

Cuerpo y figuras del pensamiento

La configuración cultural de la dignidad humana en occidente, homologada a las obras del espíritu: al pensamiento, la razón, la autoconciencia, ha acarreado el menosprecio tanto del conocimiento vehiculazo, por las experiencias de la materia y la percepción, como del vínculo del ser con el mundo y del cuerpo como un vector de la dignidad humana.

Las ciencias sociales y humanas, ancladas en la Ilustración, heredan de un lado la dicotomía mente-cuerpo, propia del mundo clásico; y del otro, la razón positivista que divide al conocimiento humano en ciencias de la naturaleza y del espíritu, en cuyo plano de coordenadas el cuerpo solo es susceptible de ser estudiado por las ciencias de la vida y despreciado por las ciencias del espíritu. El cuerpo humano por su cercanía a la naturaleza nos hermanaría con la animalidad y actualizaría nuestra dependencia de ella, constatación sobre la cual se han erigido las creencias culturales.

Sin embargo, en las más eximias obras de la cultura racionalista parece solaparse el terco lenguaje del cuerpo como referente fundamental del troquelado de las culturas y de las sociedades como ya nos lo recuerda Nietzsche al mofarse de la arrogancia de quienes para referirse a la condición de lo humano, desprecian el cuerpo:

«Tú dices «Yo», y te enorgulleces de esa palabra. Pero la más grande -cosa que tú no quieres creer- es tu cuerpo y su gran razón. El no dice Yo, pero obra como yo (...) Detrás de tus pensamientos y sentimientos, hermano mío, hay un amo más poderoso, un guía desconocido (...) Habita en tu cuerpo, es tu cuerpo (...) Hay más razón en tu cuerpo que en tu mejor sabiduría (...) ¿Y quién sabe para qué necesita tu cuerpo precisamente de tu mejor sabiduría?»¹

La potencia del cuerpo para configurar mundo se revela en las figuras de pensamiento que nombran en las divinidades, características opuestas a las que los humanos perciben como propias de su cuerpo corruptible, mortal, limitado y se exagera de cara a funciones corporales punzantes como el nacimiento, la enfermedad, la muerte, la sexualidad, a menudo desdeñados como especulativos por las ciencias de la vida.

El terco rechazo de las ciencias humanas y sociales a tematizar las configuraciones de la corporalidad en el rango de una cuestión seria y la legitimidad del silencio de instituciones de formación como la escuela y la familia, en torno de las preguntas y del conocimiento de

1 NIETZSCHE, Federico (Sfe.) *Así hablaba Zaratustra*. Editorial Bedout. Medellín.

las relaciones de los agentes a su cuerpo, parece estar siendo replanteado hoy por el peso de la corporalidad en la vida diaria de la población.

La pregunta por la corporalidad que nombra la realidad vivida por los colombianos y colombianas en el medio urbano, requiere abordar críticamente la exposición de los agentes a una sobrecarga de imágenes corporales en el horizonte cotidiano, interrogando el sentido del hedonismo, la belleza, la moda, los cuidados corporales y en fin toda la gama de expresiones de esa escenificación, en tanto referentes de la acción social cada vez más predominantes.

Algunos trabajos sociológicos y antropológicos desarrollados en el siglo XX han mostrado la importancia del estudio del cuerpo en tanto vector de la experiencia subjetiva en el marco de la sociedad occidental articulada, entre otros elementos al núcleo de las apariencias (Rousseau), a una jerarquía de los sentidos que privilegia la vista y el oído (sentidos de la lejanía para Elias), a un episteme de las ciencias que al sobrevalorar el desarrollo tecnológico exagera la importancia de la imagen. De lo que serían efecto la preponderancia de las telecomunicaciones en la vida diaria, la sobredosis de ofertas de consumo basadas en la apología de las hiperestesias (sentidos, emociones) y la homogenización de los estilos de vida por el patrón de la modernidad urbana. Y en cuyo centro se instala un sistema que sustituye poco a poco los nexos de la comunidad orgánica por los lazos mecánicos de relaciones contractuales, mediadas por el dinero y la prestación de servicios que configura la sociedad narcisista y del consumo administrado de bienes y servicios para el placer del propio sujeto.

En esta configuración de la sociedad moderna, Lipovetsky identifica al entusiasmo de los sentidos como lo que permite deslizar la solemnidad ideológica para instalar en su lugar la comunicación publicitaria ligera, seductora, efímera que erige el culto a los objetos mediante una administración burocrática del consumo.

Con el desarrollo del saber positivo y de la tecnología, el fortalecimiento muscular y la fuerza se han tornado innecesarios, algunos plantean incluso que el cuerpo es un estorbo para el desarrollo de las potencias de la mente. Sin embargo el cuerpo, asiento de los procesos de humanización fundamental, parece resistir a su aniquilamiento por la técnica y tercamente insiste en fijar los límites de su autonomía resolviendo a favor de su propia lógica de destrucción y creación de vida las acciones de una tecnología que amparada en su capacidad de anticipación del futuro intenta capitalizar la lógica del cuerpo en favor de su objetivo de intervenir y controlar la naturaleza.

La resistencia del cuerpo a su aniquilamiento cobra mayor dimensión en lo relativo a los procesos de mantenimiento de la vida por lo que la sexuación de la materia encarnada constituye un capítulo especial de la configuración del pensamiento. En particular el cuerpo femenino, relacionado con la promesa de acoger la vida humana para traerla al mundo se revela un punzante tema para comprender los supuestos socio culturales de las actuales relaciones sociales que entretejen la interacción de los agentes generizados (hombres-muje-

res). La generización del cuerpo atrapado en una densa red de relaciones, constituye el centro de nuestra reflexión aunque la representación, usos, técnicas y relación de los agentes a su propio cuerpo y al ajeno, varía según condiciones sociológicas relativas a la etnia, la edad, el nivel de escolaridad y las regiones del país.

A pesar de esa variabilidad social que configura el cuerpo, su comprensión remite también, en tanto asiento de la tensión naturaleza-cultura que habita lo humano, a dimensiones antropológicas fundamentales como el deseo, la soberanía, la autonomía, la incertidumbre, lo sagrado, el ritual, eros-agon-tanatos; constantes de la condición humana que afectadas por la historicidad, revelan la concepción del mundo de un pueblo y señalan componentes que posibilitan el cambio social.

En ese orden de ideas nos proponemos interrogar aquí de manera crítica, los cambios suscitados en la sociedad colombiana en lo relativo a lo que llamaremos la tendencia de la sociedad al empoderamiento encarnado, es decir a la configuración de relaciones de poder articuladas al cuerpo como vector de todos los flujos.

La inversión en la apariencia corporal parece ser el mejor negocio del sujeto desenraizado de nexos que, en sociedades menos individualizadas, lo ataban orgánicamente a una instancia de acogida (familia, ciudad, país, partido político, religión o ideología) confiriéndole sentido identitario. Hoy día, cada quien escoge al parecer libremente sus propios contextos de identidad entre las diversas ofertas culturales que ordenan su individuación según una lógica de salvación singular y única. Un poco de esta religión o sistema de creencias algo más de ciertos estilos de vida según se acomoden y convengan a los momentos existenciales, en cuyo horizonte, el cuerpo se ofrece como el signo de salvación por excelencia. La ingesta de unas pastillas o un tratamiento quirúrgico prometen cambiar la vida para siempre.

