

# La “belleza” im-posible visual/digital de las tapas de las revistas.

## Aportes de la biopolítica para entender su u-topía

Jorge Couto \*

Fecha de recepción: septiembre 2013

Fecha de aceptación: abril 2014

Versión final: septiembre 2015

---

**Resumen:** El ensayo indagará los cambios que produjeron los avances digitales en las imágenes fotográficas de los cuerpos ‘bellos’ de algunas tapas de revistas<sup>1</sup>, haciendo hincapié en los impactos que tuvo en la subjetividad. Estas imágenes son ‘retocadas’ por programas informáticos generando un cuerpo que no tiene casi –un– ‘referente externo’, o mejor dicho su referente es la propia imagen digital y no un/a modelo carnal. Se diseñan así cuerpos “bellos” que pueden ser una meta a seguir, pero son imposibles de ser traducidos en la carne (por ejemplo: caras sin arrugas). Se ‘seduce’ con una belleza que es un espectro inasible, que siempre está en fuga.

También se explorará las articulaciones entre la Población, las imágenes y la biopolítica. Así, se espera indagar el funcionamiento de una biopolítica que se ha vuelto estética y que interpela al conjunto de la Población para constituirse a ser sujetos ‘bellos’.

**Palabras clave:** belleza - biopolítica - biopolítica estética - cuerpos - digital - espectro - Foucault - imagen - industria cultural - población.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 225]

---

(<sup>1</sup>) Licenciado en Comunicación Social y actualmente se encuentra finalizando la Maestría en Comunicación y Cultura (ambas en la Universidad de Buenos Aires). Forma parte del UBACyT “imagen: comunidad de sentido” (código 20020100100954), que se desarrollará en el periodo 2011 a 2014. Autor y expositor de muchos ensayos que versan en la reflexión de la imagen y su relación con el poder, la memoria, lo digital y el cine.

## Introducción

El eje de este trabajo es indagar los cambios que produjeron los avances digitales en las imágenes fotográficas, en particular en las tapas de las revistas de ‘interés general’ (*Rollingstone*, *Susana*, *Gente y Paparazzi*) y las catalogadas como “didáctica y divulgación para adultos” (*Maxim*, *Hombres y Playboy*), haciendo hincapié en los posibles impactos que tuvo en la subjetividad. También se explorará las relaciones entre la biopolítica y las imágenes de cuerpos ‘bellos’; este análisis pretende reflexionar sobre la articulación entre la **Población-imágenes-biopolítica**. De esta manera no nos proponemos centrarnos en

la 'perspectiva de género', sino en la interpelación que se hace a la totalidad **Población-Especie** (independientemente de esta aclaración entendemos, por un lado, la importancia de los aportes de este enfoque y, por el otro, diferencias en la construcción de lo masculino y lo femenino).

## Capítulo I

Para iniciar este apartado tomaremos el último ensayo de Roland Barthes titulado *La cámara lúcida*, en este texto el autor hace hincapié en que el referente y la fotografía están 'pegados'; por consiguiente no se puede reflexionar sobre la fotografía sin dar cuenta la relación que tiene con su referente, Barthes indica que la fotografía muestra la 'cosa real' que estuvo delante del objetivo de la cámara. En contraposición a dicho fenómeno, en la pintura no era necesario que el referente de la imagen haya estado delante de la muñeca del pintor sino que podía surgir de la imaginación del artista. Se podía negar que el pintor haya estado en frente del referente pictórico, pero con la con la imagen fotográfica la situación es otra. Al ser una imagen técnica, la modelo o 'la cosa' *tuvo* que posar delante de la cámara. Según Barthes esta relación no puede ser negada y por eso "el nombre del noema de la Fotografía será pues: 'esto ha sido'" (Barthes, 2009). La 'cosa' representada en la imagen ha estado, en un tiempo y espacio específico, delante del gatillo de la cámara que lo retrató, entonces en la fotografía descrita por Barthes el noema es 'esto ha sido' y también 'esto ha estado ahí'. A esa 'cosa' hecha imagen Barthes prefiere denominarla *spectrum*, ya que es un concepto que denota una relación con el espectáculo. El *spectrum* es la fotografía del referente que se exhibe y grita al aire su existencia real y por ende, material. Con respecto al cuerpo fotografiado Barthes indica que "no soy ni sujeto ni objeto, sino más bien un sujeto que se siente devenir objeto: vivo entonces una microexperiencia de la muerte (del paréntesis): me convierto verdaderamente en espectro" (Barthes, 2009). Las imágenes fotográficas hacen un recorte del *continuum temporal* y de los cuerpos, estableciendo una experiencia cuasi mortuoria, y a su vez detiene la vida produciendo una negación de lo percedero; de esta forma, se encuentra en el umbral entre la vida y la muerte, donde las fotografías pueden mostrar personas fallecidas cuando vivían y el observador no puede saberlo.

Barthes da cuenta de que la imagen fotográfica gozaba de una 'autoridad' y una 'cuasi transparencia' (esta afirmación hay que matizarla) con respecto a la cosa mostrada. Lo que la cámara exhibe puede ser distorsionado, pero el *spectrum* continúa fuertemente relacionado con el referente. Hay que tener en cuenta que esa 'autoridad' forma parte del imaginario social, debido a que no existe objetividad en la técnica, ya que hay un operador que selecciona con su dedo la detención del *continuum temporal*, los enfoques y los planos, pero sin embargo debemos rescatar que hay *algo* de lo fotografiado en el *espectro* de la imagen. Es interesante que si bien Barthes define el noema de la fotografía como 'esto ha sido' (dándole una gran autoridad a la imagen fotográfica) él decide definir como un *espectro* a la imagen retratada, así la relación referencial no es "directa" ni trasparente, la imagen

y el referente tienen intrínsecamente una *distancia* por esta razón él la define como una relación espectral.

