de suscitar admiración contemplativa. Si la mujer no refleja ninguna de estas atribuciones físicas, se denigra de su conjunto estético. Los medios de comunicación son los principales motores incluyentes y excluyentes de tal simulacro, logrando posicionar cierto estereotipo y rechazar otro.

Es sabido que una mujer poco agraciada físicamente puede ser saludable, y suscitar atracción sexual y admiración contemplativa, porque el sobrepeso no desdice del equilibrio de su figura. Desde Leonardo da Vinci, las proporciones constituyen la principal expresión en la clasificación del ser bello, lo cual demostró en modelos de escala reducida, que articuló muy bien con sus conocimientos de pintor y biólogo dedicado al estudio de la anatomía humana.

Mary Douglas (1995), retomada por Gil Calvo, sostiene, al igual que Levi-Strauss (2000), que todas las instituciones utilizan códigos fundados en clasificaciones compartidas, mediante los cuales, hipotéticamente, se construyen tres espacios de significación:

[...] el *natural*, cuyo código está fundado en distinciones físicas o fisiológicas que son después reducidas a esquemas binarios mediante algún artificio convencional y arbitrario. El *cultural*, codificado a partir

de esquemas clasificatorios de legitimidad o ilegitimidad (el *grid*: red, rejilla, encasillado o parrilla), destinados a conservar y sancionar a nivel *macro* la jerarquía del orden institucional. Y el *social*, que codifica, el *grid* macrocultural y el *Group* microsocioal. (Gil Calvo, 2000, p. 61)

Gil Calvo (2000) reescribe la hipótesis de Mary Douglas (1995) y la traslada al campo de la significación de la imagen femenina, de modo que el espacio natural lo refiere al grado de madurez reproductora que poseen las mujeres en función de su fertilidad y, por ende, a su capacidad para contraer relaciones sexuales. Y su opuesto, el antinatural, que descalifica el ejercer actividades sexuales en edades prematuras, como lo son la pubertad y la posmenopausia.

Pero como esos signos son artificiales, se abstraen del cuerpo *natural* de la mujer y se toman por separado, independizándose de éste. Por eso pueden resultar sexualmente atractivas tanto las adolescentes prematuras como las mujeres marchitas que hayan sobrepasado la menopausia, con tal de que presenten adecuados y oportunos signos de madurez ficticia. (Gil Calvo, 2000, p. 62)

El código cultural señala que el criterio de clasificación compartida no depende de la voluntad de cada sujeto, sino de la intersubjetividad colectiva a través de la cual se comparten signos con otros usuarios, quienes, a su vez, los relacionan con la legitimidad de los códigos institucionales. La dicotomía aquí, se establece entre lo que culturalmente se clasifica como puro/impuro; y esto se explicita en el caso de las mujeres en función de la existencia o no de aberturas sexuales, entendidas como signos de atracción que revelan el grado de accesibilidad sexual femenina. En otras palabras, la dicotomía puro/impuro se lee desde la percepción de lo que la mujer exhibe u oculta de su cuerpo, o bien, dice o calla en su discurso el cual se asocia con su identidad sexual.

En épocas anteriores, el criterio de pureza se refería a la virginidad de las jóvenes solteras y a la honestidad de las esposas. Muestra oculta de un orden social que daba prelación a la herencia y al patrimonio. “Pero, actualmente, cuando el estamentalismo patrimonial ya ha pasado a la historia, barrido por el orden social meritocrático e individualista, esta concepción de la *honra* femenina carece ya de sentido, quedando privada de relevancia” (Gil Calvo, 2000, p. 77). Lo interesante es que la dicotomía pura/impura continúa siendo una regla de disciplina y autocontrol, que se manifiesta bajo dos estrategias: la eliminación y la sustitución. La eliminación actúa por exclusión y despojamiento, y su máxima representación es el imperativo de adelgazar. Y la sustitución, por su parte, actúa por ocultación y revestimiento, y su máxima representación es el maquillaje cosmético.

Así, combinando ambas estrategias se espera reconstruir una imagen resistente al paso del tiempo, capaz de conservar o recrear un imaginario

estado primigenio (la virginidad) donde el cuerpo era puro y perfecto por estar todavía intacto e incontaminado, al no haber mantenido todavía relaciones corporales con nadie. (Gil Calvo, 2000, p. 78)

Mary Douglas (1995), citada por Gil Calvo (2000), afirma que las reglas de pureza “imponen formas de conducta” capaces de sugerir que en la relación entre seres humanos no interviene el cuerpo. “Tras la nubilidad, toda mujer debe acostumbrarse a la práctica habitual de frecuentes ejercicios de purificación, cuya magnitud extensiva e intensiva dependerá del grado de madurez sexual que exhiba” (Gil Calvo, 2000, p. 80). Algunos de esos rituales son: aseo y limpieza del cuerpo; corte de cabello; arreglo de uñas; depilación de vellos corporales; limpieza facial profunda.

