

ÉTICA Y ESTÉTICA DEL 'BELLO SEXO'

María Belén Altuna Lisazo
(Universidad del País Vasco)

Resumen: Se estudia el papel que ha tenido la caracterización de la mujer como el “bello sexo” (desde el Renacimiento) a la hora de reelaborar la relación entre los grandes valores de belleza, bien y verdad. Se esboza, asimismo, la evolución histórica de la presión estética sobre las mujeres, hasta su apogeo en la sociedad actual de la imagen, en la que se trata como una cuestión meritocrática.

Palabras clave: Belleza, apariencia, moralidad, mérito, feminismo

Abstract: **Ethics and esthetics of the 'fair sex'.** This paper studies the role played by descriptions of women as the 'fair sex' (since the Renaissance on) in order to reconfigure the great values of beauty, truth, and the good. It also outlines the historical evolution of esthetic pressure upon women, reaching its peak in today's image society, in which it is treated as a question of meritocracy.

Key words: Beauty, appearances, morality, merit, feminism

En la cosmovisión clásica, los grandes valores del bien, la belleza y la verdad estaban estrechamente ligados. La tradición cristiana continúa e intensifica esa herencia griega, de modo que no hay en la Edad Media un autor cristiano que no insista en la *pancalia* o belleza de todo el orden cósmico, creado por Dios y que es, por eso mismo, *bonum, pulchrum, verum*. San Agustín defiende que la unidad de dichos valores y el orden del mundo tienen ese origen divino, mientras que la ‘anti-trinidad’ del mal, la fealdad y la falsedad son consecuencia del alejamiento del hombre de Dios.

Según esta visión clásica, un tipo de valor es el correlato natural de otro, de modo que, si nos referimos al cuerpo humano, la belleza exterior sería el signo de la belleza interior, es decir, de la bondad, mientras que la fealdad -o aun más, la deformidad- sería señal de un alma igualmente fea o corrompida. Como es comprensible, estas fáciles equiparaciones han recibido numerosas críticas a lo largo de la historia, especialmente durante la época moderna y contemporánea, cuando la clara correspondencia entre los distintos tipos de valores ha sido fuertemente deslegitimada, al igual que la visión del cosmos justo y ordenado sobre la que se asentaba.

La decadencia de la visión unitaria de los valores en la modernidad es debida a múltiples factores que no podemos analizar aquí¹, pero el objetivo de este artículo es reflexionar sobre

¹Este tema será más ampliamente tratado en mi libro *Una historia moral del rostro*, de próxima aparición.

uno de esos factores (no el mayor, pero probablemente tampoco el menor): el papel que ha jugado la asignación de la mujer como el “bello sexo”, como la encarnación de la belleza. La evolución histórica de la presión estética sobre las mujeres -que dibujaremos aquí someramente- muestra asimismo cómo se transforma la relación del valor belleza con el resto de valores.

La Bella y el Sublime

Diversos historiadores están de acuerdo en situar en el Renacimiento el momento en que se produce en Occidente una acentuación de la disimetría entre las figuras femeninas y masculinas en la función emblemática del cuerpo, y el momento en que la estética femenina empieza a ocupar un lugar mayor. Se ve, por supuesto, en la pintura, especialmente en la florentina y veneciana de la época, donde se inaugura el modelo privilegiado de belleza en la producción de la cultura occidental: aparecen las Venus, el cuerpo femenino desnudo se sobreexpone (un desnudo que pasa de la vergüenza al esplendor), influido por la doctrina neoplatónica del amor mundano.

Parece lógico suponer que el que se empieza a loar específicamente a la mujer como el *bello sexo*, como la encarnación suprema de la hermosura, también habrá afectado al desgajamiento de la cualidad de la belleza (por lo menos en su acepción corporal) del resto de valores. Y es que ¿cómo iba la mujer a conjugar todas

las cualidades positivas, siendo como era -según la larga tradición cristiana- la principal fuente de tentación y de pecado?

