

LA RELIGIÓN DEL CUERPO-MERCANCÍA: ¿UN NUEVO OPIO DEL PUEBLO?

FABIEN OLLIER

PROF. ÉDUCATION PHYSIQUE ET SPORTIVE

DIRECTEUR DE PUBLICATION DE LA REVUE QUEL SPORT?

Recepción: octubre 2017; aceptación: noviembre 2017

RESUMEN

LA EXPLOTACIÓN MERCANTIL O MÁS PRECISAMENTE LA *GESTIÓN CAPITALISTA TOTAL* DEL CUERPO HUMANO ERIGE A ESTE COMO UNA DIVINIDAD UNIVERSAL. LA CONSECUENCIA DIRECTA DE ESTE *CAPITALISMO CORPORAL GENERALIZADO* ES LA DESPOLITIZACIÓN MASIVA DEL CUERPO Y, MUCHAS VECES, DE LA REFLEXIÓN QUE SE LE DEDICA. EN ESTE ARTÍCULO, SE BUSCA INDAGAR SOBRE LAS ACTUALES PRÁCTICAS DE MODIFICACIONES CORPORALES EN EL MARCO DE LOS CAMBIOS EN LOS RÉGIMENES DE GOBERNABILIDAD NEOLIBERAL EN ESTAS ÚLTIMAS DÉCADAS. ESTA REFLEXIÓN ES GUIADA POR LA REVISIÓN DE TEXTOS CENTRALES DE LA TEORÍA CRÍTICA.

PALABRAS CLAVE:

CUERPO, DEPORTE, EXPLOTACIÓN, MODIFICACIÓN CORPORAL

INTRODUCCIÓN

A lo largo del siglo xx, el *control del cuerpo* por parte de la economía capitalista ha ido perfeccionándose no solo bajo las diversas formas de extorsión del plusvalor corporal en el proceso de abstracción del trabajo asalariado¹, sino también por la multiplicación de «cuidados» corporales destinados a reconstituir su vigor como productor-consumidor mediante la proliferación de toda una red mercantil-libidinal que erotiza los objetos de consumo en torno al cuerpo y absorbe la sexualidad en el ciclo mercantil (deporte, relajación, masaje, medicinas alternativas, *coaching* moti-

vacional, centros de belleza, de adelgazamiento, de musculación, etc.). E, igualmente, un *control del cuerpo* como resultado de lo que Guy Debord (1990) llamó «espectacular integrado», donde se explota al máximo la conversión del cuerpo en imagen.

Todas las esferas del cuerpo, explica con lucidez Jean-Marie Brohm (1975: 33-34) «están integradas en un sistema de fetichismo mercantil donde el cuerpo viene a ser adorado, contemplado de manera narcisista. En este sentido, el cuerpo en la sociedad capitalista es una inmensa proyección fetichista en el espejo de la producción mercantil». Atrapado en el engranaje de las instituciones y aparatos del

¹ Sobre la metamorfosis del trabajo vivo en trabajo muerto, véase Karl Marx (1849): *Trabajo asalariado y capital*. Disponible en línea: <<https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/49-trab2.htm>>.

capitalismo, el cuerpo es explotado, cuantificado, vendido, comprado pedazo a pedazo y, finalmente, sufre una desvitalización progresiva. Si el proceso de la vida «no es más que un medio de producir dinero (...) entonces la tendencia que mueve la historia bascula hacia su contrario, bascula hacia la muerte» (Henry, 2008: 142 y 150).

