

EL CUERPO FEMENINO

Comunicación, poder y turismo

Euler David de Siqueira*

Universidade Federal de Juiz de Fora - Brasil

Denise da Costa Oliveira Siqueira**

Universidade do Estado de Rio de Janeiro - Brasil

Resumen: Las tarjetas postales de Rio de Janeiro mostraron durante décadas cuerpos femeninos con biquinis en las playas de la ciudad. En 2005 se aprobó un proyecto de ley que reglamenta la exposición y comercialización de postales con imágenes de mujeres, con el fin de frenar el turismo sexual. La prohibición y el control de tales imágenes llevaron a la discusión acerca de las múltiples y complejas relaciones entre comunicación, turismo y Estado. El objetivo de este artículo es analizar la manera en que el Estado busca ejercer el control sobre las tarjetas postales. Para ello se recurrió al marco teórico brindado por Foucault acerca de los cuerpos dóciles y por la antropología sobre el cuerpo en el universo de la cultura.

PALABRAS CLAVE: comunicación, cuerpo, representaciones, turismo.

Abstract: Women's Bodies. Communication, Power and Tourism. As a kind of media, the post cards of Rio de Janeiro during decades showed women in bikini at the city beaches. In 2005, the State approved by a law project that regulates the exhibition and commercialization of post cards with women images aiming to inhibit sexual tourism. The act of forbidding and controlling those images served as a starting point for this argumentation about the multiple and complex relations among communication, tourism and State. The objective of this paper is to reflect the means the State uses in order to control the post card media. Therefore an appeal is made on Foucault's notion of docile bodies and also on anthropological notions about body in the universe of culture. These principles based the analysis of the State act in its relation with the media and the body.

KEY WORDS: communication, body, representations, tourism.

* Doctor en Sociología (por el Instituto de Filosofía e Ciências Sociais/ Universidade Federal do Rio de Janeiro) y profesor e investigador del Instituto de Ciências Humanas de la Universidad Federal de Juiz de Fora. E-mail: euler.david@ufjf.edu.br

** Doctora en Comunicación (por la Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo) y profesora del Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Autora de *Cuerpo, comunicación y cultura: la danza contemporánea en escena* (Autores Asociados, 2006) y de *La ciencia en la televisión: mito, ritual y espectáculo* (Annablume, 1999). E-mail: denise.siqueira@yahoo.com.br

INTRODUCCIÓN

“Un cuerpo disciplinado es la base de un gesto eficiente.”

(Foucault 1989:139)

“Cuándo se realizan y se imponen las reglas?”

(Becker 1977a:86)

Complejos, contradictorios, híbridos, exóticos: así son los lugares turísticos. Muchos de esos lugares como representaciones sociales imaginarias existen sólo en los puestos de diarios, anuncios publicitarios, *boites* y agencias de turismo donde los lugares turísticos aparecen fragmentos, recortados de lo cotidiano, con el fin de seducir a los turistas. Antes de que el turista llegue al destino probablemente ya tuvo contacto con estas imágenes. El turismo no sólo se reduce al viaje o al desplazamiento de una sociedad hacia otra, sino que comienza a manifestarse en el lugar en que el turista vive y construye su imaginario.

El turista entra en contacto con las imágenes de los lugares turísticos y, además, al circular por ejemplo por las calles de Rio de Janeiro, al igual que los pobladores locales, se encuentran con tarjetas postales que muestran jóvenes en bikini junto a otras con imágenes de las favelas, de la Pasarela del Samba, de la Plaza de la Apoteosis, del Palacio de Catete, del Monumento a los *Pracinhas*, del Cristo Redentor, del Maracanã, del Morro del Corcovado, del Pan de Azúcar y de la Bahía de Guanabara. Las postales expuestas en los puestos de diarios, con la posibilidad de ser manipuladas, captan la atención de los transeúntes (Siqueira *et al*, 2005).

En Rio de Janeiro se observan casi todos los días del año mujeres en traje de baño en las playas. Si bien hasta cierto punto esto forma parte de la imagen cotidiana de la ciudad, no significa que a lo largo de las estaciones y de los días de la semana los sentidos y significados de ir a la playa son iguales. El cuerpo femenino bronceado en la playa gana su máxima expresión en el verano y durante los fines de semana.

Retratado en las tarjetas postales, el cuerpo femenino se convierte en una especie de representación de la ciudad y se lo asocia al turismo sexual, a la promiscuidad de la mujer carioca o brasileña, así como a una posible ausencia de reglas y normas que declaren su civismo. El cuerpo sería visto, entonces, como libre de los límites ético-morales de la civilización; un cuerpo “natural” en estado salvaje, auténtico, original, sin reglas. Desde el punto de vista de esa representación sería en los trópicos, lugar exótico y *caliente*, que el turista extranjero encontraría a la mujer en su estado casi *natural*. La proximidad con la playa y con el paisaje *natural*, tal vez refuerce esa imagen. Caetano y Barretto (2004:99) confirman que:

...la mujer brasileña siempre fue expuesta y destacada en las más diversas fuentes de representación social y cultural (...) dando origen a una imagen de objeto de deseo. El análisis, en este sentido, es fundamental para comprender la imagen que posee hoy la mujer brasileña, imagen que sostiene a Brasil como uno de los polos turísticos receptivos de turismo sexual.

