

EL DISCURSO CRÍTICO CONTRA LA «TIRANÍA» DEL CULTO AL CUERPO

José Antonio Díaz Rojo

Instituto de Historia de la Ciencia y Documentación López Piñero
(CSIC-Universitat de València)

Ricard Morant Marco

Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación
(Universitat de València)

El culto a la salud y la belleza: un fenómeno social y lingüístico

Desde los años 80 del siglo pasado, la belleza y la salud han dejado de ser un medio para convertirse en un fin en sí mismos. La mayoría de las personas sufren una gran presión mediática y social para conseguir un cuerpo bello, delgado y joven, el tan deseado *cuerpo 10*. Además, estar «sano» ya no es un deseo y una aspiración natural de toda persona, sino una especie de «tiranía» que ha convertido la salud en un deber que, según la industria del bienestar, sólo podemos satisfacer mediante el consumo de determinados productos y servicios comerciales. Se ha impuesto la delgadez (incluso extrema) como canon de belleza, con la consiguiente explosión de dietas milagrosas y la expansión de los alimentos *light*, la extensión de la cirugía estética a clases sociales a las que antes estaba vedada, la apología del ejercicio físico, y el florecimiento de los gimnasios, *spas*, balnearios y centros *wellness*. Durante los últimos años hemos estudiado este fenómeno social, y el resultado de nuestra investigación ha sido un reciente libro titulado *El culto a la salud y la belleza. La retórica del bienestar*.¹ En el libro no sólo analizamos los orígenes, causas y características del problema, sino también la retórica con que se intenta persuadir a la sociedad para atraerla al culto al cuerpo.

¹ Díaz Rojo, J. A.; Morant Marco, R.; Westall Pixton, D. (2006).

Sin el lenguaje, todo este negocio de la salud y la belleza carecería de su mejor aliado. Este vasto fenómeno de culto a la salud y la belleza se manifiesta en la publicidad y etiquetado alimentario, la propaganda del bienestar de *spas* y balnearios, el lenguaje de algunas de las llamadas «terapias alternativas», los mensajes de las dietas de adelgazamiento «milagrosas», las revistas de salud y belleza, y la publicidad pseudomédica de la cosmética el lenguaje alarmista de las falsas enfermedades creadas con intereses comerciales por los laboratorios farmacéuticos.

Esta variada muestra de mensajes forma un agobiante y «tiránico» *discurso pro-belleza y pro-salud* muchas veces falaz que, a pesar de su eficacia persuasiva y de no mostrar síntomas de agotamiento, provoca una reacción en personas concienciadas, comprometidas con la verdadera salud y conscientes de los límites reales de la belleza. No es extraño, pues, que ante la sobreexposición mediática que nos vemos obligados a soportar, surjan mensajes críticos y de resistencia que van formando un *discurso anti-culto a la belleza y la salud* que actúa como «contraataque».

Es un discurso procedente de voces individuales (libros, artículos periodísticos, ensayos, cartas al director, *blogs*, etc.), basado en la ironía y la crítica, y de voces institucionales (administración pública, asociaciones de consumidores, sociedades médicas y científicas), fundamentado en la información y la educación. Junto a esto, es cada vez más frecuente que frente a los superficiales mensajes publicitarios y propagandísticos que nos prometen salud y belleza, se abran debates sociales que profundizan sobre el problema e intentan contestar a cuestiones importantes:

- 1) ¿quién es el culpable de la obesidad?
- 2) ¿es lícito que los gobiernos regulen nuestra alimentación y nuestro estilo de vida?, ¿las medidas gubernamentales protegen la salud o coartan la libertad?
- 3) ¿es la moda la responsable de la anorexia y de otros trastornos alimentarios?
- 4) ¿es legítimo retirar a los padres la custodia de un hijo con obesidad extrema?
- 5) ¿es frívola la cirugía estética?, ¿son médica y éticamente aceptables programas de televisión en que se somete a personas insatisfechas

con su imagen a una transformación de su cuerpo mediante operaciones quirúrgicas?

6) ¿se están demonizando algunos alimentos supuestamente perjudiciales para la salud?

