



## El cuerpo humano como objeto estético

Martín Ruiz Calvente

### 1. El giro corporal

En la historia de la filosofía se han podido distinguir distintos paradigmas, al modo kuhniano, que vendrían a servir como hitos históricos: el paradigma del ser (filosofía greco-medieval), el paradigma de la conciencia (filosofía moderna), el paradigma del lenguaje (giro lingüístico) y también en el siglo XX el paradigma fenomenológico de la corporalidad como fundamento de todos los anteriores. Es lo que puede encontrarse explícitamente tratado en el texto de Maxine Sheets-Johnstone, *The Corporeal Turn*<sup>1</sup>, recogiendo las especiales aportaciones de la fenomenología del cuerpo, desde Husserl a Merleau-Ponty, entre otros. El cuerpo es el quiasma en que se cruzan realidad y vivencia, es la realidad subjetiva en que comparece la realidad de las otras cosas y seres, el cuerpo es la realidad radical para entender las capacidades humanas, desde el movimiento a las actividades, desde las manipulaciones a las relaciones sociales, desde las interacciones con las cosas y el medio natural a las funciones mentales y los estados afectivos, desde las capacidades lingüísticas y expresivas a los juegos y las danzas, etc. Las experiencias del cuerpo sensible y sentiente son la realidad en que comparecen todas las demás realidades cosas físicas, culturales y las relaciones humanas<sup>2</sup>. Un siguiente paradigma podría ser la combinación de tecnologías y cuerpo, para dar paso a un híbrido, el cyborg, el organismo cibernético<sup>3</sup>

El descubrimiento del cuerpo como organismo material por las ciencias naturales (medicina, la genética, etc.) vino acompañado del redescubrimiento del cuerpo como realidad radical de la vida humana y de la cultura en las ciencias humanas. Además desde mediados del siglo XX el cuerpo es tema prioritario de la nueva ideología del consumismo, centrada en el culto al cuerpo bello y en la manía por su salud<sup>4</sup>. "De la tiranía del *cuerpo perfecto* (cuerpos delgados, bellos y jóvenes), hemos pasado a la tiranía del *cuerpo sano*, que nos insta a estar obsesionados con nuestra salud y nos promete la plena felicidad acudiendo a los mercaderes del bienestar, haciéndonos cautivos de una vida supuestamente sana" (o.c., 92). El culto al cuerpo es un aspecto de la ideología del consumismo, que nos presiona psicológica y socialmente para gastar energía, tiempo y dinero, en ese baldío y frustrante intento

---

<sup>1</sup> Sheets-Johnstone, M., *The Corporeal Turn. An Interdisciplinary Reader*, Imprint-academic.com, 2009. Muy interesantes los trabajos que se reúnen en Rivera Rosales, J. y López Sáenz, M<sup>a</sup>., *El cuerpo. Perspectivas filosóficas*, Madrid, Uned, 2002.

<sup>2</sup> Hemos trabajado sobre el cuerpo en estos textos: "Semejanza pasiva y la lógica de la identidad-diferencia", *Alfa*, 15 (2004), 41-57; "Cuerpo vivido y ética ecológica", *Alfa*, 16 (2004), 209-304; "Nociones de cuerpo en la revolución somatoplástica", Arregui, J.V. (ed.), *Debate sobre las antropologías. Thémata, Rev. Fil.*, 35 (2005), 157-162; "Aptitudes para la libertad", *Alfa*, 19-20 (2007), 173-186; "Cuerpo, realidad, expresión", *A Parte Rei*, 59 (2008), 1-13.

<sup>3</sup> Aguilar García, T., *Ontología cyborg. El cuerpo en la nueva sociedad tecnológica*, Gedisa, Barcelona, 2008

<sup>4</sup> Díaz Rojo, J.A. et al., *El culto a la salud y a la belleza*, Biblioteca Nueva, Madrid, 2006; también su artículo "El discurso crítico contra la "tiranía" del culto al cuerpo", *Tonos, Rev. Elec. de Estudios filológicos*, (2007), 14, 1-15.

de alcanzar la figura ideal, el cuerpo perfecto, una irrealidad que nos daña en muchos sentidos.

## 2. La revolución somatoplástica

La *revolución somatoplástica*<sup>5</sup> es una metáfora para entender las intrincadas interacciones entre ciencias y tecnologías de la vida y las nuevas pautas culturales respecto al cuerpo. El cuerpo humano ha pasado de ser nuestra realidad material *dada* a convertirse en una realidad modificable. La idea principal de esta revolución es que el cuerpo humano es una realidad plástica modificable de parte a parte, externa e internamente, constituyendo el fundamento de la identidad y de los proyectos personales. Esta revolución significa que podemos controlar y modificar nuestro propio cuerpo, en muy diversos aspectos, imponiéndonos así sobre nuestra propia evolución biológica e influyendo muy activamente en el resto de la biodiversidad. Por los medios tecnológicos y científicos (ingeniería genética, dietética, cirugía plástica, farmacia, cosmética, educación física y deportiva, e infinidad de terapias, etc.), podemos ya transformar nuestro cuerpo convirtiéndolo en un "simulacro biológico"<sup>6</sup>, en una cambiante realidad virtual, "simulación" de sí mismo, en una realidad disponible y modificable<sup>7</sup>, según diversos criterios de salud, belleza, bienestar, éxito social, etc. Estos criterios indican unas nuevas *necesidades culturales*, relativas a una arquetípica imagen del propio cuerpo y a unos ideales de éxito social. Dichas necesidades culturales se imponen a millones de personas a través de los *mass media*, produciendo así la fuerza motivadora para demandar las nuevas tecnologías del cuerpo, previamente operativas en los mercados.

En esta revolución somatoplástica se opera una reducción de mi *realidad corporal* a la *imagen estética* de mi cuerpo socialmente establecida; y cuando no conseguimos acercarnos a los modelos estéticos, entonces provienen diversas psicopatologías<sup>8</sup>. Por ejemplo, la anorexia nerviosa es catalogada como una psicopatología por "cristalización de la cultura", por las exigencias estresantes de éxito social de nuestra cultura occidental.

El culto al cuerpo muestra una obsesiva devoción por la figura exterior y por salud del cuerpo, por su pura apariencia y su funcionamiento perfecto. Este culto detecta y reconoce los *poderes* de un cuerpo cultivado, poderes propiciatorios de una mayor felicidad personal, de mayor consideración y éxito sociales, de liderazgo sobre los demás, o de reconfortante atracción sexual-sensual, etc. El *cuerpo cultivado* es una *modulación cultural* en forma de idolatría. Así hemos pasado del cuerpo como esa fatalidad a la que estoy arrojado al cuerpo como ídolo, como dios, hemos endiosado el cuerpo. Es esta atracción por el *ídolo*, en sentido nietzscheano<sup>9</sup>, como cuerpo perfecto lo que provoca el rechazo de nuestro *cuerpo real* y de nuestra realidad vivida corporalmente de otras maneras. Este ídolo es una nueva irrealidad estética, el cuerpo bello y perfecto, y esto es lo que hay que pensar: el cuerpo como objeto estético tal como se da en las artes y hoy en día en la publicidad.

---

<sup>5</sup> Ruiz Calvente, M., "Nociones de cuerpo en la revolución somatoplástica", art. cit.

<sup>6</sup> Rovalletti, M.L., "La objetivación del cuerpo o el cuerpo como simulacro biológico", en Rovalletti, M.L. (ed.), *Corporalidad. La problemática del cuerpo en el pensamiento actual*, Lugar Ed., Buenos Aires 1998, 349-369, p. 368.

<sup>7</sup> Lang, H., "El cuerpo como instrumento y objeto", en Rovalletti (ed.), *op. cit.*, 93-100.

<sup>8</sup> B. Callieri, "La perspectiva fenomenológica de la corporalidad y la psicopatología", en Rovalletti (ed.), *op. cit.*, 289 ss.

<sup>9</sup> Nietzsche, F., "La "razón" en la filosofía", en *El anticristo. Cómo se filosofa a martillazos*, Edaf, 1980, 130 ss.

### 3. La función desrealizadora de las artes

Tradicionalmente se ha pensado que una cosa -cuadro, edificio, vestido, mueble, canción, cuerpo, etc.- es estética o bella cuando representaba la realidad natural fielmente, cuando era proporcionada, simétrica, natural; esta es la concepción clásica y naturalista del arte, la mimesis de la naturaleza según Aristóteles.

Sin embargo, con el romanticismo y las vanguardias artísticas asistíamos a un arte nuevo, que rehuía imitar la naturaleza y expresar los sentimientos y visiones humanas para centrarse en el análisis de las obras mismas, para concentrarse en sí mismo (el arte por el arte), ofreciendo insólitas versiones de las cosas, pero versiones inventadas, no meramente copiadas de la naturaleza; tal es la pretensión por ejemplo del cubismo; es la conocida tesis de la deshumanización del arte vanguardista de la primera mitad del siglo XX<sup>10</sup> difundida por Ortega y Gasset. El arte nuevo quiere hacer *epojé* de las perspectivas del sujeto para *re(con)ducirse* en los órdenes, magnitudes, posibilidades del objeto mismo, descomponiendo la realidad del objeto estético en diversas dimensiones, pero no en la línea de las vivencias naturales humanas. Lo que quería decir Ortega es que el arte que emergía en el siglo XX trataba de alejarse de los cánones naturalistas clásicos, para abrir otra forma de decir el objeto estético, desde sí mismo, desde el estilo. "Ahora bien: estilizar es deformar lo real, desrealizar. Estilización implica deshumanización. Y viceversa, no hay otra manera de deshumanizar que estilizar" (art. cit., p.25). En otro texto anterior, "Ensayo de estética a manera de prólogo" (1914) (o.c., 131-158), define Ortega mejor aún la función del arte frente a las "artes industriales" (nuestras reproducciones técnicas actuales y publicidad) y frente a las obras del naturalismo precedente. Aquí se pregunta, en relación con esa función desrealizadora de las artes, qué es el objeto estético. Introduciendo un poco forzosamente su teoría del yo ejecutivo, Ortega sostiene que las artes *parecen* que nos abren a la intimidad vital de las cosas, a su realidad *in fieri*, ejecutiva, en proceso; este "parecen" significa que las artes *finger* otras maneras de la realidad, que ofrecen otras dimensiones de las cosas al presentarlas de otros modos imprevisibles. La metáfora literaria es un ejemplo que analiza Ortega, porque en la metáfora se producen asociaciones insólitas, nuevas formas de relacionar cosas. Y así llega a su conclusión: "*El arte es esencialmente IRREALIZACIÓN*" (p. 155), que significa "la creación de una nueva objetividad nacida del previo rompimiento y aniquilación de los objetos reales. Por consiguiente, es el arte doblemente irreal: primero, porque no es real, porque es otra cosa distinta de lo real; segundo, porque esa cosa distinta y nueva que es el objeto estético lleva dentro de sí como uno de sus elementos la trituración de la realidad. Como un segundo plano sólo es posible detrás de un primer plano, el territorio de la belleza comienza sólo en los confines del mundo real" (o.c., 155-156). La función desrealizadora de las artes consiste en una doble operación: i) puesta entre paréntesis de la actitud natural en que observamos las cosas y ii) creación de otros modos de expresar esas mismas cosas, por decirlo con terminología de la fenomenología, que es la que está en el fondo de la exposición de Ortega. Las artes son, entonces, modos de representar las cosas de forma irreal, distintos a las percepciones comunes, habituales o naturales.

El arte es esencialmente irrealización; esta frase de Ortega debió quedar bien grabada en la memoria de su alumno Xavier Zubiri, quien en su obra principal, la trilogía *Inteligencia sentiente*, trata justamente de este concepto, especialmente en *Inteligencia y logos*<sup>11</sup>. En el logos, que es el acto intelectual mediante el cual se va a

<sup>10</sup> Ortega y Gasset, J., *La deshumanización del arte* (1925), Revista de Occidente, Madrid, 1958<sup>5</sup>, 1-56.

<sup>11</sup> Zubiri, X., *Inteligencia y logos*, Alianza Ed./Soc. Est. y Publ., Madrid, 1982.

declarar la realidad previa y primordialmente aprendida en el sentir intelectual (términos de Zubiri), hay que "tomar distancia" de las cosas reales, aun dentro del campo de realidad, para luego volver sobre esas cosas desde diversos tipos de expresión y afirmación. Este tomar distancia lo llama también Zubiri "retracción" que supone conservar el carácter de realidad pero poner entre paréntesis lo que la cosa parece ser en el campo de realidad para declararla de otra forma, desde otros contextos o perspectivas; es el contenido de las cosas reales lo que se inventa, no su carácter formal de realidad, que para Zubiri está ya siempre dado en la impresión; así es como hemos convertido ese contenido de lo real en algo irreal. "En retracción, lo que las cosas son en realidad constituye por lo pronto el orbe de lo irreal. Todo pende pues de que se diga qué es irrealidad. [...] Todo lo irreal está constituido por "desrealización"." (o.c., 91). Desrealización, es decir, las cosas reales mostradas de otros modos virtuales, aparentes, fingidos, y esto es lo propio del *logos*, para luego volver sobre las cosas en una intención afirmativa y veritativa. Dice Zubiri: "en un centauro "la" realidad aprehendida es la misma que en esta piedra. Lo que no es lo mismo es el contenido." (p.93); el carácter de realidad -como cosa que se muestra de suyo- siempre permanece, según Zubiri, en las tres dimensiones de la intelección humana (sentiente, *logos*, razón), lo que sucede es que los contenidos de las cosas se desrealizan para abrirnos a otros campos en que decirlas. La "desrealización" o puesta entre paréntesis de cómo se nos dan las cosas de modo natural implica a la vez la "libre realización", la libre creatividad de decir cómo serían las cosas de otros modos, y esta es la tarea del *logos* y de la razón, de las artes y de las ciencias: la declaración de "lo real en ficción" (o.c. 94-95). Dentro del *logos*, Zubiri estudia tres modos de desrealización: el precepto, el concepto, el ficto (97 ss.), siendo la razón otra manera de desrealizar, explicar y fundamentar la realidad. Aquí nos interesa especialmente el ficto, que tiene que ver con la ficción y por tanto con la función de las artes. El ficto es una ficción del cómo se organiza la cosa de formas nuevas, y a este crear nuevos modos de presentar las cosas lo llama Zubiri "fantasía" o "intelección fantástica" (p. 100), fantasear sería construir nuevos modos de presentar cosas, por ejemplo crear seres imaginarios como el centauro.

El enfoque fenomenológico de la desrealización en las artes que hemos seguido está presente en la hermenéutica del arte de Gadamer, pues llega también a tratar de la función desrealizadora de las mismas<sup>12</sup>, si bien para Gadamer la verdad del arte no se reduce a esta función fantástica sino que más bien está conectada con la historia efectiva y el devenir del ser, siguiendo la sombría estela heideggeriana. Y desde la tradición analítica también Nelson Goodman ha profundizado en estas maneras de desrealización de las artes, denominándolas maneras de hacer mundo (*ways of worldmaking*)<sup>13</sup>. La cuestión no es que las artes produzcan otros mundos distintos al mundo real en que vivimos, sino que crean otras relaciones, comparaciones, juegos, figuras, sonidos, estructuras, espacios, que también son reales. Las artes lo que hacen es proseguir con sus recursos técnicos la descripción de los modos como se nos dan las cosas, buscando otras maneras de declararlas; esas otras maneras son los modos de hacer mundo. Y esos modos tienen que ver con la función desrealizadora que hemos venido mencionando. En su texto, Goodman menciona varios: componer y descomponer, agregar y reducir, variar los elementos de las cosas; el ponderar o matizar, el resaltar unos rasgos u otros de las cosas, también conduce a crear nuevas obras en pintura, música, etc.; la ordenación novedosa de

---

<sup>12</sup> Gadamer, H.G., *Verdad y método*, I, Sígueme, Salamanca, 1993<sup>5</sup>, "Recuperación de la pregunta por la verdad del arte", 121-143, esp. 123 ss. La crítica de Gadamer se opone a reducir el valor del arte sólo a la fantasía, pues toda obra de arte muestra su efectividad en la historia.

<sup>13</sup> Goodman, N., *Maneras de hacer mundos* (1978), Visor, Madrid, 1990.

colores, figuras, etc. también es otro modo de crear mundo; la supresión y complementación de elementos de cosas existentes, así como la deformación de las mismas, tal como se dio en el impresionismo, cubismo, etc. Las maneras de hacer mundo son imprevisibles e innumerables, pues se nutren de la capacidad creativa e inventiva humana; la cuestión ahora es cómo el cuerpo humano se hace estético, cómo se desrealiza el cuerpo y cómo se re-presenta estéticamente después en nuestra época.

#### **4. El cuerpo como objeto estético en las artes y la publicidad**

Tanto las artes clásicas como las nuevas técnicas de la revolución somatoplástica desrealizan los cuerpos humanos, intentan desconectar los elementos rutinarios y cotidianos de los mismos para transfigurarlos en otros cuerpos, como en las pinturas cubistas de Picasso o Zabaleta, o en los anuncios de publicidad en televisión, cines, vallas, revistas, internet, etc. Aunque las relaciones entre las artes y la publicidad son recíprocas e intrincadas durante el siglo XX, veamos algunos aspectos, siguiendo el concienzudo trabajo de Juan Carlos Pérez<sup>14</sup>.

Mientras las artes (pintura, poesía, cine, teatro, etc.) representan los cuerpos desde una intención crítica y ética de los autores, desde su libre interpretación de las vicisitudes de la existencia humana, ahondando en los problemas de las vidas, por ejemplo través de la desnudez de los cuerpos marcados por el trabajo, la enfermedad, la edad, etc.; las técnicas de publicidad del cuerpo perfecto no están interesadas en representaciones éticas, y anulan el carácter crítico y de denuncia de las artes; más bien se centran en la construcción de modelos sociales típicos, que promuevan el consumo de bienes y servicios y la ganancia económica; el fin de la publicidad no es la verdad de la existencia trágica humana, sino la promoción de empresas y el aumento de los ingresos. Es verdad que ambas perspectivas -la artística y la publicitaria- desrealizan los cuerpos, quitan y ponen, dan relieve a unos aspectos y ensombrecen otros, pero la pretensión del arte es mostrar experiencias universales de horror, amor, piedad, del tiempo, etc., mientras que la finalidad de la publicidad del cuerpo es aumentar el consumo y ganar más dinero, produciendo prototipos, cuerpos uniformes e irreales.

En las artes se han sucedido muchos tipos de belleza corporal; sin embargo, la publicidad viene persistiendo, desde la 2ª Guerra Mundial, en construir un único modelo de belleza corporal, único para ellos y único para ellas. "Un modelo de belleza que está muy ligado a lo irreal, lo artificial, lo digital" (Pérez Gaulí, p. 20). Con las nuevas tecnologías de la revolución somatoplástica se presenta un cuerpo desnaturalizado. Las pinturas de Lucian Freud, por ejemplo, muestran la carne de los cuerpos y el paso del tiempo. En las obras de arte (pintura, escultura, cine, teatro, etc.) se aprecia un gusto por la carnalidad del cuerpo, por los surcos del tiempo en la piel, por los efectos de la gravedad, por la fragilidad humana, por su naturaleza animal y mortal, por la complicación de la vida afectiva, mientras que los cuerpos de la publicidad ocultan precisamente el paso del tiempo y aspiran a ofrecer una imagen exterior estándar: la piel tersa, cuidada, higiénica, eternamente joven, donde ni el tiempo ni el espacio ni los problemas de la vida dejen huella, una piel lisa, plana, plástica, homogénea, estándar, impersonal. Los cuerpos publicitados son cuerpos sanos, fuertes, vigorosos, saludables, con dinero, y se presentan como estereotipo que incite al consumo y al gasto de dinero.

---

<sup>14</sup> Pérez Gaulí, *El cuerpo en venta. Relación entre arte y publicidad*, Cátedra, Madrid 2000.

Según señala Pérez Gaulí, hasta los años 50 del siglo XX, la publicidad buscó muchas ideas en la historia del arte, especialmente en la pintura, pero a partir de esa época la publicidad, con la televisión, fotografía, el cine, etc. se impone sobre las representaciones artísticas, como un nuevo lenguaje, hoy informático, que llega instantáneo a las masas, teniendo entonces la publicidad más difusión en población y en importancia económica que las artes clásicas. En la medida en que la publicidad haga uso de todo tipo de técnicas informáticas, telemáticas, etc. dominará los modos de desrealizar los cuerpos, mientras que el artista manual, basado en sus técnicas ancestrales, tendrá una difusión menor, pero su intención crítica será siempre necesaria.

Las artes buscan incesantemente recrear los modos de desrealizar el cuerpo humano y volverlo a presentar ya interpretado, mientras que las técnicas actuales de publicidad siguen manteniendo unos modelos de cuerpo masculino y femenino que provienen de la estética de la sociedad de consumo del siglo XX: el hombre atlético; la mujer delgada. Los modelos de los cuerpos "dadone" y de la compañía Calvin Klein siguen siendo el canon, junto a los cuerpos de deportistas<sup>15</sup>. La desrealización de la publicidad nos presenta un cuerpo irreal y la propuesta que nos ofrece es el incesante gasto de tiempo y dinero para consumir los productos y los servicios que nos llevarían a un acercamiento al modelo, acercamiento imposible, porque somos realidad natural mortal. ¿Es ésta la desrealización estética que necesitamos?

La publicidad del cuerpo hoy consiste en desrealizar lo natural del mismo, y aquí desrealizar es neutralizar e incluso anular o borrar: anular los rasgos naturales del cuerpo supone hoy día ocultar el paso del tiempo, las arrugas, las reservas de grasas, los efectos de la gravedad en piernas, brazos, cara, cuello, senos, abdomen, etc.; consiste en corregir las tendencias naturales del cuerpo (mostrar canas, manchas en la piel, etc.); lo estético del cuerpo es eliminar toda huella de naturaleza animal, y esto se consigue aplicando infinidad de técnicas, productos y servicios. Eliminar toda huella de naturaleza animal en el cuerpo humano, como primer momento, para luego reconstruir el cuerpo desde elementos sensoriales nuevos, utilizando el vestido y el calzado, la joyería y el peinado, la cosmética, los tatuajes, los anillamientos, la dieta, los gimnasios, las cirugías, etc., presentando el cuerpo según un patrón estético de hombre deportivo y mujer delgada.

Todas las culturas han realizado esta doble operación de ocultación de la naturaleza del cuerpo e impresión de la cultura en el cuerpo; la cuestión que nos ocupa es cómo discernir qué sería estético en el cuerpo y qué sería ridículo y perjudicial. ¿Es posible responder a esta cuestión en la época del relativismo cultural? ¿Debemos aceptar impasiblemente esta constante manipulación publicitaria de los cuerpos y sus exigencias consumistas? ¿Hemos de resignarnos ante la aplastante difusión de la ideología consumista del cuerpo perfecto en nuestra época? ¿Podemos decir desde la filosofía algo interesante y orientativo?

Por ejemplo, respecto a los tatuajes, perforaciones, etc., hay ya serias advertencias sobre riesgos de salud y patologías como lesiones, reacciones dérmicas, hepatitis, infecciones, etc.<sup>16</sup>. Puede que las gentes que modifican así sus cuerpos tengan muchas razones para hacerlo (moda, rebeldía, diferenciación social, atracción sexual, recuerdos, influencias étnicas, etc.), pero lo cierto es que esa libertad de marcar los cuerpos implica también una responsabilidad y unos límites a la hora de reclamar servicios médicos y sanitarios. Además hay mucho vacío legal sobre los lugares y las prácticas que se emplean para estos adornos del cuerpo. También

---

<sup>15</sup> Barreto Vargas, Carmen M<sup>a</sup>, "Arquitectura corporal: pasiones deportivas e identificaciones estéticas", *Revista de Dialectología y tradiciones populares*, (2006), 2, 59-77.

<sup>16</sup> Chilenos Küsterner, E. et. al., "Estética y cultura: patología bucal asociada a ciertas modas actuales (tatuajes, perforaciones bucales, etc.)", en *Medicina Oral*, (2003), 8, 197-206.

deberían establecerse límites en la publicidad fraudulenta donde se utilizan "cuerpos perfectos" para provocar el consumo de productos de lo más dispares.

El modelado del cuerpo como objeto estético es un modo en que se muestra la dominación social, especialmente machista, cuando se refiere a los cuerpos de mujeres, pues las mujeres están más presionadas culturalmente a exhibir su cuerpo y su feminidad. Así lo denuncian muchas tendencias feministas, especialmente seguidoras de Judith Butler, que observan en la estética corporal femenina la dominación cultural machista sobre los cuerpos de las mujeres<sup>17</sup>. Para contrarrestar esto, muchas artistas feministas representan lo no mostrado del cuerpo femenino, su dolor, sus deformidades, sus daños, su envejecimiento, su sufrimiento, etc., declarando que el cuerpo de la mujer es un campo de batalla, donde se disputa el juego de la dominación cultural entre hombres y mujeres.

## **5. De otro modo de ser o el cuerpo como voluntad**

El problema es que hoy se ve el cuerpo únicamente como realidad exterior y estética, mientras que del cuerpo hay que tener *varias perspectivas a la vez*: sin duda cierta idea de belleza y armonía corporal, también de salud aportada por la medicina y los hábitos de vida, pero el cuerpo es una *realidad volitiva preracional*, como enseñaba Schopenhauer<sup>18</sup>, deseante y proyectiva, que quiere hacer cosas, y esto nos abre a la dimensión ética e incluso política y económica, a la vida activa, como decía Hannah Arendt, porque el cuerpo como voluntad nos orienta en la *pre-ferencia* de los bienes y en la realización personal, en tanto despliegue y desarrollo de nuestras aptitudes corporales<sup>19</sup>, que pueden ser muy diversas y cambiantes incluso con el paso de los años, aptitudes que van desde las musicales a las científicas, desde las lingüísticas a las manualidades, desde las creativas a las habilidades sociales, etc. Es lo que llamé en otro trabajo aptitudes para la libertad, porque del cuerpo de cada persona brotan esas aptitudes reales, en cuyo perfeccionamiento debería consistir una dimensión muy importante, aunque no la única, de la libertad personal. Libertad es amar mis aptitudes y desarrollarlas.

Claro que el cuerpo es un campo de batalla donde intervienen muchos intereses legales, económicos, sociales, sexuales, familiares, etc., pero habría que dejar espacio a otra manera de entender nuestro cuerpo que no se reduzca a la imagen culturalmente bella, sino que también pudiera haber esta otra visión del cuerpo como voluntad.

En estos años de crisis económica debida al rígido modelo productivo-laboral, al despilfarro político, a la irresponsabilidad financiera y a la corrupción de la sociedad..., más nos valdría educar a la población para que encontrara sus vocaciones y las pusiera en práctica, en vez de tanta titulitis y fraude, vocaciones que son las preferencias de nuestro cuerpo volitivo, que no sólo es estético, vocaciones que vienen más que sugeridas en nuestras aptitudes corporales, y que son la fuente de la motivación, el éxito educativo, profesional, laboral y económico, como dejaron escrito muy claramente los autores liberales Stuart Mill y John Rawls; más nos valdría educar a la población para que encauce y materialice la voluntad del cuerpo y dejar de ser pasivos, de mirarnos tanto el ombligo, de estar parados y boquiabiertos ante la silueta imaginaria de ese ídolo imposible e irreal que sería el cuerpo perfecto.

<sup>17</sup> Escudero, J.A., "Estéticas feministas contemporáneas (o de cómo hacer cosas con el cuerpo)", en *Anales de Historia del Arte*, (2003), 13, 287-305.

<sup>18</sup> Schopenhauer, A., *El mundo como voluntad y representación*, Buenos Aires, Losada, 2008, § 18 "Descubrimiento de la identidad de mi cuerpo con la voluntad", pp. 171 ss.

<sup>19</sup> Ruiz Calvente, M., "Aptitudes para la libertad", en *Alfa*, (2007), N° 19-20, pp. 173-186.