Aunque este concepto Barthes lo acuñó en una época de la “fotografía analógica”, como veremos más adelante, sigue teniendo una gran fuerza explicativa en el mundo de las imágenes digitales.

Con respecto a las fotos de las/los modelos en esa época sus cuerpos tenían un trabajo de luz, poses y maquillaje, pero no en el sentido del mundo digital. Susana Giménez o Moria Casán en la revista *Gente* en los ochenta se mostraban con maquillajes e iluminación especial pero el *spectrum* tenía una relación de ‘cuasi-transparencia’ entre el y el referente o la distancia entre ambas no era abismal (como lo es hoy en día). Con el advenimiento de las nuevas tecnologías digitales todas estas nociones comienzan a estructurarse de una forma más compleja, es un momento de crisis y de fuertes tensiones.

## Capítulo II

Antes de continuar queríamos resaltar que no es al azar la selección de las tapas de revista como unidades de análisis, de hecho en este tipo de revistas las tapas son exhibidas sin cobertor ni folio que censure los cuerpos expuestos, por lo cual la tapa de revista funciona como una publicidad de ‘vía pública’, y como tal alcanza a todo el que lo ve (mayores y menores de edad y no segmenta en el sexo).

A mediados de los 90’ la imagen digital comienza a irradiar nuestro mundo perceptivo, se expande en las películas y las fotografías (tanto de revistas como en publicidades de vía pública, ambas con un alcance masivo). La imagen digital inunda a toda la *Población* con su seducción, volcándose a las **industrias culturales** y la publicidad. Así los cuerpos de las/os modelos comienzan a ser modificados por el diseño de un operador, los rostros se crean lisos y sin arrugas, las colas redondas a niveles caricaturescos, los pechos son levantados y también redondeados y los abdominales se re-marcan digitalmente. Nuevas tecnologías se abren paso, tales como: *el Corel Draw, el Photoshop, el Illustrator*, y tienen el objetivo de modificar los referentes fotográficos. Al llegar a la primera década del siglo XXI es casi imposible encontrar una imagen difundida por la *industria cultural* que no haya sido “retocada” de forma digital.

Si nos centramos en la tapa de la revista *Susana* de Enero del 2010 veremos al cuerpo de Susana Giménez exhibido con un traje de baño enterizo y un sombrero que le tapa la mitad del rostro. Sus piernas y los brazos se encuentran totalmente visibles. Su rostro presenta facciones uniformes con la ausencia absoluta de arrugas. Las piernas no tienen un gramo de grasa, al igual que sus brazos que parecen los de una veinteañera. En la tapa de la misma revista pero de Septiembre del 2010, vemos a Susana parada en una pierna con un gesto de felicidad, parece juvenil con las mismas piernas esbeltas, sus diminutos brazos y su cara totalmente lisa. En estas dos tapas, Susana interpela al observador con una ‘belleza’ que no tiene un referente ‘material’<sup>2</sup> ya que no es la de su cuerpo sexagenario sino que ha sido retocado digitalmente, así el referente de la imagen es la misma imagen virtual y no su cuerpo material.

En este sentido, Hans Belting indica que en la actualidad hay una **crisis de la referencialidad**, con el advenimiento de la tecnología digital el referente material (spectrum o la cosa fotografiada) tiene un trabajo o un diseño y por consiguiente, la imagen pierde la 'autoridad' que supo tener. Las tapas de revistas exhiben cuerpos que poco tienen que ver con el 'verdadero' referente, la cara de Susana es casi cómicamente modificada, y es tan marcada la metamorfosis que tiene una vaga relación con la conductora 'material'. Estos ejemplos de las imágenes de Susana son un poco extremos pero también funcionan con las/os modelos o las vedettes de turno, si nos centramos en tapas de revistas como *Maxim*, *Playboy*, *Hombres*, *Paparazzi*, *Rolling Stone* o *Caras* veremos cuerpos sin celulitis, rostros tan lisos que casi 'no son humanos' y cuerpos hinchados por el diseño digital-muscular. De esta forma la relación que supo tener la imagen fotográfica y su referente se empezó a desdibujar e hizo tambalear bruscamente la autoridad de la cámara y así el noema que describió Barthes: "esto ha sido", comienza a ser arcaico. Así pareciera que la fotografía actual muestra un cuerpo que indica: "esto no ha sido, o esto puede no haber sido". Con la digitalización el noema comienza a convulsionar porque los cuerpos no son tomados por un artefacto y exhibidos, sino que son fotografiados y modificados por los retoques digitales.