El discurso crítico: la rebeldía ante la «tiranía» de la belleza y la salud

La reacción contra la «dictadura» de la belleza y la salud comercializadas impuesta por los medios de comunicación y la industria, va generando un discurso crítico que alza su voz para concienciar a la sociedad. Este discurso no es totalmente nuevo, pues ya a principios de los años 90, poco después de iniciarse la expansión del culto al cuerpo, se publicaron algunos libros que criticaban e intentaban combatir este fenómeno social. Entre ellos, destaca *El mito de la belleza* (1991), de la feminista Naomi Wolf, que lleva el significativo subtítulo de *Cómo las imágenes de la belleza se usan contra las mujeres*. Wolf sostiene que el concepto de belleza es un arma para que la mujer se sienta mal consigo misma.

Poco después se publicó *Las trampas del cuerpo. Cómo dejar de preocuparse por la propia apariencia física* (1993), de Judith Rodin, experta en trastornos alimentarios. La autora propone una serie de consejos para liberarse de la obsesión o adicción por el aspecto físico, asentada en una serie de creencias: el cuerpo como medida del valor social de la persona, la idea de que todos podemos tener la apariencia de un modelo, el convencimiento de que los defectos corporales reflejan una deficiencia de carácter y el hecho de considerar que comer es a la vez un placer y un pecado.

En 1997, Carol Hunter y Jane R. Hirschmann publicaron su obra *Cuando las mujeres dejan de odiar sus cuerpos. Cómo librarse de la tiranía del culto al cuerpo*. Las autoras proponen superar el temor a comer y a no seguir una dieta, aprender a comer según las necesidades, abandonar el ideal de belleza social y aceptarse sin condiciones para gustarse. En España también se han publicado algunos libros sobre el tema, como *Tu cuerpo es tuyo* (1997), de Almudena Albi Parra, y *La tiranía de la belleza* (2000), de Lourdes Fernández-Ventura.

Como ya indicamos, el discurso crítico contra el culto al cuerpo está formado por voces individuales y voces institucionales que pretenden contraatacar desde varios frentes.

1. Voces individuales

Son textos procedentes de escritores y periodistas, así como de lectores de periódicos que exponen sus opiniones.

1.1. Cartas de protesta que circulan por la red

Hace un tiempo se vio por las calles de São Paulo un anuncio publicitario de Runner –una de las cadenas de gimnasios más renombradas del Brasil– con la foto de una chica escultural y la siguiente frase: «Este verano, ¿qué querrías ser: sirena o ballena?». Al parecer, una mujer de São Paulo (cuyas características físicas nunca trascendieron) le envió a la empresa Runner como respuesta el siguiente mensaje:

Las ballenas están siempre rodeadas de amigos. Tienen una vida sexual activa, se embarazan y tienen ballenitas de lo más tiernas. Las ballenas amamantan. Son amigas de los delfines y se lo pasan bien comiendo camarones. También se lo pasan bien jugando en el agua y nadando por ahí, surcando los mares, conociendo lugares maravillosos, como los hielos de la Antártica y los arrecifes de coral de la Polinesia. Las ballenas cantan muy bien y hasta tienen CD grabados. Las ballenas son enormes y casi no tienen predadores naturales. Las ballenas tienen una vida bien resuelta, son lindas y amadas por todos.

Las sirenas no existen. Si existieran, vivirían en permanente crisis existencial. «Soy un pez o soy un ser humano?». No tienen hijos, pues matan a los hombres que se encantan con su belleza. (Y yo agregaría que no tienen por donde hacer el amor. ¡Por Dios!). Son bonitas, sí, pero tristes y siempre solitarias.

Runner, querido, prefiero ser ballena. Si me quedaba alguna duda, ¡ya quedó desterrada!

P.D.: En estos tiempos de mujeres anoréxicas y bulímicas, en que la prensa, las revistas, el cine, amigas, madres, suegras y la tele nos

meten a la fuerza en la cabeza que sólo las flacas son bellas, este mensaje trae nuevas esperanzas a las ballenitas y, ¿por qué no?, a las sirenitas que no descansan un segundo pensando en su apariencia exterior. Yo prefiero disfrutar un helado junto a la sonrisa cómplice de mi hijo, una copa de vino con un hombre que me haga vibrar y una pizza exquisita con amigos que me quieren por lo que soy, no por cómo luzco.