EL CARÁCTER FETICHE DEL CUERPO

Se podría pensar, escribe Jean Ziegler, que en una sociedad mercantilizada, «al menos el cuerpo, último bastión de la individualidad concreta del ser humano, con sus circuitos misteriosos, sus órganos escondidos, su vida secreta, se libraría de ser canibalizado por el mercado. Es un error (...) Mercancía suprema, el cuerpo humano, vivo o muerto, está ya integrado en el circuito sin sentido de las cosas producidas, consumidas, reproducidas y reconsumidas» (Ziegler, 2008: 33). Siguiendo una lógica de círculo vicioso, los circuitos de acumulación, de oferta y demanda de cuerpos-baratija, se renuevan mediante la actual virtualización-mercantilización devoradora (vía Facebook, Google, Apple, Microsoft, etc.) que mutila, objetiviza y cosifica el cuerpo sin cesar. La producción de «cuerpos» para alquilar, ceder, poseer, cuantificar para necesidad y disfrute de la acumulación capitalista se está desplazando de la periferia al centro de la economía, donde se produce, como indicaba Marx, un ser humano en conformidad con la mercancía, «como un ser *des-humanizado* tanto física como *espiritualmente*». De lo que se deriva, lógicamente, que «ninguno de sus sentidos continúa existiendo, no ya en su forma humana, sino ni siquiera en forma *inhumana*, ni siquiera en forma animal» (Marx, 1848). Y cuanto menos sentido existe del propio cuerpo, subjetivo, emotivo y afectivo, más se agudiza la necesidad del cuerpo de apropiarse o reapropiarse a cualquier precio: ¡descubre, moldea, cuida, conoce tu cuerpo! martillean incansablemente los lemas de la publicidad que pretende sacar el máximo provecho de este filón actual de malestar corporal.

En compensación a esta deshumanización que se le impone, el cuerpo nunca ha sido, paradójicamente, tan venerado como hoy. Podría decirse, incluso, que se vive una obsesión en torno al cuerpo. La propaganda publicitaria se encarga de manipular sus insuficiencias, convirtiéndolas en fuente de profunda angustia existencial, mediante innumerables e inquietantes prácticas de consumo y de «consunción» que buscan aliviarlas. La publicidad invita constantemente a una fusión casi total de objetos y cuerpos. En el escaparate de lo social, dichos cuerpos parecen encontrar la plenitud, paradójicamente, alienándose con lo que les es más extraño, alienándose con la extrañeza corporal que vende la publicidad. «Cuerpos y objetos, analiza lúcidamente Jean Baudrillard, constituyen una red de signos homogéneos que pueden (...) intercambiar sus significados (ese es precisamente su “valor de cambio”) y “valorarizarse” recíprocamente. Esta homología del cuerpo y los objetos señala los mecanismos profundos del consumo impuesto» (Baudrillard, 2009). O, como explica el filósofo Norman O. Brown, este proceso de sublimación represiva del cuerpo que consiste en proyectarlo en cosas muertas no deja de tener consecuencias graves: «Cuanto más pasa la vida del cuerpo en las cosas, menos vida hay en el cuerpo y, al mismo tiempo, la creciente acumulación de cosas representa una enunciación cada vez más completa de la vida perdida del cuerpo». De hecho, la afirmación del cuerpo a través de objetos mercantiles, y su glorificación como símbolo de todas las cosas intercambiadas, es una manera perversa de negarlo. Lo muerto se apodera de lo vivo y, finalmente, la ineluctable estandarización de la mercadotecnia del cuerpo-mercancía «concuera con el pensamiento por estereotipos, es decir con la “estereopatía” de aquellos cuerpos que son susceptibles de adherirse a esta propaganda» (Adorno, 2000). ¿Resulta imposible cambiar el mundo?, ¿resulta imposible cambiar las relaciones de producción y los sistemas de poder?... cambia entonces tu cuerpo (o intercámbialo en porciones), ¡el mercado de valores del cuerpo va al alza!

