
EL CUERPO SOCIAL O EL SÍNTOMA CONTEMPORÁNEO*

NELSON CORTÉS CASTAÑO*.

RESUMEN: NELSON CORTÉS CASTAÑO; El cuerpo social o el síntoma contemporáneo; Rev Fac Odont Univ Ant; 2001; 12(2):29-32.

En la contemporaneidad hay un culto desmedido por un cuerpo joven y bello y, además, por no envejecer. Es un síntoma de la cultura que ha acrecentado el malestar de los seres humanos que se sienten atrapados por el imperativo del mercado que los obliga a consumir sus productos. Se está frente a un síntoma social que emerge en la medida en que el sujeto se somete a lo dispuesto por el amo contemporáneo, por el mercado, que homogeniza y que excluye la particularidad, aquello propio que hace desear al sujeto. El hombre moderno está obligado, entonces, a reflejar el estilo de vida de una sociedad en la que los significantes predominantes son la juventud y la longevidad, dos significantes presentes en lo que se ha dado por llamar una "estética corporal": un cuerpo joven y atlético, un rostro bonito y unos dientes relucientes. Como puede apreciarse, hay una nueva y amplia oferta de servicios odontológicos -en un pasado limitada casi exclusivamente a la extracción de la pieza dental adolorida-, que incluía desde el reemplazo de los dientes perdidos hasta la remodelación cosmética de los mismos; servicios a los que recurre el enfermo, motivado, muchas veces, por los conflictos emocionales que ha puesto en su boca.

Palabras claves: Cuerpo, síntoma, belleza, cosmética.

ABSTRACT: NELSON CORTÉS CASTAÑO; The social body or the contemporary symptom; Rev Fac Odont Univ Ant; 2001; 12(2):29-32.

There is an endless cult in the contemporary world for a young and beautiful human body, furthermore, to also avoid getting old. It is a cultural symptom that has increased the indisposition of humans that feel trapped by marketing and forced to consume its products. We are facing a social symptom that arises in the measure in which the Individual is subjected to this contemporary master, to a marketing that homogenizes and excludes the singular, that excludes his/her own particularity which makes the subject desirable. Modern man is then obligated to reflect the life style of a society in which the important predominance are youth and longevity, two conditions present in the so called "body aesthetics", a young and athletic body, a beautiful face and bright teeth. As we can appreciate, there is a new and large offer of dental services- limited in the past to an almost exclusively extraction of a damaged tooth-, now a days it includes from the replacement of lost teeth to their cosmetic remodeling; services that are sought by the patient, motivated many times by the emotional conflicts that he/she has placed in their mouth.

Key words: Body, symptom, beauty, cosmetic.

INTRODUCCIÓN

El culto contemporáneo por el cuerpo humano, por un cuerpo joven y bello y, además, por no envejecer, es un síntoma de la cultura que ha acrecentado el malestar de los seres humanos que se sienten atrapados por el imperativo del mercado que los obliga a consumir sus productos. Se está frente a un síntoma social que se puede interpretar como un "mensaje enviado por un Otro desconocido"¹; síntoma que tiene una significación, es decir, que se ubica en el registro de lo simbólico.

En la contemporaneidad -como resultado de los avances de la civilización y de la aparición de múltiples objetos, aparentemente indispensables para una vida grata-, es el mercado el que dice "a

quién hay que parecerse para estar al día, para estar en forma, para parecer joven el mayor tiempo posible..."² El síntoma emerge en la medida en que el sujeto se debe comportar con arreglo a lo dispuesto por el amo contemporáneo, por el mercado, por la voz que prescribe un comportamiento uniforme, que lleva por la vía de la homogeneidad, que excluye la particularidad, aquello propio que hace desear al sujeto. Toda esta presión que el mercado ejerce sobre el sujeto, todos esos objetos que impone como bienes de consumo y con los que logra absorber su deseo, dan forma al síntoma.

Aproximadamente en la década de los ochenta, surge un movimiento que se inserta, curiosamente, en el orden social y promueve -contrario a aquel de los años cincuenta, conocido como movimiento

• Texto leído durante el evento "Cuerpo, Imagen y Salud" programado por el Departamento de Promoción y Prevención en Salud de la Dirección de Bienestar Universitario, Universidad de Antioquia. Medellín, junio de 2001.