El escritor colombiano Santiago Gamboa nos ofrece otro texto, muy difundido en internet y publicado originalmente en la revista *Cambio*, que es un apasionado retrato de las mujeres de entre 45 y 50 años, donde exalta su belleza física natural y sus valores morales, y en que no falta un toque inconformista sobre el culto al cuerpo:

Es el único tema en el que soy radical e intolerante. En el que no escucho razones: las mujeres de mi generación son las mejores. Y punto. Hoy tienen cuarenta y pico, incluso cincuenta, y son bellas, muy bellas, pero también serenas, comprensivas, sensatas, y sobre todo, endiabladamente seductoras, esto a pesar de sus incipientes patas de gallo o de esa afectuosa celulitis que capitanea sus muslos, pero que las hace tan humanas, tan reales. Hermosamente reales. Casi todas, hoy, están casadas o divorciadas, o divorciadas y vueltas a casar, con la idea de no equivocarse en el segundo intento, que a veces es un modo de acercarse al tercero, y al cuarto intento. Qué importa. Otras, aunque pocas, mantienen una pertinaz soltería y la protegen como una ciudad sitiada que, de cualquier modo, cada tanto abre sus puertas a algún visitante. ¡Qué bellas son, por Dios, las mujeres de mi generación! Nacidas bajo la era de Acuario, con el influjo de la música de los Beatles, de Bob Dylan... Herederas de la «revolución sexual» de la década del 60 y de las corrientes feministas que, sin embargo, recibieron pasadas por varios filtros, ellas supieron combinar libertad con coquetería, emancipación con pasión, reivindicación con seducción. Jamás vieron en el hombre a un enemigo a pesar de que le cantaron unas cuantas verdades, pues comprendieron que emanciparse era algo

más que poner al hombre a trapear el baño o a cambiar el rollo de papel higiénico cuando éste, trágicamente, se acaba, y decidieron pactar para vivir en pareja, esa forma de convivencia que tanto se critica pero que, con el tiempo, resulta ser la única posible, o la mejor, al menos en este mundo y en esta vida. Son maravillosas y tienen estilo, aún cuando nos hacen sufrir, cuando nos engañan o nos dejan. Usaron faldas hindúes a los 18 años, se cubrieron con suéteres de lana y perdieron su parecido con María, la virgen, en una noche loca de viernes o de sábado después de bailar. Se vistieron de luto por la muerte de Julio Cortázar, hablaron con pasión de política y quisieron cambiar el mundo, bebieron ron cubano y aprendieron de memoria las canciones de Silvio y de Pablo. Adoraban la libertad, algo que hoy le inculcan a sus hijos, lo que nos hace prever tiempos mejores, y, sobre todo, juraron amarnos para toda la vida, algo que sin duda hicieron y que hoy siguen haciendo en su hermosa y seductora madurez. Supieron ser, a pesar de su belleza, reinas bien educadas, poco caprichosas o egoístas. Diosas con sangre humana. El tipo de mujer que, cuando le abren la puerta del carro para que suba, se inclina sobre la silla y, a su vez, abre la de su pareja desde adentro. La que recibe a un amigo que sufre a las cuatro de la mañana, aunque sea su ex novio, porque son maravillosas y tienen estilo, aún cuando nos hacen sufrir, cuando nos engañan o nos dejan, pues su sangre no es tan helada como para no escucharnos en esa necesaria y salvadora última noche en la que están dispuestas a servirnos el octavo whisky y a poner, por sexta vez, esa melodía de Santana. Por eso, para los que nacimos entre las décadas del 40, 50 y 60, el día de la mujer es, en realidad, todos los días del año, cada uno de los días con sus noches y sus amaneceres, que son más bellos, como dice el bolero, cuando estás tú. ¡Qué bellas son por Dios, las mujeres de mi generación!

1.2. Escritos críticos

Son textos que intentan luchar contra la publicidad que incita consumir estética y que consigue crear en muchas mujeres una falsa conciencia, como hace notar Espido Freire² en su escrito *Ser o no ser guapa*:

La publicidad me exhorta a dejar que mi belleza interior aflore, a recuperar una figura o una piel ideal que nunca ha sido mía, en realidad. Me cubren de embustes, modifican las fotografías de mujeres ya de por sí bellísimas y luego me las tienden para que me convierta en ellas. Si quiero ser realmente yo, he de transformarme en otra. Si quiero recibir el homenaje reservado a las bellas, debo demostrar que controlo mi cuerpo hasta el último detalle. Un cuerpo esbelto, ligeramente musculazo, libre de taras, el verdadero yo que capas defectuosas, o sobrantes al menos, impiden asomar.

Esta belleza que la publicidad presenta como fácil de lograr es en realidad una meta casi siempre imposible y frustrante. Espido Freire³ describe así la situación:

He visto a mis amigas, mujeres inteligentes, sensatas, al borde de las lágrimas en un probador, mientras la cremallera de una falda se negaba a subir. Las he visto más avergonzadas por haber engordado tras las fiestas navideñas que por haber suspendido una asignatura.

