

El cuerpo como *performance* *en la sociedad del espectáculo*

Gloria Briceño Alcaraz

Resumen

El análisis que aquí presento deriva de las reflexiones subsecuentes de mi última investigación sobre el cuerpo, la cual abordó la identidad y la danza como oficio de un grupo de mujeres argentinas y mexicanas. Tales reflexiones se han enriquecido al cabo del tiempo con nuevas aportaciones teóricas que me han permitido seguir construyendo alrededor del tema de manera más compleja, partiendo de las prácticas del *cuerpo* como referencia clave para comprender las subjetividades contemporáneas. Por otro lado, las condiciones estructurales de un capitalismo en crisis genera un *síndrome del artificio* que se desarrolla, transmuta y prolifera en la *sociedad del espectáculo*, permeando nuestra vida social, hábitos y estilos de vida, hasta traspasar las capas más íntimas de nuestro cuerpo; en ello, los *medios masivos de comunicación* y el *hiperconsumo* juegan un papel central. Nunca antes como hoy, el cuerpo adquiere un protagonismo central en los espacios públicos y recreativos, desplazándose del ámbito privado al público con tal espectacularidad que podría ser equiparado *como performance*. ¿Cómo y con qué significados se cuele el cuerpo en las esferas de notoriedad pública y política? ¿Qué valencia adquiere éste en la pasarela de nuestra *sociedad del espectáculo*? Ésas son algunas de las preguntas que guían la siguiente reflexión.

Palabras clave: Cuerpo, Sociedad del Espectáculo, Medios Masivos, Hiperconsumo

Abstract - The Body as a Performance

The analysis presented here derives from the subsequent reflections of my latest research on the body that dealt with the identity and profession of dance of a group of Argentine and Mexican women. Such reflections have been enriched over time with new theoretical contributions that have allowed me to continue building around the issue more complexly, based on body practices as a key reference for understanding contemporary subjectivities. On the other hand, the structural conditions of capitalism in crisis generates an artifice syndrome that develops, transmutes and proliferates in the society of spectacle, permeating our social life, habits and lifestyles, to penetrating to the deepest layers of our body. In all this, the mass media and hyper-consumption play a central role. Never before as now, the body takes a central role in public spaces and recreational facilities, moving from private to public area with such spectacular effects that it could be equated as performance. How and with what meanings is the body slipping into the areas of public and political visibility? What valence does it acquire in the gateway of our society of the spectacle? These are the questions that guide the following reflection.

Keywords: Body, Society of the Spectacle, Mass Media,
Hyper Consumption

Gloria Briceño Alcaraz. Mexicana. Profesora e investigadora adscrita al Centro de Investigaciones Pedagógicas y Sociales (Dirección de Posgrado e Investigación Educativa de la SEJ) Calle Justicia núm. 2732, Col. Providencia, Guadalajara, Jalisco, México. Línea de investigación: los sujetos de la cultura y la educación; evora@prodigy.net.mx

En este artículo planteo cómo la *sociedad del espectáculo* (Debord, 2003) invade todos los rincones de la vida pública (política, prensa, medios electrónicos) y aun se introduce hasta en los ámbitos de la privada e íntima, con el beneplácito de los usuarios de los medios de comunicación, quienes consumen y se apropian –de distintas maneras– de los bienes simbólicos y materiales que inundan el mercado. Argumento, de manera teórica, que las fronteras entre lo público y privado se difuminan mostrando –en la cotidianidad y en la virtualidad– al cuerpo *como performance* en el centro de una sociedad sedienta de mirar y ser mirada.

Termino planteando nuevos cuestionamientos que inciden en la conformación de las subjetividades, en especial las de sujetos femeninos que bajo estas nuevas condiciones –ambivalentes de la posmodernidad– abre posibilidades inéditas para la vivencia del propio cuerpo bajo un cariz

lúdico y gozoso y, quizás, la oportunidad esperada para conectarse con un sentido profundo y expansivo hacia una corporeidad integrada (Ventura, 2004; Briceño, 2008).

“Tienes un cuerpo potente, no te lo guardes para ti misma”, no es una frase acuñada por ningún *gurú* del *yoga-marketing* o el título de la portada de alguna revista de moda que proliferan en el mercado para las mujeres, sino la recomendación que le hace la multimillonaria Paris Hilton (de 27 años), a la candidata a la vicepresidencia del Partido Republicano, Sarah Palin (de 44 años).¹

Con esta nota aparentemente banal que pareciera sacada de las revistas del espectáculo, se ponen en contexto las coordenadas sociales por las que transcurren actualmente nuestras vidas y, naturalmente, nuestros cuerpos, tema central de estas reflexiones. Esa alusión al cuerpo como un *objeto* digno de exhibición por ser “potente” y con toda seguridad, bello y firme, condensa de alguna manera las representaciones y valores que circulan en la sociedad actual en torno a éste y, a la vez, vendría a ser un ejemplo de cómo los *mass media* –en este caso la prensa especializada– tienden a mezclar en un *collage* sensacionalista, los ámbitos del poder y del entretenimiento como son la política y el *show business*.²

¿Cómo y con qué significados se cuele el cuerpo en las esferas de notoriedad pública y política? ¿Qué valencia adquiere éste en la pasarela de nuestra *sociedad del espectáculo*? Demasiados cambios sociales tuvieron que haber ocurrido en las últimas décadas para que hoy presenciemos en los medios de comunicación (prensa, televisión, internet, cine, radio) tal *collage* de imágenes, de textos y de discursos tan dispares que no se podrían con seguridad explicar, si es que no partimos de un breve análisis del tipo de sociedad en la que nos encontramos. Algunos sociólogos han propuesto diversidad de adjetivos y de nominalizaciones para describir el horizonte cultural occidental actual, que parte aproximadamente de la década de los años sesenta del siglo pasado a la fecha, nombrándolo: *modernidad tardía* (Giddens); *modernidad reflexiva* (Beck; Giddens; Lash); *posmodernidad* (Lyotard, Braidotti, Haraway) *modernidad desbordada* (Appadurai); y *modernidad líquida* (Bauman).

1. Esa expresión forma parte de una nota más amplia que difunde el diario digital www.elpais.com en su portada principal sobre la Hilton (no sobre Palin) con fecha del 10 de octubre de 2008.

2. Este fenómeno, con otro enfoque, lo desarrolla de manera más amplia Aníbal Ford en: *La marca de la bestia*, Grupo Editorial Norma, Primera reimpresión, 2002. Buenos Aires.