LA LIBERACIÓN REPRESIVA DEL CUERPO

De esta manera, al convertirse en *magnetizador de las mercancías*, el cuerpo desublimado² se convierte también en cuerpo neoliberal, en un engranaje perfectamente adaptado a la realidad económica competitiva y a los mecanismos de alienación del «gobierno de sí» que le concierne: «El nuevo sujeto es el hombre competitivo y productivo. El empresario de sí mismo, ser hecho para “triunfar”, para “ganar”. (...) Los deportistas son perfectas encarnaciones del emprendedor, que no dudan un instante en venderse al mejor postor sin consideraciones de lealtad y fidelidad» (Dardot y Laval, 2013: 359). El empresario de sí es, por lo tanto, el nuevo ethos del sujeto neoliberal, del neosujeto cuyo cuerpo se gestiona como un capital competitivo. La ascesis del rendimiento corporal y sus diversas técnicas, sobre todo los deportes y la preparación militar, se convierten en motivaciones individuales para un proceso general donde correr con rapidez, caminar con eficacia, pedalear sin parar, sudar sangre y agua, relajarse, masajearse, cuidar los propios músculos para optimizar su forma y fuerza, todo ello se integra en un dispositivo de rendimiento/disfrute que produce plusvalor y sostiene una promesa corporal que no es sino vigilancia en el espacio público y privado (trazabilidad de los movimientos en las redes sociales, evaluación constante de las acciones, mecanismos de autocontrol relacionados con imposiciones informativas y publicitarias, etc.). Como explica Marcuse (2010) «Los productos (del cuerpo) adoctrinan y condicionan; crean una ideología que impide detectar la falsedad. (...) Es así como cobra forma, el pensamiento y las conductas unidimensionales». El cuerpo se ha convertido en un producto de intercambio y consumo insustancial, así como en un «aparato» central para el desarrollo económico de uno mismo dentro del mercado competitivo caníbal. A lo largo de la última década, no se ha tratado solo de «liberar» el cuerpo para desatar el

impulso consumista y relanzar el sacrosanto crecimiento económico, sino que ahora es importante remodelar, artificializar, digitalizar, cuantificar el cuerpo, desposeerlo de cualquier cualidad ontológica con el fin de poder venderlo en forma de kit y transmutarlo de acuerdo con las modas financieras más rentables, amoldarlo a los delirios competitivos y a la voluntad de los inversores. Una bioeconomía que se define como una nueva fase de globalización capitalista valoriza los fragmentos del cuerpo (genes, células madre, órganos, tejidos, etc.) para rebajar a sus «productores» y «mejorar» a los consumidores (Lafontaine, 2014).

REMDELAR EL CUERPO: UNA DISTRACCIÓN POLÍTICA

Entre las muchas estrategias de huida, escape o distracción implantadas para olvidar la cruel realidad de la explotación capitalista, de la destrucción medioambiental, del resurgimiento del nacionalismo y el terrorismo islámico, del crecimiento de la desigualdad entre una minoría de ricos y una mayoría empobrecida, hay una que gusta particularmente al orden establecido: el ensimismamiento maniaco en el propio cuerpo, nuevo paraíso artificial o paraíso de artificios. Alentados por un flujo ininterrumpido de imágenes que magnifican el cuerpo polifacético y plástico, los habitantes de la aldea global, especialmente los jóvenes, se ven obligados a modificar sus propios cuerpos como si fueran el último espacio posible para crear libremente. Mientras que las relaciones sociales están determinadas por el principio del intercambio comercial, que ahonda el abismo entre el trabajador y el capitalista y elimina al individuo vivo de la producción, el cuerpo «customizado», el cuerpo cultivado como si fuese materia prima al alcance de uno (su pedazo de tierra, su prado, su campo) se erige en tótem sin tabúes. Esta privatización liberal-libertaria del cuerpo sirve para disfrazar que este tipo de relación con

² Sobre el concepto de desublimación represiva como «rendición de un cuerpo sumiso a la represión, un instrumento de trabajo y de entretenimiento en una sociedad que lo organiza contra su propia liberación», véase Herbert Marcuse (2010).