En esa falsa promesa de belleza, delgadez y juventud que obliga a estar continuamente a dieta y bajo tratamientos estéticos, radica el gran negocio del culto al cuerpo. Rosa Solbes⁴ lo expone con estas palabras:

Dice la feminista australiana Germaine Greer: "Como la celulitis no mata y tampoco desaparece es una mina de oro para los médicos, nutricionistas, naturópatas, aromaterapeutas, expertos en fitness y organizadores de planes de vida. Los fabricantes de cremas, aparatos

² Freire, E. (2000), 124.

³ *idem*, 137

⁴ Solbes, R. (2007).

de ejercicio, cepillos para la piel y suplementos dietéticos ganan todos un pastón gracias al disgusto, atentamente cultivado, que sienten las mujeres por sus propios cuerpos”.

La estrategia comercial consiste en dos pasos: primero, generar insatisfacción, y después, ofrecer soluciones. Espido Freire⁵ señala a este respecto:

[...] y salió a relucir una vez más lo rentable que resulta el miedo y la inseguridad femenina. La insatisfacción ha de estallar de alguna manera, y la más común es el consumo.

Sólo la aceptación del paso del tiempo y del deterioro físico natural puede evitar la insatisfacción y el consiguiente consumismo:⁶

¿Incólumes ante el paso del tiempo? «La eterna juventud es una locura que sólo puede abordarse con humor», concluye Marie Darriusecq. Quizá el truco consista, tras haber cometido el pecado de vivir más allá de los 40, en gastar menos en botox y más en ostras. No quitan años, pero quizá nos ayuden a aceptar como poéticamente describe Gioconda Belli «la aparición de inevitables líneas en el mapa de vida del rostro».

1.3. Cartas al director

Una carta al director de un lector del periódico *ADN*,⁷ bajo el título de «¿Elecciones o concurso de belleza?», hace una crítica sobre los excesos de los retoques fotográficos de los políticos en los carteles electorales:

Nunca he comprendido ese capricho de los políticos de colgar carteles con sus fotos que en nada se parecen a la realidad, manipuladas con el Photoshop, como si de un lifting facial se tratara. ¿Por qué ese empeño de intentar aparentar menos edad, mostrando un cutis más terso y un

⁵ Freire, E. (2000), 136.

⁶ *idem*.

⁷ *ADN*, 27-3-2007.

cabello más abundante, cuando las arrugas, la calvicie y las canas son señales inequívocas del estudio, trabajo y experiencia del ser humano? No busco una miss o un míster que represente a mi pueblo en el próximo certamen de belleza, sino al alcalde o alcaldesa cuya preparación le capacite para velar por el bienestar de los ciudadanos. Por favor, dejemos que los años dejen su huella natural sin avergonzarnos y no utilicemos el físico para ganar votos. Antonio Lozano. Tomares (Sevilla)

2. Voces institucionales

Son leyes, campañas informativo-educativas y medidas políticas con que los gobiernos intentan combatir los males del culto a la belleza, modificando los patrones estéticos actuales. Los fines que persiguen son:

a) Regular las medidas de las modelos de pasarela

Ante la polémica generada por la participación de modelos esqueléticas y con aspecto enfermizo en la Pasarela Cibeles y la sospecha de que podrían padecer anorexia, el Gobierno de la Comunidad de Madrid se vio obligado en 2006 a fijar en 18 el índice de masa corporal mínimo para participar en dicho desfile de moda, es decir, que para una estatura de 1,75 m, el peso ideal ha de ser de 56 kg. Este índice de 18 es el que la OMS considera mínimamente saludable. Con la aplicación de esta exigencia, el 30% de las candidatas a desfilan en Cibeles han quedado excluidas. Con esta medida se intenta cumplir las recomendaciones del Senado de 1999, que hasta ahora apenas se habían puesto en práctica. El objetivo es evitar que la moda transmita cánones de belleza asociados a riesgos para la salud.

El hecho de que algunas modelos hayan quedado excluidas del desfile por no alcanzar el índice de masa corporal exigido por la organización, ha provocado también polémica. Bajo el título de «Delgadez y discriminación», en el diario gratuito *Metro hoy*⁸ se denunciaba que antes se discriminaba a la mujer gorda, ahora a la flaca, no dejando que pueda trabajar en desfiles de moda.