Para quienes provienen de sociedades en las cuales el medioambiente natural fue casi o totalmente destruido, visitar lugares como Brasil puede significar un encuentro con algo lejano: la naturaleza en todo su potencial ya sea través del contacto con la flora, ríos, cascadas, playas vírgenes, o incluso con la mujer carioca o brasileña representada como un ser ardiente y sensual. En realidad se sabe que no hay nada de *natural* en el comportamiento, gestos y formas de ser de la mujer. El cuerpo es también cultural.

Soporte de identidades y creador de significados al mismo tiempo, el cuerpo es portador de signos. Así, no hay cuerpos neutrales ya que son modelados a partir de valores culturales y estéticos (Siqueira, 2006:39).

Mauss (1974) mostró que el cuerpo es tanto fruto de la cultura, de la psicología, como de la naturaleza. En otras palabras, el cuerpo debería ser visto en su totalidad como un *hecho social total*. Igualmente, Gilberto Freyre (1986) señaló que no es la naturaleza sino la sociedad la que interviene en la producción de un cuerpo con forma propia. El turista-antropólogo francés Stéphane Malysse señala que las imágenes de Rio de Janeiro: *“estaban unidas al cuerpo: la ciudad de Rio de Janeiro era presentada por las fotos de los folletos y por los videos turísticos como una gran ciudad de playa poblada de cuerpos bonitos prácticamente desnudos. (...) Las imágenes que una sociedad escoge para presentarse, para representarse a los ojos extranjeros, generalmente exhiben una realidad antropológica descrita como auténtica y una visión generalizada del lugar y de sus habitantes; una especie de consenso visual que no debe ser negado por la antropología, pues constituye un convite a pasar al otro lado del espejo, el punto de partida de una antropología visual del cuerpo. Primeras tarjetas postales de Brasil, primeras visiones del infierno: el cuerpo, el sexo, el calor tropical...”* (Malysse 2002:81).

La representación de Rio de Janeiro como ciudad del cuerpo fue construida con el aval del Estado que difundió el slogan de Rio *Ciudad Maravillosa*, instituyó los concursos de Escuelas de Samba, organizó y promocionó los desfiles de Carnaval; y en la década de 1980, patrocinó la construcción de la *Pasarela del Samba* o Sambódromo. Carnaval y playa fueron ampliamente empleados para construir cierta imagen de la ciudad, inclusive en la propaganda del Estado. En este tipo de imagen, o estrategia de comunicación, el cuerpo femenino casi desnudo en la playa se destacó en la construcción de las simbologías sobre el turismo en Rio de Janeiro. Además, hoy en día el cuerpo femenino en las playas (principalmente aquellas más visitadas por los turistas como Ipanema y Copacabana) ocupan las primeras planas de los diarios y revistas cuando llega el verano (Siqueira et al, 2005).

En contraposición de la representación Rio-playa-carnaval-mujeres desnudas la Asamblea Legislativa del Estado de Rio de Janeiro aprobó por unanimidad en 2005 el proyecto de Ley 2813/2005 que *prohíbe la circulación, exposición y venta de postales turísticas que utilicen fotos de mujeres, en trajes de baño pequeños, que no tengan relación o no respondan a la imagen original*. El proyecto de una diputada estatal abrió espacio para reflexionar sobre las relaciones entre cuerpo, Estado, turismo y medios. De acuerdo con el documento, sólo las postales que representen mujeres en la playa en un *escenario original* podrían circular, ser expuestas y vendidas. Las fotos de modelos en imágenes producidas profesionalmente serían consideradas como una infracción a la ley.

El objetivo de este artículo no es analizar el turismo sexual estudiado por otros autores como Caetano y Barretto (2004), sino que se centra en la comunicación, la construcción de sentidos y significados por medio de las imágenes del cuerpo femenino y el intento de reconstruir y regular esas imágenes por parte del Estado a través de sus leyes. No es porque el turismo sexual explicita problemas sociales de variadas órdenes que no se deba analizar la forma retórica en que el Estado lidia con él. En el caso estudiado la construcción de la imagen relacionada con lo sexual fue construida, en parte, como estrategia de comunicación del propio Estado. De esta manera, el artículo no busca descalificar la ley, sino analizarla desde un determinado punto de vista ya que permite mostrar sus contradicciones. Hay que destacar que el estudio no intenta realizar una crítica específica a los políticos que propusieron el proyecto de ley, sino que se propone reflexionar acerca de la relación cuerpo-cultura-ley-estado.

De acuerdo con el proyecto de ley en cuestión, están prohibidas las imágenes de mujeres que sean producidas intencionalmente para las tarjetas postales. Sin embargo, pueden ser exhibidas, difundidas y comercializadas imágenes de mujeres tan desnudas como las primeras si aparecen en un escenario original. Desde el punto de vista de quien percibe la imagen no hay diferencia. También cabe al observador atribuir sentidos y significados a las imágenes; de esta manera, cualquier persona que ve imágenes de mujeres en biquini en los diarios de la ciudad y en las postales difícilmente sabría identificar la diferencia de intención. Así se plantea la siguiente cuestión: ¿quién no está representando en la playa? Ser bañista o estar en la playa también es representar el papel del bañista.