La **revolución digital** impulsa un cambio en la subjetividad, muchos espectadores no tienen en claro que las imágenes contemporáneas son modificadas y que su relación con el referente se distancia y así adquiere una fisonomía mucho más *espectral* que antes. Las imágenes corporales son diseñadas y generan un canon 'estético' que no es posible de ser perseguido o traducido en los cuerpos. Así el spectrum de la imagen digital es más lejano y confuso. "La llamada post-fotografía quebranta en la actualidad el sentido establecido del medio. En lugar de crear imágenes análogas al mundo, amplía el poder de disposición sobre las imágenes al campo de lo virtual" (Belting, 2009). El ingreso digital a las imágenes y las modificaciones que se hacen en las revistas abren los 'posibles' de lo *visual* y así se va más allá de las posibilidades de los cuerpos; ahí mismo radica el peligro, ya que la **industria cultural** interpela a sus observadores con una estética imposible para la *carne* y que sólo puede existir en el mundo de la imagen. Así las nuevas tecnologías digitales de diseño dan lugar a lo que 'no ha sido', abren el plano a las posibilidades y virtualidades. Lo que 'ha sido' es cambiado, por lo tanto lo que 'no fue, puede ser' y por consiguiente, esta nueva posibilidad de la fotografía trae consigo tensiones en el plano subjetivo.

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

Esa belleza es diseñada para los ojos pero no para ser *carne* y de esta forma se muestra lo que no puede ser copiado más allá del mundo virtual. Debemos hacer hincapié en que desde su nacimiento la fotografía estableció una 'autoridad', que con el surgimiento de las tecnologías digitales entró en un profundo conflicto. Si bien hace varias décadas que hay fotógrafos que juegan con la posibilidad de un abismo entre la imagen y el referente, usando imágenes engañosas que 'truquean la *realidad*' pero con las nuevas técnicas de diseño las fotografías difundidas por la industria cultural son todas 'retocadas' masivamente y el abismo entre la imagen y el referente crece considerablemente. Teniendo en cuenta este tipo de fotografías digitales podemos comprender que "sus retratos son ficticios no sólo porque establecen que son copia de una ficción, sino porque demuestran que el sujeto es una ficción, luego de que la imagen ha sido desprovista referencias" (Belting, 2009). En esta cita Belting nos indica que la actual imagen fotográfica posee una gran ficcionalidad porque está muy distanciada de la/ el modelo. De aquí se desprenden algunas preguntas centrales: ¿El cuerpo digital es una distorsión del cuerpo material? O ¿El cuerpo material se ha extendido hacia un mundo digital y virtual? Y a su vez ¿Las dos son dimensiones de un cuerpo fenoménico que ha adquirido como propias las posibilidades de la realidad virtual? Y ¿Qué ocurre cuando la industria cultural interpela a los observadores con cuerpos con retoques digitales y por ende imposibles de ser traducidos a la carne?

### Capítulo III

Con el uso del *Photoshop* se anexan a las/ los modelos **prótesis visuales** y ya es anacrónico hablar del cuerpo de la/el *star* como un *real-material*, de hecho es un cuerpo ubicado en el umbral entre lo *material* y lo virtual. La frontera de éstos dos planos han sido transgredidas y fracturadas y el cuerpo está construido en el pliegue de ambos. En las tapas de revista se exhibe un *spectrum* que no puede ser catalogado como un referente de una modelo, dados sus retoques digitales, y tampoco se la puede indicar como algo ficcional debido a que la imagen nace de la 'base' de la modelo. Si vemos la tapa de la revista de los *Rolling Stone* de Septiembre del 2004 donde aparece Florencia de la V, tomaremos esta imagen aunque está por fuera de las unidades de análisis porque nos grita para mostrarnos como el espectro se ha convertido en algo más difuso que en la fotografía 'analógica'. Su cuerpo está totalmente desnudo, se está tapando parte de sus pechos y exhibe una exuberante panza de embarazada. En esta imagen podemos dar cuenta como el plano digital y la invención virtual se pliegan con la imagen del 'cuerpo propio', así a la carne fotografiada se le anexan **prótesis visuales** en la que resalta su gran panza.

En la tapa de *Maxim* de Abril del 2010 vemos a Virginia Gallardo apoyada en sus brazos con sus piernas estiradas mirando por arriba de su hombro a la *Población/voyeurs* mostrándose totalmente desnuda, aunque está en una posición que no la expone totalmente. Sus glúteos abarcan el centro de la escena, pero si nos detenemos a ver minuciosamente la imagen daremos cuenta que su piel es lisa y uniforme por el uso del *photoshop*, así toda la industria cultural de revistas seduce con una 'belleza' tan exigente que su referente no es

la modelo sino la propia imagen diseñada. Con esto queremos decir que la modelo tiene una metamorfosis por los *implantes visuales* que están plegados a las imágenes, que son difíciles diferenciarlos, pero están allí.

## Capítulo IV

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

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

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

Si nos remontamos al texto titulado *Teoría crítica*, Horkheimer habla de la potencia de la escritura de Shakespeare, Goethe o Proust porque “evocan el recuerdo de una libertad ante la que los cánones dominantes parecen limitados y bárbaros” (Horkheimer, 2007). Aquí Horkheimer pone en contraposición a maestros de la escritura y a la *cultura de masas* con sus productos y con la intención de masificarlos, sin embargo por ese afán de ‘democratizar’ sus productos culturales se centran en cánones que pretender ser racionales y pre-