⁸ *Metro hoy*, 7-3-2007.

Otros debates se plantean con relación a la asociación entre moda y anorexia. Para algunos, no está claro que las modelos de alta costura sean la principal influencia sobre las adolescentes, ni que la iniciativa principal corresponda a los gobiernos por delante de la industria textil.

Ana Lobo⁹ recoge más datos sobre el caso Cibeles:

Atendiendo al compromiso adquirido en la pasada edición de plantar cara a la problemática de la anorexia, la nueva cita con la moda en Madrid busca presentarse al público, una vez más, con un aspecto más saludable.

Aunque muchas de las maniqués defienden que su aspecto es el que es «por pura constitución», «metabolismo» o que «siempre» han sido delgadas, algunas de sus compañeras han alzado sus voces para contar lo que ocurre entre bambalinas. Es el caso de Raquel Brel, de 1,82 metros y 61 kilos de peso, que no dudó en declarar a Efe: «Son más las que comen poco que las que son delgadas por de constitución». Más aún: la modelo llegó a apuntar que ella misma había visto a alguna de sus compañeras comer tan solo una manzana al día.

Para añadir más polémica al tema, en las mismas fechas en que se produjo el debate sobre la relación entre moda y anorexia, había muerto la modelo Ana Carolina Reston, tras pasarse meses alimentándose de tomates y manzanas. En pocos meses fallecieron también las hermanas uruguayas Eliana y Luisel Ramos, como las modelos brasileñas Maria Galvano y Carla Sobrado, de 21 años.

b) Unificar las tallas reales de las españolas

El Ministerio de Sanidad y Consumo ha encargado un estudio antropométrico para conocer las medidas reales de las españolas a partir de la obtención de 130 mediciones. El objetivo es unificar el tallaje de la ropa para adaptar las tallas al cuerpo de la mujer, y contribuir así a combatir los trastornos alimentarios producidos por la presión que ejercen las tallas. En

⁹ Lobo, A. (2007).

el estudio participarán 8500 mujeres entre 12 y 70 años residentes en 60 ciudades españolas. En estos momentos existe una disparidad de tallas entre los distintos fabricantes, de manera que el tamaño de una misma talla no es igual en todas marcas. Con esta homogeneización se acabará también con la falta de coincidencia entre la medida real de la prenda y su talla. Es el llamado *tallaje de vanidad*, una estrategia comercial destinada a halagar y adular al consumidor, y que consiste en agrandar las tallas, de manera que se venden prendas de talla superior como tallas más pequeñas; así, es frecuente que algunos fabricantes vendan una 36 como una 30. Asimismo, con este estudio el Ministerio pretende acomodar las medidas de los maniqués a las medidas reales de las mujeres españolas, y prohibir que aquéllos tengan una talla inferior a la 38, con un pecho y caderas generosos y una cintura de avispa. Se pretende también que la talla 46 deje de ser considerada como especial.

Junto a estas medidas para combatir los patrones estéticos que ensalzan la extrema delgadez, el Gobierno ha emprendido la lucha contra la obesidad, con una política de intervención en el estilo de vida, que no es aceptada por todos los ciudadanos. El Ministerio de Sanidad y Consumo ha desarrollado la estrategia NAOS (Estrategia para la Nutrición, la Actividad Física y la Prevención de la Obesidad), cuyos objetivos son mejorar los hábitos saludables, fomentar la nutrición saludable y promover la actividad física. Una de las medidas adoptadas es el Código PAOS (Código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud), firmado por la mayor parte de la industria alimentaria. Es un conjunto de normas por las que se registrarán las campañas publicitarias dirigidas a menores de 12 años, y a las que los fabricantes se comprometen para combatir la obesidad y los malos hábitos alimentarios.

Sin embargo, según el Ministerio, estos pactos entre la administración y la industria alimentaria se han incumplido por parte de la cadena Burger King, que, tras comprometerse a no incentivar el consumo de raciones o porciones gigantes, ha lanzado al mercado su hamburguesa XXL, que aporta 971 calorías (el equivalente a cuatro tortillas de patata), casi el 50% de la energía que necesita diariamente un adolescente. El Ministerio ha

exigido la retirada del anuncio que promociona esta hamburguesa, pero la empresa ha hecho caso omiso, y ha respondido que lucha por fomentar una alimentación sana, que dicha hamburguesa forma parte de sus menús desde hace años y que los gustos de los clientes priman por encima de todo. El eslogan de la campaña era *Como tú quieras*, una directa invitación a rechazar consejos y recomendaciones dietéticas. Incluso, en plena polémica, Burger King ha desafiado al Ministerio lanzando un nuevo producto hipercalórico, el triple whopper, con 1400 calorías. Ante estos hechos, el Ministerio estudió la posibilidad de presentar una denuncia a la cadena alimentaria por incumplimiento de contrato, a la que anunciaron su apoyo diversas asociaciones de consumidores. Finalmente, el Ministerio ha considerado roto el pacto con la empresa Burger King.

Este episodio es una muestra de las dificultades para lograr que la industria se implique en la lucha contra la obesidad y la alimentación inadecuada. Detrás de estas batallas entre la administración y los fabricantes de comida, no sólo hay una defensa de intereses comerciales, sino un debate sobre los límites de la intervención de los gobiernos en diversos ámbitos de la vida de las personas. Julia Barrio¹⁰ plantea el problema de esta manera:

Burger King dijo que promociona una «alimentación equilibrada», y sus defensores acusaron al Gobierno de exceso de paternalismo. Sanidad contestó que las promesas se deben cumplir, y más si se trata de un peligro emergente como el de la obesidad.

Josep Ramoneda¹¹ analiza el intervencionismo estatal en materia de salud y estilos de vida. A raíz de la ley del vino que el Gobierno hubo de retirar tras las protestas del sector, afirma que

[...] ha sido el vino el que ha frenado el furor redencionista de la ministra de Sanidad, decidida a salvar nuestros cuerpos sin pedirnos permiso. No podía ser de otra manera: con el vino no se juega. El vino

¹⁰ Barrio, J. (2007).

¹¹ Ramoneda, J. (2007).

ha sido elemento vivificador de nuestra cultura desde los tiempos de Noé, de modo que forma parte de la naturaleza de nuestras cosas.

Considera a la ministra Salgado una gobernante «comprometida con una visión aséptica y clínica de la sociedad» y define sus medidas como «intervencionismo creciente en la vida –sentido biológico– de los ciudadanos. Algunos lo han llamado biopolítica: condicionar los cuerpos para así gobernar mejor los espíritus».

Para Ramoneda, la biopolítica tiene sus razones: reducir el gasto sanitario prohibiendo los excesos. Describe así el intervencionismo gubernamental:

El Estado ha decidido que no puede permitirse el lujo de curar a la gente cuando ésta lo pida, sino que tiene que dirigir su salud, aún coercitivamente, para gastar menos en curarla. Y así, decidir por los ciudadanos que no se debe fumar, que se debe comer una dieta equilibrada, que no se deben ingerir determinados productos, que se debe mover el cuerpo y un largo etcétera. En las hipocondríacas sociedades del primer mundo es fácil encontrar el ambiente favorable a estas prohibiciones. Se trata de convencer a la ciudadanía de que el tabaco mata, de que la droga mata, de que las hamburguesas gigantes matan, para que todo el mundo las acepte con naturalidad.

El comentarista se hace las siguientes preguntas para cerrar sus reflexiones:

¿Corresponde al Estado decidir lo que la gente quiere hacer con su cuerpo? ¿O la obligación del Estado es dar toda la información necesaria para que los ciudadanos, a los que hay que suponer adultos, obren en consecuencia? ¿Paternalismo o autonomía individual? Estas son las cuestiones que el activismo biopolítico genera. Me pregunto si es función del Estado preocuparse de que el ciudadano adapte su cuerpo al tipo medio más adecuado para cumplir con su triple misión de consumidor, competidor y contribuyente.

En un artículo sobre las polémicas acciones del Gobierno actual para regular el consumo de tabaco, la comida basura y el alcohol, el periodista Luis Calvo¹² simplifica la cuestión y la plantea como un dilema: «¿salud impuesta o libertad insana?». Mediante un paralelismo antitético y cruzado (*salud-insano, impuesta-libertad*), Calvo presenta las dos opciones como opuestas e incompatibles. ¿Son realmente las medidas gubernamentales «saludables» una cortapisa a la libertad? ¿Dónde están los límites de la intervención del Estado en materia de estilos de vida? El periodista se pregunta si estamos ante un Estado paternalista y opresor (*niñera*, en palabras de Calvo), o responsable y social.