Todas esas nominalizaciones hacen evidente, en todo caso, una creciente avalancha de cambios socioeconómicos, políticos y tecnológicos en el mundo contemporáneo que recomponen los estilos de vida, consumo, creencias y hasta la vida íntima de una gran mayoría de personas, sobre todo de aquéllas que habitan en las ciudades y en las grandes metrópolis. Un período de gran turbulencia y de *crisis estructural generalizada* (Laclau y Mouffe, 1985; De Alba, 2002) que abarca el fin del siglo pasado y se extiende hasta la primera década del presente, por lo que algunos ya lo consideran un verdadero cambio de época.³

Argumentos

Para efectos de este trabajo, propongo la noción de *síndrome del artificio* que se desarrolla, transmuta y prolifera por las condiciones estructurales de un capitalismo en crisis como sistema social autosustentable; es un síndrome que permea nuestra vida social, hábitos y estilos de vida, hasta traspasar las capas más íntimas de nuestro cuerpo.

Para fundamentar teóricamente esa noción y derivar sus implicaciones en la transformación de la representación del *cuerpo como performance*, parto básicamente de los siguientes conceptos articuladores que le dan significado a las prácticas de la vida contemporánea: el *objeto-signo* (Baudrillard, 1998); de la sociedad del *hiperconsumo* (Lipovetsky, 2007); la *sociedad del espectáculo* (Debord, 2003); y el *performance* (Schechner, 2005).

El objeto-signo

de la sociedad del hiperconsumo

Como sabemos, el capitalismo –según los economistas– está basado en el llamado “libre mercado”, el cual regula la producción y el consumo, dando la pauta a la economía mundial. Pero el llamado “libre mercado” es un eufemismo, pues ni es tan libre ni es un mercado como tal que obedezca a una autorregulación interna.⁴

3. Alicia de Alba retoma de Laclau y Mouffe (1985) el término *crisis estructural generalizada* para referirse al “debilitamiento generalizado del sistema relacional que constituye, funda, reproduce y permite el funcionamiento de una sociedad, sistema relacional que define las identidades de un espacio social y político, debilitamiento que conduce a la proliferación de elementos flotantes”. Véase: Alicia de Alba C. (2002) “Educación: contacto cultural, cambio tecnológico y perspectivas tecnológicas”, en: Rosa Nidia Buenfil Burgos (coord.). *En los márgenes de la educación: México a finales del milenio*, México: SADE y Plaza Valdez, pp. 87-111.

4. Esto se hizo evidente al estallar la crisis financiera mundial a fines del año pasado y que fue originada por la especulación de los inversionistas, banqueros, financieros estadounidenses, así como por la escasa –o nula– regulación del Estado norteamericano. Los gobiernos de Estados Unidos y de Europa tuvieron que salir al rescate de grandes consorcios bancarios

Nos explicaremos: desde hace cuatro décadas por lo menos, la producción industrial del mercado se ha basado en dos premisas que le han redituado a las transnacionales jugosas ganancias: la primera sería la expansión de las necesidades de las masas a través de la *seducción* que ejercen los objetos de consumo y la segunda, sería la reingeniería de los mismos a través de su reordenación, producción y diversificación *ad infinitum* (Baudrillard, 1998). Ambas premisas son complementarias ya que, mientras una espolea el deseo por la compra irracional, la otra se encarga de proveer los objetos bajo la lógica del diseño y de las estrategias de *marketing* que transforman constantemente las apariencias de éstos para incrementar su seducción (Lipovetsky, 1990; Bauman, 2006).

Es decir, desde el siglo pasado la producción dejó de orientarse, exclusivamente, hacia la satisfacción de las necesidades humanas reales para dedicarse a la diversificación de sus productos con ayuda del *marketing*, la reingeniería y el diseño, inundando así el mercado de diversidad de objetos y acrecentando exponencialmente su uso, consumo y desperdicio:

La civilización urbana es testigo de cómo se suceden, a ritmo acelerado, las generaciones de productos, de aparatos, de *gadgets*, por comparación con los cuales el hombre parece ser una especie particularmente estable. Esta abundancia, cuando lo piensa uno, no es más extraordinaria que la de las innumerables especies naturales (Baudrillard, 2004:1).

La característica principal de la producción en esta civilización urbana del siglo XXI estriba, por lo tanto, en que no sólo genera mercancías: objetos no esenciales, sino que los convierte en *signos* que son la base simbólica en que se asienta la cultura:

En cuanto que tiene un sentido, el consumo es una actividad de manipulación sistemática de signos. (...) Para volverse objeto de consumo es preciso que el objeto se vuelva signo, es decir, exterior, de alguna manera, a una relación que no hace más que significar (Baudrillard, 2004:224).

El *síndrome del artificio* al que me refiero, configuraría los nuevos repertorios de conductas, prácticas y representaciones relacionadas con el cuerpo, el cual se comportaría bajo las mismas leyes que rigen a los objetos-signo de la sociedad del *hiperconsumo* y que se resumen en cuatro: *inmediatez*, *obsolescencia*, *seducción* y *diversificación* (Lipovetsky, 1990).

para que no se colapsara ni se frenara la economía mundial, es decir, el engranaje del sistema capitalista.

Habría que puntualizar que tal síndrome no se emplea como una mera descripción de la vida consumista actual, sino que responde a una visión subjetivada de nuestro mundo que compartimos socialmente y frente a la cual actuamos; representa un cambio profundo en la subjetividad que implica, por lo tanto, una nueva cosmovisión del mundo o *Lebenswelt*, a partir del cual construimos nuestros proyectos de vida e interactuamos cotidianamente. Es decir, se trata de una verdadera transformación sociocultural y simbólica que reestructura a profundidad las disposiciones, los comportamientos, los valores, las actitudes y los estilos de vida de los individuos por medio de las prácticas cotidianas. Tanto así, que algunos sociólogos proponen una nueva categoría para denominar a la especie humana urbana del hiperconsumo:

Nace un *Homo consumericus* de tercer tipo, una especie de turboconsumidor desatado, móvil y flexible, liberado en buena medida de las antiguas culturas de clase, con gustos y adquisiciones imprevisibles (Lipovetsky, 2007:11).

Pero esa orientación “turboconsumidora” no se da sola, sino que va aparejada de un elemento consustancial de la vida moderna y posmoderna: la orientación hacia el *espectáculo*, imprescindible para comprender la dinámica social contemporánea y las prácticas de los sujetos tanto en el espacio privado como en el público.

La sociedad del espectáculo

El término *sociedad del espectáculo* no es reciente, sino que a fines de los años sesenta, Guy Debord ([1967] 2003) lo utilizó para criticar ácidamente el sistema social prevaleciente como un nuevo tipo de alienación de los trabajadores que pasa de la explotación del tiempo de trabajo –del capitalismo industrial– a la explotación del tiempo libre u ocio, como sucede en nuestros días. Ocio que ha ido en aumento a medida que la tecnología fue descargando a los trabajadores de los procesos productivos en las fábricas; sector de la población al cual el mercado reorientó sus estrategias para continuar extrayendo sus jugosas ganancias: el otrora “proletariado” se fue convirtiendo, así, en una masa potencial de consumidores ávidos de llenar su tiempo libre de manera simple, cómoda y estandarizada. Al margen de los círculos selectos de una cultura legitimada por la burguesía surge entonces un tipo de diversión con características populares conocida como “cultura de masas”, fabricada para el consumo fácil e inmediato.