¿Cómo encajar, de hecho, la idea de que la belleza es divina y refleja una belleza moral, con la idea de que el cuerpo es pecaminoso, sobre todo el cuerpo de la mujer? La tradición cristiana ha ido entrecruzando sucesivamente ambas concepciones de la belleza física: por un lado, aquella belleza peligrosa únicamente material y sensible (que invita, por tanto, a la vanidad y a la lujuria); por otro, aquella belleza pura, reflejo de una belleza espiritual o moral (como la representada por la Virgen).

Lo cierto es que al tiempo que en las obras pictóricas y literarias se van alabando y ensalzando las virtudes del 'bello sexo', va emergiendo otra categoría que tomará cada vez más peso en la diferenciación entre los dos géneros. Me refiero a la distinción "bello"/"sublime", que si bien se intuye ya en algunas obras literarias del Renacimiento, es teorizada con éxito en el siglo XVIII². Así, Burke (1757) y Kant (1764) distinguen entre una belleza salvaje, seria, masculina que caracteriza las montañas o los abismos terribles, por ejemplo, y una belleza en sociedad, hecha de ornamento y de vanidad, de blandura "afeminada". Ambos pensadores conciben lo sublime como grande, masculino y heroico, y lo bello como pequeño, suave, maleable y femenino. Así, lo

² Burke, E.: *Indagación filosófica sobre el origen de nuestras ideas acerca de lo sublime y lo bello* (1757). Madrid, Alianza, 2005. Kant, I.: *Lo bello y lo sublime* (1764). Madrid, Austral, 1984.

sublime conmueve, mientras lo bello atrae. Con este tipo de planteamientos, la belleza pierde sus lazos clásicos con el heroísmo, la verdad, la virtud y la sabiduría: todos ellos se adecuan más al concepto de lo sublime.

Kant, que equipara explícitamente lo bello al sexo femenino y lo sublime al masculino, insiste además en que ese aire de gravedad y de sublimidad que caracteriza a los hombres hace que no sea apropiado considerar *feo* ningún rostro (de varón), siempre que trasluzca otras cualidades morales: “a un varón no le perjudica, ni siquiera en el juicio del sexo femenino, el haberse desfigurado y vuelto feo en su rostro por obra del color de la piel o de verrugas; pues si en sus ojos brilla la bondad y en sus miradas la expresión de un hombre bravo consciente de su fuerza, unida a la serenidad, puede seguir siendo querido y digno de amor y valer universalmente como tal... puede despertar amor, aunque no sea precisamente lindo, y sin ser bello, no es, sin embargo, propiamente feo”³.

La visión benévola de la fealdad masculina se entiende: no es por criterios de belleza por los que hay que juzgar a los miembros de ese sexo. Como bien sabemos, esta división estética (y moral) entre los géneros no haría sino acrecentarse en las siguientes centurias. Doscientos años más tarde que Kant, otro filósofo, Julián Marías, seguía encontrando natural reproducir la división

³ Kant, I., *Antropología* (1798). Madrid, Alianza, 2004, p.238.

bella/sublime (en su caso, cambiándolo por *grave*): “La belleza es, confesémoslo o no, el *sentido* del rostro de la mujer... ¿Quiere decir esto que todas las mujeres son bellas? Por supuesto que no; quiere decir algo más importante: que tienen que serlo... La mujer que no intenta ser bella no funciona como mujer, ha dimitido de su condición”⁴. Frente a ello, ¿qué expresa, qué “significa” el rostro varonil? “¿Con qué criterio juzgamos instantáneamente que está *lograda* o *frustrada*?” Por la “*gravedad*”, responde Marías: “La *gravedad* es el *peso*, el reconocimiento, la aceptación de la pesadumbre de la vida. El hombre, por su condición, asume ese peso, lo soporta, lo resiste”⁵. Así, como en Kant, la belleza se equipara a cualidades consideradas femeninas, como la *gracia*, lo alado y lo ligero, mientras que lo que caracteriza a los varones es la *gravedad*, la fortaleza y la responsabilidad.