sentan una profunda y violenta irracionalidad. Si nos avocamos a la industria cultural de las tapas de revistas detalladas, estas presentan cuerpos con un canon de belleza tiránico, exhiben pieles lisas y uniformes, sin arrugas, ni celulitis, con músculos hinchados y marcados en 'exceso' por el *Photoshop*. Este canon irracional desborda todas sus tapas y seduce con la *imposibilidad y lo u-tópico*, con características que no pueden ser imitadas por los espectadores ya que son en parte producto del labor del retoque digital. El cánón de belleza es *limitado y bárbaro* debido a que exhiben un tipo de belleza, que es el que podría ser catalogado como 'belleza plástica' (con implantes, colágeno en los labios, toxina botulímica, metacrilato, entre otras) y digital, así damos cuenta de la ausencia absoluta de otro tipo de bellezas<sup>3</sup>, por ejemplo caras con arrugas, narices prominentes, panzas adiposas, cicatrices, etc. Si nos detenemos por un instante en la tapa de la revista *Maxim* de Agosto del 2010, vemos a Andrea Rincón desnuda, apoyada en una pared, con un salva-vida en la cintura y dándole la espalda al espectador (como habíamos aclarado son todos los transeúntes que rondan por los quioscos de revista y la ciudad). Lo extraño de este cuerpo es que tiene una piel con una uniformidad llamativa, es perfectamente lisa, sin arrugas ni marcas superficiales. Es un cuerpo que aguarda la mirada de un *voyeur* y está a la acecho de los ojos. Su rostro tiene tanto diseño digital que parece plástico o de un maniquí y tiene un *extraño* color. "Lo que hoy en día se conoce con el nombre de entretenimiento popular, responde en realidad a una necesidad creada artificialmente por la industria de la cultura, manipulada por ella y, por consiguiente, depravada" (Horkheimer, 2007). En este planteo de Horkheimer podemos entender como la industria de la cultura crea productos culturales para su exposición en masa, dichos productos al ser diseñados y no generados por la 'espontaneidad' (si es que existe algo tal) tienen un funcionamiento *depravado*. Teniendo cuenta nuestro trabajo, la 'depravación' tiene sede en los cuerpos, la industria cultural de las tapas de revistas establecen 'tiránicamente' (ya que los dueños y directivos de las empresas crean las tapas) que tipos de cuerpos son considerados 'bellos'. Así el canon *diseñado* es restringido a los *cuerpos protésicos* y con *retocques digitales*, el grupo editorial de la revista decide en cada tapa que *Venus* o que *Adonis* de turno formarán parte de la portada, en ese gesto y en su repetición mensual se va 'proponiendo' el canon de la 'perfección'. En el número de Marzo del 2010 de la *Playboy* Argentina se encuentra un 'plano medio' de Eugenia Ritó donde también hay una llamativa ausencia de arrugas y hasta una inexistencia de pliegues en la piel, también damos cuenta que en sus antebrazos no hay ni siquiera venas. Esta imagen muestra un cuerpo intervenido con material plástico y con un gran diseño digital, así se exhibe un cuerpo que es un *espectro* de la modelo, ya que el *design* es tan marcado que la modelo se 'desdibuja'. Antes del ingreso de la tecnología digital la industria de la cultura tenía una relación más 'directa' con el referente, aquí el noema de la fotografía, tal como lo definió Barthes, era: "esto ha sido" y era propio de la tecnología analógica; con la tecnología digital el referente carnal se diluye o mejor dicho el referente de la imagen es la propia imagen. La fotografía digital se aleja inexorablemente de el/la modelo o quizás este/a se convirtió en un vestigio más *espectral* que nunca. Si nos detenemos en la tapa de *Maxim* de Enero del 2010, por decir un ejemplo, veremos a Silvina Escudero o algo similar a ella, desnuda y mostrando su cola al *espectador virtual*. Si observamos su espalda y su cara daremos cuenta que su piel ha sido 'esfumada' digitalmente al extremo de ser 'irreal' o u-tópica para la carne, sólo es una imagen que no tiene

referente por fuera de ella misma. En ese sentido los espectadores (que como indicamos no son sólo los comparadores) son seducidos por la repetición de lo im-posible y pueden tener, a grandes rasgos, dos tipos de reacciones: una sería ver la ‘belleza’ **plástico/digital** y devolverle la sonrisa por la imposibilidad de seguir el canon y la otra opción, la más trágica, sería tratar de seguir el estilo de belleza intentando traducir parte o el total del estándar; para lo cual un posible efecto sea la insatisfacción por su imposibilidad intrínseca. Así las industrias culturales no develan su ‘secreto’: insita con una ‘belleza’ llena de **vacíos**, es perseguible pero no es alcanzable, siempre está en fuga y es inasible; sin embargo seduce a correr esclavizado detrás de ella. Según Jameson

la arquitectura más reciente –como muchos de los otros productos culturales– (...) se yerge por lo tanto como algo parecido a un imperativo de desarrollar nuevos órganos a fin de expandir nuestros sentidos y nuestros cuerpos va ciertas nuevas dimensiones, hasta ahora solo inimaginables y acaso, en última instancia, imposibles (Jameson, 1999).

Estas **nuevas dimensiones** de la que habla Jameson, en nuestro análisis, serían: **“lo digital, lo imposible y lo u-tópico”**, entonces esta *industria cultural* seduce a la **población** a seguir y construir en el **propio cuerpo** algo que le es imposible. Interpela desde su **no-lugar** o desde una *topia* despiadada y enraizada en lo virtual y desde ese no-lugar de figuras digitales imposibles “presiona” a los cuerpos propios para generar una espacialidad en ellos. Seducen a generar una traducción siempre fallida y parcial, que busca producir en los cuerpos “materiales” lo que es una posibilidad digital.

## Capítulo V

Es interesante detenernos un instante en como Adorno cita a Tocqueville:

bajo el monopolio privado de la cultura ‘la tiranía deja el cuerpo va derecha al alma. El amo ya no dice: “pensad como yo moriréis”. Dice: “Sois libre de no pensar como yo (...) pero a partir de ese día seréis un extraño entre nosotros’ (Adorno, 2007).