Si bien la delgadez forma parte importante del ritual de purificación, es necesario tener en cuenta que los medios de comunicación lo re-producen, presentando artículos que día a día muestran los beneficios y óptimos resultados de los procedimientos quirúrgicos, señalando que el porcentaje de cirugías exitosas es mayor al de las intervenciones que tienen un mal desenlace, ya sea porque la paciente fallece o queda con lesiones causadas por un procedimiento inadecuado. El extremo del ritual de purificación lo llevan a cabo las mujeres que buscan adelgazar de manera rápida, sin someterse a la disciplina de una dieta o al esfuerzo de largas jornadas de ejercicio, prefiriendo la lipoescultura, seducidas por los resultados ‘inmediatos’ del procedimiento quirúrgico.

La cirugía estética facial también entra en la categoría de ritual de purificación, toda vez que permite a la mujer aparentar una juventud externa que internamente no posee, lo que en términos de Landowski (1993-1996) remitiría a la construcción de un simulacro identitario en el cual la mujer desea proyectar una imagen de sí, construida gracias a los artilugios quirúrgicos o estéticos con los que ella se identifica y se forja como mujer.

En este orden de ideas, lo que *Soho* y en general todas las revistas de *glamour* presentan como modelo de mujer bella, es el estado final de una serie de cuidados, muchos de ellos quirúrgicos, que han transformado drásticamente las formas naturales del cuerpo o que corresponde al caso de mujeres que practican el cuidado físico mediante la aplicación de inyecciones tipo ‘nutrición celular’, *Botox* o ácido hialurónico, que producen efectos de rejuvenecimiento facial. Esto, sin nombrar tratamientos corporales que promocionan innumerables centros de estética, ubicados en diversos barrios, como una muestra de la proposición de cuidados para todas las mujeres de diferentes estratos sociales.

La belleza reconstruida o intervenida por expertos cirujanos/as o profesionales de la cosmetología, es un ritual de purificación que ‘descorporiza’ el paso del tiempo, haciendo que el deterioro orgánico se disfrace. Tómese en cuenta los cuerpos de las jóvenes madres

contemporáneas, quienes, una vez dan a luz, se hacen reconstruir el abdomen mediante una lipectomía que aplanan el vientre abultado y modela la cintura; igual ocurre con el levantamiento de glúteos a través del amarre de músculos, que moldea las caderas como si ese cuerpo nunca hubiera gestado un hijo. Esto hace visible un cuerpo virginal, puro, sin huellas de reconstrucción y que, nuevamente, simula la imagen de una mujer fértil cuyos signos de feminidad son puertas del deseo (definitorias de la atracción sexual).

Otra práctica cultural que remite al ritual de purificación es la del maquillaje por medio de la cual se disimulan defectos de la piel, se uniformiza el color, se realza la mirada mediante el uso del rímel y sombras, y se iluminan los labios a través de colores llamativos que, además, proveen un brillo a la boca que naturalmente no se posee y que contribuye a hacer resplandecer todo el rostro. Para lucir siempre maquillada, la cosmetología ha creado el llamado ‘maquillaje permanente’, el cual consiste en tatuar la piel con tintas de colores; así, se somborean los párpados, se delimitan los ojos, se pintan las cejas y el contorno de los labios.

Los ritos de purificación son, entonces, procesos culturales que atribuyen significación al aspecto físico de la mujer y ponen en evidencia que la belleza femenina es resultado de una intervención quirúrgica o cosmética que la aleja de la apariencia natural. La belleza física, tal como se entiende hoy, sería, de acuerdo con lo anterior, el resultado de una cadena de cuidados que, sobre la base de lo natural, aportan en la construcción de una imagen ficticia caracterizada por la disciplina, el cuidado y la supervisión de la mujer que se inscribe en este modelo y que, a su vez, se somete a la supervisión de un otro, imaginario o real, quien la evalúa y la legitima dentro de un orden establecido. Esta es *la tiranía de la belleza*², en la cual se ha esclavizado a la mujer contemporánea que asume y promueve los valores estéticos, y se somete a ellos sin reparo ni distancia crítica, reproduciendo la posición de enclaustramiento en un orden que parecía estar superado después de haber sido promovida y aceptada la revolución sexual femenina. Esta alcanzó reconocimiento hace poco más de sesenta años y auguraba, en la medida de lo posible, la equidad de género en distintos niveles y prácticas sociales.