La acción del Estado lleva a pensar cómo imágenes casi idénticas pueden tener sentidos tan diferentes. La clasificación de las imágenes será, entonces, un acto de interpretación. ¿Cómo distinguir los cuerpos que forman parte del paisaje de los cuerpos que fueron colocados allí, que fueron producidos profesionalmente? ¿Cómo distinguir la naturaleza y la cultura en los cuerpos? El Estado se propuso esa difícil tarea y parece que puede decidir sobre los sentidos y significados de las imágenes.

Lo interesante es que al mismo tiempo en que prohíbe determinadas imágenes en las postales, autoriza otras que pasan a gozar de legitimidad por el hecho de que el Estado interpreta que ellas

forman parte del contexto original. Entonces existe un Estado que prohíbe y uno que autoriza y legitima ciertos cuerpos en determinados paisajes.

Este artículo busca reflexionar sobre algunas de las múltiples relaciones entre Estado, turismo y cultura expresadas por intermedio de los sentidos y significados de las postales que ahora prohíbe la ley. Con este fin se trabajó con el marco teórico de Foucault (1989) acerca de los cuerpos dóciles, de antropólogos como Mauss (1974) sobre el cuerpo en el universo de la cultura, y Becker (1977a) sobre las reglas y sus imposiciones.

Este material teórico dio fundamento a la reflexión y el análisis de esta acción del Estado, permitiendo la de-construcción de la relación entre Estado, medios y cuerpo. A partir de una muestra aleatoria de las notas publicadas en los medios después de la aprobación del proyecto de ley, se buscó pensar al turismo considerando que es atravesado por cuestiones políticas e ideológicas.

Más allá de considerar a las postales como expresiones de naturaleza utilitaria, instrumental e individual se las pensó como signos repletos de significados, de información (tanto para quien los produce como para quien los ve), como medios de comunicación y soportes de mensajes.

El cuerpo femenino casi desnudo en la playa está ahora prohibido de ser representado en las postales y este artículo propone pensar cómo ese espacio es entrecortado por intereses, visiones del mundo, del *ethos*, y se configura como un espacio relacional cuyo significado aparece más explícitamente en la relación que en las partes.

ESTADO, LEY, CUERPO Y CULTURA

Política y cultura poseen una larga historia en común. Geertz (1978:206) señala que *una de las cosas que casi todo el mundo conoce, pero no sabe demostrar muy bien, es que la política de un país refleje el modelo de su cultura*.

Nociones como sociedad civil, soberanía, Estado, cuerpo político, ciudadano, individuo, libertad, derecho natural, voluntad general y moral fueron fundamentales para el nacimiento de la noción de cultura (Hell 1989). Dicha noción fue construida paralelamente a la conformación del campo político, principalmente entre los siglos XVII y XIX. La política es una obra de la cultura, afirma Hell, y agrega que:

Uno de los principios de la cultura es el de constituir el lugar de interferencias entre las múltiples actividades políticas y económicas, entre otras; hablar de cultura es incluir de cierta forma la política y la economía en sus propósitos (Hell, 1989:12).

A esta noción de cultura se hace referencia al estudiar la forma en que el Estado, por medio de la iniciativa de un empresario moral (Becker 1977b) y de un proyecto de ley prohíbe postales con

imágenes de cuerpos femeninos. O sea, cómo el Estado mediante leyes crea cercenamientos o límites para el cuerpo. Aunque también se hace referencia al poder, quién lo ejerce, con qué medios y en nombre de quién. En este sentido se toma la definición propuesta por Geertz (1978:207):

La cultura, no se refiere a los cultos y las costumbres, sino a las estructuras de significado a través de las cuales los hombres dan forma a su experiencia; y la política no se refiere a los golpes y constituciones sino a uno de los principales espacios en los cuales dichas estructuras se desarrollan públicamente.

El fundamento presentado para aprobar el proyecto de Ley N° 2813/2005 referente a las postales refuerza estereotipos tales como la exaltación de las cualidades tropicales del país, el reconocimiento de la belleza de las playas, montañas y mujeres; y el potencial económico del lugar: *Toda esa fama atrae turistas que dejan en las arcas de las ciudades miles de dólares, contribuyendo con nuestro crecimiento* (Proyecto de Ley 2813/2005).

El proyecto reconoce el valor del turismo como industria y como *propulsor del desarrollo* del estado de Rio de Janeiro. Dicho desarrollo sería perjudicado *por una insistente campaña de exposición de la imagen femenina, totalmente disociada de cualquier campaña planificada que sólo ha servido a la degradación de la imagen de nuestro Estado y nuestro País, contribuyendo a que Brasil forme parte de la lista de países que incentivan el turismo sexual* (Proyecto de Ley 2813/2005). El fundamento continúa así:

“Al colocar en las postales turísticas recortes de figuras femeninas en trajes de baño minúsculos, generalmente en la playa, estas personas prestan un mal servicio a nuestro País” (Proyecto de Ley 2813/2005).