Adorno está de acuerdo en que la industria cultural genera, en la **repetición**, un estándar de belleza para ser perseguido, y esto mismo denuncia como *extraño o extranjero* a los que no están dentro de esa ‘normalidad’. Esto mismo podría ser pensado como una *aporía*: el cuerpo que no se ajusta al canon de belleza está por fuera de la “armonía” construida por dueños de la Industria Cultural, aunque esa “armonía” es también intrínsecamente un **vacío-en-sí-mismo**, o dicho de otro modo: lo irracional de la belleza creada denuncia que lo que no se ‘alinea’ como irracional. Pero es Adorno en el mismo texto que indica que “el esfuerzo desesperado de esta repetición es el único signo de la esperanza de que



la repetición sea inútil, de que nada podrá nunca apoderarse de los hombres” (Adorno, 2007), para él, al igual que para nosotros, es obvio que si hay tanta producción de la repetición estandarizada es porque la resistencia es constante o como diría Foucault si hay poder es porque hay resistencia. La producción cultural se fabrica basada en la *repetición* debido a que la concepción de belleza fluye constantemente y la industria cultural trata de encauzarla en algunas características. La industria cultural no *impone* cánones sino que los estabiliza por medio de la seducción constante; entonces, en la deriva de las imágenes se exhiben ciertas partes del cuerpo como bellas, esto genera una dimensión con una *armonía totalitaria*, pero cuando alguien prefiere no seguirla ‘abre la puerta’ de esa razón autoritaria y muestra otras posibilidades, o dicho de otra forma disuelve el ‘falso cierre’ y la ‘armonía’. Sin embargo hay que tener en cuenta el capitalismo tardío ha adquirido un gran dinamismo y versatilidad, y lucha por absorber estas fuerzas disruptivas (la luchas es constante).

## Capítulo VI

Giunta indica que le “interesa pensar en el residuo resistente que articulan las imágenes para forzar sistemas alternativos” (Giunta, 2010), en este sentido quería detenerme en dos tapas de *Rolling Stone* interesantísimas, provocadoras y extrañas, la de Ricardo Iorio de Octubre del 2010 y Capusotto de Julio del mismo año. Ambas imágenes son primeros planos a unos rostros plagados de *profundidades* intensas, muestran las marcas del tiempo; arrugas y ojeras son expuestas. Si nos detenemos un instante en Barthes, él define al *punctum* como una flecha que me hiere como observador, es algo que la imagen dispara y me afecta mi subjetividad. Teniendo este concepto, y como hemos descrito, la industria cultural en los últimos años ha generado ya un devenir en los regímenes de lo visual con cuerpos con mucho diseño para exhibir lo que entiende por belleza, pero cuando nos tomamos con estas dos imágenes las arrugas y las marcas de sus rostros funcionan como un *punctum* que nos lacera y llama nuestra atención. Lo más interesante sería preguntarnos por qué nos gritan estas imágenes y la respuesta podría ser sencilla, si retomamos a Giunta, generan un brevísimo sistema alternativo (muchas exposiciones de arte fotográfico tienen bien en claro que se puede *mover-con* otros tipos de cuerpos pero que la industria cultural lo desoye) que *con-mueve* con lo que habitualmente las revistas no exhiben, rostros plagados de marcas, y sin esos *espectros* con superficialidades *extrañamente* homogéneas. En *El ensayo como forma* (Adorno, s/f), Adorno lo define y enumera algunas de sus características, si bien es sobre el ensayo, este escrito se lo ha relacionado a otros ámbitos, por ejemplo: la forma del ensayo en cine documental, por nuestra parte haremos otra ‘traslación’. Según Adorno, el ensayo piensa discontinuamente y encuentra la unidad a través de las ‘rupturas’, nosotros proponemos que estas dos imágenes analizadas, denuncian la armonía tiránica del canon superficial de la **belleza-plástico-digital**, precisamente en las rupturas que ellas generan con sus *punctums*; así la *visibilidad* rupturista que exhiben denuncia la homogenización del diseño de la “belleza” *im-posible*.

Lo único que queda por comentar es que en *Rolling Stone* lo visual es heterogéneo, lo que le impronta es cautivar la atención y por esto muestra tapas muy diversas: con diseño, con muchísimo-diseño (con un espectro ya demasiado distante del referente, por ende casi un fantasma) o con rostros "marcados" por las arrugas.

## Capítulo VII

Cuando pensamos en las imágenes difundidas por las industrias culturales se nos hace imposible concebirlas de forma aisladas, como islas perdidas en un océano o rodeadas de una inocencia intrínseca, todo lo contrario no podemos pensarlas por fuera de las relaciones de poder y penetradas por ellas. En ese sentido vemos un *pliegue* muy estrecho entre estas imágenes de las tapas de revistas y la biopolítica (antes de seguir con esta idea haremos una pequeña introducción).