La vida entera de las sociedades en las que imperan las condiciones de producción modernas se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo directamente experimentado se ha convertido en una representación (Debord, 2003:37).

Visionario de un futuro quizás insospechado para su época, Debord anticipó, como una premonición, la manera de vivir y de percibir el mundo de hoy. En nuestra sociedad del siglo XXI, altamente tecnificada y mediatizada por los dispositivos de comunicación, no basta con acumular objetos y cosas, sino también experiencias novedosas, imágenes diversas, sensaciones que liberen adrenalina y exciten los sentidos; instantes fugaces pero intensos que duran lo mismo que un *spot* o *video clip*. De lo que se trata, como apunta Buman (2004), es de mantener en constante juego al *deseo* que es el detonador para la búsqueda permanente del “turboconsumidor”.

Aquí cabría hacer una distinción sutil pero importante: el deseo –a diferencia de la necesidad– es inagotable y representa en sí una aporía por ser inalcanzable, un fantasma que está destinado a navegar sin puerto fijo, mientras que la necesidad es finita en tanto que la tensión física que ocasiona la falta de algo se alivia prontamente en cuanto el cuerpo la satisface.

La llamada *sociedad del espectáculo* alude al desplazamiento de la intimidad –confinada tradicionalmente en el espacio privado– de los sujetos comunes y corrientes a la esfera de los *mass media*, como una forma distintiva de la personificación del sujeto en la sociedad contemporánea: sujetos que anhelan ser los protagonistas con sus propias historias e insertarse así en el escenario público, como los otros, los “famosos”. De esa manera, las posibilidades de dar un salto a la luz pública –aunque sea para ventilar las intimidades de la vida privada– se multiplican en este tipo de sociedad por medio de toda suerte de programas de televisión, que se han propagado como un virus para el consumo inmediato de las masas (*Big Brother*, *el Reality Show*, *Talk Show*, *La Academia*, *Bailando por un sueño*). Ése es un fenómeno mediático que no escapa al análisis agudo de varios sociólogos y antropólogos que relacionan justamente la transformación de la vida cotidiana y la subjetividad con el gran despliegue tecnológico y de los nuevos dispositivos comunicativos que abren la opción de ventilar las minucias de los *internautas* y de los *blogeros*; transformación que reconstituye y sobrepone los espacios, otrora separados, de lo que era la vida privada y la pública hasta fines del siglo pasado:

Hoy vivimos en una sociedad confesional. Hemos instalado micrófonos en los confesionarios y los hemos conectado a una red de acceso público, y ventilar en público la propia intimidad se ha vuelto la tarea *sine qua non* de toda figura pública y obsesión impulsiva de todos los demás (Bauman, 2004:206).

Efectivamente, la sociedad actual del *hiperconsumo* y del *espectáculo* forma un inextricable binomio que tamiza de manera singular nuestra cultura y nuestras subjetividades, proveyendo además, de nuevas concepciones, de lenguajes y de representaciones sobre lo propio y lo ajeno, lo íntimo y lo público, lo lejano y lo próximo. Bajo esa cosmovisión y forma de vida abierta a lo público y a la inmediatez, seguimos con atención y asombro las vicisitudes que sufre lo corpóreo por adaptarse al nuevo entorno social. Nos preguntamos, por lo tanto: ¿cómo armoniza y se camufla el cuerpo en el escenario del *hiperconsumo* y del *espectáculo*? ¿Cuáles son los significados que adquiere éste ante las leyes que rigen el mercado y la sociedad? ¿Guarda aun algo para sí que no desee compartir con los demás?

Pareciera que el cuerpo ha sido prácticamente devorado y resignificado con una nueva connotación, a saber: la de un *objeto-signo* más de seducción que se suma a la larga y variopinta diversificación de bienes tangibles e intangibles con el que el *marketing* y los *mass media* buscan incentivar el consumismo masivo. Más allá de satisfacer una legítima necesidad, lo que parece promover la *sociedad del espectáculo* es la exacerbación del *deseo* por sí mismo, una especie de búsqueda adictiva que lleva a comprar compulsivamente con complaciente autoengaño, pues ya se sabe de entrada que no existe producto, servicio o cuerpo que garantice la “felicidad” permanente.

La característica distintiva del capitalismo moderno es la expropiación de diversos aspectos de la vida para convertirlos en relaciones comerciales. La tierra, el trabajo humano, las actividades productivas y las sociales que en otros tiempos se producían en el seno familiar han ido entrando en el mercado y se han convertido en mercancías (Rifkin, 2000:137).

Si para Freud, hace poco más de un siglo, el “principio de realidad” mantenía a raya al “principio del placer” en una tensión provechosa cuya resultante sublimada devenía en excitación de la imaginación que se plasmaba en creación cultural, en el albor de este siglo XXI parece que ambos principios llegan a un feliz acoplamiento ni en sueños imaginado por el padre del psicoanálisis; esa convergencia de “principios” lo ha hecho posible la producción y el *marketing* del sistema capitalista que desbordó los límites naturales de las necesidades humanas hasta extremos impen-

sables del hedonismo, apoyándose, por supuesto, de los dispositivos de la *infocomunicación*⁵ o *mass media*. Hoy, por lo tanto, hay poco que sublimar pero mucho que comprar y que mirar, hecho que nos hace preguntarnos qué tanto ese fermento necesario para la creación cultural (la sublimación) se ha evaporado, al menos en su expresión convencional. Esto, suponemos, tiene seguro una implicación profunda en la reorganización de las formas simbólicas culturales que habría que rastrear en otro estudio; se dejarían para ese momento las preguntas abiertas: ¿de qué sustancia imaginativa o subjetiva se alimenta *hoy* la creación? ¿Queda aún lugar para la creatividad?

Volviendo a nuestro análisis, uno podría pensar, por otra parte, que la lógica del *objeto-signo* que moviliza el *marketing* a través de sus productos es neutral y exenta de las pugnas por el poder; sin embargo, produce y reproduce las diferencias y valores clasistas al interior de la sociedad de acuerdo a una preferencia o *gusto* (Bourdieu, 2000); el *hiperconsumo*, visto de esta manera, vendría a fortalecer las relaciones jerárquicas de la sociedad y quizás acrecentar las diferencias entre una clase y otra:

Los objetos no son más que “exponentes de clases”, significantes y discriminadores sociales; funcionan como signos de movilidad y aspiración social... es la lógica del objeto-signo” (Lipovetsky, 1990:194).

