

El cuerpo como campo de batalla.

Feminismo, cosificación y el negocio de la estética.

1. La paradoja del cuerpo liberado.

En una época en la que el feminismo ha logrado avances significativos, nunca ha habido tanta presión sobre el cuerpo de las mujeres. La paradoja es tan evidente como inquietante: mientras el discurso público proclama la liberación de la mujer, la práctica cotidiana la somete a un escrutinio corporal más intenso que nunca.

No se trata de que las mujeres sean más o menos libres, sino de que la libertad que se les ofrece está condicionada por una referencia estética que no han elegido. El aumento de los labios, la rinoplastia, el aumento de pecho, la liposucción, el bótox y todas estas intervenciones que hace veinte años eran excepcionales se han convertido en rutinarias. Y muchas de las mujeres que las eligen se definen como feministas, defienden la igualdad y rechazan la cosificación.

¿Cómo se explica esta aparente contradicción? ¿Es una expresión de libertad individual o la prueba de que la cosificación se ha interiorizado hasta el punto de ser deseada? Resulta evidente que la respuesta no puede ser sencilla.

El cuerpo femenino siempre ha sido objeto de escrutinio, pero lo que ha cambiado es la naturaleza de ese examen. Antes era una imposición externa: la mirada del hombre, la norma social y la presión familiar. Ahora es una imposición interna: la mujer se mira a sí misma con los ojos de la industria, se juzga con los estándares de las redes sociales y se compara con el cuerpo que ha visto en las pantallas.

El sistema ha logrado que la vigilancia sea autogestionada. No necesita decirle a una mujer que su cuerpo no es suficiente; ella ya lo sabe. Y no necesita decirle que debe cambiar; porque ella ya lo ha decidido.

La industria no vende cuerpos perfectos, vende la insatisfacción con el cuerpo que se tiene y esa insatisfacción nunca se agota.

Las preguntas que surgen al analizar esta realidad son muchas. ¿Qué ocurre cuando la lucha por la autonomía se convierte en la búsqueda de un ideal que no hemos creado? ¿Qué ocurre cuando el empoderamiento se confunde con la adaptación a una norma que nos cosifica?

Parece que el cuerpo se convierta en el campo de batalla de la identidad y que la cirugía estética sea la última trinchera donde se libra la guerra entre la libertad y la presión social, aunque quizás la verdadera libertad no se encuentre en el quirófano, sino en la capacidad de preguntarse por qué se quiere pasar por él.

2. La obsesión por el cuerpo no es nueva.

La búsqueda de un ideal de belleza a través de la modificación corporal ha existido en todas las culturas y épocas. Lo que cambia es el ideal, no la pulsión. La humanidad siempre ha modificado su cuerpo para adaptarlo a lo que cada sociedad consideraba bello, digno o importante.

El alargamiento del cuello en la tribu Padaung (Birmania/Tailandia) es uno de los ejemplos más llamativos. Las mujeres colocan aros de latón que, al comprimir la clavícula, crean la ilusión de un cuello alargado. Algunas llegan a llevar hasta 32 aros, con un peso de cinco kilos, y se inician en esa práctica a los cinco años. En este caso el ideal de belleza se convierte en una modificación irreversible del cuerpo.

Otro caso, con efectos también irreversibles, es el vendado de pies en China que se extendió durante más de mil años. Consistía en vendar los pies de las niñas para impedir su crecimiento, creando los llamados "pies de loto". Era una práctica terriblemente dolorosa que, aunque desfiguraba los pies, se consideraba un ideal de belleza y estatus. Las mujeres con pies de loto apenas podían caminar, pero su incapacidad era precisamente lo que las hacía deseables al demostrar que pertenecían a una clase social que no necesitaba trabajar.

El alargamiento del labio inferior en África, con la inserción de platos labiales, se considera un símbolo de belleza y madurez en algunas culturas. La deformación craneal, practicada por diversas culturas en todos los continentes, consistía en moldear el cráneo de los bebés para alargarlo o aplanarlo. Las escarificaciones y tatuajes rituales se utilizaban como códigos de identidad cultural y estética.

El objetivo de presentar estos ejemplos no es establecer una equivalencia moral con la cirugía estética actual. No se pretende afirmar que lo que hacemos hoy es igual de absurdo o cruel, sino de mostrar que la pulsión por modificar el cuerpo en busca de un ideal de belleza es un rasgo humano universal.