Ese mal servicio significa que así como el turismo es una industria y atrae capitales, el turismo sexual perjudica la imagen y aleja otros capitales; tanto en términos de dinero directo como en términos de creación de imagen (que aleja valores monetarios indirectamente). Como una instancia del Estado, la Asamblea Legislativa y sus miembros pueden ejercer poder, impedir, prohibir y mandar. En lo que respecta al turismo sexual, el documento explicita: *Este Proyecto de Ley tiende a reprimir este tipo de iniciativa*; y continúa:

“Necesitamos proteger a nuestras niñas. El primer paso para eso es prohibir que se difundan y se expongan imágenes de mujeres y niñas en este tipo de postales (Proyecto de Ley 2813/2005).

Esta iniciativa lleva implícito un discurso de tinte moral y de aspecto cultural. No utiliza como argumento, por ejemplo, que la imagen de las mujeres en la playa sin mostrar sus rostros, sólo resaltando sus nalgas, no representa a la mayor parte de la población urbana carioca y menos aún la población femenina brasileña. Representa un grupo social, no toda la sociedad. Pero difundidos por

los medios de comunicación o expuestos en las postales que circulan por el mundo aquellos cuerpos se muestran en representación del cuerpo de todas las mujeres brasileñas, sin pluralidad y sin otra posibilidad de diferencia. Dichas imágenes han sido ampliamente utilizadas por la industria turística en su publicidad así como por el mismo Estado en la propaganda turística de Brasil.

El cuerpo y sus imágenes también ocupan un lugar en la memoria. Según Clastres (1990:129), la forma en que la sociedad se inscribe en los cuerpos muestra la pertenencia del individuo al grupo social; así como también permite *evaluar la resistencia personal*. Las marcas inscriptas en el cuerpo forman parte de la historia, memoria de experiencias, y si son visibles se vuelven identificables, comunicativas, reconocibles e informativas. No se puede olvidar ni ser indiferente a aquello que no se puede apagar. Si el cuerpo está marcado, cortado, pintado, quemado, torturado, es porque está comunicando algo.

“...una cicatriz, un surco, una marca, son indelebles. Inscriptos en la profundidad de la piel; atestiguando para siempre que, si por un lado el dolor puede no ser más que un recuerdo desagradable, fue sentido en medio del miedo y del terror. La marca es un obstáculo para el olvido, el propio cuerpo lleva impresos los surcos del recuerdo...” (Clastres, 1990:128).

Algunos podrían clasificar tales prácticas como primitivas, salvajes, irracionales y sin sentido. Aquí, como en todo comportamiento humano, hay sentidos y significados en juego. Toda acción y comportamiento sociales ganan sentido cuando están comprendidos dentro de la totalidad de una lógica simbólica (Sahlins, 1981). De la misma manera:

“...ninguna práctica que se realiza sobre el cuerpo carece de sentido genérico o específico. No existe razón para suponer que las personas se someten a disgusto o sin conformidad intelectual...” (Rodrigues, 1983:64).

En general, los penitentes, los que se ofrecen en sacrificio por otros, los soldados, los bomberos, aquellos que sufren castigos crueles y dolorosos aceptan la situación y se conforman con la manera en que la sociedad actúa sobre sus cuerpos. Por otra parte, las personas que se someten a tratamientos físicos para modificar su apariencia también aceptan los *sacrificios* impuestos con el fin de alcanzar lo que es socialmente mejor aceptado. En este sentido, el cuerpo cortado, deformado, mutilado, amputado revela un valor colectivo jerárquico. Así:

“... (la gente) no pierde la posibilidad de aprovechar esos recursos para acercarse al ideal de estética corporal que la sociedad define; destacando, disimulando o atenuando particularidades de su apariencia: se somete a dietas especiales, practica ejercicios físicos, se pinta o se extiende en mesas de operaciones quirúrgicas, porque cree que incrementará la vitalidad de su constitución orgánica y social...” (Rodrigues, 1983:64).

De los cuerpos marcados por la tortura en las sociedades indígenas guaraníes se pasa al cuerpo marcado y expuesto por las postales de las playas cariocas. El cuerpo moralmente aceptado y valorado en la playa, considerando patrones de forma y color, revela la naturaleza coercitiva del hecho social; el poder de la colectividad que encuentra allí, en un espacio que se dice democrático, toda su expresión de violencia. La presencia o ausencia del cuerpo femenino bronceado y en bikini en las playas cariocas depende de las relaciones sociales de poder. Como parte del fenómeno social general (Mauss 1974) el poder puede asumir varias formas y modelar de manera diferente los lugares, inclusive los turísticos (Giddens 1991).

Más allá de considerar a los lugares turísticos como una producción de las acciones sociales de sujetos que siguen sus propios intereses individuales (lo que llevaría a admitir que el orden social se controla por medio de las acciones individuales) se los concibe como generados a través de un eficaz poder simbólico. Es el poder político que autoriza, sanciona y legitima la presencia de los cuerpos, sean de mujeres o de hombres desnudos o vestidos, de frente o de perfil, en la playa o en la ciudad, de día o de noche.