Es decir, el acceso –o falta del mismo– a determinados bienes así como a circuitos exclusivos de servicios (Salas VIP, tarjetas Gold, cotos residenciales, Internet WiFi, TV por cable, decodificador HD) se configura como un elemento importante de distinción del consumo de acuerdo a la clase social a la que se pertenece; ello significa que, aunque el consumo se masifique y se amplíe el acceso, habrá una pugna hacia una distinción más activa, multiplicando la estratificación y la segmentación de los diversos estamentos sociedades de América Latina (Brunner, 2005).

En la reestructuración radical hacia la economía global tecnológica, en la que la humanidad en su marcha hacia *la era del acceso* va dejando atrás los mercados y el intercambio de la propiedad, son elementos notables el nacimiento de una economía-red, la continua desmaterialización de los bienes, la reducción de la importancia del capital físico, el ascenso de los activos intangibles, la metamorfosis de los bienes en servicios, el

5. Este término es empleado por Aníbal Ford (2002) para referirse a los equipamientos tradicionales y nuevos, así como a los flujos de información y cultura procesados de manera convencional o con nueva tecnología, en donde la información en sí misma representa un “producto” (noticias, datos) que puede introducir cambios y desigualdades en el contexto global (*Ibid.*, p. 117).

desplazamiento de la producción como primer objetivo del comercio por cuestiones de *marketing* y la mercantilización de las relaciones y experiencias humanas (Rifkin, 159:2000).

Por todo ello, el acceso se erige como una nueva categoría social que vendrá a matizar las diferencias de los estilos de vida en las sociedades contemporáneas y, por lo tanto, de gran utilidad para la investigación en el campo del consumo cultural.

El cuerpo

como performance

Partiendo entonces de una visión subjetivada de la realidad, el cuerpo es digerido material y simbólicamente por el mercado como una pieza muy preciada del *hiperconsumo*, insertándolo en el escenario mediático y la vida pública para el disfrute de la mirada propia y ajena; así surge la otra noción central de esta ponencia: el cuerpo *como performance*.

El término *performance* (traducido como “actuación” o “realización”) se utiliza aquí en el sentido dado por Schechner ([1988] 2005),⁶ quien lo trabajó en el teatro para hacer alusión a las maneras de representar los actos que, si bien parten algunas veces del ritual, lo trascienden hasta llegar al entretenimiento o al mero placer de ejecutar una actividad lúdica, no necesariamente productiva y ciertamente, a veces subversiva o transgresora que se plasma en: el juego, el baile, el deporte, la música, el teatro, las representaciones colectivas, las escenificaciones, las ceremonias, las instalaciones de arte y en la vida cotidiana. De ahí que los llamados *Performance Studies* se valen de esa noción como potente –y a la vez– flexible categoría de análisis para adentrarse en las prácticas, comportamientos y roles de los sujetos (incluidos los del género) que van más allá de las artes escénicas de donde surgió.⁷

6. Schechner adoptó y desarrolló este concepto a partir de los trabajos de antropología de Goffman (1959) y de Turner (1969). Existen, por supuesto el término *performatividad* en la lingüística de John L. Austin (1955), que alude a la de los *actos del habla*, así como en la conceptualización que propone Judith Butler (1990) para analizar, deconstruir y reconstruir la categoría del género desde la perspectiva de los estudios feministas.

7. Si bien habría que aclarar que no todo puede ser considerado *performance* (en sentido teatral), algunos fenómenos sí pueden ser estudiados como *performance*, en tanto comportamiento desplegado al interior de un contexto social específico o de un espacio simbólico, como puede ser, por ejemplo, el cuerpo mismo. Lo que interesa aquí sería la manera como éste se *comporta* e interacciona con los otros, eso que Giddens (1995) llama el *porte*, es decir: “la manera de actuar con el cuerpo en relación con las convenciones constitutivas de la vida diaria” (*Ibid.*, 128).

La importancia que reviste el cuerpo bajo esta óptica, dependería de los múltiples significados, regímenes y valías que negocian los sujetos de acuerdo al nivel y a la posición que ocupan dentro del campo de interacciones que establece con los otros. En esta dinámica de interdependencias, sobrepesos y de significados negociados, el cuerpo está llamado a asumir una determinada identidad social que puede ser interpelada de diversas maneras, transformada y hasta en ocasiones subvertida, pero nunca ignorada.

Por lo tanto, el cuerpo *como performance* es el *leitmotiv* de la *sociedad del espectáculo* y del consumo de masas en nuestra sociedad contemporánea: un *objeto-signo* más que circula en el mercado y que se ciñe con versatilidad a las leyes publicitarias de la apariencia, la moda, lo efímero y lo lúdico, a veces, en el sentido más trivial del término:

Somos parte de una cultura *Barbie*, de la era del hombre *light*, de una sociedad cuyos mandatos nos imponen ser eternamente jóvenes y exitosos: no importa si eso se paga con la vida (...) Cuando alguien entiende que para ser amado debe tener tal cuerpo o tal marca de ropa, aparece una búsqueda desesperada del cuerpo ideal. Si esto se convierte en obsesión, puede derivar en una compulsión por las cirugías estéticas o en trastornos alimentarios como la bulimia, la anorexia o adicciones: todos trastornos que pueden llevar a la muerte.⁸

Esa preocupación por la esbeltez y el *body management* de nuestra sociedad occidental podría considerarse, por una parte, como un logro de la voluntad y del dominio (*self management*) de un sujeto sobre su propio cuerpo; la prerrogativa que tienen las mujeres y hombres sobre su vida y entorno, lema de la individualización contemporánea. Pero bien visto, no deja de ser un nuevo tipo de tiranía, ligeramente diferente, en todo caso, a la que Foucault refería, ya que en la *sociedad del espectáculo* se diría que es el propio sujeto quien se identifica gustosamente con los estándares de belleza impuestos por el mercado, sometándose por seducción a los regímenes que lo instan a remodelarse o “producirse” (como dicen en el argot argentino); experimentando el poder que da tomar el control sobre sí mismo y desafiar los límites de la naturaleza corpórea:

Si te vas a dedicar a esto (el baile) tienes que ofrecer ante todo una imagen agradable al público, ¡ni que des lástima ni que des horror! (risas)
Entonces no puedes darte el lujo de estar así... hasta hace tres meses iba al gimnasio pero he decidido dejarlo un poquito también por cansancio,

8. Marcelo Bregua, coordinador de la Asociación de Lucha contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA), cita tomada del diario digital *El Clarín*: “Talles chicos, anorexia y auge de cirugías estéticas”, 27 de junio de 2008.

pero sin embargo trato de todos los días caminar 40 ó 45 minutos, hacer algo de ejercicio en mi casa. Aparte ¡pues el deporte! Juego voleibol y eso también creo que me puede mantener en buena forma (...) Siendo sinceras sí me operé en el pecho, ahí le di una arregladita, una pequeña arregladita.⁹

(...) fue como tomar control de mi vida y eso incluía el control de mi cuerpo... sentirme con el derecho a... hacer cosas ¿no?... en su momento fue como una justificación externa; yo decía que era porque en ese tiempo iba a hacer trabajo de campo para mi investigación de maestría, en ese tiempo estuve trabajando con chavos de prepa y como yo iba a estar yendo a la prepa a interactuar con ellos, era como... con el interés –yo decía– de encajar, y fue como una justificación... ya viéndolo a distancia me parece que fue la justificación para algo que yo quería hacer por mí a nivel personal (...) Eso fue con el *piercing*... mmm... un año después me hice el tatuaje en el brazo derecho y pues igual, nada más que eso fue más asumido, me daba curiosidad tener una marca personal en el cuerpo. Así fue como lo planteé y así fue como lo hice.¹⁰

El *síndrome del artificio* que impera en nuestra sociedad de consumo reconstituye simbólicamente el uso y el disfrute de los espacios públicos (plazas, calles, centros comerciales, antros, gimnasios, restaurantes, escuelas, templos) transformándolos en pasarelas, pues se requiere que el cuerpo sea exhibido como un objeto lúdico, bello y sensual, su signo actual, no importa el agente que lo haya producido (el gimnasio, el cirujano, los anabólicos), lo que importa es que pueda mostrarse portando la variedad de distintivos que clasifican a su dueño en un determinado grupo, para el disfrute *voyerista* de mirar y ser mirado.

Aquí habría que decir que aunque en apariencia el acceso a los productos del mercado, procedimientos y tecnologías, es para todos sin distinción de clases y depende sólo del poder adquisitivo, sabemos que a través de los objetos se hace una reclasificación y ubicación social del consumidor, ya que el vestuario, las marcas, el estilo de peinado, el maquillaje, la prótesis, los implantes, los adornos, los tatuajes, los *piercings*, delatan la procedencia social, el *habitus* y las edades de sus portadores.¹¹ El cuerpo

9. Extracto de entrevista tomada de Gloria Briceño (2008). *Relatos desde la danza y el cuerpo: identidad y oficio de un grupo de mujeres mexicanas y argentinas*, CUCSH, UdeG.

10. Entrevista de archivo personal de investigación con diversos sujetos que utilizan el “Body-art” en Guadalajara, Jalisco, México, fechada en noviembre de 2008.

11. García Canclini realiza una profunda reflexión en *La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*, (Grijalbo, México, 1990), acerca de la preocupación constante de Bourdieu por articular las estructuras económicas con lo simbólico de la cultura que derivan en los procesos de reproducción, diferenciación y construcción del poder. En el caso que nos ocupa, el cuerpo transformado en signo se insertaría en esa dinámica que el resto de los objetos, bajo una reclasificación de un orden más depurado de los objetos donde el gusto, la clase social y otros elementos diferenciadores reconstituirían su significado de manera constante o de

como *objeto-signo* reviste finas distinciones para el ojo especializado que se decodifican de acuerdo a un sistema especializado de clasificación común a los *objetos-signos* existentes que produce el mercado, obteniendo, así, su tasa comercial a valor actual en donde los cuerpos jóvenes y sanos son los más cotizados.

Esa compulsión de exhibir y de mirar el cuerpo, pero también de crear nuevas formas y diseños como distintivos para encarnarlos en la superficie de la piel, de personificar socialmente a grupos y colectivos de mujeres –artistas urbanos– de la cultura popular tradicionalmente excluidos del interés sociológico, es lo que da origen a un movimiento artístico amplio llamado *Body Art* o *Arte corporal*, iniciado a partir de la década de los años setenta del siglo pasado en Estados Unidos y posteriormente difundido al resto de países occidentales.¹²

Se podría decir que actualmente las mujeres y hombres que recurren al *Body art* lo hacen como un medio de expresión y de reivindicación personales que alude a sus vivencias como artistas urbanos en una sociedad compleja, que si bien los identifica entre sí, no tiene otras pretensiones sociales colectivas. En este sentido, se diría que el lenguaje del arte es elegido como un medio para problematizar la relación del sujeto con los otros, al tiempo que se reafirma –si así fuera el caso– el sentido individualizado del rol de artista popular al interior de la cultura hegemónica. El cuerpo, en ese contexto, representa la metáfora viva donde se dirimen las pugnas y los conflictos de representación, de poder y de deseo, donde lo instintivo busca su salida y gratificación por encima de los condicionantes de la realidad y de las regulaciones de las instituciones. Por lo tanto, podría ser entendido como la superficie donde se objetivan y negocian constantemente los significados y los valores de la cultura (lo institucional) para la conformación de las identidades.

Fue un poco como emancipación tardía... yo en realidad... creo que he cambiado mucho en los últimos seis años y, curiosamente, es como que esas transformaciones del físico tienen que ver con esos cambios más internos de mí como persona, ¿no? El *piercing* me lo puse a los 24, en realidad antes de eso yo no, no... en cuanto al cuerpo si acaso el cabello... me lo dejo largo, ya me lo corto, ya me lo teñí de rojo, rojo,

acuerdo al contexto.

12. En sus inicios esos diversos grupos contribuyeron, a través de sus actividades artísticas, a cuestionar el *status quo* de la cultura patriarcal hegemónica, señalando las representaciones tendenciosas del lenguaje y del arte, mismas que mediaban las construcciones del género, de la sexualidad, de la raza y de la clase social. En cuanto al lenguaje, se podía advertir la adopción de categorías incuestionables de dominación y de cosificación aplicadas a las mujeres, legitimando así la existencia de un arte (pintura, cine, narrativa) tratado históricamente bajo cánones universalistas y neutrales (Kelly, 1998, Hernández, 1998).

rojo, ¿no? (...) eso tuvo que ver más con mi independencia, en ese momento yo estaba en el DF, ya digamos en ese momento era independiente de mi familia... en realidad siempre estuve muy sujeto a la autoridad familiar, entonces pasé mi adolescencia –hasta los 23 que me fui al DF– como muy obediente, muy sujeto, entonces considerando que mi familia es más conservadora, más tradicional, católica y demás, eso era como violentar la relación familiar con estos cambios que no eran bien vistos. (El tatuaje) yo me lo hice en Buenos Aires y fue, digamos, en cuanto a lo situacional que yo veía mucha gente, pero mucha gente con tatuajes en Buenos Aires, hombres, mujeres, hombres con traje... porque siento que aquí de pronto hay... cierto sector de la población que ve el tatuaje relacionado con vándalos, con gente pues no sé, que a lo mejor son hasta ladrones, asaltantes, violadores qué sé yo ¿no? Y pues allá era como muy natural, como un aspecto que no marca las cualidades de la persona o que no lo define de esa manera, simplemente como algo que alguien puede hacer con su físico.¹³

Obviamente, los significados, las motivaciones y las elecciones del tipo de trabajo realizado variarán de acuerdo al sujeto y su posición en el tramado sociocultural, encontrándonos, sin embargo, con la constante del factor individual –autodeterminación– como explicación de este comportamiento. Esto, claro, no deja de ser una explicación racional y consistente de las motivaciones, donde quedan excluidos otros factores externos a la decisión personal que pueden estar incidiendo inconscientemente, como la moda, los modelos en circulación, el comportamiento de los pares y grupos juveniles.