el cuerpo o este «culto al cuerpo» en realidad está sobredeterminado por los objetivos sociopolíticos del sistema de explotación de clase. La negación del cuerpo, que se observa tras todas las prácticas más o menos «duras» a las que se le somete en el mercado de lo corporal, radica en el hecho de que el cuerpo sigue siendo una *relación política* en la actualidad. Está en el centro de una *biopolítica del poder* que consiste en «moldear a los individuos de manera que hagan lo que deben sin necesidad de dominación y poder explícitos (...) Ello crea en el sujeto la sensación de mayor libertad y espontaneidad mientras que a la vez se produce la mayor heteronomía posible» (Castoriadis, 2008). Es fácil ver que todas las «modificaciones corporales» que están en boga en la actualidad son una forma de ideologización del cuerpo que la clase dominante está destilando a las masas de consumidores para calmar los conflictos y comprar la paz social y apaciguar las tensiones que podrían cuestionarlo. «Cuida tu cuerpo, ¡no te preocupes por cambiar el mundo o luchar por repartir el poder! Tal es el discurso general del *entertainment* político y de los *lobbies* de la industria del “ocio” que no dejan de promover el cuerpo como *hobbie*» (*Quel Sport?*, 2014).

El mandato de los mercados y de las políticas a sus órdenes es, por lo tanto, simple: nada puede revolucionar (ni incluso pensar en hacerlo...) el orden injusto del mundo, si todo el mundo está revolucionando constantemente su cuerpo. Este lema subliminal muy presente en la publicidad, las películas, las estrellas de la televisión y toda una industria cultural «corporalita» ha de ser entendido en el sentido siguiente: nadie debe imaginar la posibilidad de una revolución contra el cuerpo del capital (con enfrentamientos potencialmente violentos), todos deben cambiar sus cuerpos para dejar que el mundo siga como está, es decir sujeto a las relaciones de producción y a las tecnoestructuras del régimen capitalista. La focalización egocéntrica

en «su» cuerpo —estilizado, personalizado, diseñado permanentemente— opera como una *distracción política de masas*. La creencia que se ha vuelto casi obligada es que este narcisismo transmitido por Facebook (piénsese en todos los cautivos del ego que exponen constantemente sus datos corporales en su «diario» para que la «comunidad» de chismosos puedan comentarlos, amarlos u odiarlos) sería una ganancia de libertad, incluso una forma de rebelión o anticonformismo. Obviamente, este no es el caso. Mientras el «cuerpo propio» siga supeditando los logros exhibicionistas y *voyeurs* de los cautivos de las redes sociales, no se pensará en transformar las relaciones de dominación y la estructura del poder, base de cualquier igualdad política real³. Mientras se mantengan entretenidos espíandose y dándose *likes*, los mercados de valores podrán seguir «respirando», «extendiéndose» y «contrayéndose» y las organizaciones patronales podrán organizar la «flexibilidad» corporal como una variable de ajuste. Cambiar el propio cuerpo, cultivar el propio cuerpo, se convierte hoy en el equivalente de la jardinería de los pequeños trabajadores del periodo de la posguerra o del bricolaje de las clases medias suburbanas. «De todos los conformismos, el conformismo del no-conformismo es el más hipócrita y el más difundido hoy» (Jankélévitch y Berlowitz, 1987).

La caja de Pandora de las modificaciones corporales y de las hibridaciones del cuerpo con máquinas (cuerpo-*gadgets*, cuerpo-chips, cuerpo-cámara) alcanza a la clase trabajadora que se forjará ella misma «las cadenas de oro con las que le arrastra a remolque la burguesía» (Marx, 1849).