Surgen preguntas acerca de la forma en que el Estado, por medio del poder legislativo de Rio de Janeiro y del proyecto que prohíbe las postales de mujeres semidesnudas (propuesto por una mujer y votado unánimemente) veda el cuerpo en bikini en las postales y al mismo tiempo lo autoriza (específicamente las nalgas) en otros espacios. En la Plaza de la Apoteosis, que integra la Pasarela del Samba, hay un monumento que representa nalgas estilizadas. Si tal parte del cuerpo femenino está prohibida en las postales ¿cómo pueden exponerse en el centro de la Pasarela del Samba? Este último es un lugar turístico por excelencia desde hace más de 20 años. ¿Por qué ese monumento no induce al turismo sexual? ¿Tal vez porque se trata de nalgas ubicadas fuera de la playa, que no son de carne y hueso, y que aparecen en un espacio ritual propio para su exhibición: el espacio burocratizado, racionalizado, profesionalizado y mediatizado del carnaval carioca?

Quizá la respuesta a estos interrogantes esté en la forma como el Carnaval, el Estado y la Iglesia aparecen juntos para romper dualidades (DaMatta 1987). En vez de considerarlos como hasta entonces, como dos polos dicotómicos tradicionales, tal vez sea necesario pensarlos como una tríada:

“... Un triángulo ritual, una figura con tres lados, cada cual exprimiendo una faceta muy importante de la realidad social de Brasil (...) Teníamos entonces los ritos del orden, del desorden y las ceremonias neutrales de las religiones, donde se indicaba un lugar fuera de lo común o en el otro mundo. Estaba en espacios sociales e ideológicos donde se podía reír y brincar, ser serio y “legal”, y ser aún neutral y renunciar a favor de los pobres, oprimidos y marginales, de los santos, de Dios y de la Iglesia...” (DaMatta 1987:107).

Así, el cuerpo semidesnudo que se muestra en la Pasarela del Samba no representaría un problema, puesto que aparece en el lugar y el momento permitidos por el ritual de inversión que

caracteriza al Carnaval. Durante el período de Carnaval las convenciones vigentes durante todo el año son momentáneamente suspendidas, no hay tabúes para ver cuerpos desnudos o semidesnudos en movimiento por las calles y que sean exhibidos mundialmente por televisión. El tiempo y el espacio son apropiados y reinventados por sujetos y grupos según lógicas simbólicas bastante distintas. En cuanto a las postales, se venden durante todo el año en los puestos de diarios, lo que presupone un rompimiento con el propio orden de las cosas.

Hay que destacar que se está haciendo referencia al cuerpo que aparece en un espacio urbano y que *la ciudad refleja la concentración de la población, de los instrumentos de producción, del capital, de los placeres, de las necesidades* (Marx y Engels 1984:64). También es importante pensar a la postal como portadora de un código que tal vez sea interpretado de diferente forma por los pobladores locales (cariocas o brasileños) respecto de las personas de origen cultural distinto (turistas extranjeros).

CUERPOS PERMITIDOS Y CUERPOS DÓCILES

Foucault (1989) señala que el cuerpo, además de ser estudiado por la biología, la salud o el dolor, también se inscribe en un universo político. Así, *el cuerpo también está directamente sumergido en un campo político; las relaciones de poder tienen un alcance inmediato sobre él; lo embisten, lo marcan, lo dirigen, lo torturan, lo someten a trabajos, lo obligan a ceremonias, le exigen señales* (Foucault 1989:28).

La relación política del cuerpo puede comenzar con la utilización económica, como fuerza de producción impregnada de relaciones de poder y dominación. De esa forma, *el cuerpo sólo se convierte en fuerza útil si es al mismo tiempo cuerpo productivo y cuerpo sometido* (Foucault 1989:29). En tiempos en que la sexualidad es ampliamente discutida y explotada por los medios y por la publicidad y genera un sector económico con diversas ramificaciones, el cuerpo muchas veces aparece como dominado por las relaciones de poder económico y político. Hoy en día no sólo las instituciones como hospitales, prisiones, escuelas y cuarteles disciplinan los cuerpos. La playa, las postales y sus representaciones aparecen en la escena contemporánea como *les nouveaux lieux* donde el cuerpo, así como el sujeto y su subjetividad, son sometidos al poder de la disciplina.

El objetivo de disciplinar consiste en mantener *las vidas, las actividades, el trabajo, las infelicidades y los placeres del individuo así como su salud física y moral, sus prácticas sexuales y su vida familiar bajo un estricto control y disciplina basada en el poder de los regímenes administrativos, del conocimiento especializado de los profesionales y en el conocimiento suministrado por las Ciencias Sociales* (Hall, 1999:42).