La diferencia es el contexto, porque hoy la modificación corporal se ha medicalizado, comercializado y convertido en un negocio global. Lo que antes era un ritual cultural o un signo de estatus se ha convertido en una transacción económica.

Paradójicamente, los mismos europeos que consideraban "bárbaras" estas prácticas fueron los que impusieron sus propios ideales de belleza en las colonias, desposeyendo a los pueblos no solo de sus tierras, sino también de la relación con su propio cuerpo. La mirada colonial no solo juzgaba las prácticas ajenas, sino que las utilizaba para legitimar su propia superioridad cultural, mientras imponía sus estándares estéticos como universales.

3. La referencia impuesta.

El ser humano, una vez cubiertas sus necesidades básicas, no se dedica a disfrutar de la vida. Se consagra a parecer lo que no es. La aspiración a una imagen inalcanzable (a un cuerpo que no se tiene, a una cara que no se posee o a una edad que ya pasó) se erige en un motor de infelicidad y de gasto. Y ese motor no es espontáneo, es alimentado por una industria que ha comprendido que la insatisfacción es más rentable que la felicidad. Porque la felicidad, una vez alcanzada, no necesita nada. La insatisfacción, en cambio, exige comprar una y otra vez.

La insatisfacción con el propio cuerpo no es un sentimiento natural, es una referencia impuesta. La industria del espectáculo (el cine, las series, las revistas, las redes sociales o la publicidad) ha creado un ideal de belleza inalcanzable y lo ha presentado como la norma. No es que las mujeres y los hombres se sientan insatisfechos con sus cuerpos de forma espontánea, es que se les ha enseñado a sentirse insatisfechos. El cuerpo que ven en las pantallas no es el que observan en el espejo y esa distancia es el espacio que la industria ocupa con sus productos.

El negocio de la estética no vende belleza, sino la promesa de la belleza. Y esa promesa se sostiene sobre una insatisfacción que ella misma cultiva. En España el sector de la cosmética facturó 11.818 millones de euros en 2025, con un gasto medio per cápita de 234,5 euros anuales, el más alto de la UE. La cirugía estética suma 800.000 intervenciones al año y las especialidades médicas más demandadas entre los Médicos Internos Residentes (MIR) son, precisamente, Dermatología y Cirugía Plástica.

La demanda de estas especialidades no es casual. Ofrecen un buen equilibrio entre calidad de vida, ausencia de guardias y posibilidad de ejercer en la sanidad privada. Pero, sobre todo, reflejan una cultura obsesionada con la apariencia. Los futuros médicos eligen estas especialidades porque saben que hay un mercado dispuesto a pagar por sus servicios.

La cirugía, la dermatología, la cosmética y el fitness son los eslabones de una misma cadena, la de la insatisfacción inducida. La industria del espectáculo crea el ideal y la industria de la estética vende la solución. El problema es que la solución, por diseño, nunca es definitiva. Porque si la insatisfacción desapareciera, el negocio se acabaría.

La industria farmacéutica y la medicalización de la vida cotidiana han encontrado en esta insatisfacción un filón adicional. Cada vez más productos, desde ansiolíticos hasta tratamientos hormonales, se venden como soluciones para problemas que antes no existían: el envejecimiento, la falta de energía, la caída del cabello o la pérdida de libido. La lógica es la misma: crear una necesidad para vender una solución, y garantizar que la necesidad nunca se satisfaga del todo.

4. El cuerpo femenino bajo la lupa.

El cuerpo femenino siempre ha sido objeto de valoración, pero el ideal ha cambiado. Antes era la delgadez extrema (los años 90), después el cuerpo tonificado (los 2000) y ahora la tendencia es el cuerpo curvilíneo pero con cintura pequeña, con nalgas y labios prominentes. El ideal cambia, pero la presión sobre las mujeres para que se ajusten a él no solo se mantiene, sino que se intensifica con las redes sociales, que han convertido el cuerpo en un escaparate permanente.

Las redes sociales han amplificado esta presión de forma exponencial. Antes, una mujer se comparaba con las modelos de las revistas. Ahora se compara con miles de mujeres anónimas que publican sus cuerpos filtrados, retocados y seleccionados. La comparación es constante, inevitable y siempre desfavorable. El cuerpo que se ve en las redes no es real, es una construcción, pero la comparación se hace con la realidad.

El resultado es que millones de mujeres invierten tiempo, dinero y salud emocional en perseguir un ideal que se mueve constantemente. La industria del espectáculo no se cansa de mostrar cuerpos que no existen en la realidad y la industria de la estética no se cansa de ofrecer soluciones para alcanzarlos. El ciclo es perfecto: crea la insatisfacción, vende la solución y la solución, por definición, nunca es suficiente.