El último espacio de significación que toma Gil Calvo (2000), de Mary Douglas (1995), corresponde al *social*, el cual codifica la distancia relacional con que se realiza a nivel micro el control de los vínculos interpersonales. A nivel macro, los códigos culturales ejercen presión en función del control a nivel micro, cristalizados en la estructura de poder de los grupos a los que se pertenece. En este punto se inscriben las microrelaciones de poder que se dan en el seno de los grupos sociales y que son las que permiten comprender que, si bien los medios de comunicación homogenizan modelos de mujer acordes con los intereses económicos y políticos de un país, en el micromundo familiar se asumen ciertos modelos y se rechazan otros. Esto permite explicar que pese a toda la imagen de modelos de mujer sexual que promueven

² Para mayor información ver el texto “La tiranía de la belleza. Las mujeres ante los modelos estéticos”, de Lourdes Ventura (2000).

las revistas de *glamour*, en los cuales se ponen de manifiesto relaciones de poder y de equidad de género entre hombres y mujeres, dichos modelos de mujer no se encuentran en todos los estratos sociales colombianos o, incluso, difieren mucho de la imagen de mujer sexual que se tiene en el medio rural; en este contexto predomina un machismo a ultranza que reproduce el poder del hombre, quien subordina y domina a la mujer sencillamente porque así lo aprendió en el seno familiar donde nació y no ha tenido opción de comparar o de reflexionar sobre ello.

En estos círculos rurales, hombres y mujeres se encargan de denigrar de la mujer liberada sexualmente que hace el amor buscando su propio placer, sin instaurar una relación estable. En contraste con lo anterior, el hombre tiene las mismas prácticas sexuales, pues, con o sin pareja estable, se acepta socialmente este hecho porque hace parte de su 'hombría' y nunca se le tilda de promiscuo o liberado sexual; desde siempre, esta acción ha sido parte de su práctica amoratoria.

Soho construye para su público objetivo un modelo de mujer sexual que se diversifica en submodelos de mujer cómplice, erótica, infiel, liberada, poliamorosa, reivindicada y sensual. En todas estas subcategorías, la sexualidad de la mujer evoca en los espectadores excitación sexual. De ahí que los varones juzguen a las mujeres como atractivas, excitantes o provocativas, interpretando que construyen su imagen solo para ser miradas en términos sexistas.

[...] el espectador de imágenes femeninas es un *cazador de visiones*, siempre husmeando al acecho de fugaces perspectivas espectaculares: un empeine arqueado, el revuelo de la falda, dedos enredados entre medias, blusas que se entreabren. Por eso no se cansa nunca de seguir mirando, y anhela continuar haciéndolo una y otra vez, a la caza y captura de la imagen que le sorprenda. Y si permanece atento ante la pantalla o la boca del escenario, aguardando a que salte la liebre del próximo hallazgo, no es debido a que espere alcanzar ningún trofeo sexual (como el emparejamiento o la eyaculación), sino a la incertidumbre sobre lo que podrá ver (o dejar de ver) a continuación [...] Así se obtiene un imaginario "placer sin remordimientos", que ya no depende del desenlace sexual sino de la pura fantasía del espectador. (Gil Calvo, 2000, p. 134)

La denominación de *cazador de visiones*, es también un recurso que tiene el público objetivo de las revistas de *glamour* que ávidamente observa las fotografías de las modelos desnudas o semidesnudas que muestran los senos y los glúteos y esconden siempre el pubis. Se crea, de este modo, la promesa ficticia de ver -asimismo, como observar toda la imagen-, conservando la inevitable fórmula de *ver y no tocar, se llama respetar*. Casi todo el atractivo sexual que obsesiona al público expectante (hombres y mujeres) reside en las imágenes fantásticas de revistas, cine, televisión y publicidad, y no propiamente en las mujeres de carne y hueso.