La apariencia corporal parece abrir las puertas en todos los órdenes sociales: empleo, amistad, amor. Lo cual se resume en éxito total que rinde nuevos réditos a su portador o portadora preferentemente en términos de autosatisfacción y autobienestar re proyectado como empoderamiento corporal. De ahí la necesidad de invertir en este valor-signo;² ropas, accesorios, alimentos, cuidados, ejercicio, cirugías estéticas y emociones. Nombrando el primer plano de las preocupaciones de los agentes urbanos advierte que la mayor irracionalidad de la acción esta consignada en el descuido de la apariencia corporal.

Cuerpo y sociedad en Medellín ¿un espectáculo?

Quizá pueda parecer banal indagar por los supuestos culturales y sociales que permitieron a comerciantes e industriales textiles de Medellín concebir la idea, al parecer muy exitosa, de promover una buena imagen de su ciudad de la mano de un evento comercial de

2 Se toma aquí la expresión utilizada por Jean Baudrillard a propósito del objeto-fetichismo que absorbe todas las propiedades del valor de cambio, entre las cuales es fundamental la capacidad de homologar todos los rangos de la distinción.

moda³, toda vez que la historia de esa región enseña de su tradición en la producción de telas y confecciones desde comienzos del siglo XX.

La aparición de “Colombiamoda” podría entonces interpretarse como simple actualización, en el aire del tiempo, de una vieja actividad económica clave en la configuración del ethos en esa zona de Colombia. Podría igualmente alegarse que la importancia de la moda en el mundo entero condujo a aprovechar esa ocasión para posicionar adecuadamente el talento de los creativos y la belleza de las mujeres paisas en el mercado global.

Estas dos razones, tan fáciles de identificar, advierten sin embargo de la necesidad de estudiar este fenómeno de moda, en relación al proceso de modernización de la sociedad colombiana, englobado en las grandes transformaciones del mundo occidental que la sociología llama desacralización del mundo. Lo que entraña la pregunta relativa a la hegemonía de las preocupaciones sobre la apariencia corporal, entre los actuales agentes sociales.

Cuestión que para el caso de Medellín, quiere decir, interrogar el cambio social en la ciudad, ligado a la sustitución del tiempo religioso y agrícola por un tiempo profano e industrial que, aunado a la urbanización acelerada y a la intromisión de ofertas mundiales del mercado en la vida local, se erige en el horizonte del espectáculo del cuerpo. Espectáculo de una corporalidad moldeada en gimnasios, controlada por dietas y cuidadosamente vigilada, en cuyo centro reina la imagen de maniquies de moda que vienen a saturar la retina de las colombianas y colombianos ya poblada de imágenes de reinas de belleza desde la década de los 80.

Al respecto cabe recordar las formas y contenidos de la corporalidad en juego durante los reinados de belleza en las tres primeras décadas del siglo XX, puesto que las candidatas se limitaban a enseñar la belleza del rostro asociada al candor e ingenuidad de una mujer-niña, enteramente lejos del contenido de la provocación erótica exigida hoy y considerada ayer una ofensa al pudor y honra de la mujer.

La tendencia social al empoderamiento corporal es pan diario para la población citadina; por ello los y las transeúntes de las grandes ciudades colombianas⁴ apenas toman conciencia de que su mirada vaga sin cesar entre imágenes que le recuerdan tercamente la importancia de la apariencia corporal. En kioscos de la calle compiten entre sí periódicos y revistas especializados en moldear el cuerpo, en revelar trucos y técnicas para adquirir tono muscular, reducir grasa o en fin, controlar el curso de la materia viva encarnada en el propio ser. Las promociones comerciales de todo tipo insisten en la necesidad de vigilar el contorno del cuerpo pues a la hora de comprar ropa, las tallas y diseños imponen su absurda lógica:

3 Bajo el nombre Colombiamoda se desarrolla en Medellín desde hace años un evento de moda cuyo éxito ha estimulado acciones similares en otras ciudades. Los representantes de este negocio lo promueven como el éxito comercial que ha posicionado la moda nacional en un buen lugar en el mundo fashion.

4 Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y otras ciudades medianas como Bucaramanga, Armenia, Manizales.

el cuerpo debe acomodarse a la ropa y no al contrario, como sería lo adecuado⁵ invitando así a la reflexión sociológica.

El proceso de desacralización del cuerpo —expuesto a la mirada en pasarelas y escenarios del espectáculo visual— es relativamente reciente en Colombia y ha pasado por vicisitudes muy particulares de las que nos limitamos a referir lo siguiente con el fin de activar la memoria de nuestra historia reciente.

Podría parecer ficción para los y las jóvenes de hoy saber que el Obispo de Santa Rosa de Osos (Antioquia) clasificaba en el rango de obra del demonio, aún en sus Cartas Pastorales de los años 50-60, el uso de trajes de baño, pantalones y camisas sin mangas para las mujeres e increpara como obra del paganismo la aparición en la ciudad de balnearios mixtos, escenarios deportivos y bailes populares.⁶

Les sorprenderán igualmente estas declaraciones en 1958, de la única reina de belleza universal de Colombia:

“Recuerdo que en el reinado de ese año, por primera vez el jurado nos pidió que desfiláramos en vestido de baño. Lo hicimos pero en privado, sin presencia de la prensa. Hubo niñas que lloraron, unas por miedo a la condena de los sacerdotes y de los obispos y otras por que no tenían el cuerpo muy bonito”.⁷

Estudios socio-históricos en periódicos locales, realizados en los últimos cuatro años por estudiantes universitarios revelan la existencia de presupuestos culturales por los cuales hasta los años 70, la relación al cuerpo y los contenidos conferidos a la corporalidad estaban configurados por temores y prejuicios religiosos protuberantes.⁸

Situación que hoy día contrasta con la osada exposición del cuerpo-signo a la mirada escrutadora de la sociedad voyerista en televisión, pasarelas y escenarios de moda —templos de cristalización del proceso de desacralización corporal— cuyas avenidas desembocan en gimnasios y salas de estética corporal. Los medios amplifican así la tiranía ejercida por la imagen corporal sobre la acción de agentes, esclavizados por la vigilancia de la carnalidad. En una suerte de inversión del fin se impone un ascetismo similar al que antaño prescribía alejarse de la carne pecadora, pues para hacerla deseable es necesario supervisarla y controlarla por sistemas expertos de nutrición, ejercicio y cuidados corporales

5 Aquí la sociología nos advierte de los cambios sociales, pues las modistas y sastres de antaño que confeccionaban ropa sobre medida son reemplazadas y reemplazados por las confecciones seriadadas iniciadas por la moda “prêt à porter” o listas para usar, que cada vez tiranizan más a sus seguidoras y seguidores.