La presión estética no es solo una cuestión de vanidad, también de poder. El cuerpo de la mujer ha sido históricamente un territorio de control y la industria de la estética ha encontrado en ese control un negocio multimillonario.

5. La paradoja feminista.

Hay un sector del feminismo que defiende que cualquier decisión que tome una mujer sobre su cuerpo es válida y debe ser respetada como un acto de autonomía. Según esta perspectiva, operarse los labios o aumentarse los pechos es una decisión personal que no debe ser juzgada. El cuerpo es de la mujer y ella puede hacer con él lo que quiera.

Sin embargo, hay otro sector del feminismo que ve en estas prácticas la prueba de que el patriarcado ha logrado que las mujeres interioricen su propia cosificación. Según esta visión, no hay elección libre en un sistema que ha enseñado a desear lo que oprime. La mujer que se somete a una intervención estética no está ejerciendo su libertad, sino respondiendo a una presión que no ha elegido.

¿Dónde está el límite? ¿Es posible distinguir entre una elección libre y una elección condicionada? Una mujer puede sentir que está ejerciendo su autonomía, que está decidiendo sobre su propio cuerpo, que está tomando el control de su imagen. Pero también puede estar respondiendo a una presión que no ha creado, a un ideal que en realidad no ha elegido y a una mirada que no ha pedido.

La dificultad de distinguir entre una elección libre y una condicionada es el núcleo de la paradoja feminista y el espacio donde la industria de la estética encuentra su mejor aliado: el discurso del empoderamiento es en un argumento de venta. La publicidad nos dice que operarnos es un acto de libertad y que invertir en nuestra imagen es invertir en nosotras mismas. El problema es que este discurso convierte la liberación en un acto de compra y la autonomía en un producto más del mercado.

6. El cuerpo masculino. El superhéroe como imperativo.

Mientras las mujeres se someten a cirugías, los hombres acuden a los gimnasios y siguen dietas y entrenamientos extremos para conseguir un cuerpo musculoso que recuerde a los superhéroes de los cómics. La presión estética sobre los hombres ha crecido de forma exponencial en los últimos años, impulsada por las redes sociales y la cultura del fitness.

No se trata solo de ser fuerte, sino visiblemente musculoso, con un porcentaje de grasa corporal bajo y una definición muscular que solo se consigue con horas de entrenamiento y dietas restrictivas. La industria del fitness ha sabido capitalizar esta presión, vendiendo suplementos, planes de entrenamiento y una imagen de éxito que, como el ideal femenino, es inalcanzable para la inmensa mayoría.

Los hombres, aunque en menor medida, se someten a algunas cirugías. La liposucción, la rinoplastia, la ginecomastia (reducción de pecho) y los implantes pectorales son cada vez más comunes. La presión por tener un cuerpo "apropiado" también afecta a los hombres, aunque se manifieste de forma diferente. No se trata de ser delgado o curvilíneo, sino de ser grande, fuerte y con una musculatura bien definida.

La cosificación también afecta a los hombres. El cuerpo del hombre se ha convertido en un objeto de deseo y de comparación, y la industria, por supuesto, ha sabido aprovecharlo, abriendo un mercado específico.

7. El precio de la perfección. Una batalla perdida.

La cirugía estética no es gratuita y sus efectos secundarios no son triviales. Infecciones, malos resultados, adicción a las intervenciones o trastornos de la imagen corporal. El coste económico es alto, pero el coste psicológico puede ser aún mayor: la insatisfacción permanente con el propio cuerpo, la ansiedad por no llegar al ideal y la sensación de fracaso cuando el espejo no devuelve lo que las redes sociales han prometido.

Y lo más absurdo de esta búsqueda es su brevedad. El cuerpo que tanto esfuerzo cuesta moldear, el rostro que tantas intervenciones ha requerido, la imagen que tantos sacrificios ha exigido será inevitablemente devorada por el tiempo. El envejecimiento, que llega para todos, hará desaparecer los resultados de esas intervenciones con la misma indiferencia con la que borra todo lo demás.

Bajo ese enfoque, la cirugía estética no es una inversión, es un alquiler. Y el plazo de ese alquiler es más corto de lo que nadie quiere admitir. La búsqueda del cuerpo perfecto es, en el fondo, una batalla perdida contra el tiempo, que siempre gana.

8. La complicidad inconsciente.

El capitalismo ha demostrado una capacidad extraordinaria para absorber cualquier crítica y transformarla en un nuevo producto de consumo.

El discurso del "empoderamiento femenino" se ha utilizado para vender productos y servicios; desde ropa interior hasta cirugías estéticas. La publicidad nos dice que operarnos es un acto de libertad y que invertir en nuestra imagen es invertir en nosotras mismas.

El problema es que este discurso convierte la liberación en un acto de compra y la autonomía en un producto más del mercado. La joven que se opera los labios al cumplir 18 años no lo hace porque quiera ser co-sificada, sino porque ha interiorizado la idea de que su cuerpo es un proyecto inacabado que puede y debe ser mejorado. Y esa mejora, por supuesto, tiene un precio.

El sistema no nos dice "tienes que ser así", nos muestra una y otra vez lo que deberíamos ser y nosotros acabamos creyendo que lo queremos. La referencia impuesta se convierte así en una referencia asumida. Y esa asunción es el triunfo del capitalismo, porque hemos aprendido a desear lo que nos convierte en consumidores.

9. La función política de la insatisfacción.

Hay una dimensión de la obsesión estética que rara vez se menciona, su función política. La insatisfacción con el propio cuerpo no solo es un negocio, es también una distracción. Mientras millones de personas se obsesionan con la forma de sus labios, el tamaño de sus pechos o el volumen de sus músculos, el debate público se vacía de contenido.

La atención se desvía de lo que realmente importa: la precariedad laboral, la vivienda, la desigualdad, la crisis climática o la guerra. El cuerpo se convierte en el campo de batalla donde libramos nuestras pequeñas guerras privadas, mientras en las grandes batallas (políticas, económicas y sociales) se combate sin nosotros.

La industria de la estética y el fitness no solo vende productos, vende un proyecto de identidad que nos mantiene ocupados, insatisfechos y consumiendo. Es la versión contemporánea del pan y circo: el pan es la promesa de un cuerpo mejor y el circo es la exhibición de ese cuerpo en las redes sociales.

El resultado es una población que invierte su tiempo, dinero y energía en perseguir un ideal que nunca alcanza, mientras los poderes fácticos toman decisiones que afectan a su vida sin que nadie proteste.

10. ¿Hay salida? La resistencia posible.

La resistencia a esta situación no pasa por renunciar a la estética, sino por tomar conciencia de los mecanismos que operan detrás de nuestras elecciones. Pasa por preguntarnos si ¿esto lo hago por mí o por el qué dirán? ¿Estoy comprando una solución o estoy comprando la promesa de una solución?

La conciencia es el primer paso para una relación más libre con nuestro cuerpo, una relación que no esté mediada por la mirada ajena, por la industria o por el mercado. No se trata de renunciar a cuidarse, de vestirse mal o de abandonar el deseo de sentirse bien con uno mismo, sino de preguntarse de dónde viene ese deseo, quién lo ha creado y a quién beneficia.

La resistencia comienza en la educación. Enseñar a los niños y niñas a cuestionar los ideales de belleza, a distinguir entre el deseo genuino y la imposición cultural, a reconocer que el cuerpo no es un proyecto que mejorar, sino un hogar a habitar.

11. El cuerpo como campo de batalla.

La búsqueda del cuerpo perfecto no es solo un negocio, es una estafa existencial. Promete la felicidad a cambio de dinero y esfuerzo, pero la felicidad que promete es tan efímera como el resultado de las intervenciones.

El tiempo, que todo lo borra, se encargará de demostrar que el cuerpo que tanto costó construir era solo un préstamo y, mientras tanto, la vida se habrá consumido persiguiendo una imagen que nunca será suficiente y odiando un cuerpo que nunca será el que la industria ha vendido como ideal.

La obsesión estética es, en el fondo, una forma de olvido de lo que realmente importa: las relaciones, el conocimiento, la experiencia o la comunidad. Es una frivolidad que nos mantiene ocupados mientras el mundo se quema, la desigualdad crece y las decisiones que realmente afectan a nuestra vida se toman sin nosotros. Es una distracción, una trampa, una forma de extraer dinero y atención de quienes podrían estar dedicándose a otra cosa.

El cuerpo es el último campo de batalla de la identidad. Pero quizás, en lugar de modificarlo para adaptarlo a un ideal que no hemos elegido, deberíamos aprender a habitarlo, quererlo y aceptar que el tiempo lo cambiará, y que eso no es una derrota, sino la propia vida.