El discurso sobre la sexualidad, lejos de actuar sólo como represión sexual y moral, informa acerca de lo legítimo y lo autorizado de los discursos que se realizan con el fin de crear un objeto de conocimiento. Por medio de la instalación del sexo como elemento simbólico se puede accionar su

regulación y control. Como recursos estratégicos, los discursos sobre el control poblacional, las enfermedades venéreas, la procreación, las costumbres y la moral del sexo, tratan de mantener al individuo y su cuerpo dentro de las fronteras legitimadas por la ciencia y el Estado. Al elaborarse un discurso científico sobre la sexualidad, lo que se quiere es evitar que la apropiación de la naturaleza a través de la cultura esté sujeta a desviaciones o disfunciones.

El cuerpo femenino presente en las postales no es sólo un objeto y lugar de intervención y de demarcación de la sociedad por parte de los aparatos discursivos sobre la sexualidad. Sino que, según Foucault (1989), el cuerpo también es *objeto de poder*. La reglamentación política por parte del Estado sobre las postales donde aparecen mujeres semidesnudas en las playas cariocas muestra la forma de control sobre el cuerpo y el sexo cuando se afirma que, lo que está en riesgo es la salud y la moral de las mujeres y niñas cariocas y brasileñas. Dicho control también se extiende al ámbito de la recreación, usufrutuada desigualmente por los distintos grupos de población. Así, el propio turismo es un nuevo espacio de intervención de la burocracia estatal.

El pensamiento de Foucault enmarcó, en parte, la descentralización del sujeto ya que los grandes sistemas filosóficos lo concebían como una unidad integrada, racional, consciente, coherente y acabada (Hall, 1999). A partir de allí, la propia construcción de la identidad del sujeto y su cuerpo se vuelve mucho más problemática.

Respecto de la relación entre poder y cuerpo, Foucault creó el concepto de cuerpo dócil, sujeto a una tecnología política del cuerpo: un saber y un control que llevan a un sometimiento que no se obtiene por la violencia o la ideología y que puede ser técnicamente pensado. Para Foucault (1989:28) la tecnología política del cuerpo sería una especie de *microfísica del poder puesta en juego a través de aparatos e instituciones, cuya importancia se ubica de algún modo entre los grandes funcionamientos y los propios cuerpos con su expresión material y sus fuerzas*.

Playa y cuerpo femenino, muchas veces confundidos como *objetos naturales* o más próximos a la naturaleza, son también revestidos de una normativa política sujetos a códigos precisos de comportamientos legítimos y autorizados. La playa, un lugar público ideológicamente visto como democrático o perteneciente a todos, y el cuerpo, que se puede mostrar y expresar libremente en la playa; por la forma en que aparecen demuestran cómo el poder se hace presente. Aparecer en bikini en la playa durante el día, lejos de romper las reglas del poder que se quiere imponer, es justamente reconocerlo, autorizarlo y darle legitimidad. Al prohibir determinadas imágenes, el Estado, a través del poder legislativo, supone un cuerpo dócil, que puede ser sometido, utilizado, transformado y mejorado (Foucault 1989:125).

Actualmente, el hecho de ir a las playas urbanas supone cierta regulación y control por parte de una gran variedad de especialistas que versan sobre dónde, cuándo, cómo y por qué el cuerpo debe aparecer en el espacio de la playa o en las postales. En la playa, además de los guardavidas que

velan por la seguridad de los bañistas, hay policías que garantizan que los individuos estén seguros y, junto a ellos, está la guardia municipal fiscalizando el cumplimiento de los códigos municipales. Asimismo están los médicos (dermatólogos, infectólogos, nutricionistas, biólogos y sanitaristas) que aconsejan el mejor horario para permanecer en la playa, lo que se debe comer o no, los riesgos infecto-contagiosos y su prevención. De esta manera, para analizar la implicancia política del cuerpo y la microfísica del poder se considera al *cuerpo político como un conjunto de elementos materiales y de técnicas que sirven como armas, refuerzo, vías de comunicación, y puntos de apoyo para las relaciones de poder y de saber; y que embisten a los cuerpos humanos, sometiéndolos y transformándolos en objetos de saber* (Foucault 1989:31).

REGLAS, VALORES Y SU IMPOSICIÓN

En el caso de las postales, para pensar la manera en que se dio la creación de la regla y su imposición, es pertinente la pregunta bastante general de la cual parte Becker (1977a:86) *¿Cuándo se crean y se imponen las reglas?* Cuando las normas se hacen para sancionar a los infractores, ¿quién las impone?

“... Así como Max Weber y otros autores nunca se cansaron de insistir, las ideas (religiosas, morales, prácticas y estéticas) deben ser presentadas por grupos sociales poderosos para lograr efectos sociales poderosos; y alguien debe respetarlas, celebrarlas e imponerlas...” Geertz (1978:209)

Toda imposición se origina con una iniciativa. La iniciativa es, para Becker (1977a), la variable clave en el estudio de la imposición de las reglas. Sin embargo, la dimensión pública y las fuerzas presentes en las organizaciones también son muy importantes en la imposición de las reglas. La diputada que presentó el proyecto de Ley sobre las postales tomó la iniciativa y la hizo pública, al mismo tiempo que utilizó la estructura organizacional de la Asamblea Legislativa a fin de imponer la norma que prohíbe las postales con jóvenes semidesnudas en las playas.