Y ello es precisamente debido a la incertidumbre que se crea confundiendo e identificando entre sí ambos mundos opuestos, el de las mujeres reales con el de las imaginarias, sin que pueda saberse muy bien qué es lo que más excita la expectación de la gente, si las mujeres de carne y hueso o sus copias irreales y sublimadas. (Gil Calvo, 2000, p. 75)

Las mujeres, por su parte, exhiben sus encantos, orgullosas de formar parte del canon de prestigio social desde el cual se le atribuye la identidad de bella y sensual. Ellas son ingenuas y desconocedoras de que su orgullosa belleza es el resultado de la presión que el micropoder cultural camufla, respaldado en el consumo de productos cosméticos y de cirugías estéticas. El conjunto de estos elementos produce el artificio de la felicidad consumativa propuesta por la posindustria del material quirúrgico (aparatos aspiradores de grasa, jeringas inyectoras de prótesis blandas), de la mano de clínicas especializadas en transformaciones estéticas y el auge de empresas de *spa*, salas de belleza integrales (que al tradicional salón de belleza agregan la sala de masajes, depilación, promociones de cuidados faciales, entre otros) y las salas de maquillaje permanente, al igual que otras tantas micro y macroempresas que, en torno al codiciado producto de 'belleza', ofrecen servicios para todos los niveles sociales y económicos.

Para Gilles Lipovetsky el mito de la belleza ratifica la dictadura del débil y la sujeción de la mujer al hombre:

la cultura del bello sexo no se limita a alzar a las fémimas unas contra otras, sino que divide y hiere a cada una en su interior. Las imágenes superlativas de la mujer vehiculadas por los medios de comunicación acentúan el terror a los estragos de la edad, engendran complejo de inferioridad, vergüenza de una misma, odio al cuerpo [...] Cuanto más difunde nuestra sociedad los consejos e imágenes estéticos, peor viven las mujeres su aspecto físico; tendencialmente, el bello sexo no se ve bello. Durante largo tiempo la hermosura femenina se asimiló a una trampa que amenazaba a los hombres; en la actualidad, las feministas la analizan como un medio de opresión de la mujer. (1999, p. 138)

La imagen de sí, construida en el discurso verbal y en el discurso iconográfico, de las mujeres analizadas, presenta dos características dominantes: ser jóvenes y ser profesionales. La categoría de jóvenes tiene como ejes estructurantes: la belleza, la salud y un erotismo exacerbado. El ser profesional indica la práctica laboral que le proporciona un ingreso económico mediante el cual se libera de la dependencia del marido y de las tareas estrictamente domésticas.

Ser mujer joven no es tener menos de 30 años es, hoy en día, aparentar menos edad de la que realmente se tiene. Este recorrido es opuesto al de décadas pasadas, en las cuales ser adulto implicaba un cambio de imagen. Lo mismo ha ocurrido con el ser mujer casada, hecho que promovía el modelo convencional de este rol. Actualmente, el miedo es aparentar ser mayor; por tal motivo, las mujeres madres, casadas o separadas se visten de manera juvenil y llevan un cuerpo igualmente joven, sin rastros visibles de sus maternidades.

La prolongación de la juventud borra el límite entre el ser joven y el ser adulto. Así que la/el joven avanza al comportamiento de adulta/o (toma trago, conduce un auto, asiste a fiestas nocturnas, entre otros) y actúa como un/a joven tardía/o que hace locuras propias de la muchachada. También resulta acorde con el ser joven, buscar constantemente ocupación laboral, novio o novia, pues ser adulto, hace cincuenta años, era tener un trabajo estable que permitía llegar a la jubilación, así como tener un esposo o una esposa ligados por la eternidad de la materia viva. Así que las frases de rigor eran: “trabajar en la misma empresa, hasta que el jefe lo llame a la jubilación” y “durar casados hasta que la muerte los separe”. Estas dos ‘sentencias sociales’ no aplican hoy en día. El y la joven (entiéndase de apariencia joven) son laboralmente móviles, buscan nuevos horizontes, toman y abandonan los trabajos, ya sea porque el contrato laboral es a término definido o porque lo que hacen deja de ser satisfactorio. Lo mismo ocurre con la vida en pareja, la apariencia juvenil permite la búsqueda constante de una nueva relación amorosa y esto implica el desplazamiento del amor romántico hacia el amor confluyente, pues trabajo y amor son contingentes.

En este sentido, el simulacro identitario de juventud es la respuesta a la movilidad laboral y a la movilidad en el amor. Ninguno de los dos son eternos, ninguno de los dos son estables, y ambos llaman al hastío, así el primero otorgue el dinero necesario para vivir y el segundo otorgue la satisfacción de la demanda sexual.