Es en el siglo XIX cuando la feminización de la belleza adquiere su impulso decisivo. En el Antiguo Régimen, los varones de la élite social tienen todavía una presentación estética ostentosa y *coqueta* (se depilan, llevan pelucas con coleta, portan joyas, visten ropa de vivos colores...). Unas décadas más tarde, sin embargo, el hombre “importante” europeo se viste con sobria neutralidad, con un traje gris o negro, una especie de uniforme de seriedad, solidez, disciplina y respetabilidad, que da a entender que no busca el

⁴ Marías, J.: *Antropología metafísica*, Madrid, El Alción, 1973, p. 176.

⁵ Marías, J.: *ibid.*, p. 172.

placer, sino el trabajo; no el ocio, sino el negocio. No puede ya permitirse signos de coquetería. Toda trasgresión será sancionada con una pérdida de credibilidad, así como con la sospecha de debilidad y de perversión. La guapura masculina natural se aprecia, en todo caso, como un añadido, sin olvidar que las verdaderas cualidades del hombre se hallan en otra parte, en relación con la posición social, la actividad profesional, el nivel de fortuna, etc.

¿Y qué ocurre con la mujer? Desde entonces, la belleza constituye su reino, y cada vez con menos cortapisas religiosas: que sea una hermosura artificialmente fomentada o acentuada es cada vez más legitimado socialmente. A mediados del XIX, Baudelaire alaba las propiedades del maquillaje para las mujeres, subrayando su poder misterioso y asimilándolo a un espectáculo, a un arte. En efecto, ser hermosa (o intentar serlo) se convierte en un deber sagrado para la mujer, es lo que acentúa su “feminidad”. Untarse de cremas, ponerse maquillaje, perfume, probar complicados peinados, adornos, vestidos sofisticados y coloristas, todo ello se considerará propio (y necesario) de su sexo e impropio del otro. Se exterioriza, así, la oposición estética y ética entre el cuerpo del hombre y el de la mujer, al tiempo que se va asentando “un estereotipo de doble entrada”: “por un lado, el de la especificidad *femenina*, y, por otro lado, el de la *frivolidad*, la vanidad de las apariencias”⁶, *frivolidad* que

⁶Nahoum-Grappe, V: “La estética, ¿máscara táctica, estrategia o identidad petrificada?”. En Duby, G./ Perrot, M. (dirs.): *Historia de las mujeres III*. Madrid, Taurus, 1992, p. 123.

se relacionará con el universo femenino y sus “trabajos de belleza”, frente a la supuesta *laboriosidad* del masculino, con sus “sublimes” quehaceres sociales y profesionales.

En el siglo XIX abundan al mismo tiempo las visiones literarias, artísticas y filosóficas que subrayan que esa deslumbrante belleza que caracteriza a algunas mujeres lleva inexorablemente a la perdición de los hombres. Los románticos y las corrientes decadentistas confieren especial relieve a ese arquetipo de la “mujer fatal”: apariencias bellas que, en lugar de reflejar una pareja belleza moral, son en realidad la fachada engañosa de un alma perversa. La caracterización de esas “flores del mal” tiene, como es sabido, una larga historia en la tradición cristiana, que a menudo ha retratado la belleza femenina como artimaña del demonio para fomentar los múltiples pecados de la carne, entre otras flaquezas.

Belleza y meritocracia

Habrá que esperar a que avance el siglo XX, a que se asiente la secularización en las sociedades occidentales y comience la decadencia metafísica-teológica del pecado para observar un cambio significativo respecto a ese lado *oscuro* que se atribuye a la belleza de las mujeres. Habrá que esperar, entre otras cosas, al viraje de la concepción de la sexualidad como pecado hacia la concepción de la sexualidad como placer y fuente de bienestar, para que la bipolaridad de los dos tipos femeninos (pureza y lujuria, belleza

virginal y belleza destructora) empiece a perder su carácter capital. Comienza entonces, afirma Gilles Lipovetsky, “la época de la posmujer fatal”, nuestra época: “Por primera vez, ningún sistema de representación viene ya a nutrir la sospecha respecto de los atributos físicos de la mujer; todas las imágenes aterradoras de la belleza, todas las sentencias despreciativas acerca de los encantos del segundo sexo caen en desuso... la belleza femenina se afirma a partir de ese momento como un valor sin sombra ni perjuicio, una cualidad por entero positiva”⁷.