Del ritual

al performance

Si en el pasado el cuerpo era investido del simbolismo místico requerido para los rituales de iniciación y las ceremonias religiosas o festivas que celebraban los ritos de paso: el nacimiento, la fertilidad, la muerte o los cambios de una estación a otra, la cosecha, la lluvia, en la sociedad del *hiperconsumo* y del espectáculo, los cuerpos tan solo pueden reconstruir el sentido original que tuvieron dichas prácticas pero ahora *como performance*, evocando recreativa y lúdicamente los otrora actos simbólicos. Ejemplo de ello serían: las escenificaciones de las danzas autóctonas a la llegada de la primavera en los centros arqueológicos; el carnaval reminiscencia de las fiestas dionisiacas griegas y romanas (“Bacanales”) de claro origen pagano, con el que se despidió al cuerpo de los placeres mundanos antes

13. Entrevista realizada por la autora como parte de una investigación introductoria sobre este tema en Guadalajara, Jalisco, México, en octubre de 2008.

de la cuaresma; también encontramos la práctica taurina, que nos recuerda las sangrientas escenificaciones de las luchas a muerte entre el hombre y la bestia en los coliseos romanos de la antigüedad, pero que generalmente termina con el sacrificio del animal, un espectáculo que si bien puede ser considerado por algunos como “artístico” (sea por el traje de luces y la técnica del torero), no deja de ser un acto calificado, por otros, como bárbaro y cruel por la asimétrica lucha.

Si bien la sociedad contemporánea (occidental) sienta su diversión y escape sobre las bases de rituales del pasado, le corresponde a la industria del ocio (*marketing* y *mass media*) explotar las pasiones e instintos de las masas creando nuevos “divertimentos” que lleguen a más cantidad de gente con la consiguiente ganancia económica.¹⁴ De este modo, poco importan los estándares de calidad y de exigencia artística (en cualquiera de los géneros o modalidades) sino que, nuevamente, lo que impera es que el producto salga rápidamente, lucidor, con un nuevo empaque, algo que sea digerido fácilmente por el consumidor: música, cantantes, modas, obra pictórica, fotográfica, danza, arquitectura; todo parece ser deglutido por la aceleración que imprime la globalización y la sed de consumo de las masas. Los procesos de creación que antes llevaban un fermento largo, que bien podían durar años de práctica, reflexión o experimentación, hoy simplemente son dejados de lado ya que la presión del *marketing* exige nuevos productos en menos tiempo.

En cuanto al *performance* –individual o grupal– existe una variación casi sin límites en una sociedad que tiene sed de mirar(se) y ser mirado. Como fenómeno reciente ha llamado la atención las instalaciones humanas del fotógrafo Spencer Tunick; su poder de convocatoria es tal que poco importan las inclemencias del frío o del calor para acudir a su llamado y posar desnudos: su lente inmortaliza paisajes corporales, masas de cuerpos anónimas y silenciosas. Son sujetos que, al desprenderse de sus ropas, lo hacen también de sus identidades sociales para aparecer simplemente como cuerpos “al natural”. Esto bien pudiera interpretarse como un deseo inconsciente de volver al origen primigenio de la naturaleza humana, a esa precariedad elemental que nos refleja el espejo cuando nos desnudamos en la intimidad; pero también cabría la sospecha de que hay algo más que

14. El famoso “*Love Parade*” que surgió en 1989 originalmente como un movimiento por la paz y unidad (llegó a reunir millón y medio de jóvenes en torno a la música tecno en Berlín). Cuando se vio el potencial de comercialización que tenía (además de la basura que generaba), sin embargo, se convirtió en otro negocio para los organizadores al ofertar los tiempos a las televisoras, a los comerciantes para vender sus productos. Hoy “*Love Parade*” es una marca registrada. Casos como éste abundan, surgen con una iniciativa cultural o como manifestación de algún grupo que reivindica su derecho a expresarse, pero después son cooptados por la industria cultural o por los grandes intereses económicos de la globalización tecnológica.

eso: ¿quién no pudiera decir que significa el pase a los quince minutos de espectacularidad que todo humano desea alcanzar en su vida? ¿O es que acaso ese pase de sujeto anónimo a sujeto protagonista dado por un Tunick o una *webcam* le confiere una distinción particular con relación a los demás? ¿Puede alguien, común y corriente, resistirse al encanto de ser el/la protagonista de una obra de la cual todos hablarán?¹⁵

Otro ejemplo de esta reconfiguración de los significados sociales del cuerpo *como performance*, lo encontramos en las artes escénicas como la danza, en la que los rituales femeninos de la antigüedad relacionados por ejemplo con la fertilidad y el erotismo, propios de culturas de la India y Medio Oriente, son trasmutados en modernas escenificaciones occidentales desprovistas de esos arcaicos simbolismos o, mejor dicho, reapropiados desde el imaginario de el/la bailarina contemporánea que hace una recreación actualizada y coreográfica de lo que fue una danza milenaria. Tal es el caso de la danza hindú *Odissi*, que del cine salta a la danza transformada en una mezcla de *Show pop* hollywoodense conocida como “Bollywood”; lo mismo pasa con la *Danza del vientre* que deja su sentido místico-espiritual para ser simplemente “Belly Dance”, deformando en algunos casos el *ars erotica* de la antigüedad oriental en un espectáculo banal del cuerpo (Schnepel, 2005; Briceño, 2008).

En la vieja Asia, donde la danza oriental ha mantenido su pureza inicial, representa la maternidad, la concepción misteriosa de la vida, el sufrimiento y la alegría con los cuales un nuevo ser es traído al mundo (...) Pero el espíritu de Occidente ha tocado esta danza sagrada y la ha transformado en la horrible (sic) *danse du ventre*, el *hoochie koochie*. Para mí eso era una repugnante revelación de la profunda bestialidad humana, para otros era una diversión. Escuché los comentarios burlescos de los europeos, inclusive miré sonrisas lascivas en los labios de los asiáticos y huí.¹⁶

Estas representaciones serían simulacros de actos que otrora tuvieron un simbolismo; hoy la avidez del *marketing* de la cultura globalizada los transforma en meros *performances* para el consumo inmediato del espectador.

15. En la plancha del Zócalo del DF logró reunir a 18 mil cuerpos de todas las edades, que asistieron de manera voluntaria y entusiasta a ser parte de esa experiencia colectiva.

16. De la Autobiografía de Armen Ohanian: *The Dancer of Shamahka*, 3ra. Reimpresión Vosbigian Publishing, Estados Unidos, 1998, p. 262 (traducción de mi autoría). Ésta es, la hasta la fecha, la única autobiografía publicada por una bailarina de danza oriental de origen armenio, quien vivió a principios del siglo pasado en varios países de Europa y emigró a México.