[...] la experiencia propia y ajena enseña que tanto los trabajos como los amores son cada vez más volátiles y precederos, por lo que hay que estar siempre predisuelto por anticipado a perderlos en cualquier momento. Y como más vale prevenir que curar, lo mejor es no confiarse y estar preparado para lo que pueda pasar. De ahí que convenga tener no sólo empleos y parejas de recambio, por si fallan los actuales, sino que además se precise conservar y reactualizar los procedimientos de búsqueda y encuentro de nuevas oportunidades laborales y amorosas: formación profesional continua, desarrollo de habilidades sociales, frecuentación de lugares de encuentro, cultivo de relaciones interactivas, aceptación de nuevas experiencias. (Gil Calvo, 2000, p. 158)

Ahora bien, si la formación continua y “la permanencia en la juventud” son características de las nuevas generaciones, estas también afectan la identidad personal, haciéndolas cada vez más flexibles, líquidas, como dice Bauman (2004), adquiriendo la forma de las circunstancias y siempre encontrando las suturas para tejer la continuidad de la biografía personal.

Es indudable que la sociedad contemporánea enfrenta un nuevo papel de la mujer, pues el rol de esposa y madre ha sido actualizado por el rol de mujer integral: esposa, madre y profesional. Este cambio hace parte de la transformación cultural que viven las mujeres de las ciudades capitales de Colombia. No ocurre igual en algunos sectores y regiones en los que la mujer se desempeña como madre cabeza de hogar o como madre relegada al oficio doméstico debido a que, en estos casos, el esposo recibe un jornal y no está dispuesto a aceptar que la mujer trabaje.

Esos vientos de cambio en los estereotipos tradicionales que definían lo qué es ser mujer, llevan a pensar que las nuevas identidades femeninas deben incidir en las identidades masculinas y estas apenas empiezan a ser estudiadas. Vale la pena explorar, entonces, la imagen de hombre que construyen los medios de comunicación, ya sea en revistas de *glamour*, en la prensa diaria, en los programas de competencias como los *reality shows* o en las telenovelas que presentan las eternas luchas de amores imposibles, infidelidades y sufrimientos románticos. Las identidades masculinas pueden ser miradas desde las identidades de género que las feministas han construido para analizarse a sí mismas. Desde una perspectiva sociológica también se puede estudiar la redefinición de la identidad masculina. Como señala Badinter (2009), citada por Montesinos, “las mujeres, en su voluntad de *redefinirse*, han obligado al hombre a hacer otro tanto” (2002, p. 14). Entonces, se puede plantear la siguiente pregunta: ¿cómo se define la identidad del hombre colombiano, en un contexto histórico cambiante, en una economía que marca enormes desigualdades de oportunidades educativas y en una sociedad en la que cada vez se siembra más la incertidumbre y que obliga a muchos jóvenes a vivir el presente como si fuera siempre el último día de sus vidas?

Referencias bibliográficas

- Arévalo, L.F. (2008). No tocar, no pase sin autorización, no arroje basura. *Habladurías*, 8 (5).
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Badinter, E. (2009). *Hombre / Mujer: como salir del camino equivocado*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.
- Butler, J. (2003). Universalidades en competencia. En J. Butler, E. Laclau, S. Žižek (Eds.), *Contingencia, hegemonía, universalidad. Diálogos contemporáneos en la izquierda*. México D.F., México: Siglo XXI.

- Douglas, M. (1996). *Como piensan las instituciones*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Foucault, M. (2005). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. México D.F., México: Siglo XXI Editores.
- Floch, J.M. (1994). La iconicidad: exposición de una enunciación manipuladora. En G. Hernández (Comp.), *Figuras y estrategias. En torno a una semiótica de lo visual*. México D.F., México: Siglo XXI Editores.
- Gallego, J. (1990). *Mujeres de papel*. Barcelona, España: Icaria.
- Gergen, K. (1996). *Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social*. Barcelona, España: Paidós.
- _____. (2007). *Construccionismo social. Aportes para el debate y la práctica*. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.
- Gil Calvo, E. (2000). *Medias miradas. Un análisis cultural de la imagen femenina*. Barcelona, España: Anagrama.
- González, C. (2005). *Apuntes acerca de la representación*. México D.F., México: Universidad Autónoma de México.
- Hall, S. (2003). ¿Quién necesita identidad? En: S. Hall, y P. du Gay (Comp.), *Cuestiones de identidad cultural*. Madrid, España: Amorrortu.
- Landowski, E. (1993). *La sociedad figurada. Ensayos de sociosemiótica*. México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Lipovetsky, G. (1999). *La tercera mujer*. Barcelona, España: Anagrama.
- Montesinos, R. (2002). *Las rutas de la masculinidad*. México D.F., México: Gedisa.
- Ventura, L. (2000). *La tiranía de la belleza. Las mujeres ante los modelos estéticos*. Barcelona, España: Plaza y Janes Editores.
- _____. (2004). *La mujer placer. Hacia un nuevo hedonismo femenino*. Barcelona, España: Editorial Belacqva.