“La iniciativa, generada por el interés personal, fortalecida con la publicidad y condicionada por el carácter de la organización, es la variable clave en la imposición de la regla. La iniciativa opera de forma más inmediata cuando en una situación existe coincidencia en lo que respecta a las reglas que serán impuestas” (Becker 1977a:92).

En una nota publicada por el *Folha Online* (18/11/2005) se observa la coincidencia entre los argumentos de la diputada que presentó el proyecto descrito y del secretario estadual de turismo del momento. Ambos defienden el valor de las imágenes turísticas de la ciudad y del estado de Rio de Janeiro, las que serían manchadas por lo que ellos consideran un incentivo al turismo sexual en la ciudad y el estado.

De acuerdo con Becker (1977a), las reglas concretas y específicas surgen como consecuencia de los valores, los cuales les dan fundamento. En el caso de las postales hay un conjunto de valores como la protección de la mujer brasileña y su imagen, la protección de la imagen de la ciudad de Rio de Janeiro como *Ciudad Maravillosa*, y la protección de la imagen de Brasil para evitar que se lo relacione con el turismo sexual.

Becker (1977a) asegura que la existencia de la regla no garantiza su imposición. Se deben dar una sucesión de hechos, que sigan un patrón común, entre la creación de la regla y su imposición; que van desde lo general hacia lo específico. Se parte de un valor general, del que se deducen las reglas particulares, que luego serán aplicadas a los actos y personas específicas (Becker 1977a). No obstante, sin el rol del *empresario moral*, aquel al que le interesa personalmente la aplicación de una regla, nada sucedería.

Analizando la creación de una regla y su imposición en el caso de una ley federal para prohibir el uso de la marihuana en Estados Unidos, Becker (1977a:107) demostró que “... donde se intenta crear y aplicar las reglas deberíamos estar atentos a la posible presencia de un individuo o grupo que toma la iniciativa.

Hay que considerar que puede haber personas que intenten atraer el apoyo de grupos organizados y usen los medios de comunicación para propiciar una opinión favorable. Si esto no se da podemos esperar el fracaso de la iniciativa. Si la intención es que las reglas sean creadas y aplicadas, hay que esperar que la complejidad de la organización de forma a los procesos de imposición, sobre la base de los acuerdos logrados en grupos más simples y como resultado de manejos y canjes políticos...” (Becker 1977a:107).

Hay que destacar que la imposición se da cuando alguien toca el silbato, convirtiendo a la imposición en una necesidad, al ver alguna ventaja en esto (Becker 1977b:87). Sin embargo, Galbraith (1986) dice que frente a todo grupo o elemento de poder surgen otras fuentes que se le oponen. Esta es la dialéctica del poder. Así, la imposición de una regla puede generar posiciones contrarias a ella y dicha oposición puede generar acciones o desinterés (indiferencia). La indiferencia tal vez sea la causa de gran parte de las reglas que se crean pero no se cumplen. En una nota periodística sobre el Proyecto de ley 2813/2005 Pedro Torre escribe: *Sobre ese asunto ya manifesté mi opinión varias veces, siempre con la idea de que difícilmente ‘pegará’, transformándose en otra ley que no servirá para nada* (<http://sierramar.com.br/noticias/visualizar.asp?Cod=10> 03/12/2005). Esta nota refleja gran parte de la posición de la prensa brasileña sobre este asunto.

CONSIDERACIONES FINALES

El cuerpo, como manifestación cultural, también posee dimensión política. El hecho de ir a la playa da cuenta sobre el conjunto de posibilidades acerca de cómo el espacio social es trazado o diseñado y sobre qué cuerpo, además de dar cuenta de cómo ese cuerpo será mostrado en ese

lugar. Lejos de ser un ámbito sin intereses ni conflictos, la playa es un espacio donde innumerables actores y grupos se disputan el poder. Sea el poder de autorizar a quien comercializará alimentos y bebidas o productos para el cuerpo (protector solar, gorras, viseras y anteojos de sol), o autorizar cuáles imágenes de la playa serán representativas de la cultura brasileña en las tarjetas postales. Así, detrás de los códigos culturales hay instituciones sociales que legitiman y autorizan la aparición de cuerpos que están de acuerdo con determinados patrones morales de belleza y estética.

En ese sentido, el Estado es contradictorio en esta ley contra las imágenes de mujeres en bikini en las postales. El Estado puede llevar a pensar que prohibir esas imágenes implica combatir dura y eficazmente el problema de la prostitución y del turismo sexual, una vez que no hay podido resolver la prostitución en las playas o las *boîtes* del sur de la ciudad, así como la explotación de niños y el tráfico de mujeres. Las imágenes tornanse, entonces, meta de aquello que Becker llamó de empresario moral y de tocar el silbato (1977b).

Exponer mujeres semidesnudas en una postal es fundamentalmente una estrategia de comunicación que intenta construir un imaginario. En determinado momento, ese imaginario apoyó la intención del Estado, pero en la actualidad parece que ya no coincide con lo que el Estado considera adecuado. Aquí, las postales se presentaron como la punta de ese proceso de de-construcción de la imagen construida. Las imágenes no son seleccionadas, editadas y difundidas sin intención o intereses de diversos órdenes. Al exhibir o prohibir existen innumerables intenciones e intereses en juego.