6 Ver BUILES, Miguel Angel (s.f.e) *Cartas Pastorales*. Medellín, Editorial Bedouth.

7 Luz Marina Zuluaga en: GALVIS, Silvia. *Vida Mía*. Editorial Planeta, Bogotá, 1993. Página 213.

8 En varios semestres del curso “Sociología del Cuerpo y de la Ciudad” que orienta la autora en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Antioquia. Se realizaron estudios que advierten del temor a nombrar los deseos y fantasías eróticas quizá por el peso de la iglesia católica. Por ello, la oferta de ropa interior en periódicos locales emplea dibujos del cuerpo humano en lugar de maniqués de carne y hueso.

Bajo estas tendencias de la sociedad actual va de suyo el que las industrias de moda, modelaje y cirugía estética sean prósperas actividades económicas que desde Medellín se extienden a otras ciudades de Colombia, haciendo que el cuerpo de las modelos sea investido de enorme valor comercial. En síntesis, la circulación de bienes parece ordenarse en el medio urbano de manera que ningún ciudadano o ciudadana olvide que la apariencia corporal marca el destino de los agentes en la sociedad moderna.

El evento de moda que venimos tratando alcanzó su mayor significado sociológico en el 2002 cuando algunos hombres desfilaban mezclados a frívolas compañeras de pasarela portando ropas de militares en ejercicio, es decir evocando los representantes de la seguridad en un país en tal estado de violencia que contabiliza 80 muertes violentas promedio por día, sin contar desplazamientos forzados.

El espectáculo de cuerpos femeninos envueltos en mínimos trajes de calle o en sofisticadas ropas de noche evocaba una simbología erótica cuya semántica parecía ir en contravía del sentido fanático vehiculado por fornidos hombres que representan la muerte generada por la guerra. El nivel de sorpresa provocado por la mixtura de tan opuestos significados sociales de la vida, aumentó cuando el mismo escenario de moda se vio colmado de niños que entonaban cantos de paz ante la atónita mirada de presentes y televidentes.

Lo inusual de toda esta escenografía, amerita una cuidadosa comprensión de su sentido ya que el mensaje aparentemente irreverente o banal puede estar actualizando el significado tradicional de las relaciones sociales de sexo en la región antioqueña.

La mezcla de símbolos militares y maniqués de moda en el escenario del espectáculo visual montado por el negocio de ropa y de imágenes, porta -de cara a los roles de mujeres y hombres y a los contenidos de feminidad y masculinidad cristalizados por la tradición cultural antioqueña bajo la lógica de una madre abnegada y un hombre aventurero- un significado que subvierte claramente los prejuicios sobre la ausencia de narcisismo e incapacidad de ternura en los hombres, cualidades consideradas inadecuados para ellos.

Este mensaje resulta ambiguo ante los cambios que se han producido en la relación social de sexos por la potenciación de la carnalidad sexuada puesta en escena allí, posicionando a mujeres y hombres en una suerte de complementariedad en el horizonte del valor signo del cuerpo erótico, permite actualizar el presupuesto tradicional de la identidad femenina: ser vista. Por ello, esta irreverente mixtura de géneros, se limitó a extender al campo del erotismo y bajo otro nombre, los mismos supuestos de la cultura de géneros en la región antioqueña cristalizados en las imágenes de la mujer *linda como una muñeca* y del hombre *fuerte como un campeón*.⁹

9 Bajo el título "La puesta en escena de la corporalidad femenina y masculina en la escuela urbana: Linda como una muñeca y fuerte como un campeón" fue tematizada la cuestión de la configuración del ser-mujer y del ser-hombre. Ver Revista de Estudios de Género *La Ventana*, Universidad de Guadalajara, México, 2001

De ahí que el negocio de la moda y de la corporalidad tecnológicamente intervenida (implantes, estética y moldeamiento corporal, ingesta de hormonas, cosmética, etc.) esté actualizando presupuestos de la cultura y de la sociedad tradicional por los cuales la afirmación de la mujer como objeto de deseo y la del hombre como ser deseante, se resignifican en el incesante flujo de producción de imágenes que induce al consumo de sensaciones.

Actualización del modo masculino de estar en el mundo, expresión que en la región de Antioquia instauró la relación social entre un hombre aventurero y una mujer abnegada, cuya imagen más exaltada ha sido la de madre, de lo que daría cuenta el lenguaje popular cuando nombra bajo el rótulo de *mamacita* a la modelo. Lo que aplicado al caso del evento "Colombiamoda" que nos ocupa, podría ser interpretado críticamente como un deslizamiento de sentido por el cual la maniquí portaría un mensaje ambiguo y de compañera de los militares; en el trabajo de la corporalidad pasaría a reactivar la simbología de pareja por la cual la mujer es complemento del hombre fuerte y madre de los hijos de él.

Lo cual nos induce a plantear algunas ideas relativas a la noción de virilidad, encarnada por el militar ya que la pareja maniquí-militar parece reencauchar, en el horizonte del espectáculo visual, el juego *linda muñeca-fuerte campeón* que sintetizando las relaciones de género a comienzos del siglo XX, condujo bajo la hegemonía religiosa a configurar en la sociedad antioqueña un ambiente poco favorable para el desarrollo de la autonomía femenina reforzada con el predominio de dichos mensajes comerciales.¹⁰

Actuando sobre el cuerpo: del militar al campeón

Las imágenes del militar y campeón se hermanan en tanto son constitutivas de la masculinidad tradicional en Antioquia, al exhibir un poder incorporado en torno a una matriz formada por valores relativos a la fuerza, al ejercicio de técnicas de defensa y a la habilidad muscular y motriz. Modelos del ser hombre que resultan, ambos, de un entrenamiento corporal cuyos ejes son la disciplina y el reconocimiento de rígidas jerarquías que configurando una exclusiva genealogía de género, nombran la obediencia como virtud y el amor como el vínculo a cierta utilería del oficio por el cual el arma y la pelota (en el caso de los futbolistas) son investidas de un sentimiento similar al que une la mujer (madre, novia, esposa) al hombre.

La idea de humanidad contenida en esas imágenes -muy masculina- rinde tributo a la capacidad de resistir la fatiga y aguantar el dolor, donde juega un papel importante la valoración de la potencia de los fluidos corporales (sudor y testosterona). La virilidad se define así socialmente como un itinerario de pruebas que permiten demostrar la superioridad

10 Mensajes que comenzaban a tomar fuerza en el proceso del negocio de la imagen cuando a raíz de la llamada doble toma del Palacio de Justicia en noviembre de 1985 el reinado de la belleza opacó la noticia de la muerte de destacados y destacadas colombianas, entre quienes estaba la primera mujer que llegó al cargo de Magistrada de la Corte Suprema de Justicia, abogada Fanny González.

dad sobre aquellos que no están marcados por estas características: los no hombres, niños y particularmente la mujer, el otro radical.

De ahí que la capacidad de relacionarse con el semejante (hombre a hombre) sea erigida sobre unos supuestos que ordenan un vínculo por el que el otro debe ser enfrentado, humillado y sometido a una ofensa permanente del amor-propio. Por lo que el triunfo en tanto equivalente de hombría encarnada por el campeón y el militar, legitima una compleja cadena de sentido que revela de la atadura del deporte y la guerra a una interpretación de las relaciones sociales de sexo por las cuales el contenido del género masculino es configurado bajo la ética usurpar-acumular para-ser.

Se podría así hablar de un núcleo axiológico común a las realidades que nombran el contenido de hombría, en el deporte y la guerra, exaltando la potencia corporal que el negocio de la escenificación del cuerpo-signo intenta extender al campo del erotismo, donde el cuerpo de mujer es el signo-rey inequívoco. De ahí la emergencia de una pregunta relativa al proceso de combinación de esa axiología masculina con aquella que por lo opuesta configura el ser de la mujer en términos de una corporalidad dispuesta para ser actuada por la naturaleza: como madre, como bella.

El dar -como lo propio de la mujer- configura una identidad femenina resumida en la abnegación y el sometimiento, lo que legitimó hasta 1930 en Colombia la abdicación del estatus legal de la mujer casada en favor de su marido. Por esta ley la casada debía entregar incluso el manejo de su herencia económica a su marido y por ello quizá el lenguaje popular nombra la condición de la mujer bajo la imagen "una madre es capaz de todo por su familia".

En síntesis actuar sobre el cuerpo, la consigna del ser hombre encarnada por el deportista y el militar, es situada por la interpretación de las relaciones sociales de sexo propias de la cultura tradicional en entera oposición al contenido del ser mujer pues en su caso el cuerpo se impone sobre el agente como madre o bella. Bella que erigida en símbolo del espectáculo del cuerpo parece subvertir ese orden, al intervenir con ejercicio y cirugía estética su cuerpo-signo que, sin embargo, recupera su axiología inicial por la vía de cuerpo expuesto a la mirada y ofrecido para otro: espectador o militar.

Queda así por examinar el sentido de la actuación sobre el cuerpo que se instala en la actividad deportiva en tanto trascendencia que le arranca a la materia corporal potencias inusitadas de las que siempre la cultura tradicional ha intentado separar a las mujeres, condenando al ostracismo y burlando a quienes han intentado vencer esos prejuicios culturales.

El negocio de la belleza corporal identificado así expresa tendencias del empoderamiento encarnado, cuya expresión complementaria -del circuito comercial- es el deporte al representar el culmen de la hegemonía visual de la masa corpórea escenificada por el negocio de la moda y la diversión que debe soportar el agente social en medio urbano.

Así mientras el ciclista demuestra la resistencia física y el automovilista el dominio de la técnica manual, el nervio fino, el futbolista somete ante el escrutinio público, en escenarios a cielo abierto y llenos de público, la habilidad, potencia del músculo y técnica del pateo y cabeceo. Mosaico de imágenes acompañadas en todos los casos por este ritmo: cada vez más lejos, más fuerte, más seguro, más rápido, mejor.

El deporte sirve de hilo conductor de una reflexión sobre ciertos problemas acarreados por la tendencia al empoderamiento corporal en lo relativo a las relaciones sociales de sexo, pues aquel parece actualizar un presupuesto antropológico por el cual la carnalidad opera de primer referente de la experiencia y condición humana. Sin embargo el marco sociológico que envuelve ese proceso antropológico le confiere un sentido articulado a polaridades sexuadas de exclusión que requieren de una reflexión crítica sobre la actualización de viejos estereotipos del ser-mujer, del ser-hombre sutilmente perpetuados.

Bella, campeón ¿Para quién?

La actual tendencia social al empoderamiento corporal proclamada por la imagen de la bella y el campeón -no obstante los nuevos matices que exigen al campeón ser cada vez más bello y a la bella ser cada vez más fuerte- parece estar perpetuando, bajo nuevas imágenes, viejos estereotipos de las identidades sexuadas. Así se nos invita a configurar la morada del ser mujer mediante la conjugación del verbo **ver** y la del ser hombre conjugando el verbo **actuar**, además a troquelar constelaciones de sentido de los géneros ordenadas alrededor de categorías opuestas como en la tradición cultural: inmanencia, naturaleza, veleidad, para lo femenino; trascendencia, cultura, voluntad para lo masculino que orientan la acción social de mujeres y de hombres.

Constelaciones de sentido de las identidades sexuadas que puestas en relación con la pregunta por la naturaleza del destinatario de una y otra cualidad advierte de situaciones muy problemáticas para la autonomía de la mujer pues mientras el deportista levanta adhesiones colectivas de género (barras y equipos de fútbol reinan en el espacio público), el poder incorporado de la bella no tiene colectivamente ningún impacto. De ahí que el espacio público siga siendo el terreno donde los chicos practican deportes, exhiben sus espectáculos o expresan sus tristezas y alegrías por la acción de sus equipos. Espacio que para la chica suele ser punto de tránsito susceptible de ser abandonado por el acoso de sus regulares usuarios que extienden a su jurisdicción de género al poder de intimidar a las mujeres solas que habitan la calle, aplicando un viejo refrán popular: la mujer es de la casa, el hombre de la calle.

En el camino de allanar una perspectiva de comprensión de esa cuestión es necesario insistir, en primer lugar, en el hecho de que la acción de maniqués y deportistas es acrisolada en el mismo mortero del negocio de la imagen corporal.¹¹ De ahí el homogéneo matiz

11 Durante el campeonato mundial de fútbol "USA 1994" apareció en el diario El Espectador una página que presentaba en pequeños recuadros las piernas de los futbolistas de la Selección Colombia, sobre ellos se colocó un primer plano las piernas de la entonces reina de belleza nacional, todo bajo el equívoco título: Las piernas más cotizadas de Colombia.

voyerista que anima la mirada del espectador colombiano ante las noticias de farándula y de deportes con que concluyen habitualmente los noticieros. El hecho de que las noticias consideradas serias por referirse a la política, al orden público, a las medidas económicas, etc., sean presentadas por periodistas no especializados, mientras que las relativas a deportistas, moda y modelos sean ofrecidas por especialistas, también nos alerta sobre realidades que requieren ser examinadas de cerca.

Mucho más en el caso de países como Colombia donde la televisión es la más importante fuente de configuración de la realidad de cara a un débil sistema educativo, una inestable condición familiar, una frágil disposición crítica y un inexistente programa de diversión; a fuerza de familiarizar a la población con imágenes, se consigue, por repetición, hacer aparecer lo presentado en la pantalla como lo que es natural y por ello incuestionable.

El servicio que modelos de ropa y deportistas prestan al negocio de la producción de imágenes y emociones encarnadas no debe ocultar un segundo asunto: el relativo a los procesos de configuración de nexos de comunidad e identidades sexuadas provocadas por las acciones deportivas y de belleza que suelen privilegiar una exclusión de sexo.

El empoderamiento corporal que estamos considerando encarnado por la bella y el deportista nos lleva a interrogar los nexos de sentido de género que erigen uno y otro campo de la acción, cuestión que aquí abordaremos principalmente respecto al deporte dada la importancia sociológica de esa actividad en el horizonte de la vida cotidiana de todos y todas focalizando el análisis en el fútbol, el deporte colectivo por excelencia.

Algunos autores¹² han sostenido que la moral deportiva, resumida por Pierre de Coubertin, impulsor de los modernos Juegos Olímpicos, con el slogan "la primera característica del olimpismo moderno es ser una religión",¹³ podría interpretarse como un culto a la potencia corporal que sustituye la celebración de unión en torno al más allá por la hermandad derivada de un acá y ahora regulado por el profano código del fair play.

Culto y moral de la potencia corporal sexuada si se tiene en cuenta que el propio Coubertin descalificó la eventualidad de olimpiadas femeninas por incorrectas, antiestéticas poco prácticas y sin interés. Aunque reconoció que las mujeres se podían educar físicamente, e incluso competir, insistió en la necesidad de hacerlo siempre entre ellas y fuera de la mirada de los hombres. Ante lo cual cabría la pregunta sobre aquello que irrita a la mirada cuando la mujer quiere demostrar la maestría y gobierno de sí por la vía de trascender su corporalidad por el deporte.

12 VIGARELLO (2000. *Passion Sport*. Paris: L'Autrement (pag. 132). Traducción de la autora.

13 Op. Cit.

La investigación, *La puesta en escena del género en el juego de fútbol. Hermenéutica de la masculinidad y de la feminidad en Colombia*,¹⁴ permite concluir que las dimensiones antropológicas actualizadas en el fútbol son paradójicamente troqueladas por relaciones sociales tributarias del sistema sexo-género. Al indagar por las razones sociales del rechazo a las mujeres futbolistas encontramos que éstas encarnan por la forma y uso de su cuerpo, una contra-imagen cultural y unos roles en franca oposición a la tradición de la imagen de *linda muñeca*.

Su empoderamiento corporal por la vía de jugar fútbol, la emparenta al *fuerte campeón* marchando en contravía de los supuestos culturales que confieren contenido a la identidad de los sexos en la sociedad colombiana en el orden de una inconmensurable diferenciación del hombre demostrando compulsivamente que no es mujer, por esto, la futbolista irrita la mirada social articulada a ese terror de género.

El papel del fútbol como agenciador de identidad sexuada y regulador de poder entre mujeres y hombres, es develado por las imágenes de pensamiento que lo nombran y por las acciones que de ahí se desprenden. La recurrencia en la prensa deportiva de figuras como “el verdadero hombre en el campo” lleva a preguntarse por su correspondencia con exigencias sociales de sexo que son actualizadas como potencias y valores “incorporados”¹⁵ en el terreno de juego.

Los rituales y todo cuanto expresa el modo de celebrar el triunfo o derrota en los escenarios del fútbol, enseña, si se relaciona con la pregunta antropológica por los nexos colectivos, un enjambre de significados relativos al problema de la identidad de género.

La paradoja que se enseñoorea del fútbol como espacio para -en cabeza de hombres- escenificar en un mismo tiempo la emocionalidad y la racionalidad, deviene de un estricto control por parte de las autoridades del deporte. Quienes regulan también la exhibición de comportamientos homosexuales, de la expresión afectiva y de formas de ataque de los jugadores permitiendo interpretar este control como un modo de limitar la expresión excesiva de la virilidad que la misma cultura acicatea, pues si la guerra se civiliza mediante la imposición de límites convencionales ¿Por qué no el fútbol? Un simulacro de la guerra, al decir de Eric Dunning en 1992.

14 Dirigida por la autora en el marco del Centro de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Antioquia (1999-2001).

15 La teoría feminista tematizando el “embodiment” invita a pensar en el empoderamiento corporal como una adquisición de poder derivada de la inversión en el cuerpo como “objeto” que deviene eje de las relaciones sociales en las sociedades “del ver” instauradas en el capitalismo tardío.

En su artículo "*El deporte como coto masculino: notas sobre las fuentes sociales de identidad masculina y sus transformaciones*", el citado autor,¹⁶ enseña que un elemento clave en el análisis de las relaciones sociales establecidas por los fanáticos del fútbol, tanto entre sí como respecto a los contrincantes, es el juego de afirmación de la masculinidad por la vía de la de-masculinización de otros, ajenos al ritual de fútbol, llamándolos *castrados* y homologándolos a las mujeres.

De acuerdo a ese trabajo, el comportamiento de los hombres en el estadio (en calidad de jugadores, técnicos, comentaristas o hinchas), estaría hermanado con el machismo, una de las facetas de la masculinidad de fuerte preponderancia en la cultura colombiana, que aquí definimos, siguiendo a Stevens¹⁷ como la legitimización de formas brutales en la relación intersubjetiva de los hombres, mucho más exacerbada aún de cara al *otro*, al no macho.

En su estudio sobre la identidad masculina, Dunning enseña que los fanáticos de los deportes «duros» como rugby, fútbol, hockey y boxeo, injurian en sus canciones a «castrados» y «señoritas» por su inaptitud para esos deportes al mismo tiempo que exaltan la potencia sexual del órgano masculino. El desprecio por las mujeres y los hombres débiles, constituye también el vínculo de interacción en agencias sociales de tipo homo-masculino, concebidas para iniciar en la identidad masculina a niños atrapados en el mundo femenino de la madre y el hogar.¹⁸

Para formarse y alcanzar la identidad de género, todas las culturas crean instituciones cuyo fin es cumplir esa función; en las sociedades genealógicamente ligadas a la cultura androcéntrica -es el caso de la sociedad occidental- las agencias religiosas, educativas, militares y deportivas al servicio de la iniciación de los hombres en la identidad de género, suelen apelar a ritos donde impera una pedagogía centrada en una preocupación: anular el mundo simbólico de la madre, diferenciarse, mediante el desprecio y la burla, de todo aquello que representa el universo femenino.

Significados de lo femenino y de lo masculino vigentes en Colombia desde comienzos del siglo XX, resumidos en las imágenes opuestas de *linda muñeca-fuerte campeón*, como herencia cultural requieren ser interrogados para comprender el menú de referencias de la identidad de los sexos en el medio urbano actual.

Es indudable que el empoderamiento corporal que se escenifica en los espectáculos urbanos como las pasarelas para modelos y reinas de belleza, competencias deportivas y

16 NORBERT & DUNNING. *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Fondo de Cultura Económica, México. 1992.

17 STEVENS, Marianisme. The other face of machisme, in Pescatello, Ann (Ed.). *Female and male in Latin America*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press. 1973.

18 BADINTER, Elisabeth. X, Y. *La identidad masculina*. Editorial Norma, Bogotá, 1998.

paradas militares, están generando problemas adicionales a los ya provocados por la enajenación de la conciencia de los agentes sociales en el circuito del mercado y consumo. Cuyas incidencias en la configuración del mundo, la acción y el compromiso de esos agentes con su sociedad han sido identificadas por la teoría sociológica como un desplazamiento de la condición de ciudadano por la de cliente.¹⁹ Cuestión que no se tratará en este escrito pero que en lo relativo a las adhesiones a equipos de fútbol y al monopolio del espacio público por parte de los jóvenes urbanos de Colombia se ha venido analizado desde hace tres años.²⁰

En efecto el empoderamiento corporal representado por maniqués, militares y deportistas, señala dos campos de acción donde se apuesta a una relación al cuerpo y a una noción de corporalidad inconmensurablemente diferenciadas por el sexo que actualizan la cultura tradicional pero cuyas implicaciones solo se comprenden si las anudamos al sistema social de sexos, es decir a los géneros.

Así, mientras los deportistas, paradigmas de la soberanía de los humanos sobre la materia corporal, buscan arrancarle a ésta las potencias que se asocian a un campo de diversos valores reconocidos también en el medio militar: valentía, orgullo, tenacidad, fortaleza, superación, improvisación, imaginación, destreza, resistencia, agilidad, movimiento, emoción, satisfacción, etc., las reinas y modelos encarnan el contra de ese modelo.

En efecto la relación de la bella a su materia corporal parece desvelar la condición de un ser atrapado en su propia carnalidad, dispuesto más para la entrega que para la trascendencia por su inexorable atadura a la sexualidad, así sea como ahora dirigida al erotismo y entonces ajena a fines reproductivos. En otras palabras, el contenido conferido a la corporalidad femenina que se expone a la mirada en pasarela nombra a un sujeto claramente atrapado en el más bello objeto de consumo (el cuerpo) que reflejando la singularidad del yo, deviene homogeneidad por sometimiento a la sola medida de objeto erótico subordinado a la inmanencia de una naturaleza que intervenida con prótesis (implantaciones de silicona) confieren a su portadora, identidad sexual de objeto deseable e intercambiable.

Desde esta perspectiva, la aparente ola de *desacralidad* corporal, estaría en efecto perpetuando los mismos supuestos socio culturales de género por los cuales las mujeres fueron las primeras a clasificar mayoritariamente entre la población ajena al empoderamiento encarnado por el deporte hasta antes de los movimientos feministas modernos.

Negación del acceso a una libre exploración de la corporalidad femenina solapada en el discurso médico y religioso por el cual las mujeres no sabían del goce de probarse a sí mismas

19 Haberlas Jurgen, en particular ha llamado la atención sobre esta cuestión en el seno de la sociedad moderna.

20 Bajo el título: *Si el cliente es rey ¿Qué le queda al ciudadano? Fútbol y consumo en Colombia*. Congreso de la Sociedad Suiza de Sociología. Ginebra, septiembre de 2001, se tematizó la configuración del vínculo de los actores con su sociedad y entre ellos y ellas mismas a partir del desplazamiento de la categoría ciudadano por la de cliente (VÉLEZ B, LÓPEZ, S.)

en franca competencia porque la naturaleza disponía la hembra a experimentar solo de los padecimientos e incomodidades corporales relativas a la menstruación, embarazo y parto, y de los sacrificios dirigidos a mantener la belleza y el goce de la maternidad y sujeción al esposo.

Antigua belleza, nueva belleza, atravesadas por una diferencia sutil de garantía para encontrar padre para su hijo y proveedor de la propia mujer. La belleza se ha convertido en condición suficiente para acceder a un patrimonio propio, vía el trabajo corporal de modelo que atrae con su erotismo el deseo de los hombres y la competencia con otras mujeres.

La relación entre empoderamiento corporal encarnado por la modelo, resulta muy problemática para la mujer por la imagen voluptuosa que encarna la maniquí de moda, hermanada del goce erótico no elimina del horizonte femenino la carga de la reproducción de la especie pero sí exige la observancia de una estricta vigilancia a las modificaciones corporales generadas por la maternidad. Sobrecarga al destino de la mujer que suele significar, paradójicamente, descarga para el padre respecto a sus deberes frente al mantenimiento económico de la familia.

La tradicional asociación de la identidad femenina a la maternidad se cuele bajo formas insidiosas que se hacen más eficaces justo por su capacidad de solaparse en una aparente desacralización de la sexualidad femenina, como sería el caso tan usual en Medellín de nombrar a la bella bajo el rótulo “*mamacita*”.²¹

Si se atiende a la realidad de la mujer joven en medio urbano -por fuera del mercado de la moda y la imagen- de la que la alta tasa de maternidad solitaria es un patético indicador, la cuestión del empoderamiento corporal, parece revelar sentidos asociados más al padecimiento que al erotismo, más a una disminución del ser de la mujer que a un empoderamiento social, lo que compromete el estudio de esos fenómenos por parte de las ciencias sociales.

A diferencia de las maniqués, las deportistas padecen por escoger un acceso al empoderamiento corporal de otra manera, toda vez que el supuesto cultural por el cual la excesiva agitación provocada por el deporte se consideraba dañina y antiestética, para la mujer toma en la actual sociedad una forma discursiva que remite a la idea habitar y llevar el cuerpo de manera inconveniente para la belleza de la mujer.

La estática corporal solapada en una estética de la voluptuosidad remite en efecto a una contención de la motricidad corporal de la mujer generando una idea de feminidad y un *habitus* relacionado con formas de llevar el cuerpo, reír, hablar, mirar, caminar en la calle

21 Vale la pena destacar aquí la importancia que se le ha dado en la región de Antioquia, a la función de la mujer como madre, de lo cual muchos jóvenes delincuentes han dado testimonio, afirmando que madre no hay más que una y padre puede ser cualquiera y lo insólito del nombre dado a la mujer hermosa: *mamacita*. ¿Actualización por el mismo morfema de madre, de viejos prejuicios que se oponen al de *guapa* en España, *sexy* en USA?

con paso corto, sentarse con las piernas recogidas, que vigentes en el pasado perviven aún en el siglo XXI.²² La estática corporal moderna prescribe el englobamiento del músculo sólo en ciertas zonas (pechos, glúteos) a la luz de una ideología por la cual, el músculo por fuera de esos límites, riñe con la imagen de feminidad.

Una ideología de la feminidad que estimulando el rol de la mujer madre-*mamacita* ha desfavorecido el desarrollo de una subjetividad capaz de arrancarle al cuerpo las potencias que en él dormitan que por el contrario el deportista exhibe con arrogancia ante la mirada ajena. La apología del dominio de técnicas corporales, modo de demostración de la soberanía sobre la naturaleza, parece solapar el sexismo que legitima acciones de burla, desprecio y merma de la reputación moral y sexual en el caso de mujeres que practican deportes como el fútbol.²³

La importancia del deporte en la sociedad colombiana,²⁴ una expresión del empoderamiento corporal y del espectáculo del músculo expresa el sexismo sutil, al valorar positivamente en la mujer la escogencia de un poder incorporado por la vía del cuerpo-signo asociado al objeto erótico del hombre, y desdeña la opción deportiva que la subvierte. Sexismo indicado también por la inequitativa distribución de oportunidades para el desarrollo personal de mujeres y hombres pues mientras las chicas suelen permanecer en casa ocupadas de los quehaceres domésticos, sus hermanos o vecinos son estimulados a salir para entrenarse como futuros habitantes de la calle y actores del espacio público con la práctica deportiva.

En otras palabras, la tendencia social al empoderamiento corporal vigente en la sociedad actual que hemos venido tratando en este artículo, perpetúa bajo la poderosa imagen de la *mamacita* un contenido de feminidad similar al ideal tradicional sintetizado en la consigna *linda como una muñeca*. Se actualiza así el mismo campo semántico que ayer configuraba como valor la abnegación de la mujer a un hombre capaz del gobierno, de ser campeón, militar o desarraigado aventurero.²⁵ Todo lo cual abre el compás a la pregunta ¿Cuál es entonces la naturaleza del empoderamiento corporal de la mujer?

En síntesis, la tendencia social hacia el empoderamiento corporal según la cual la mujer dispone su carnalidad para una sexualidad ajena a fines reproductivos (asumiendo el cuerpo

22 Testimonios recogidos por estudiantes universitarios para el curso "Sociología del Cuerpo" que orienta la autora en la Universidad de Antioquia, revelaron formas de ejercicio del poder de la policía, en los parques de la ciudad, bastante preocupantes al exigir a las mujeres jóvenes mayor recato al sentarse y llevar el cuerpo. Ejercicio del poder replicado en algunos barrios de la ciudad por parte de grupos armados ilegales que prohíben a las jóvenes el uso de ciertas ropas.

23 Ver los distintos trabajos de investigación sobre la escenificación del género en el fútbol en Colombia adelantando por el Centro de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Antioquia, desde el año 1999, los cuales incluye tesis de pre y post-grado.

24 Del fútbol en particular según la investigación: *La puesta en escena del género en el juego de fútbol. Hermenéutica de la masculinidad y de la feminidad en Colombia*, (1999-2001), Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Antioquia en la que la autora fue investigadora principal.

25 El desarrollo temático de esta problemática se realizó en el artículo: VELEZ, LÓPEZ. "El juego infantil de una madre abnegada y un hombre aventurero ¿una interpretación de la antioqueñidad?". Revista Nova & Vetera, número 43, mayo del 2001.

como el mas bello objeto de consumo) donde relegar la singularidad de su yo lleva a preguntarse por el proceso de subjetivación femenina en términos de liberación de todo condicionamiento orgánico, de lo cual la maternidad como deber ser era la expresión paradigmática.

La tendencia del comportamiento social inaugurada por el espectáculo del cuerpo permitiendo la emergencia del reino del sujeto narcicista que al solo invertir en su cuerpo-signo identifica autenticidad con apariencia, requiere un análisis detallado de la posición de la mujer, particularmente joven, de cara a esta realidad.

La moral de salvación por el hedonismo corporal propuesta por los medios contribuye a configurar la idea de que el interés de toda relación humana radica en su potencia para activar la sexualidad y la creencia de que las relaciones a largo plazo son tediosas, difíciles y monótonas. Así se entroniza el reino del bienestar personal como el eje del mundo y el acceso al consumo enlaza en sus ofertas aun las más recónditas emociones y sentimientos humanos, pues hasta el amor se compra y se vende.

Igualmente se instalan como vínculos adecuados de las relaciones sociales valores centrados en la búsqueda de la satisfacción personal más que en el respeto al otro anudándose así una suerte de hermetismo del yo. Que en el caso de las mujeres presenta sin embargo un punto de fuga dada la persistencia de la ética de la postergación de si-misma en favor de otros, estrechamente ligada a la valoración de la maternidad que perpetua la imagen de la *mamacita*.

Flujo de imágenes, mujer joven y medio urbano

La sobreoferta de servicios y bienes relacionados con el placer corporal estimula a la población joven de medios urbanos, a menudo carente de una sólida formación personal, a iniciar precozmente su vida sexual. La exaltación ilimitada del hedonismo bajo el marco sociológico de una relación del sujeto con su cuerpo interferida por una tradición cultural influenciada por la ideología católica, el caso de la gran mayoría de jóvenes, orienta su acción a poner en permanente riesgo su corporalidad. De lo que es indicador, el alto número de embarazos indeseados, muertes por aborto, accidentes de tránsito y homicidios. Elevado número de embarazos no deseados entre adolescentes y alta tasa de muertes generadas por la interrupción del embarazo llevó recientemente a la Defensoría del Pueblo a considerar esta situación en el rango de problema de salud pública, lo cual revela que a la hegemonía de la representación de madre-muñeca-mamacita para el cuerpo femenino, se articula un núcleo problemático.

La relación instrumental de los jóvenes con su cuerpo configura tendencias de la acción social al servicio del comercio de bienes y servicios corporales, que al enajenar la autonomía personal rinde al sujeto esclavo del consumo e incapaz de reflexionar sobre si mismo o si misma.

En la tradicional cultura de géneros en Colombia, se exalta la imagen de la madre que, como ya se dijo, orienta la conducta de la mujer en la ética de “postergación de sus propios

intereses y proyectos soberanos y su compromiso con la realización personal de los suyos". La valoración de la madre abnegada, dispuesta a todo por "sacar adelante su familia" ha limitado las capacidades de la mujer para relacionarse adecuadamente con sí misma y con otros, sin enajenar su singularidad en otro. Cuestión que advierte de la necesidad de interrogar el modo cómo las mujeres configuran su subjetividad por la vía de sentir y vivir su propia corporalidad.

Ante los actuales cambios mundiales en la cultura de géneros y teniendo en cuenta que la auto-vigilancia del sujeto sobre su propio cuerpo, se ha convertido en la sociedad moderna y urbana en un indicador de racionalidad, auto-control, salud, bienestar y coherencia del sujeto consigo mismo y con la sociedad, la vigencia de la imagen tradicional de madre entra a chocar con la exigencia social de poseer una figura bella desencadenándose así una tensión que agobia el destino de las mujeres de sectores populares particularmente. El cierre del horizonte de oportunidades se atora en el núcleo ser bella a todo precio pues de *mamacita*, la chica suele deslizarse con rapidez y sin conciencia al pesado terreno de la maternidad cerrándose, aun más para ella, las oportunidades de educación y capacitación personal y profesional.

Se trata entonces de considerar el alcance de esta doble exigencia en términos de su incidencia en la configuración de una decisión autónoma de la mujer frente a la tradicional cultura de géneros. Es necesario comprender el significado del flujo de imágenes eróticas y empoderamiento corporal, interrogando el desplazamiento semántico de la madre a la *mamacita* en términos de la perpetuación del deseo masculino inscrito en el cuerpo femenino, que sigue subordinando el sentido del auto-estima de la mujer a la exclusiva medida de ser deseada por el hombre reduciendo así el todo de su vida a la parte.

Las feministas debemos reflexionar sobre estas cuestiones para ofrecer a las mujeres jóvenes otros referentes de configuración de su identidad sexuada, que les permita escapar al malestar provocado por la tensión entre dos imágenes de mujer que opuestas en términos de corporalidad, desgarran el destino de la joven entre el cuerpo materno venerado por el sentido común, en tanto vientre colmado; y el de la *mamacita*, como el contrario de esa imagen. En el marco de una sociedad que no ha disociado el ser de la mujer de su función materna. Disyuntiva profundizada por la publicidad consumista que mantiene el significante *mamacita*, repetido por la juventud urbana.