En el artículo se incluyen las opiniones de personas y colectivos implicados. Por una parte, se recoge el parecer de los fumadores, las empresas, los anunciantes y la Asociación para la Aceptación de la Obesidad; por otra, la de las asociaciones de consumidores y la Agencia Española de Seguridad Alimentaria:

1) Opiniones en contra de la intervención del Estado:

a) asociaciones de fumadores:

- son aceptables la información, la ayuda y los tratamientos, pero no el cambio de hábitos de vida;
- los fumadores ingresan al Estado más dinero que la cantidad gastada en sus tratamientos médicos;
- el fin de la política intervencionista es imponer un modelo de vida y convertir al médico en un censor;

b) anunciantes: los anunciantes deben vender y el Estado debe enseñar, no imponer, costumbres saludables;

c) Asociación para la Aceptación de la Obesidad:

- existe una persecución contra un aspecto (la apariencia obesa), no sólo contra unos hábitos;
- se puede estar obeso y sano;

¹² Calvo, L. (2006).

2) Opiniones a favor de la intervención del Estado

a) consumidores:

- no se puede ser libre si la información es engañosa;
- las normas son necesarias para garantizar la libertad de los menores;
- un niño está sometido a 95 anuncios diarios, por lo que está justificado que se restrinja la publicidad;
- la verdadera libertad está en defender al consumidor frente a la manipulación, que necesita más información y menos propaganda;
- en materia de alimentación, lo que ha regulado el Estado es la publicidad, y no el consumo.

b) Agencia Española de Seguridad Alimentaria: según el *Informe Porgrow*, el 40% de los ciudadanos son partidarios de gravar con impuestos los alimentos altos en grasas y aplicar exenciones fiscales a aquellos con menos lípidos.

A estas opiniones, hay que añadir los comentarios de algunos expertos académicos, que introducen matizaciones y distinciones:

a) José Luis Colomer, filósofo del derecho: distingue entre valores consensuados (obligatoriedad del cinturón de seguridad, por ejemplo) y valores con menos consenso social (alimentación), donde es preferible la educación a la prohibición.

b) Manuel Atica, filósofo del derecho: considera que hay que diferenciar entre los jóvenes, que son vulnerables y a los que hay que proteger, y los adultos, a quienes se ha de proporcionar herramientas para que sean autónomos y libres; reconoce que el Estado social implica un cierto paternalismo.

c) Lorenzo Navarrete, decano del Colegio de Politólogos y Sociólogos: opina que tras la dictadura franquista, se produjo una reacción contra la

autoridad durante la Transición; actualmente, en un movimiento pendular, se ha vuelto a reivindicar un Estado que garantice la seguridad y la salud, por lo que éste se ha vuelto higienista, para legitimar su función.

d) Fernando Savater, filósofo: justifica la reglamentación para proteger a los menores, pero cree que con los adultos, que deben tomar sus propias decisiones, la labor del Estado es informar.

Hay otros episodios que dan lugar a enfoques distintos del problema, como el que comentamos a continuación, en que vemos que las instituciones no sólo dirigen sus acciones hacia las empresas, sino también hacia los padres con hijos que padecen graves problemas de obesidad, acusados de no saber educarlos saludablemente. Es el *caso Connor*, en Gran Bretaña, un niño de 8 años que pesa 89 kg. Ante este caso, surge la necesidad de buscar culpables: ¿la familia, el sistema educativo, el estilo de vida sedentario y basado en una alimentación desequilibrada, los genes? Para algunos especialistas, la madre «está matando lentamente a su hijo», ya que no ha seguido los consejos dietéticos que recibió, por lo que le han de retirar la custodia y entregar el niño a los servicios sociales. A la progenitora se le podría acusar de desprotección, ya que «se atenta contra el niño dejándolo sin comer y también permitiendo que lo haga hasta poner en riesgo su integridad», además de por presunta negligencia en la alimentación del niño. Ella se defiende alegando que se siente incapaz de frenar el apetito feroz de su hijo, que se niega a comer frutas y verduras.