Lo que pasa a ser una cualidad por entero positiva es, sin duda, el esfuerzo continuado por mejorar la propia apariencia por todos los medios posibles. Independientemente de lo generosa que haya sido la naturaleza, todas las mujeres han de tratar de perfeccionar permanentemente su aspecto, ejercer una labor autoconstructiva sobre su propio cuerpo. Esa concepción de la belleza como voluntarismo, como autocreación, fue generalizándose en la sociedad occidental desde el período de entreguerras, con el auge de la sociedad de consumo y de los medios de comunicación de masas. Las cada vez más numerosas revistas dirigidas al público femenino comenzaron a difundir incansablemente el mensaje de que “no hay mujeres feas, tan sólo mujeres perezosas”. Lo novedoso no fue tanto el argumento como su alcance, pues “al convertirse en

⁷ Lipovetsky, G.: *La tercera mujer*. Barcelona, Anagrama, 1999, p. 157

pedagogía de masas, pretendía promover bellezas surgidas del propio público: el ser anónimo transformado por su sólo mérito”⁸.

Ese voluntarismo moderno ha sido impulsado por otras dos características decisivas de nuestra época. Para empezar, la preocupación por la estética y el perfeccionamiento de la propia belleza no son ya el privilegio de una élite, sino patrimonio de todas las clases sociales. Además, el ideal de belleza se ha vuelto factible en una medida inimaginable en otras épocas, gracias a diversos avances sociales y científicos (médicos e higiénicos, para empezar), y al desarrollo de varias industrias gigantescas que, década tras década, aumentan vertiginosamente sus ofertas y sus ingresos: la cosmética, la cirugía estética, la dietética y la moda.

Lo que resulta verdaderamente llamativo es que esta expansión ha tenido lugar al mismo tiempo que la revolución feminista. La progresiva igualación de las condiciones jurídicas, laborales y sociales entre hombres y mujeres no ha traído ninguna relajación respecto al imperativo de que las mujeres han de constituir el “bello sexo” y que la “condición femenina” consiste, en gran medida, en ocuparse incansablemente del propio aspecto. Al contrario, esa tendencia se ha acentuado en la sociedad de la imagen, esto es, el nivel de exigencia que se les dirige a las mujeres respecto a su aspecto físico (referido ahora a toda la silueta, al cuerpo entero, y

⁸Vigarelo, G.: *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Buenos Aires, Nueva Visión, 2005, p. 220.

sin límite de edad) ha aumentado considerablemente en la época del triunfo del feminismo. Es cierto que también va en progresivo aumento la exigencia estética para los hombres y que, en la actualidad, hasta cierto grado, la belleza puede ser cultivada e incluso reivindicada por ambos sexos (como se ve con especial claridad en la figura del *metrosexual*, o en la cultura estética gay, y se observa en el auge de los productos cosméticos dirigidos a los varones en general). Sin embargo, todavía sigue habiendo una diferencia sustancial: mientras que esforzarse por todos los medios por ser atractiva refuerza la “feminidad” de la mujer, no se considera que hacer lo propio refuerce la “masculinidad” del hombre; en algunos casos, hasta lo pone socialmente en entredicho. En general, un hombre feo -y que no se esfuerce en mejorar su aspecto- no recibe la misma censura que una mujer; es claro que, en general, sigue sin ser el valor determinante que se espera de él.

En 1991, Naomi Wolf escribió *El mito de la belleza*, obra en la que exponía la siguiente tesis: el imperativo de personificar la belleza dirigido a las mujeres con renovado brío en las últimas décadas formaría parte de una violenta reacción contra el feminismo; de hecho, cuanto más se extiende el poder de las mujeres, más aumenta la importancia de la belleza, y cuanto más se aproxima la mujer al poder, mayor conciencia de su propio físico se le exige. La idea matriz es que “la belleza siempre prescribe en realidad una

conducta y no una apariencia”⁹, y que la relación de las mujeres con la belleza reinterpretada según el punto de vista de la ideología meritocrática, las convierte en las únicas responsables por envejecer demasiado rápido o perder la silueta, haciendo que nunca se sientan cómodas en su carne, puesto que los modelos a imitar son inaccesibles. Han de estar constantemente en lucha con las arrugas, los kilos y las “imperfecciones” faciales y corporales. La publicidad, las fotografías de moda y los temas de belleza de las revistas no hacen sino reforzar cotidianamente esa incomodidad, esa frustración por no cumplir con los arduos cánones estéticos. Se trata, además, de una obligación femenina que se ha ido radicalizado: antes la exigencia del atractivo físico se planteaba en los ámbitos del éxito con los hombres o del éxito social; ahora se exige también para la promoción profesional. Es decir, existe un requisito de “belleza profesional” en oficios cada vez más alejados de las tradicionales profesiones de exhibición.

