

El Cuerpo que el Otro Mira

Por la Mtra. Monserrat Palomino Zurita

Los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA) constituyen una de las problemáticas ampliamente abordadas desde el psicoanálisis, particularmente por la compleja relación que en ellos se establece entre el cuerpo, el deseo, la sexualidad, la mirada del Otro y las primeras experiencias de vida. Si bien su configuración puede comprenderse a partir de las relaciones tempranas con los objetos primarios y de las modalidades singulares de constitución del psiquismo, su expresión sintomática no puede desvincularse de las condiciones socioculturales en las que el sujeto se encuentra inmerso; determinados discursos, ideales y prácticas propios de cada época pueden favorecer la emergencia, intensificación o persistencia de ciertas manifestaciones sintomáticas.

En este sentido, la cultura contemporánea introduce un escenario particularmente relevante. El cuerpo ha dejado de ser únicamente una dimensión de la experiencia subjetiva para convertirse también en un objeto de consumo y exhibición. El cuerpo debe ser trabajado, modificado, optimizado y, sobre todo, mostrado. La delgadez continúa asociándose, en determinados discursos, con atributos como belleza, éxito, autocontrol, disciplina y valor personal, aun cuando paralelamente han cobrado fuerza discursos que reivindican cuerpos de mayor tamaño, fuertes o alejados de los cánones tradicionales. Esta coexistencia de discursos no necesariamente elimina la presión estética; por el contrario, puede multiplicar los ideales corporales y las exigencias dirigidas al sujeto.



Desde una lectura psicoanalítica, podríamos pensar que las redes sociales constituyen actualmente un espacio privilegiado para la circulación del ideal y para la puesta en escena de la mirada del Otro. El sujeto no solamente observa cuerpos ajenos, sino que aprende a observarse a sí mismo como si estuviera siendo constantemente mirado a través de la pantalla. El cuerpo se transforma así en una superficie que debe ser evaluada, corregida y presentada.

La pregunta ya no es únicamente

“¿Cómo me siento en mi cuerpo?”, sino, “¿qué valor tengo para los otros a partir de cómo luzco?”



Los likes , comentarios, seguidores y visualizaciones introducen una forma aparentemente cuantificable de reconocimiento. Una fotografía del cuerpo puede recibir una respuesta inmediata y convertir la mirada del otro en una cifra. Esta dinámica puede favorecer una búsqueda constante de validación externa: el cuerpo se expone para ser mirado y, a través de esa mirada, el sujeto intenta confirmar algo acerca de sí mismo ; de esta manera, el reconocimiento queda subordinado a una determinada imagen corporal y la propia valoración comienza a depender de la respuesta obtenida.

El cuerpo puede convertirse entonces en una especie de proyecto permanente cuya aceptación nunca termina de estar asegurada.

A lo anterior se suma la figura de los influencers , quienes se han convertido en referentes de información, inspiración y estilos de vida para amplios sectores de la población. Su influencia no se limita a la transmisión de contenidos, sino que participa de una lógica mercantil en la que el cuerpo, la alimentación, el ejercicio y el bienestar se convierten en mercancías; aquello que se presenta como un ideal corporal adquiere así un valor de cambio: el cuerpo perfecto no solo promete belleza o aceptación, sino que puede resultar redituable.

La tecnología introduce, además, una particular dificultad en relación con la imagen corporal. Los filtros y herramientas de edición permiten producir imágenes de cuerpos semejantes a los que observamos en las pasarelas de moda, aparentemente reales, pero que en realidad son construcciones cuidadosamente intervenidas. La distancia entre el cuerpo real y el cuerpo presentado en redes sociales puede quedar oculta, generando la ilusión de que el ideal es alcanzable si se posee suficiente disciplina y control.

Se construye así la fantasía de que existe un cuerpo perfecto al que se puede acceder mediante el cumplimiento de una serie de requisitos y que, una vez alcanzado, permitirá finalmente obtener reconocimiento, amor, seguridad o felicidad.

“

“El cuerpo deja de ser un lugar para habitar y se convierte en un proyecto que nunca termina: siempre puede ser más delgado, más fuerte, más bello, más fotografiable... pero nunca suficientemente propio.”

”





El cuerpo puede convertirse entonces en el lugar donde se deposita una promesa que excede lo corporal. “Si consigo este cuerpo, algo más será posible”. La delgadez, la musculatura, la alimentación perfecta o el control absoluto pueden adquirir un valor que rebasa su dimensión concreta para convertirse en signos de aquello que el sujeto espera llegar a ser.

Así, detrás de la búsqueda aparentemente interminable del cuerpo ideal puede encontrarse una pregunta mucho más profunda: ¿qué tendría que ser para ser amado, reconocido y elegido por el Otro? Las redes sociales no inventaron esta pregunta, pero sí han creado un escenario privilegiado para repetirla, medirla y hacerla visible sin descanso.



¿Qué nos llevamos?

1. Quizá el problema no sea querer cambiar el cuerpo, sino creer que al cambiarlo cambiará nuestra vida. El ideal corporal puede cargarse con la promesa de resolver inseguridades, soledad o necesidad de reconocimiento.
2. La mirada de las redes puede terminar convirtiéndose en nuestra propia mirada. Ya no hace falta que alguien nos juzgue: aprendemos a observarnos, compararnos y corregirnos desde los ojos de un espectador imaginario.
3. Ningún cuerpo alcanza un ideal que está diseñado para seguir moviéndose. Cuando finalmente nos acercamos a aquello que “deberíamos” ser, aparece una nueva exigencia. El cuerpo cambia; la sensación de no ser suficiente permanece.

**Artículo por la Mtra. Monserrat Palomino
Zurita**
contacto: 5548945122