Otros creen que no hay que demonizar a la madre, sino enseñarle a alimentar correctamente a su hijo, que muy probablemente sufra obesidad por factores genéticos, además de ofrecer tratamiento psicológico al niño y a la madre y reeducar sus hábitos alimentarios. Hay quien piensa que retirar la custodia es exagerado, pues en la mayoría de los casos no existe más medicina que la atención, el cariño y el sentido común. Según otros, la madre no es la única responsable, pues los pediatras que a lo largo de su vida vieron al niño tampoco hicieron nada. Por ello, es el Gobierno británico quien debe asumir la culpa, por dejadez y abandono. Para otros, en cambio,

los culpables somos todos. Es la opinión de José Manuel Ávila,¹³ Secretario Técnico de la Sociedad Española de Nutrición, que expresa así su postura:

Todos somos responsables

La obesidad infantil se va a convertir en el principal problema de la sociedad el siglo XXI. No se trata de prohibir a un niño que coma tal cosa, ni de amenazar a una madre con retirarle la custodia de su hijo, sino de educar. Todos somos responsables de las alarmantes cifras de obesidad infantil que presenta la sociedad actual. No tenemos ninguna conciencia de las gravísimas consecuencias que tiene que casi el 50% de nuestros menores tengan sobrepeso. Va a provocar que por primera vez en muchas décadas nuestra esperanza de vida baje. Somos culpables por los hábitos adquiridos, no enseñamos a comer a nuestros hijos, ya no les incitamos a que practiquen deporte, sino que se pasan muchas horas viendo la televisión o jugando con el ordenador. Por todo ello se impone empezar a implantar una educación nutricional adecuada.

Por último, y aunque no son muchos, hay quienes apuntan a la industria alimentaria como culpable de la obesidad de Connor MacCreaddi y de los millones de casos de obesidad que existen en el mundo. Así expone la cuestión un lector de *20 minutos*:¹⁴

¿Por qué culpamos a la madre?, ¿y los fabricantes de basura alimenticia? Prohíben el tabaco, el alcohol y demás artículos de dañinos efectos, pero la basura de regalices, patatas fritas, chuches,... se venden en todos lados sin el menor control.

Así pues, los debates sociales sobre los problemas relacionados con el culto a la salud y la belleza son cada vez más frecuentes, lo que es un índice de la importancia ideológica, económica, política y social del problema. En algunos casos, pequeñas anécdotas son el pretexto para reflexiones de mayor hondura. Así, Cristina Fallarás¹⁵ nos relata que han adelgazado de

¹³ Ávila, J. M. (2007).

¹⁴ *20minutos.es*, 1-3-2007.

²⁸ Mala noticia para el defensor de lo correcto, *ADN*, Suplemento Especial, 28-2-2007.

nuevo al muñeco Michelin –cuyo nombre es *Bibendum*– para usarlo en otro anuncio. Ante este hecho, existen tres reacciones: primera, la de quienes denuncian airados que se trata de una agresión contra la minoría obesa y sostienen que hay que tomar medidas; segunda, la de quienes opinan que es necesario dar a todos los símbolos un aire más saludable y que está muy bien empezar por Bibendum, para seguir con el toro de Osborne, la botella de Tío Pepe y acabar en Homer Simpson; y tercera, la de quienes piensan: «vale, ¿y qué?». Son quienes empiezan a sentir un hartazgo de *buenismo* general.

Bibliografía

- Barrio, J. Guerra a los malos humos... y a las raciones tamaño XXL, *ADN*, Suplemento Especial, 28-2-2007.
- Díaz Rojo, J. A.; Morant Marco, R.; Westall Pixton, D. (2006). *El culto a la salud y la belleza. La retórica del bienestar*. Madrid, Biblioteca Nueva, 2006.
- Calvo, L. (2006). Las medidas del Gobierno XXL. *Tiempo de hoy*, 18-12-2006.
- Fernández Parrilla, A. (2007). Chupitos de oxígeno, *EPS*, 9-3-2007.
- Freire, E. (2000). La vida frente al espejo, en Laura Freixas (ed.). *Ser Mujer*, Madrid, Temas de Hoy, 119-144.
- Kelley, T. (2007). Fuera tabúes, el baile en barra arrasa entre las amas de casa. *The New York Times-El País*, 8-3-2007.
- Lobo, A. (2007). Saludable Cibeles, *Metro hoy*, 12-2-2007.
- Navarro, I. (2007). Medicina estética, *Magazine*, 1013, 25-31 marzo, 2007, 26-37.
- Ramonedá, J. (2007). Con el vino hemos topado, *El País*, 22-2-2007.
- Sandoval, M. (2007). Boca bendita, *Metro hoy*, 2-3-2007.
- Solbes, R. (2007). Estéticas, *El País* (Comunidad Valenciana), 23-2-2007.
- Torres, M. (2007). La obsesión por la belleza, *Metro hoy*, 27-2-2007.