* Odontólogo, Especialista en Ortodoncia, MSc., Profesor Titular, Facultad de Odontología, Universidad de Antioquia.

“hippie”-, un culto al cuerpo, a la vida disciplinada, al deporte, a la fortaleza muscular y a la salud”.³

Se revive la figura del hombre atlético de la antigua Grecia que se exhibía como el prototipo de la salud y de la belleza. El prototipo del hombre bello y perfecto está articulado a una sociedad de consumo que vende, irresponsablemente diríamos, una imagen única de él en la que no tiene posibilidad la variabilidad humana; venta de imagen que ha llegado hasta la llamada, medicina deportiva que no solamente propone un ideal para el cuerpo humano, sino que lo impone.

Estamos en presencia, entonces, de un prototipo de hombre espartano, caracterizado por un cuerpo sin defectos, sin imperfecciones; por un cuerpo atlético y saludable, promovido por los medios de comunicación y, como era de esperarse, también explotado comercialmente por la sociedad capitalista mediante el deporte y el fisicoculturismo. Cualquier individuo que no cumpla con lo establecido para la imagen, no será bello, no será sano, y lo que es peor, no será normal, considerando anormal todo aquello que se aparta de lo establecido por los cánones sociales.

Sin embargo, no es el deporte ni el fisicoculturismo, como actividades atléticas que en verdad fortalecen el cuerpo, los agentes encargados de reducirlo a la condición de objeto, ni de someterlo a ideologías que lo manipulan y lo explotan. Son las agencias de publicidad, los medios encargados de forjar una “imagen mítica del hombre provisto de un cuerpo armonioso, sano y bello”⁴; son ellas las que someten el cuerpo a los imperativos sociales que lo mitifican y hacen de quien porta dicho emblema un sujeto presuntamente libre, cuya “experiencia corporal, que él cree como cosa propia y ciudadela inexpugnable, está invadida y modelada desde el principio por la sociedad en que vive”⁵.

Los medios publicitarios se han dado a la tarea de promover al hombre nuevo y, también, a los nuevos objetos de consumo que deben acompañarlo, aquellos que satisfacen sus necesidades más apremiantes y que, supuestamente, colman su insondable *incompletud*. Estamos, entonces, frente a un cuerpo sacralizado, producto de una sociedad en la que “el culto al cuerpo ya no está en contradicción con el alma; simplemente le sucede heredando en esta forma su función ideológica”⁶.

Surge, pues, todo un arsenal de recursos tecnológicos al servicio del cuerpo anatómico, promocionados

por una publicidad cínica que ha estereotipado el cuerpo hasta el punto de mostrarlo como espectáculo y ofrecerlo para el consumo erótico. Es una publicidad que arrastra a procedimientos y técnicas para el embellecimiento, algunas de ellas aparentemente científicas, que esencialmente pretenden disciplinar, normar y subordinar el cuerpo en función de discursos culturales imperantes, sin tener en cuenta que cuando se somete el cuerpo a procedimientos que lo reconstruyen, lo que está en juego va más allá de la apariencia física, de la belleza, porque aquél tiene arraigo en experiencias previas que han marcado su corporeidad. Los procedimientos y técnicas se venden fácilmente como bienes de consumo porque crean la ilusión de combatir la vejez y la muerte.

El hombre moderno está obligado, al parecer, a reflejar un estilo de vida de una sociedad en la que los significantes predominantes son la juventud y la longevidad, significantes presentes en lo que se ha dado por llamar una “estética corporal” y que se resume en un cuerpo joven y atlético, en un rostro fulgurante de belleza y en la brillantez de unos dientes.

En la contemporaneidad el dolor dental ya no es la única razón que lleva a los enfermos a consultar al odontólogo; hoy han surgido otros intereses sobre el cuerpo que lo encadenan cada vez más con los objetos que ofrecen los “profesionales de la estética” y que son el producto del desarrollo tecnológico, objetos cosméticos que lo seducen y que se convierten, finalmente, en bienes de consumo. El avance de la ciencia y de la técnica al presentar a los seres humanos, como indispensables, toda una gama de bienes tentadores, que se pueden consumir o incorporar, crea en ellos una falsa ilusión de *completud* que no hace otra cosa que romper con la ilusión del deseo.