Lo que olvida, niega o ignora toda una masa de adeptos a las «modificaciones corporales» es que lo que modifica más profundamente el cuerpo es el trabajo alienado, el ocio teledirigido (en particular el deporte), las mercancías adulteradas, los aparatos estatales de poder y también el envejecimiento ineludible, las enfermedades a veces incurables,

³ «La democracia supone la igualdad en el reparto del poder y en el proceso de participación en la decisión política» («de ité dans le partage du pouvoir et dans les possibilités de participation au processus de prise de décision politique»), escribió Cornelius Castoriadis (2008). «Por tanto, igualdad significa, hablando con rigor, igualdad efectiva, y no sobre el papel, de posibilidades de participar en las decisiones de poder».

el entorno natural cada vez más contaminado, etc. Por el contrario, las modificaciones a base de tatuajes, perforaciones, trasplantes y prótesis son modas cambiantes para la «valorización» mercantil del cuerpo. Toda esta parafernalia sirve meramente como válvula de escape temporal para continuar apuntalando la «prisión industrial» o la «pesadilla climatizada» (Cornelius Castoriadis), bien protegida en su propia carcasa deshumanizada o en su búnker corporal personalizado (Ollier, 2017).

Vladimir Jankélévitch tenía mucha razón al advertirnos de que «el cuerpo es una mentira o nada en absoluto». El cuerpo es un gran engaño. El chico guapo que es muy atlético puede ser un malvado, un hipócrita. El cuerpo desarrolla una religión un tanto traicionera, peligrosa (Jankélévitch, 1975) y toda religión funciona como una felicidad ilusoria o un opio del pueblo cuya crítica es la primera condición de toda crítica (Marx, 1844).

BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, Th. (2000): *Ensayos sobre la propaganda fascista. Psicoanálisis del antisemitismo*, Barcelona, Ediciones Voces y Culturas.
- BAUDRILLARD, J. (2009): *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, Madrid, Siglo XXI.
- BROHM, J.-M. (1975): *Corps et Politique*, Ed. Jean-Pierre Delarge.
- BROWN, N. O. (2007): *Eros y Tánatos. El sentido psicoanalítico de la historia*, Barcelona, Santa & Cole.
- CASTORIADIS, C. (2008): «El mundo fragmentado, Terramar ediciones, La Plata “Pouvoir, politique, autonomie”», en *Le Monde morcelé. Les carrefours du labyrinthe-3*, Éditions du Seuil, «Points essais», 2000, p. 144.
- DARDOT, P. y Ch. LAVAL (2013): *La Nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*, Barcelona, Gedisa, pp. 434-435.
- DEBORD, G. (1990): *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*, Barcelona, Anagrama.
- HENRY, M. (2008): *Du Communisme au capitalisme. Théorie d'une catastrophe*, L'Âge d'Homme, pp. 142 y 150.
- JANKELEVITCH, V. (1975): «Corps, violence et mort», *Quel corps?*, 3.
- JANKELEVITCH, V. y B. BERLOWITZ (1987): *Quelle part dans l'inachevé*, París, Gallimard, «Folio Essais».
- LAFONTAINE, C. (2014): *Le Corps-marché. La marchandisation de la vie humaine à l'ère de la bioéconomie*, Éditions du Seuil.
- MARCUSE, H. (2010): *Eros y civilización*, Madrid, Ariel.
- MARX, K. (1844): *Introducción para la crítica de la filosofía del derecho de Hegel*. Disponible en línea: <<https://www.marxists.org/espanol/m-e/1844/intro-hegel.htm>>.
- (1844): *Manuscritos económicos y filosóficos de 1844*. Disponible en línea: <<https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/manuscripts/index.htm>>.
- (1849): *Trabajo asalariado y capital*. Disponible en línea: <<https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/49-trab2.htm>>.
- OLLIER, F. (2017): *Idéologies nouvelles du corps. Le corps mystifié*, Alboussière, QS? Éditions, «Horizon critique».
- QUEL SPORT? (2014): *L'Idéologie sportive. Chiens de garde, courtisans et idiots utiles du sport* (en col.), París, L'Echappée.
- ZIEGLER, J. (1976): *Los vivos y la muerte*, México, Siglo XXI.