Las mujeres

y el goce del cuerpo

Para esta parte final del trabajo deseo hacer alusión al singular vínculo del sujeto femenino con su cuerpo dentro del marco de la sociedad del *hiperconsumo*. Vínculo que podría plantearse perfectamente con la pregunta que Françoise Dolto (1984) alguna vez formuló: ¿de qué clase es el contrato que nos liga con el cuerpo? pero que trasladado a esta época podría ser: ¿cómo se refleja este lazo en la vida cotidiana de las mujeres de nuestra sociedad del *hiperconsumo* y del *espectáculo*?

Evidentemente es un contrato nuevo, acorde a las conquistas conseguidas en las últimas –por lo menos– cuatro décadas en las sociedades occidentales, impulsadas por diversos actores sociales (no sólo las feministas) que introdujeron cambios en las políticas públicas de salud, reproductivas, sociales, educativas y laborales, contribuyendo al nuevo posicionamiento social de las mujeres y la amplitud de roles. Si bien estos cambios no son homogéneos ni se han instalado totalmente en nuestra sociedad, tampoco podemos negar las transformaciones y los avances conseguidos en ciertos estamentos sociales, los cuales se pueden apreciar hoy en día con más claridad en las nuevas generaciones de mujeres que reivindican su derecho a construir su vida como mejor les parece, derecho que pasa, en primera instancia, por sus propios cuerpos y redefine las representaciones sobre la sexualidad, la maternidad y la reproducción.

Esos logros con sus más y sus menos –dependiendo del grupo racial y del contexto sociocultural– han impactado favorablemente en la subjetividad de las mujeres, reflejándose en la manera de percibirnos a nosotras mismas, de representarnos y de experimentar nuestra corporalidad (Ventura, 2004; Briceño, 2008).

No obstante, la experimentación y el disfrute de esa nueva vivencia que implica autoafirmación y aceptación del propio cuerpo viene –en ocasiones– a desembocar en mera exaltación del cuerpo físico y sus sentidos, desaprovechando así la oportunidad para elaborar emotiva y cognitivamente, la experiencia que redimensionaría ese vínculo con el cuerpo de manera profunda. Es por esta grieta narcisista que los artífices del *hiperconsumo* (*marketing* y *mass media*) se cuelan para diseñar y producir los más inverosímiles objetos y accesorios dirigidos a satisfacer los deseos de este gran público femenino consumidor que ama adornar sus cuerpos, mimarlos y complacerlos.

La modernidad –desde la lógica imperante de la utilidad y del mercado– no alienta ni ampara el vínculo solidario, la recepción del otro, ni la capacidad erótica, potencias requeridas para la conexión, para articular la vida. Antes bien, exacerba el individualismo, genera un vaciamiento de los sentidos de la otredad, des-erotiza el cuerpo (Baz, 2008:2).

El *síndrome del artificio* como subjetividad socializada de nuestro tiempo, sienta su dominio en la apariencia, porte, experimentación e imagen del cuerpo femenino, sobre todo en la clase social media urbana, la cual se orienta preferentemente hacia los modelos de belleza provenientes del exterior. Modelos diseñados por la moda internacional cuyos cánones estéticos difieren considerablemente del tipo latino, resultando así de mayor tiranía para el estándar del físico e idiosincrasia de las mujeres latinoamericanas.

Se podría aventurar la afirmación de que hoy como nunca –paradójicamente por los logros como género señalados anteriormente– los cuerpos femeninos sufren la tensión entre los discursos de una tradición que persiste en ciertos valores y representaciones de antaño, frente a otros nuevos que emergen vertiginosamente, ligados a lo lúdico, a la ironía, a la seducción y a la reversibilidad (transgresión-transformación) de las apariencias e imágenes. Por ello se diría que el *síndrome del artificio* encarna en los cuerpos femeninos de hoy valiéndose de los antiguos esquemas que configuraron la imagen de “mujer” seductora pero a la vez, incorporando las disposiciones estructurales y prácticas que rigen el consumo, objetivando así los cuerpos del goce (Ventura, 2004; Briceño, 2008).

Esa compleja deconstrucción y reconstrucción de la subjetividad femenina implicaría una exploración de las representaciones –tradicionales y modernas– del propio cuerpo, pero también de los afectos y de los significados investidos en los lugares de la fantasía, que como bien explica Kristeva, está ligada a una dimensión de extrañeza y de alteridad; cada vez que nos enfrentamos a la experiencia de lo nuevo o desconocido –afirma la psicoanalista– ocurre una deconstrucción y reconstrucción del propio ser, especialmente de los temores y deseos infantiles (Kristeva, 1991). Quizás por ello, en el imaginario de las mujeres de hoy perviven ciertos estereotipos sobre “la mujer” y su cuerpo que se resisten a ser abandonados, no sin sufrir una transformación en cuanto a su significado, debido a las dislocaciones sociales y políticas que la posmodernidad imprime en todos los sujetos (Elliott, 1997).

Yo creo que hay una necesidad de la mujer de transmitir con el cuerpo y de sentir ese poder también no sólo en lo que es mental, sino en lo que es emocional, corporal, es decir ¡sentir ese poder!... conectarse con su cuerpo, mirarse en un espejo... no sé por qué... no sé por qué hay una necesidad también de transmitir con el cuerpo... hay todo un tema de querer pisar distinto como mujer.¹⁷

A nivel de las nuevas prácticas, las mujeres parecen arriesgarse más a la exploración del disfrute de nuevas vivencias relacionadas con el erotismo y la sensualidad sin la carga de culpabilidad o tabú que predominó en las pasadas generaciones, en un intento por establecer un equilibrio funcional entre los discursos de antaño (maternidad, sexualidad) y los estilos de vida que imprime la vida contemporánea (Burin, 1987).

Lo anterior puede interpretarse más como un deseo de extender los confines de un espacio propio de autonomía –como sujetos sociales– que quieren “pisar distinto como mujer”, alusión que encerraría una legítima aspiración a acceder a un plano de mayor valoración en lo social, lo histórico y lo simbólico. Un plano de autodeterminación en el cual no dependieran de las aprobaciones (en especial de la masculina), así como de la imposición normativa de las instituciones más tradicionales. Y ese espacio de autocreación personal puede ser el propio cuerpo, lugar donde los sujetos femeninos exploraran las nuevas subjetividades y se autoafirmaran socialmente.

Este nuevo vínculo con el cuerpo apuntaría a revitalizar aspectos del goce y de la sensualidad del *ars erotica* propios de las culturas ancestrales pero, obviamente, bajo otro significado, con aquél que la individualización posmoderna hace de la autodeterminación y del poder personal, un estilo de vida.