Como puede apreciarse, hay en la época moderna una nueva y amplia oferta de servicios odontológicos -en el pasado, limitada tan solo a la extracción de la pieza dental adolorida-, que incluye desde el reemplazo de los dientes perdidos hasta la remodelación cosmética de los mismos; servicios a los que recurre el enfermo motivado, muchas veces, por los conflictos que ha puesto en su boca. Lo anterior quiere decir, que en los seres humanos, además del dolor, de la lesión y de la disfunción de los órganos, se generan dolencias que dan cuenta de la subjetividad; en otras palabras, enferman sus organismos y también sufren sus cuerpos.

Poseer un cuerpo anatómicamente bello, un cuerpo para lucir, es equiparable a poseer una obra de arte bella; en ambos casos, equivale a tener algo que posee un valor en sí mismo. Es por ello que la belleza en el rostro se ha convertido en un emblema o signo del entorno social -algo que da estatus- con lo que los sujetos quieren investirse porque creen que ese estado hace de ellos objetos de contemplación y de atracción. El engaño está en que el sujeto no busca la belleza per-se, sino que con ella pretende aliviar la angustia que le produce el no tener ese valor de identificación cultural.

Como se ha visto, la profesión odontológica no ha estado ajena a este tipo de demandas, merced a la presión que ejercen sobre ella tanto la sociedad como el complejo odontológico industrial y que la han llevado a "producir belleza". Ya en la profesión no prima, como antes, el objetivo de la salud; ahora lo atractivo, lo que se vende es la belleza y ésta ha sido convertida en objeto de consumo. En otras palabras, el enfermo ya no se conforma con las intervenciones terapéuticas que le alivian el dolor y le devuelven la función de los órganos afectados, sino que también exige respuestas a algo relacionado con su cuerpo imaginado. El embellecimiento de su cuerpo no es, sin embargo, el resultado del avance de las técnicas cosméticas que operan sobre él; es el resultado de un simbolismo que lo hace más rico en significaciones, consecuencia de las palabras que rescatan su valor erótico y le dan posibilidad a lo bello.

Es común encontrar que mucha de la literatura odontológica promociona los avances biotecnológicos como una forma de preservar, restaurar, inclusive, mejorar las condiciones de la dentadura natural, con la justificación de que con ellos sí se logrará el bienestar físico, funcional, estético y, hasta el psíquico requerido por los pacientes. No es de extrañar, entonces, que algunos pacientes hagan exigencias desmedidas que dan cuenta del vacío que los abruma: exigir que "el diente artificial debería ser más bello, mejor, más cómodo, duradero y con más garantías que el diente natural"⁷, es pensar que desde afuera, con un procedimiento técnico, se puede llenar lo que desde adentro se siente como falta, como vacío.

Cuando el odontólogo accede al pedido imaginario de su paciente y se ubica, ingenuamente, en el lugar de quien todo lo sabe y todo lo puede, -aunque sólo le ofrezca respuestas desde lo tecnológico-, acre-

cienta en éste su malestar, dado que serían muy pocas -si acaso alguna- las cosas que podrían apaciguar sus aspiraciones y llenar su falta. Es de esperar que el odontólogo no pueda colmar, con un procedimiento sobre lo orgánico del cuerpo, una demanda que surge a partir de los conflictos que el paciente representa en la boca. No obstante lo anterior, el odontólogo, generalmente, hace causa con el pedido concreto del paciente realizando procedimientos técnicos que, en el mejor de los casos, no son más que un buen camuflaje, producto de sofisticados métodos de maquillaje que dejan por fuera aquello que el paciente no tuvo la oportunidad de simbolizar.

Muy pronto, sin embargo, el paciente, que no ha podido resolver lo fundamental de su demanda, ante la frustración optará por una de estas vías, que son comunes: Por una de ellas, descalificará al profesional que, en su concepto, respondió mal a su pedido y, muy probablemente, llevará a otro la misma queja que sigue representando en la boca; por la otra vía, buscará otras partes de su organismo, en su sentir también defectuosas, donde pondrá nuevamente su síntoma, para que sean maquilladas por el mismo o por otros profesionales, llámense cirujanos, ortopedistas o cosmetólogos.