Pues bien, puede pensarse que la cadena de significantes culturales madre-muñeca-*mamacita* se corresponden entre sí al estar atados a un mismo sentido: el de la "pequeña madre" derivada de la ley del padre y que termina cosificando la existencia femenina en los roles de esposa y madre de los hijos de El.²⁶

26 En el nombre del padre se ha ordenado a tal punto la sociedad colombiana que muchas esposas jamás llaman a sus propios maridos por los nombres sino por el pronombre El, configurándose así la idea de que El las mantiene a manera de contraprestación de sus servicios de alimentación, favores sexuales y cuidado de los hijos del padre que los reconoce dándoles el apellido.

Se hace necesario matizar esta exigencia cultural de belleza en términos de estratos económicos, pues las viudas y abandonadas son sobrecargadas de responsabilidades para con otros y obligadas a asumir los roles tradicionales de los hombres. De ahí la sobrecarga de la existencia del destino de la mujer con las acciones de guerra que además de marginarlas prácticamente de los flujos de imágenes del cuerpo-signo erótico agudizan su malestar social.

A manera de conclusión: la frágil e inestable condición de la mujer

El enorme valor conferido a la función de la maternidad en la actual cultura colombiana ha tenido como consecuencia la devaluación de otras cualidades de las mujeres, reveladas en la inexistencia de políticas favorables a la potenciación de sus capacidades para el conocimiento abstracto y la acción autónoma en la vida pública -por fuera de la maternidad-. Lo que ha contribuido a desconocer la condición específica de la mujer colombiana. Por ello, la búsqueda del acceso de las mujeres a la vida pública fue con frecuencia vista como una amenaza venida del extranjero para atacar la verdadera naturaleza de la mujer colombiana "humilde compañera, dónde el hombre encuentra refugio a sus tristezas".

Resulta desconcertante el desconocimiento de la actividad política de las mujeres en los procesos de obtención del sufragio y de las estrategias que han debido desarrollar para alcanzar altos niveles de escolaridad. Igualmente se ignoran los vejámenes y padecimientos de las primeras constituyentes en el año de 1954, Josefina Valencia y Esmeralda Arboleda, de las magistradas del Consejo de Estado, Corte Suprema y otros organismos del Estado y en fin el padecimiento de la mujer en su camino hacia el logro de su autonomía.

Lo que es mas grave, en una sociedad signada por la violencia intra y extra familiar y regulada por el juego de géneros entre un hombre arrogante y una mujer sometida, donde las imágenes de madre resignada y padre autoritario son expresión cotidiana.

Es así como la condición social del ser femenino demanda ser estudiado en sus supuestos socio-culturales para comprender cómo las diferencias económicas, de capital simbólico y de habitus corporal, propias de la sociedad urbana articulan interpretaciones del ser mujer que orientan la acción y la relación de las mujeres con su cuerpo. Cuestión sociológica de cuyo conocimiento pueden desprenderse formas de resistencia al desplazamiento del ciudadano o ciudadana en consumidor o consumidora que está operando la globalización y mundialización del consumo y del cual, el deslizamiento de la imagen de madre a *mamacita* es una expresión patética que debe ser re-significada.

El contenido de la práctica política desde lo cotidiano puede ayudar a consolidar procesos sociales, a producir sociedad y a configurar cultura, sin apelar al derramamiento de sangre; para lo que una posición crítica de la mujer de sí y de las ofertas culturales de la actual sociedad parece una condición inaplazable. Es innegable que los y las habitantes de

las ciudades colombianas están bombardeados y bombardeadas por informaciones, estereotipos, imágenes e ideales propuestas por los medios de comunicación, portavoces de referentes del mundo que, incidiendo en una suerte de homogenización de los estilos de vida de hombres y mujeres, terminan por desplazar agencias socializadoras como la familia, la escuela, o el sistema político de las funciones pedagógicas que les competen, lo que advierte de futuros problemas sociales.

Identificar la relación entre un modelo social, comandado por el mercado de la creación de imágenes y el espectáculo de la corporalidad, respecto a la emergencia del cuerpo femenino erotizado que configura la de la *mamacita* puede orientar procesos específicos de resistencia a esa manipulación comercial, y entender la dinámica social en la que estamos sumergidos los agentes para potenciar nuestra capacidad de troquelar la sociedad en una época signada por la simultaneidad de tiempos.

Es importante realizar investigaciones que recojan las palabras y las metáforas femeninas sobre el cuerpo, que al articular un nuevo capital cultural contribuyan a instaurar otro habitus corporal, que permitan a las mujeres participar en la sociedad a partir de la afirmación de sí-mismas, paso necesario en la configuración y consolidación de la propia autonomía y requisito de la vida adulta.

Si bien, es cierto que la potencia de traer vida a la cultura no puede ser ignorada al formular la pregunta por la identidad femenina, tampoco se puede desconocer que los contenidos conferidos a esa potencia pueden convertirse en obstáculo para el acceso de la mujer a los requisitos de la adultez reclamada por la sociedad actual. El aumento de las tasas de maternidad precoz en Colombia demuestra que se está inhibiendo el proceso de maduración del sujeto social femenino, sacrificando la subjetividad de la mujer en el altar de ser prematuramente para-otro (madre), antes de saberse sí-misma y perpetuando su estado infantil, que al estar probablemente nutriendo también la imagen de la *mamacita*, escamotea el hecho de que la potencia de traer vida al mundo es una condición de la mujer que afecta a toda la sociedad.

Bibliografía

- *BADINTER, Elisabeth. X, Y. La identidad masculina. Editorial Norma, Bogotá, 1998.*
- *BUILES, Miguel Angel (s.f.e) Cartas Pastorales. Medellín, Editorial Bedouth.*
- *GALVIS, Silvia. Vida Mía. Editorial Planeta, Bogotá, 1993.*
- *“La puesta en escena de la corporalidad femenina y masculina en la escuela urbana: Linda como una muñeca y fuerte como un campeón”. Revista de Estudios de Género La Ventana, Universidad de Guadalajara, México, 2001*
- *“La puesta en escena del género en el juego de fútbol. Hermenéutica de la masculinidad y de la feminidad en Colombia (1999-2001)”. Investigación, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Antioquia.*
- *NIETZCHE, Federico (Sfe.) Así hablaba Zaratustra. Editorial Bedout, Medellín.*
- *NORBERT & DUNNING. Deporte y ocio en el proceso de la civilización. Fondo de Cultura Económica, México. 1992.*
- *STEVENS, Marianisme. The other face of machisme, in Pescatello, Ann (Ed.). Female and male in Latin América. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press. 1973.*
- *VELEZ, López, Beatriz. “El juego infantil de una madre abnegada y un hombre aventurero ¿una interpretación de la antioqueñidad?” Revista Nova & Vetera, número 43, mayo del 2001.*
- *_____. “Si el cliente es rey ¿Qué le queda al ciudadano? Fútbol y consumo en Colombia”. Ponencia, Congreso de la Sociedad Suiza de Sociología. Ginebra, septiembre de 2001.*
- *VIGARELLO (2000. Passion Sport. París: L'Autrement. Traducción de la autora.*

Nota: Se han tenido en cuenta anotaciones de diversos estudios en varios semestres del curso “Sociología del Cuerpo y de la Ciudad” que orienta la autora en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Antioquia.