Siguiendo a Paula Sibila en *El hombre postorgánico*, damos cuenta que actualmente hay un proceso de privatización del ejercicio de la biopolítica, se podría decir, con miedo a ser esquemático, que hasta los años 90' aproximadamente el poder centrado en la vida de la *especie* era en gran parte, ejercida por: el Estado, sus instituciones (hospitales públicos, centros de vacunación, entre otras) o por acciones gubernamentales (las campañas médicas públicas, las resoluciones estatales, etc). Volviendo un poco al autor que funda la concepción de la biopolítica, es interesante ver que Foucault en el Seminario **defender la sociedad** plantea que la biopolítica genera una "serie" que podría ser descripta como "Población - procesos biológicos - mecanismos regularizadores - Estado" (Foucault, 2010), generando así un "biorregulación por el Estado" (Foucault, *opus cit*). Todas estas medidas buscaban potenciar la vida y crear una Población, sana y útil. Este poder centrado en la vida surgió a finales del siglo XVIII con los inicios del Capitalismo y fue el que potenció al conjunto de la **Población** para que forme parte de este sistema productivo. Mientras las *disciplinas* producían cuerpos dóciles para el trabajo fabril, por medio del poder centrado en la vida se generaban mecanismos de regulación para 'producir' una población sana, con mejores índices de salubridad, menos mortalidad infantil, mayor longevidad, buscando también 'mejorar' la raza (con las nefastas implicancias que tuvo en el siglo XX). Esta tecnología del poder mejoró y potenció la mano de obra del incipiente proletariado del siglo XVIII, construyéndolos en cada instante y cada vez en una población más sana y con cuerpos dóciles (esto último por el ejercicio de las *disciplinas* centradas en los cuerpos particulares, y llamadas por Foucault: *anatomopolíticas*).

Retomando a Sibila, los "*sectores privados*" comienzan a ejercer el poder centrado en la vida de la *especie*, pero con la diferencia que entienden a la **Población** como consumidores y por ende tienen toda una lógica comercial detrás (con las implicancias que esto acarrea). Un claro ejemplo de esto es como los laboratorios comienzan a ejercer relaciones de poder para construir a la población en consumidores **virtualmente enfermos**<sup>4</sup>. Si bien hay personas que en la actualidad no tienen síntomas de una enfermedad *podrían* estar enfermos, aquí se puede observar todo un 'juego' que ejercitan constantemente estos

sectores privados en el uso de los *peligros potenciales*, la estructura de la ‘interpelación’ sería: “usted no está enfermo ahora, pero podría estarlo y no saberlo”; así la población es un portador a-sintomático de las enfermedades virtuales y debido a esto se ofrece una “panacea de productos” para luchar contra esa **posibilidad**. De esta forma se tiene que combatir contra lo que *no-tiene-lugar* y los cuerpos deben ser intervenidos “por si acaso”, de hecho la práctica de la vacunación implicaría ésta lógica: inocular y controlar lo *posible* aunque el *espectro* de la enfermedad no está presente (aquí habría que tener en cuenta lo que Foucault describe como la “cultura del peligro” en el seminario del *Nacimiento de la biopolítica* (ver la clase del 24 de Enero de 1979) o la descripción de la noción de “riesgo” en el seminario *Seguridad, territorio y población* (ver la clase del 25 de Enero de 1978). Este biopoder (además del que es mayoritariamente ejercido por el Estado) es producido por empresas privadas: clínicas, obras sociales, laboratorios genéticos y farmacéuticos, empresas de servicios<sup>5</sup> y la industria de la alimentación. Si retomamos el texto de Sibila, ella indica que la “privatización” del ejercicio de la biopolítica por parte de el sistema de salubridad (laboratorios, clínicas e industrias farmacéuticas y genéticas) construyen a los sujetos como “virtualmente enfermos”, quiere decir que aunque efectivamente no presenten síntomas de enfermedades pueden estarlo, aquí se inicia una fase paranoica del fenómeno y de esta forma las redes de poder se expanden hacia las **posibilidades virtuales**, el biopoder se dirige hacia lo *no-existente* y a su vez a las posibilidades regidas por la paranoia. Hay una mutación en la biopolítica, antes de la década del 90’ mayoritariamente era estatal e interpelaba a la Población para la normalización y potencialización de la especie. Pero desde los años 90’ aproximadamente hay un giro donde el poder sobre la vida comienza a ser ejercido por los sectores privados con su inherente *lógica de mercado* y si nos detenemos por un instante daremos cuenta como en el discurso de los laboratorios privados se comienza a construir a la **población/especie/consumidores** como **virtualmente enfermos**. Esta biopolítica más privatizada se fundamenta en lo que Foucault describió en *el nacimiento de la biopolítica* como la “**cultura del peligro**” (surgida en el siglo XIX), no como los grandes peligros apocalípticos medievales como la peste, las guerras o las invasiones sino que una administración de los *peligros cotidianos* y cercanos, como las enfermedades o las falencias que podría traer la ‘mala’ alimentación. Esta tendencia de la biopolítica ‘privatizada’ modela una **cultura de los peligros virtuales** acercándose a la paranoia, donde el peligro (que puede ser una enfermedad), es un *espectro* que *no-tiene-lugar* y que sin embargo desde su *no-lugar* tensiona al cuerpo y la *especie*, y lo incita a ‘tomar cartas en el asunto’.

Continuando el primer párrafo de este apartado, la biopolítica actual tiene partes de sus redes en la estética y en la construcción de los cuerpos ‘bellos’, como ya vimos, la **industria cultural** de las revistas, al igual que la televisiva, hace circular imágenes de cuerpos con **prótesis plásticas**, (colágeno, bótox, anexos siliconados, etc.) con **intervenciones** (con liposucción, rinoplastias) y con **prótesis visuales**. No hay que olvidar la injerencia de la industria de la gimnástica que a veces tiene pliegues con la farmacéutica, y seducen para auto-construirse un cuerpo de hinchazón muscular con el uso de aparatos mecánicos y con la ayuda de anabólicos.