Frente a esta interpretación, Lipovetsky (1999) considera más bien un triunfo feminista la transformación de la idea de belleza en la segunda mitad del siglo XX. Por una parte, porque, como se ha apuntado, la hermosura femenina ya no señala hacia el abismo - como en la época de la *mujer fatal*- sino hacia el éxito, el bienestar, el equilibrio y el logro personal. Y por otra, porque todo ello muestra

⁹ Wolf, N.: *El mito de la belleza*. Barcelona, Emecé, 1992, p. 17.

“un voluntarismo reparador y constructivista, la negativa a abandonar el organismo a las leyes de la naturaleza”¹⁰.

Por supuesto que ese ideal voluntarista se traduce -para la mujer, principalmente- en el imperativo de la delgadez y en la fobia a envejecer. Para Lipovetsky, ambas obsesiones expresan en su sentido más profundo el triunfo de la razón prometeica, el rechazo del destino, el proceso de racionalización y optimización de nuestras facultades. A pesar de sus desavenencias con Wolf, Lipovetsky es también consciente de los aspectos oscuros de esa revolución que convierte la belleza y la esbeltez en una cuestión meritocrática: “las críticas estéticas de las mujeres en relación con su cuerpo se amplifican al mismo tiempo que las estigmatizaciones del bello sexo se apagan... Cuanto menos se asocia [la belleza] con la ‘maldad’ femenina, más implacables se muestran las mujeres con sus formas. Fin de la belleza fatal no significa abolición de su dimensión trágica, sino interiorización de la misma, intensificación de las autocríticas estéticas en lugar de las denuncias morales, acentuación de la imagen negativa que las mujeres se forjan respecto de su aspecto corporal”¹¹.

Hoy, en efecto, la mujer que no está atenta a los “cuidados de belleza” se convierte en sospechosa, al menos en ciertos ámbitos. El imperativo prescribe conservar y fomentar la apariencia de

¹⁰ Lipovetsky, G.: *ibid.*, p. 132.

¹¹ Lipovetsky, G.: *ibid.*, p. 169.

juventud, de vitalidad, de capacidad de seducción. Tal vez no está en la mano de una ser guapísima, pero si “ser mona” o “mantenerse atractiva” mediante una continuada autodisciplina. Así, el acto de envejecer se presenta como un doloroso alejamiento de la belleza, relacionada tradicionalmente con la juventud, la salud y la frescura. El marketing de cosméticos ha popularizado oportunamente la expresión “cremas Antiedad” (*Antiaging*), vendidas a menudo como ungüentos mágicos capaces de detener la inscripción del tiempo en el cuerpo. Y cuando la cosmética no es suficiente para esa carrera “antiedad”, o para esa demanda de “estar bien consigo mismo”, cada vez es más frecuente recurrir al cirujano plástico¹². Es más que elocuente el dato de que, también en este caso, más del 80% de usuarios de cirugía estética en el mundo son mujeres. ¿Es que sus rostros o cuerpos envejecen peor o son más “imperfectos” que los de los hombres? Evidentemente, y como apunta Naomi Wolf, “el mercado de los cirujanos es algo imaginario, pues no hay nada en la cara o en el cuerpo de las mujeres que un cambio social no pueda curar”¹³. Es la presión social de constituir -y permanecer- como el “bello sexo” la que les llena de inseguridades respecto a su apariencia física. Y así, “como por arte de magia, las zonas

¹²Para una historia social de la cirugía estética con una perspectiva feminista, véanse los estudios de Kathy Davis: *Reshaping the Female Body: The Dilemma of Cosmetic Surgery*. Nueva York, Routledge, 1995; y *El cuerpo a la carta. Estudios culturales sobre cirugía cosmética*, México, La Cifra, 2007.