El proyecto de ley presentado a la Asamblea de Rio de Janeiro reconoce al país como espacio de bellezas naturales (playa, montaña y mujeres); reconoce el valor económico del turismo; y relaciona la difusión de la imagen construida de la mujer en la playa carioca con el turismo sexual. Pero también relaciona a la regla y su imposición con la desobediencia a una ley cuyo empresario moral necesitó tocar el silbato para llamar la atención.

El Estado reconoce el país donde la naturaleza es bella y exuberante, inclusive destacando la belleza de la mujer brasileña. Sin embargo, por asociar la belleza de la mujer a una naturaleza salvaje e indómita, el Estado admite que es preciso protegerla. Así reconoce que también está presente en el espacio natural de la playa, que además es un espacio político. Lo que se ve en la playa, más que la expresión libre y autónoma de los sujetos dotados de libertad, es una serie de conductas prescriptas, códigos y comportamientos donde el cuerpo responde a las circunstancias legales o morales.

Después de un año de la promulgación de la ley, aún era posible observar en algunos puestos de diarios de la Zona Sur carioca la presencia de las postales que estaban prohibidas. Pero en muchos de los otros puestos que antes las exhibían fueron retiradas. Al prohibir las postales con mujeres que estén fuera del escenario original, el Estado abre la posibilidad de que otras imágenes exhiban cuerpos de mujeres semidesnudas. Así en los meses que anteceden al verano, y principalmente al

carnaval, muchos diarios exhiben imágenes de cuerpos de mujeres semidesnudas en el contexto de un escenario *auténtico y original*, mostrando a todos que son nalgas autorizadas por el Estado.

Agradecimiento: La versión en portugués de este artículo fue presentado en el Congreso Intercom 2007 Santos/SP, NP Turismo y Hospitalidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Becker, H.** (1977a) As regras e sua imposição. In: "Uma Teoria da Ação Coletiva". Jorge Zahar, Rio de Janeiro, pp.86-107
- Becker, H.** (1977b) Os empresários morais. In: "Uma Teoria da Ação Coletiva". Jorge Zahar, Rio de Janeiro, pp.108-121
- Caetano, R. F. y Barretto, M.** (2004) "A construção da imagem da mulher brasileira como atrativo turístico". In: Barretto, M. (org.). Anuário de Pesquisa do Mestrado em Turismo 2003. EdUCS, Caxias do Sul, pp.97-126
- Clastres, P.** (1990) "A sociedade contra o Estado". Francisco Alves, Rio de Janeiro
- DaMatta, R.** (1987) "A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil". Guanabara, Rio de Janeiro
- Folha on line.** "Lei proíbe cartões-postais com mulheres seminuas no Rio". 18/11/2005. Disponible en <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u115411.shtml>. Visitado el 08/11/2006
- Foucault, M.** (1989) "Vigiar e punir: história da violência nas prisões". Ed. Vozes, Petrópolis
- Freyre, G.** (1986) "Modos de homem e modas de mulher". Record, Rio de Janeiro.
- Galbraith, J. K.** (1986) "Anatomia do poder". Pioneira, São Paulo.
- Geertz, C.** (1978) A política do significado. In: "A Interpretação das Culturas". Zahar, Rio de Janeiro, pp.206-222
- Giddens, A.** (1991) "As conseqüências da modernidade". Unesp, São Paulo
- Hall, S.** (1999) "A identidade cultural na pós-modernidade". DP&A, Rio de Janeiro
- Hell, V.** (1989) "A idéia de cultura". Martins Fontes, São Paulo
- Malysse, S.** (2002) Em busca dos (H)alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: Goldenberg, Mirian (Org.). "Nu & Vestido: Dez Antropólogos Revelam a Cultura do Corpo Carioca". Record, Rio de Janeiro, pp.79-137
- Marx, K. & Engels, F.** (1984) A ideologia alemã. Moraes, São Paulo
- Mauss, M.** (1974) As técnicas corporais. In: Sociologia e antropologia. Edusp, São Paulo, v. II. pp. 209-234
- Proyecto de ley 2813/2005.** Disponible en <http://alerjln1.alerj.re.gov.br>, Visitado el 09/05/2006
- Rodrigues, J. C.** (1983) "Tabu do corpo". Achiamé, Rio de Janeiro
- Sahlins, M.** (1981) "Cultura e razão prática". Zahar, Rio de Janeiro
- Siqueira, D. da Costa Oliveira** (2006) "Corpo, comunicação e cultura: a dança contemporânea em cena". Autores Associados, Campinas

Siqueira, E. D. De y Siqueira, D. da Costa Oliveira (2005) "Corpo, mito e imaginário nos postais das praias cariocas". In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais. UERJ, Rio de Janeiro

Torre, P. Turismo sexual. 03/12/2005. Disponible en <http://www.sierramar.com.br/noticias/visualizar.asp?Cod=10> . Visitado el 08/11/2006

Recibido el 25 de mayo de 2008

Correcciones recibidas el 13 de julio de 2008

Aceptado el 18 de Julio de 2008

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués