

Primero muerta antes que sencilla

I'd rather be dead than
understated

Daniela Hernández Gallego*

Recibido: 5 de junio de 2020–**Aceptado:** 25 de junio de 2020–**Publicado:** 15 de septiembre de 2020

Forma de citar este artículo en APA:

Hernández-Gallego, D. (enero-diciembre, 2020). Primero muerta antes que sencilla [Reflexión]. *Ciencia y Academia*, (1), pp. 158-160. DOI: <https://doi.org/10.21501/2744-838X.3720>

Dahiana es una mujer joven, alta, rubia, que llama la atención por su belleza; pero por esa belleza paga un costo muy alto. Llega a consulta hace un tiempo movilizada por una relación amorosa que le estaba generando gran malestar. Esta mujer invertía gran cantidad de su tiempo y dinero, que no tenía, pagando procedimientos estéticos con sus tarjetas de crédito para alcanzar el estándar de belleza que le sugería su pareja, medidas 90/60/90. Decidió inyectarse una sustancia en sus glúteos para aumentar su volumen, ya que su novio le decía "culiplancha" en forma de chiste, pero esto la marcó de por vida. Con el tiempo este procedimiento se le convirtió en un horror; bolas duras de color negro que le generaban mucho dolor, ardor y otros síntomas como fiebre que la llevaron a estar en el hospital al borde de la muerte, lo más trágico es que en esta situación quién era su pareja la abandono culpándola por hacerse estos procedimientos, ante lo cual ella manifestaba con gran dolor: "casi pierdo mi vida por nada".

La lógica del mundo contemporáneo nos hace constantemente la invitación a movernos, a hacer de nuestro tiempo algo productivo o a gozar de todos los objetos que el mundo capitalista nos ofrece; objetos materiales que perecen con rapidez y que es importante mantener actualizados: estudios, trabajos, moda, belleza, cuidados del cuerpo, sustancias psicoactivas (legales e ilegales), entre otros. Todo ello nos envuelve fácilmente en excesos por un afán inconsciente del sujeto de taponar el vacío que genera la falta en ser; no hay sujeto completo, no hay sujeto que no esté atravesado por una falta que es constitutiva en el ser hablante, por esta razón nos preguntamos constantemente por el sentido de nuestra existencia y, dado que no hay una respuesta única, cada ser humano debe hacer una invención para darle un sentido a esta.

El caso de Dahiana, siendo uno entre miles, me ha llevado a pensar acerca de un fenómeno contemporáneo; he notado cómo, cada vez con más fuerza, uno de los objetos que busca velar la falta en el sujeto remite a los cánones de belleza estandarizados que casi se le imponen al sujeto en el discurso moderno. Navegando en mis redes sociales me encuentro cada día con videos motivacionales, videos de famosos, videos de influencers o de empresas con sus productos que invitan a una vida *fitness* (entendida como un estado de bienestar físico y mental logrado a partir de una vida sana); allí encontramos una cantidad exorbitante de tutoriales para enseñar a maquillarse, peinarse, vestirse (incluso existen los personal *shopper*, que se encargan de crearte una imagen refinada); tutoriales para hacer ejercicios en casa; publicidad de vitaminas y suplementos deportivos; infinidad de procedimientos estéticos y cirugías para moldear y reducir medidas, para rejuvenecer la piel, para borrar marcas y cicatrices propias del paso del tiempo o para cambiar aquellos aspectos que no nos gustan de nuestra imagen; ahora no sólo las mujeres quieren verse bellas, sino que el número de hombres que entra en esta pasión por la imagen ideal es cada vez mayor.

Lo complejo y paradójico de la situación es que, por el contrario, a cómo se le nombra (*fitness*- bienestar), los efectos de esta lógica en el sujeto dan cuenta de una marcada insatisfacción con su propia imagen y, con ello, un malestar que en no pocos casos lleva a alteraciones considerables del estado del ánimo y de la salud física, si no a la muerte. No es el mundo *fitness* la causa de todas estas alteraciones del mundo anímico, sino solo un elemento que recrudece síntomas singulares y del que se sirve el sistema para poner en evidencia una falta, lo que el mundo capitalista quiere precisamente es que no sea suficiente y se necesite siempre más, "tu puedes siempre más", ese es el mensaje motivacional y de esta manera nos muestran cuerpos esbeltos, casi "perfectos", y rostros de Barbie que están lejos de representar la realidad, y sólo nos venden como inadecuada nuestra humana imperfección, una carrera autodestructiva por la belleza. De esta forma, estos fenómenos de la cultura funcionan como agentes externos que hacen eco en síntomas inconscientes de cada sujeto, síntomas que se estructuran desde la infancia en una cultura en la cual se instaura este fantasma en las familias, incluso la mujer en embarazo suele idealizar la imagen física de su bebé "quiero que sea...".

Toda belleza física está destinada a desaparecer, está condenada a ser efímera y a fracasar. Nos implica un alto costo en dinero, esfuerzo y tiempo sostener una mascarada que nos posibilite ser sólo un objeto fetiche ante la mirada y el deseo del Otro.

Ya lo decía Freud en "El porvenir de una ilusión" (1927), los seres humanos solemos aplicar falsos valores de la cultura, pretendemos para nosotros mismos y envidiamos en el otro el poder, el éxito y la riqueza, corriendo el riesgo de olvidar la variedad del mundo humano y lo bello de la vida, entonces preguntémonos, ¿cuál sería para cada uno un concepto verdadero de lo bello?

Conflicto de intereses

La autora declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación de cualquier índole.