¹³ Wolf, N.: *ibid.*, p. 302.

problemáticas del cuerpo crecen al mismo ritmo que las posibilidades de corregirlas”¹⁴.

Apariencia y moralidad

¿Qué queda ya de aquella estrecha relación entre los grandes valores de belleza, bien y verdad? Lo que está claro es que seguimos infiriendo numerosas cualidades internas, es decir, rasgos de personalidad, de la apreciación de atractivo o falta de atractivo de la persona que observamos. Es decir, nuestros juicios estéticos generalmente no son juicios meramente estéticos, sino también caracterológicos, morales. Así, hoy se interpreta a menudo que una persona con claro sobrepeso, desarreglada o fea es un ser autocomplaciente, abandonado, incapaz de acometer empresas que necesiten sacrificio o tenacidad; se tiende a ver esas características como síntomas de una falta de dominio de sí, de una falta de voluntad y de autodisciplina.

De la misma manera, las cualidades positivas que trasluce ese permanente afán por mantenerse esbelta/o y atractiva/o no se corresponden exactamente con lo que habitualmente entendemos por *bondad*. Lo que muestra es un conjunto de cualidades que la sociedad moderna considera como rasgos de carácter altamente deseables, pero que no van necesariamente de la mano de la benevolencia ni del conocimiento. En general, el ideal estético se

¹⁴ Renz, U.: *La ciencia de la belleza*. Barcelona, Destino, 2007, p. 307.

publicita como el ensalzamiento del cuerpo radiante y narcisista como promesa de triunfo y de felicidad, sin la más mínima referencia de valores éticos o deberes de solidaridad, sin ninguna ligazón con afán de conocimiento alguno.

Esos modelos estéticos prescriben, en definitiva, tanto una actitud como una apariencia. Las críticas y las autocríticas estéticas que propician a menudo esconden, así, reproches morales. Lo que también nos convierte en una sociedad de la vergüenza. La distinción entre sociedades de la vergüenza (la sanción es externa; la falta se purga mediante rituales de expiación, castigos, etc.) y sociedades de la culpa (la sanción se interioriza; el sujeto introyecta la culpa y ésta se transforma en su castigo) ha sido teorizada por varios autores. Pues bien, “es claro que una estética común nos introduce en una sociedad de la vergüenza que funciona perfectamente en paralelo y sinergia respecto de la supuesta sociedad de la culpa operante. Puesto que la estética es pública, sus disidencias lo son a su vez y son castigadas normalmente con la exclusión”¹⁵. ¿No es, al fin y al cabo, la vergüenza estética un sentimiento tan violento como el remordimiento ético?

El poder de las apariencias es más que evidente. Es claro, además, que en las sociedades occidentales del siglo XXI, las principales fuentes de discriminación social y laboral de los tiempos anteriores -como el género, la raza, la religión o la clase social- están

¹⁵ Valcárcel, Amelia: *Ética contra estética*. Barcelona, Crítica, 1998, p. 106.

siendo en gran parte desplazadas por la *imagen*: la edad avanzada, el sobrepeso, la estatura inferior a la media, el escaso atractivo físico, o una minusvalía de una u otra índole suelen ser más frecuentemente factores de discriminación que aquellas otras fuentes tradicionales de desigualdad y jerarquía social que, en gran parte, han sido deslegitimadas o al menos fuertemente contestadas. Pero, ¿hasta qué punto podría evitarse toda discriminación por apariencia física? Su total desaparición parece, desde luego, excesivamente utópica, pues es imposible que los seres humanos dejemos de juzgar en gran medida por las *apariencias*. Por otro lado, ¿el progresivo auge de la presión estética también para los varones va a terminar convirtiendo en obsoleta la denominación de “bello sexo” aplicado a las mujeres? ¿Ambos géneros podrán ser indistintamente *bellos y sublimes*? En cualquier caso, lo que no se vislumbra es ningún relajamiento de los imperativos estéticos en la sociedad del consumo y la imagen.