En tanto imagen el tema se complejiza ya que con el advenimiento de las tecnologías digitales la industria cultural y la publicidad **con-mueven** o **mueven-con** cuerpos sin adi-

posidades, sin gramos de más, con pieles absolutamente lisas, dientes homogéneamente blancos y simétricos, sin poros o imperfecciones y con ausencias: de arrugas, celulitis, varices o bello; por último, también vemos cuerpos sin panza, lo único que 'puede' desbordar son los músculos abdominales que 'tienen que estar' marcados, definidos e hinchados (esto último se ve más claro en los cuerpos masculinos).

Para ser más gráficos, si vemos a Solange Gómez en la tapa de la revista *Hombre* de Diciembre del 2011 daremos cuenta que ella tiene los pechos desnudos y se encuentra casi totalmente de espalda mostrando su trasero; si nos detenemos en la superficie de piel vemos que es perfectamente lisa y con un color totalmente homogéneo, su rostro se encuentra en medio de un *claro/oscuro*, pero se puede vislumbrar que está cargado de un 'exagerado' retoque digital pareciendo un rostro *superficial* (con esto queremos decir que parece que hubiese perdido la *profundidad* expresiva de las caras marcadas con rastros temporales). A su vez vemos que tiene un gorro de navidad 'dibujado' y colocado en su cabeza y un brazo, también dibujado, con una campera roja y un guante blanco que le está tocando un glúteo, obviamente trata de 'jugar' con la figura de Papá Noel. Lo interesante de esta tapa es que además del cuerpo de la modelo con un amplio diseño digital se anexa a la imagen, el 'dibujo animado' de un gorro y un brazo. Al moldeo gráfico más sutil (Photoshop) se le suma la animación groseramente desprolija de los motivos navideños.

Esta *kulturindustrie* exhibe también a Erika Mitdank en la tapa de *Playboy* de Noviembre del 2010 totalmente denuda con una epidermis que parece ser el de un maniquí de plástico por ser evidentemente producto del diseño exigente del retocador gráfico. De hecho si nos centramos en sus manos no están siquiera las marcas de las venas, al extremo haber *invisibilizado* las marcas de los pliegues de la piel.

Esta deriva imaginal contemporánea es penetrada por una biopolítica con orientaciones o implicancias *estéticas* y genera umbrales o cánones de belleza para que, a través de la seducción, sean perseguidos por los espectadores pero con la limitación de que son imposibles de ser imitados debido a que sólo existen en el mundo de las imágenes. Es un fenómeno por medio del cual las imágenes interpelan a los sujetos a desear las figuras virtuales, que son cuerpos diseñados por un **operario** para ser vistos pero no pueden ser traducidos en el *propio cuerpo*. Esa belleza es diseñada para los ojos de la sociedad pero no para ser *carne* y de esta forma se muestra lo que no puede ser copiado más allá del mundo virtual. Es una belleza *u-tópica* porque no tiene *un-lugar* por fuera de la imagen, sin embargo es un *espectro* que incita a ser seguido aunque no se lo pueda *asir*, es una presencia siempre en fuga.

## Capítulo VIII

Ahora nos detendremos en figuras masculinas, en Marzo del 2011 aparece en la tapa de *Gente* Mariano Martínez, él nos mira a los ojos y se levanta la remera, aquí vemos un diseño que explota en abdominales, bíceps, tríceps y cuádriceps hiper-marcados, a través del 'pincel' del diseño se borró todo tipo de marcas en la epidermis (al igual que en los casos

de las mujeres analizadas) aunque aquí hace la aparición del bello axilar.

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

## Capítulo IX

Si nos detenemos por un instante en la tapa de la revista *Maxim* de Junio del 2008, vemos a Mónica Farro desnuda aferrada a un respaldo de una silla y dándole la espalda al espectador (como habíamos aclarado son todos los transeúntes que rondan por los quioscos de revista y la ciudad). Lo extraño de este cuerpo es que tiene una piel con una uniformidad llamativa, es perfectamente lisa y sin arrugas o marcas superficiales. Es un cuerpo que aguarda la mirada de un *voyeur* y está a la acecho de los ojos, así la tapa de esta revista *conmueve* o *mueve-con* una figura diseñada digitalmente.

La biopolítica con implicancias *estéticas* interpela desde lugares u-tópicos o desde **no-lugar-sin-lugar**. Para detallar algunas u-topias, podemos dar cuenta en las tapas de revistas: de un cuerpo con intervenciones digitales, con una piel sin poros, ni granos o arrugas sino con una piel perfectamente homogénea, con luminosidad y sin ninguna arruga, ni vellosidades, por ende son cuerpos con superficialidades imposibles de ser construidos en la *carne*. Entonces, la industria cultural en particular y la biopolítica estética en general seducen a la **población/especie/consumidores** a construir en el **propio cuerpo** algo que le es imposible. Esta biopolítica estética seduce desde su **no-lugar** o desde una topia enraizada en lo virtual; quizás lo novedoso de este nuevo biopoder es que produce desde un no-lugar y con cuerpos digitales imposibles, tensiones en los cuerpos carnales. El no-lugar desde donde se ejerce el poder de la biopolítica estética, genera un poder que “presiona” a la Población a hacer una *espacialidad* en el cuerpo propio. Desde la u-topia genera relaciones de poder tensionantes y seducen a generar una traducción que siempre es fallida y parcial; busca producir en la carne algo que sólo es *posible* en el mundo *digital*.

Las relaciones de poder se han extendido a lo **virtual** y desde allí interpela a la **Población/Especie/consumidores** por excitación y seducción. Esta biopolítica genera **procesos de normalización u-tópicos** o con **topias** posibles únicamente en el mundo **virtual** y por ende son imposibles en la materialidad.

## Conclusión

La biopolítica con implicancias estéticas seduce a seguir una normalización imposible que incita a ser perseguida aunque sea inalcanzable por su *fuga incesante*. Sin embargo las instituciones privadas junto con la ciencia ofrecen una ‘panacea de productos y procedimientos’ para tratar de lograr lo imposible o para realizar una traducción de la belleza *u-tópica* en el cuerpo. Sólo con detenernos un momento en todas las tapas de las revistas mencionadas anteriormente vemos como exhiben cuerpos con pieles uniformemente lisas, sin ninguna arruga, con cuerpos redondeados digitalmente y con formas producidas por programas de diseño.

Por último, volviendo a Foucault, él plantea que la biopolítica “es hacer vivir y dejar morir”, porque potencia la vida y el límite de este poder es la muerte<sup>6</sup>. Sin embargo en esta **biopolítica/estética/privada** puede “hacer vivir (entendiendo a la vida como “bella”) y dejar morir”. Como es ejercida mayoritariamente por sectores privados no puede hacerlo sin un discurso visual lleno de sensualidad porque no es un poder que impacte por obligación como por momentos hizo la biopolítica estatal, ahora: ¡El cliente tiene la decisión!

## Notas

1. Veremos casos de tapas de revistas de “interés general” (Rollingstone, Susana, Gente y Papparazzi) y las catalogadas como “didáctica y divulgación para adultos” (Maxim, Hombres y Playboy). Nos centraremos en las tapas porque interpelan a toda la Población, sin discriminar en edades ni sexos
2. Uso este término para no decir cuerpos “reales”, debido a que es un concepto muy complejo después de las concepciones psicológicas y por no encontrar un significante más adecuado.
3. Por ejemplo, si nos detenemos en los cuerpos pintados por Rubens veremos un canon totalmente diferente. Basta ver la *Venus en el espejo* (Liechtenstein Museum, 1615) para entender como la diosa Venus es pintada con adiposidades y caderas prominentes. O en *The drunken silenus circa* (1617-18) donde vemos a Dionisio embriagado con una protuberante panza.
4. Concepto usado por Sibila en *el hombre postorgánico*, en el capítulo: “el imperativo de la salud: la enfermedad como error en el código y en la prevención de riesgos”.
5. Por ejemplo: hay empresas que inoculan gratis a sus empleados contra la gripe en Abril para evitar que sus empleados se enfermen y falten en el invierno.
6. A diferencia del poder soberano que es un poder centrado en la sustracción de la vida, se plasmaba en el hecho de que el soberano podía, si se sentía amenazado, tomar los cuerpos de los súbditos a su antojo para matarlos o exponerlos a las “danzas macabras”.

## Referencias Bibliográficas

- Adorno, T. (s/f). El ensayo como forma, en *Pensamientos de los Confines* N°1, trad. de Manuel Sacristán, Buenos Aires.
- Adorno, T. y Horkheimer, M. (2007). *Dialéctica del Iluminismo*. Madrid: Akal.
- Barthes, R. (2009). *La cámara lúcida: notas sobre la fotografía*. Buenos Aires: Paidós.
- Belting, H. (2009). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz.
- Foucault, M. (2010). *Defender la sociedad*. Buenos Aires: Fondo Económico de la Cultura.
- Giunta, A. (2010). *Objetos mutantes. Sobre arte contemporáneo*. Santiago de Chile: Ed. Palidonia.
- Horkheimer, Max. *Teoría crítica*. Madrid, Amorrortu, 2003.
- Jameson, F. (1999). *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*. Buenos Aires: Manantial.

---

**Summary:** The paper explores the impact produced by digital images improvements on the bodies pictured on magazine covers. These images -edited with design softwares- creates a body whose referent is not the real model but its digital image. These beautifully designed bodies represents not the reality but a fantasy. These images seduce with an unattainable beauty which is always on the run.

We also explore the relationships between population, images and biopolitics. Thus, it is expected to investigate the functioning of a biopolitics that has become aesthetic and that challenges the whole population to become beautiful individuals.

**Key words:** aesthetic biopolitics - beauty - biopolitics - body - cultural industry - digital - Foucault - picture - population - spectrum.

**Resumo:** O ensaio indagará as mudanças que produziram os avanços digitais nas imagens fotográficas dos corpos belos de algumas capas de revistas, fazendo ênfase nos impactos que teve na subjetividade. Estas imagens são retocadas por programas informáticos gerando um corpo que não tem quase um referente externo (seu referente é a própria imagem digital e não um modelo carnal). Assim, se desenham corpos belos que podem ser uma meta a seguir, mas são impossíveis de ser traduzidos na carne, por exemplo, rostos sem rugas. Seduz-se com uma beleza que é um espectro inalcançável, que sempre está em fuga. Além se explora as articulações entre a população, as imagens e a biopolítica. Assim, se espera indagar o funcionamento de uma biopolítica que se tornou estética e que interpela ao conjunto da população para se constituir em sujeitos belos.

**Palavras chave:** beleza - biopolítica - biopolítica estética - corpos - digital - espectro - Foucault - imagem - indústria cultural - população.

---