Conclusiones

La construcción sociológica y simbólica del cuerpo no se puede entender –como se ha sugerido a lo largo del texto– sin las condiciones estructurales socio-históricas de las cuales forma parte y determinan, pero tampoco es posible hacerlo sin considerar las prácticas, acciones, sentidos, rituales y emociones de los sujetos; en suma, el componente subjetivo y simbólico que deja abierta una puerta a la libertad, o por lo menos a lo imprevisto que surge de la interrelación con los otros en el contexto de la posmodernidad.

17. Extracto de entrevista tomada de Gloria Briceño (2008). *Relatos desde la danza y el cuerpo: identidad y oficio de un grupo de mujeres mexicanas y argentinas*, CUCSH, UdeG.

No sólo tenemos un cuerpo que nos distingue de los otros, sino que *somos* cuerpo incorporado a una matriz simbólica. En esa especie de complicidad ontológica de la constitución del sujeto mediado por el mundo simbólico, el cuerpo es el signo por excelencia de movilidad, de transformación y de “performancia”.

Propuse tentativamente una noción teórica: el *síndrome del artefacto*, que pudiera representar, de manera metafórica, las vicisitudes que penalizan –y que mercantilizan– a los cuerpos en la actualidad, víctimas de una *marketing* voraz que parece erigirse como un nuevo tipo de hegemonía en el orden de la globalización y de las *mass media*.

En la *sociedad del espectáculo* y del *hiperconsumo*, los cuerpos trastocados por el mercado se producen, circulan y consumen como un objeto más siguiendo las mismas leyes que rigen al consumo: la *inmediatez*, la *obsolescencia*, la *seducción* y la *diversificación*. Si bien los logros democráticos de las sociedades occidentales han favorecido, desde el siglo pasado una nueva racionalidad sobre el goce repercutiendo en una mayor libertad, tolerancia y exhibición de los cuerpos, se corre el riesgo de ser igualmente trastocada y fagocitada por el *síndrome del artefacto* que rige la vida contemporánea.

Por ello, habría que preguntarse: ¿cómo introducir cambios en la sociedad que desarrollen nuevas condiciones subjetivas para un reordenamiento armónico de las necesidades humanas? ¿Cómo desactivar los hábitos de *hiperconsumo* y generar pautas reflexivas de un consumo moderado? ¿Desde dónde tendríamos que trabajar en la educación para introducir la reflexión de género que desarrolle un sentido de corporalidad integral de mayor conciencia y trascendencia?

Una pregunta fundamental sería si los sujetos femeninos seremos capaces de encontrar un balance armónico entre los discursos y las prácticas –de ayer y de hoy– que tensan nuestra corporeidad; si podremos autoafirmarnos en nuestro ser interior sin caer en la seducción de las modas efímeras y de las apariencias de las formas corporales que dictan la *sociedad del espectáculo* y el mercado. No queremos ser un *objeto-signo* más en los consumibles del mercado, el nuevo fetiche lúdico para esa *sociedad espectáculo*. Queremos seguir gozando de nuestra corporeidad con libertad, sí, pero conectada a la rica subjetividad que nos ofrece la interiorización de nuestra mirada en conjunto con la ajena, reservorio de la imaginación, creatividad y vida; porque como dice Julia Kristeva:

El psiquismo es un sistema abierto conectado a otro, y sólo en estas condiciones es renovable. Si vive, nuestro psiquismo está enamorado. Si no está enamorado, está muerto (Kristeva, 2000:12).

“Desfetichizar” el cuerpo y resignificar su erotismo como fuente de potencial creativo y de vida en relación con los otros, solidariamente, generando nuevos vínculos que estén basados en el intercambio generoso, en el placer de dar y recibir a partir de lo que somos: corporeidades que alojan a sujetos en búsqueda de sentido. Ése podría ser quizás el nuevo camino y el gran desafío.

Bibliografía

- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Trad. Gustavo Renedi, Buenos Aires, FCE/ Ediciones Trilce.
- Baudrillard, J. (2004). *El sistema de los objetos*, México: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (2005). *The Consumer Society, Myths & Structures*, London: Sage.
- Bauman, Z. (2004). *La sociedad sitiada*, Buenos Aires: FCE.
- Bauman, Z. (2006). *Vida Líquida*, Barcelona: Paidós, Estado y Sociedad 143.
- Baz, M. (2008). *El ritual del erotismo en la época de la modernidad: mujeres latinoamericanas y el arte de la danza oriental*, Conferencia en Casa Iteso Clavigero, 15 de octubre, Guadalajara, Jalisco, México.
- Briceño, G. (2008). *Relatos desde la danza y el cuerpo: identidad y oficio de un grupo de mujeres mexicanas y argentinas*, Guadalajara: CUCSH/UdeG.
- Brunner, J. J. (2006). “Chile: ecología social del cambio cultural”, en: *Investigaciones de la Comunicación*, Caracas: Anuario ININCO, no. 1, Vol. 18, 17-43.
- Bourdieu, P. (2000). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, España: Taurus.
- Burin, M. (1987). *Estudios sobre la subjetividad femenina. Mujeres y salud mental*, Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Debord, G. (2003). *La Sociedad del Espectáculo*, España: Pre-textos.
- Elliott, A. (1997). *Sujetos a nuestro propio y múltiple ser. Teoría social, psicoanálisis y posmodernidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Giddens, A. (1998). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona: Ediciones Península.
- Hernández, C. (2002). “Desde el cuerpo: alegorías de lo femenino”, Ponencia presentada en la III Jornada Nacional de Investigación Universitaria de Género, CEM, Escuela de Sociología FACES-UCV, Caracas. Dirección en Internet: <http://performancelogia.blogspot.com/2006/12/desde-el-cuerpo-alegoras-de-lo.html>
- Kelly, M. (1998). *Imaging Desire*, USA: The MIT Press.
- Kristeva, J. (1991). *Extranjeros para nosotros mismos*, Barcelona, Plaza y Janés.
- Kristeva, J. (2000). *Historias de amor*, México: Siglo XXI.

Gloria Briceño Alcaraz

- Merleau-Ponty, M. (2000). *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Península.
- Laclau, E. y Mouffe Ch. (1985). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*, Madrid, Siglo XXI.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (1999). *La tercera mujer*, Barcelona, Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2002). *La era del vacío*, Barcelona, Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*, Barcelona: Anagrama.
- Turner, V. (1989). *The Ritual Process. Structure and Anti-Structure*, New York: Cornell University Press.
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*, Buenos Aires, Paidós.
- Schechner, R. (2005). *Performance Theory*, New York: Routledge Classics.
- Schnepel, C. (2005): *Odissi: Eine ostindische Tanzform im Kontext der Debatten um regionale Traditionen und kulturelle Identität*, Alemania: Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.
- Ventura, L. (2004): *Mujer placer*, Madrid, Belacqua.
- Zizek, S. (2005): *El acoso de las fantasías*, México, Siglo XXI.

Recibido: 21 de abril de 2010 Aprobado: 24 de septiembre de 2010