El odontólogo debe comprender, entonces, que a su consultorio no llegan únicamente bocas llenas de necesidades; que el paciente encuentra generalmente, en su organismo, una razón objetivable para visitarlo, una queja, pero que la boca, como lugar de la representación, significa para él algo más que signos de lesión o disfunción, porque ella, como los demás órganos, está investida pulsionalmente y por tanto, es mucho más que materialidad. En otras palabras, que quienes lo visitan son sujetos en quienes sus bocas, además de hacer parte de su organismo, son cuerpo. También debe comprender el odontólogo que es a partir del síntoma como el enfermo logra expresar el malestar de su cuerpo y éste, representado en la boca, el que habla. Finalmente, que en el pedido que el paciente hace a su odontólogo, además de la respuesta terapéutica a su indisposición orgánica, está presente una demanda de reconocimiento a su condición particular como sujeto.

Una ciencia aplicada como la Odontología requiere, sin duda alguna, de conocimientos científicos que le permitan fundamentar y superar el saber-hacer técnico. Sin embargo, si la ciencia sólo aporta al

conocimiento de las características objetivas del hombre -saber-hacer donde no tiene cabida la dimensión simbólica, la palabra, ni el vínculo intersubjetivo odontólogo-enfermo-, le alejará cada vez más la posibilidad de conocer de la vida misma y se perderá la oportunidad de saber acerca de lo fundamental de la existencia humana. Una práctica clínica, un saber-hacer sobre lo real del organismo sin que medie la dimensión simbólica que posibilita el lenguaje, es una práctica estéril que corre el riesgo de convertirse en una práctica perversa, aquella que se mueve tan sólo en los terrenos de la racionalidad instrumental.

El espejismo de belleza y perfección del cuerpo humano que la sociedad contemporánea ha convertido en un imperativo absoluto -no obstante lo incierto, precario y efímero de lo que se obtiene, sumado a la promesa de la ciencia relacionada con la prolongación de la vida más allá de los límites biológicos conocidos, el deseo de eternidad-, ha creado en los individuos una imagen cercana a los ideales del yo corporal, que no les permite asumir su cuerpo como perecedero y han acrecentado su miedo a enfermar y a envejecer. Con Freud podríamos decir que es el nuevo "Malestar en la cultura".⁸

Una sociedad así, crea grandes insatisfacciones entre sus miembros porque al tiempo que les niega su condición de particularidad corporal -que no encaja en el modelo propuesto- y por ende los despoja de la subjetividad, crea en ellos una línea divisoria entre el hombre sano y el hombre enfermo; "es una sociedad que contrapone su ideal de belleza y salud al concepto de enfermedad".⁹

El cuerpo al que se ha hecho referencia anteriormente no pertenece a los individuos porque es "ante todo una producción Social"¹⁰, resultado de un condicionamiento que impone el imaginario de la época con sus normas, códigos, modas y demás formas de vínculo social.

La propuesta es, entonces, escuchar el cuerpo, en vez de instrumentarlo; una invitación a realizar un vuelco epistemológico que posibilitaría el reencontro con el cuerpo perdido que la medicina y la odontología excluyeron de su práctica. Al escuchar al cuerpo que habla se hace un viraje de la objetividad de la mirada médica a la subjetividad de la escucha analítica, se introduce la subjetividad; se inaugura un método que permite fundar un cuerpo; un cuerpo investido libidinalmente porque es una gran zona erógena; un cuerpo que al estar marcado por la pulsión es el lugar del goce; un cuerpo en el que un sujeto se representa y construye su historia. Hacerse cargo del cuerpo significa salirse de los excesos de la objetivación y trascender el orden de la necesidad orgánica; es incluir en la práctica odontológica al sujeto que padece.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Miller Jacques-Alan; El Síntoma Charlatán; Barcelona; Seuil; 1998; 21.
2. Soler Collette; Diversidad del Síntoma; Buenos Aires; Eol; 1966; 95.
3. Medina Federico; El cuerpo en la Pos-modernidad; Santafé de Bogotá; Signo y Pensamiento; 1996; 102.
4. Bernard Michel; Op. Cit.; 20.
5. Ibíd. P. 21.
6. Baudrillard Jean; La Sociedad de Consumo; Barcelona; Plaza y Janes; 1974; 142.
7. Fisch M.; El Enfermo Psicossomático; Barcelona; Herder; 1975; 223.
8. Freud Sigmund; Obras Completas; Volumen XXI; Buenos Aires; Amorrortu; 1979; 57.
9. Medina Federico; Op. Cit.; P. 107.
10. Imbert Gerard; El Cuerpo Como Producción Social; Barcelona; El Viejo Topo; 1981; Volumen IV(9):12.